

EL LEASING FINANCIERO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA PARA  
LAS PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN

DIANA SOFIA SARRIA IRAGORRI



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y  
ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
POPAYÁN  
2018

EL LEASING FINANCIERO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA PARA  
LAS PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN

DIANA SOFIA SARRIA IRAGORRI

Trabajo de grado en la Modalidad Investigación para optar al título de  
Administrador de Empresas

Director  
EDI ALBERTO VANEGAS GÓMEZ



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y  
ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
POPAYÁN  
2018

## NOTA DE ACEPTACIÓN

El Director y Jurados del Trabajo titulado “El leasing financiero como estrategia competitiva para las Pymes de la ciudad de Popayán”, elaborado por Diana Sofía Sarria Irigorri, una vez revisado el escrito final y aprobada la sustentación del mismo autorizan para que realice las gestiones administrativas correspondientes a su título profesional.

---

Esp. Edi Alberto Vanegas Gómez  
Director

---

Mag. Jesús Giovanni Uzuriaga Cerón  
Jurado

---

Mag. Paola Andrea Meneses Muñoz  
Jurado

Popayán, Septiembre de 2019

## CONTENIDO

	Pág.
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>13</b>
<b>2. ESTADO DEL ARTE O MARCO REFERENCIAL</b>	<b>16</b>
<b>3. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>20</b>
<b>4. OBJETIVOS</b>	<b>23</b>
4.2 GENERAL	23
4.3 ESPECÍFICOS	23
<b>5. METODOLOGÍA</b>	<b>24</b>
<b>6. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN</b>	<b>28</b>
6.1 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA DE COMPETITIVIDAD APLICADA A LAS PYMES	28
6.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS QUE RESPONDIERON LA ENCUESTA	29
6.2.1 Género	29
6.2.2 Distribución porcentual de la edad	30
6.2.3 Distribución porcentual por cargo	31
6.2.4 Distribución porcentual - años en la empresa	32
6.2.5 Distribución porcentual - años en el cargo	33
6.2.6 Distribución porcentual - nivel de estudios	34
6.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS	35
6.3.1 Tamaño de la Pyme	35
6.3.2 Naturaleza jurídica	36
6.3.3 Sector al que pertenece la Pyme	37
6.3.4 Actividad económica de las Pymes	38
6.3.5 Cantidad de trabajadores de las Pymes	39
6.3.6 Activos de las Pymes	40
6.4 NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES	41
6.4.1 Competitividad de las Pymes	41
6.4.2 Resultados por áreas	42

6.4.2.1 Planeación estratégica	43
6.4.2.2 Aprovisionamiento	45
6.4.2.3 Aseguramiento de la calidad	47
6.4.2.4 Comercialización	49
6.4.2.5 Contabilidad y finanzas	51
6.4.2.6 Recursos humanos	54
6.4.2.7 Gestión ambiental	57
6.4.2.8 Sistemas de información	60
6.5 ÁREAS DE OPORTUNIDAD DE LAS PYMES	63
<b>7. INFLUENCIA DEL LEASING FINANCIERO EN LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN</b>	<b>66</b>
7.1 PRODUCTOS DEL SECTOR FINANCIERO QUE UTILIZAN LAS PYMES CON MAYOR FRECUENCIA	66
7.2 TIPOS DE LEASING QUE LES GUSTARÍA UTILIZAR	67
7.3 CLASE DE LEASING QUE UTILIZAN LAS PYMES	67
7.4 QUE MEJORARÍA O ELIMINARÍA DEL LEASING FINANCIERO	68
7.5 VENTAJA MÁS IMPORTANTE DEL LEASING FINANCIERO	69
7.6 EL LEASING FINANCIERO HA MEJORADO LA POSICIÓN FINANCIERA DE LAS PYMES	69
7.7 COMPETITIVIDAD VS LEASING FINANCIERO	70
<b>8. ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN BASADAS EN EL LEASING FINANCIERO</b>	<b>73</b>
<b>9. CONCLUSIONES</b>	<b>81</b>
<b>6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>85</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>88</b>

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Aspectos y porcentajes que hacen parte del mapa de competitividad del BID	28
Tabla 2. Intervalo para evaluar la competitividad de las empresas	28
Tabla 3. Genero	29
Tabla 4. Distribución porcentual de la edad	30
Tabla 5. Distribución porcentual por cargo	31
Tabla 6. Distribución porcentual - años en la Pyme	32
Tabla 7. Distribución porcentual Años en el cargo	33
Tabla 8. Distribución porcentual - nivel de estudios	34
Tabla 9. Tamaño de la Pyme	35
Tabla 10. Naturaleza jurídica	36
Tabla 11. Sector de la Pyme	37
Tabla 12. Actividad económica de las Pymes	38
Tabla 13. Cantidad de trabajadores de las Pymes	39
Tabla 14. Activos de las Pymes	40
Tabla 15. Nivel de competitividad por áreas	63
Tabla 16. Tipo de instrumento financiero que utilizan las Pymes con mayor frecuencia	66
Tabla 17. Tipos de leasing que les gustaría utilizar	67
Tabla 18. Clase de leasing que utilizan las Pymes	67
Tabla 19. Qué mejoraría / eliminaría del leasing financiero	68
Tabla 20. Ventaja más importante del leasing financiero	69
Tabla 21. El leasing financiero en el mejoramiento de la posición financiera	69
Tabla 22. Competitividad de las Pymes	70
Tabla 23. Competitividad / Utilización del leasing financiero	72
Tabla 24. Estrategias de competitividad soportadas en el leasing financiero	73

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Género	29
Gráfico 2. Distribución porcentual de la edad	30
Gráfico 3. Distribución porcentual por cargo	31
Gráfico 4. Distribución porcentual - años en la Pyme	32
Gráfico 5. Distribución porcentual - Años en el cargo	33
Gráfico 6. Distribución porcentual - nivel de estudios	34
Gráfico 7. Tamaño de la Pyme	35
Gráfico 8. Naturaleza jurídica	36
Gráfico 9. Sector de la Pyme	37
Gráfico 10. Actividad económica de las Pymes	38
Gráfico 11. Cantidad de trabajadores de las Pymes	39
Gráfico 12. Activos de las Pymes	40
Gráfico 13. Competitividad de las Pymes	41
Gráfico 14. Competitividad por áreas	42
Gráfico 15. Competitividad de las Pymes según Planeación estratégica	43
Gráfico 16. Procesos de Planeación Estratégica en las Pymes	43
Gráfico 17. Implementación de la estrategia	44
Gráfico 18. Desarrollo de procesos de aprovisionamiento de las Pymes	45
Gráfico 19. Labores de aprovisionamiento de las Pymes	45
Gráfico 20. Manejo de inventarios	46
Gráfico 21. Ubicación de infraestructura	47
Gráfico 22. Aseguramiento de la calidad	47
Gráfico 23. Pymes que tienen en cuentas aspectos generales de la calidad	48
Gráfico 24. Utilización de sistemas para el aseguramiento de la calidad	48
Gráfico 25. Comercialización	49
Gráfico 26. Mercado nacional: Mercadeo y ventas	50
Gráfico 27. Mercado nacional: Servicios	50
Gráfico 28. Mercado nacional: Distribución	51

Gráfico 29. Procesos de contabilidad y finanzas	51
Gráfico 30. Monitoreo de costos y contabilidad	52
Gráfico 31. Administración financiera	52
Gráfico 32. Normas legales y tributarias	53
Gráfico 33. Gestión de Recursos humanos	54
Gráfico 34. Aspectos generales de Recursos humanos	54
Gráfico 35. Capacitación y promoción de personal	55
Gráfico 36. Cultura organizacional	55
Gráfico 37. Salud y seguridad industrial	56
Gráfico 38. Gestión ambiental de las Pymes	57
Gráfico 39. Política ambiental de las Pymes	57
Gráfico 40. Estrategia para proteger al medio ambiente	58
Gráfico 41. Concientización y capacitación	59
Gráfico 42. Administración del desperdicio	59
Gráfico 43. Sistemas de información de las Pymes	60
Gráfico 44. Planeación del sistema	61
Gráfico 45. Entradas del sistema	61
Gráfico 46. Procesos del sistema	62
Gráfico 47. Salidas del sistema	62
Gráfico 48. Nivel de competitividad por áreas	63

## RESUMEN

El presente estudio se realizó en una muestra representativa de Pymes de la ciudad de Popayán con el propósito de establecer como el leasing financiero representa una estrategia competitiva para estas empresas, para lo cual, se determinaron los factores que influyen en la competitividad, se definió la influencia del leasing financiero en la mejora de la posición competitiva, y se planteó una estrategia de competitividad soportada en el uso de este instrumento financiero.

Para el desarrollo del trabajo se aplicó un enfoque de investigación cualitativo descriptivo, y un tipo de investigación descriptivo transversal. De un universo de 305 Pymes se seleccionó una muestra de 56 compañías, con un margen de error del 10% y un nivel de confianza de 90%.

La competitividad empresarial se determinó de acuerdo al Mapa de competitividad del BID, en el que se evaluaron aspectos relacionados con Planeamiento estratégico, Aprovisionamiento, Aseguramiento de la calidad, Comercialización, Contabilidad y finanzas, Recursos humanos, Gestión ambiental, y Sistemas de información.

En la primera parte de la investigación, se definieron las características básicas de las personas que respondieron la encuesta, en la que se estableció que la mayoría son gerentes (51,8%) y administradores (17,9%), y que llevan más de 10 años en la empresa (42,9%), y en el cargo (32,1%), además, presentan un nivel de estudios universitarios (39,3%).

Respecto a las características principales de las empresas objeto de estudio, se estableció que la mayoría son pequeñas (87,5%), Sociedades Anónimas (35,7%), pertenecen al sector Comercial (50%), presentan como actividad

básica el comercio al por mayor y menor (48,2%), cuentan entre 11 y 50 trabajadores (50%), y tienen unos activos entre 501 y 5000 smmlv (66,1%),

En cuanto al nivel de competitividad, las empresas obtuvieron una calificación de 77,60%, que es “Bueno”, en donde, el factor más destacable fue la contabilidad y finanzas con un puntaje de 86,24%. Así, se tuvieron como áreas que determinan la competitividad las siguientes: Contabilidad y finanzas (86,24%), Sistemas de información (83,45%), Aseguramiento de la calidad (81,64%), y Aprovisionamiento (80,46%).

Seguidamente, en la segunda parte del estudio, se definió la influencia del leasing financiero en la competitividad empresarial. En donde, este instrumento fue el segundo de mayor utilización con el 28,6%, en donde, el más utilizado es el leasing operacional con el 39,3%, siendo su mayor ventaja que permite el acceso a bienes de capital (16,1%). Se estableció igualmente que las empresas que utilización esta herramienta de financiación presentan, en su gran mayoría un nivel competitivo “Bueno”.

Finalmente, con los resultados del diagnóstico previo, se plantearon las estrategias de competitividad para las pymes soportadas en el leasing financiero, en donde, se identificaron los factores críticos, las estrategias básicas, las actividades, la forma de cumplir la estrategia en cuanto a indicador de gestión y meta, el plazo, y los responsables.

**Palabras claves:** Leasing financiero, Competitividad, Pymes, Estrategia.

## **ABSTRACT**

The present study was carried out in a representative sample of SMEs in the city of Popayán with the purpose of establishing how financial leasing represents a competitive strategy for these companies, for which, the factors that influence competitiveness were determined. The influence of financial leasing in the improvement of the competitive position, and a competitive strategy based on the use of this financial instrument.

For the development of the work, a descriptive qualitative research approach was applied, as well as a cross-sectional type of descriptive research. From a universe of 305 SMEs, a sample of 56 companies was selected, with a margin of error of 10% and a confidence level of 90%.

Business competitiveness was determined according to the IDB's competitiveness map, in which aspects related to Strategic Planning, Procurement, Quality Assurance, Marketing, Accounting and Finance, Human Resources, Environmental Management, and Information Systems were evaluated.

In the first part of the investigation, the basic characteristics of the people who answered the survey were defined, in which it was established that the majority are managers (51.8%) and administrators (17.9%), and that they carry more of 10 years in the company (42.9%), and in the position (32.1%), in addition, they present a level of university studies (39.3%).

Regarding the main characteristics of the companies under study, it was established that the majority are small (87.5%), Public Limited Companies (35.7%), belong to the Commercial sector (50%), trade is a basic activity

wholesale and retail (48.2%), have between 11 and 50 workers (50%), and have assets between 501 and 5000 smmlv (66.1%),

As for the level of competitiveness, the companies obtained a rating of 77.60%, which is "Good", where, the most noteworthy factor was accounting and finance with a score of 86.24%. Thus, the following were determined as areas that determine competitiveness: Accounting and finance (86.24%), Information systems (83.45%), Quality assurance (81.64%), and Provisioning (80.46). %).

Then, in the second part of the study, the influence of financial leasing on business competitiveness was defined. Where, this instrument was the second most used with 28.6%, where, the most used is the operational leasing with 39.3%, being its biggest advantage that allows access to capital goods (16, one%). It was also established that the companies that use this financing tool have, for the most part, a "Good" competitive level.

Finally, with the results of the previous diagnosis, the competitiveness strategies for the SMEs supported in the financial leasing were raised, where the critical factors, the basic strategies, the activities, the way of fulfilling the strategy regarding the indicator were identified. of management and goal, the deadline, and those responsible.

**Keywords:** Financial leasing, Competitiveness, SMEs, Strategy.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La competitividad empresarial es un aspecto importante en la actividad económica de la ciudad de Popayán, teniendo en cuenta los retos que plantean no solo los mercados nacionales sino a nivel global. Esto implica que las diferentes empresas tengan que adoptar estrategias para permanecer en el mercado, reestructurar sus modelos de gestión y aprovechar oportunidades de negocio.

En este sentido, se requiere que las empresas locales se preparen para que sean competitivas en una economía de libre mercado, lo que representa un reto para ellas y sus cadenas productivas. Muñoz (2015, p. 6) indica que el tejido empresarial del departamento del Cauca y la ciudad de Popayán, está integrado especialmente por micros, pequeñas y medianas empresas, que requieren de estrategias que mejoren su posición competitiva debido a que no se han integrado de forma eficiente a un mercado globalizado.

A nivel local, se ha tratado de fortalecer la competitividad empresarial, principalmente de las Pymes, por medio de programas que permitan la identificación, alcance y sostenimiento de ventajas competitivas a través de la Cámara de Comercio del Cauca y el Sistema Nacional de Competitividad. Al respecto, Cabrera (2014, p. 46) plantea que un ejemplo en la región es lo relativo al capital social y la asociatividad que se está promoviendo entre las pequeñas empresas campesinas y las Pymes urbanas para que sean competitivas.

No obstante, las diferentes acciones que se han llevado a cabo por parte de las empresas públicas y privadas para fortalecer la posición competitiva de las Pymes, los resultados no han sido los mejores. Muñoz (2015, p. 7) manifiesta

que posterior a la ejecución de estos programas el nivel de competitividad de estas empresas es muy bajo, lo que indica la ineficiencia de las estrategias implementadas. De acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2015) el departamento del Cauca ocupa el puesto 17 en el escalafón de competitividad con un índice del 43,2%, y la ciudad de Popayán el puesto 18 con una competitividad del 37,42%, uno de los más bajos entre las 23 ciudades capitales tomadas como referencia.

Muñoz (2015, p. 76) indica que uno de los aspectos que más afecta la competitividad de las Pymes es la situación financiera, principalmente por la dificultad para el acceso al crédito. En este sentido, las estrategias para incrementar la competencia deben ir encaminadas a mejorar la posición financiera de las Pymes.

Considerando la importancia de las Pymes en la generación de empleo y en la dinámica de desarrollo es necesario el planteamiento de estrategias orientadas a mejorar su posición competitiva, dentro de las cuales, se encuentran las dirigidas a optimizar la situación financiera. En este contexto, es importante el leasing financiero como alternativa para mejorar la competitividad de este tipo de organizaciones. Salazar (2011, p. 5) argumenta que el leasing constituye un mecanismo de financiación que puede adaptarse a las Pymes, en la medida en que su acceso depende más del flujo de caja que de la reputación de la empresa o la disponibilidad de garantías.

Se trata entonces de establecer a través del presente estudio si la regulación contractual del leasing financiero en Colombia es la adecuada para el acceso de las Pymes de la ciudad de Popayán, así mismo, definir si trae beneficios que puedan mejorar la posición financiera de estas empresas y a la vez su nivel de competitividad.

El leasing financiero se ha centrado en aspectos tributarios y como elemento de crédito, no obstante, en los últimos años se ha convertido en un instrumento financiero importante para las organizaciones que tienen restricciones para el acceso a crédito como las Pymes. Al respecto, Salazar (2011, p. 6) explica que “dadas las características particulares del leasing como mecanismo de financiación, en muchos países, la normativa contable y tributaria ha favorecido su uso, igualmente, en los países desarrollados se le ha dado un tratamiento especial, empleándolo de forma importante para impulsar procesos de industrialización y competitividad”.

En la ciudad de Popayán, hay varias Instituciones Financieras que ofrecen este tipo de leasing, entre las que se encuentran Bancolombia, Banco de Occidente, AV Villas, BBVA, lo cual, garantiza que las empresas tengan disponibilidad de este instrumento financiero en caso de requerirlo. Leasing Bancolombia, que desarrolla su negocio a través de las unidades de arriendo operativo, leasing internacional y leasing financiero, se mantiene como la empresa más importante del sector en el país, prestando este tipo de servicio en la ciudad; igualmente, Banco de Occidente y BBVA, que adquieren los activos productivos y los entregan a las empresas cliente en la modalidad de leasing financiero.

Teniendo en cuenta la necesidad de las Pymes de identificar estrategias que las lleven a ser competitivas, y de la importancia que tiene el leasing para mejorar la posición financiera y para el logro de la competitividad, se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cómo el leasing financiero puede constituirse en un instrumento para la competitividad de las Pymes de la ciudad de Popayán?.

## 2. ESTADO DEL ARTE O MARCO REFERENCIAL

El leasing tuvo su inicio en los años 20's en los Estados Unidos cuando "Bell Telephone System decidió alquilar sus teléfonos, lo que fue seguido por varias empresas y que se continúa practicando actualmente bajo la forma de renting" (Gómez, 2013, p. 20). Así, el antecedente de este instrumento de financiamiento fue el arrendamiento corriente, que incluía en muchos casos, servicio de mantenimiento.

En Colombia, se incorporó esta figura en el mercado debido a las normas aparecidas en los 70's para disminuir la proliferación del mercado extra bancario, en donde, las primeras operaciones de leasing, se efectuaron en esta década. Moreno (2011) plantea que estas se realizaron en 1973, combinando la utilización de los activos de capital y la posibilidad de su posterior adquisición, en una misma operación denominada contrato de leasing.

Fedeleasing (2014, p. 9) indica que a principios de los 70's "se realizaron en el país operaciones de leasing como actividad comercial no vigilada, mientras que en el resto del mundo el arrendamiento financiero era ya una actividad de financiamiento de activos productores de renta, en donde, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido y Japón registraban el mayor desarrollo".

En el país, el atractivo tributario del leasing en sus inicios no era significativo, no obstante, este aspecto fue compensado posteriormente, de acuerdo a Moreno (2011, p. 15) "por la escasez de recursos crediticios y por la inflación estructural", que representaron ventajas importantes para las operaciones de leasing, debido a esta situación se crearon varias organizaciones, entre las que se destacan "City Corporation, Leasing de Colombia, Leasing Mazuera, Leasing Bolívar, y Arrendadora Financiera Santander" Durán (2004, p. 15).

Considerando la importancia del leasing, se expide en Colombia el Decreto 148 de 1979, en el que se conceptualiza como “el arrendamiento que se concede a una persona natural o jurídica, de bienes de capital, bienes que adquiere la sociedad de leasing de acuerdo con las especificaciones dadas por el arrendatario, otorgándole, a su vez, una opción de compra del mismo bien, cuyo precio deberá tener en cuenta el monto de los cánones de arrendamiento”. Por lo tanto, el leasing trata de la adquisición de bienes de capital por parte de la empresa de leasing para arrendarlos a una persona natural o jurídica, que paga el arrendamiento acordado y puede en cualquier momento utilizar la opción de compra.

El leasing representa un producto esencial para el desarrollo socioeconómico del país, teniendo en cuenta que combina la financiación de la utilización de los activos productivos con la posibilidad de su adquisición futura. De esta forma, surge la necesidad de regular este tipo de contratos, por lo cual, se expidió el Decreto 2059 de 1981, en el que se establece que las sociedades dedicadas a este tipo de actividad estarán sometidas a la Superintendencia de Sociedades. En 1989, se promulga la Ley 74 que traslada la vigilancia y control de estas empresas a la Superintendencia Bancaria, que por medio de la Resolución 4460 de es mismo año, organizó y reglamento esta actividad.

Según Moreno (2011, p. 36) un hecho fundamental en la historia del leasing fue la Reforma Financiera, contenida en la Ley 35 de 1993, que otorga a las empresas dedicadas a esta actividad la categoría de establecimientos de crédito, permitiéndoles captar de forma masiva y habitual ahorros del público, adquirir préstamos de corporaciones financieras, realizar operaciones de redescuento, efectuar captaciones a través de CDT's, entre otros, haciendo que las empresas de leasing puedan financiarse.

Posteriormente, se expiden las leyes 223 de 1995, Ley 10 de 1999, Ley 795 de 2003, y Ley 1328 de 2009, por medio de las cuales, se reconoce al Leasing como una actividad comercial, entendiendo que se presenta una intermediación de bienes. (Fedeleasing, 2014, p. 13).

De esta forma, puede considerarse que el leasing en Colombia no es solamente un instrumento de uso industrial, sino una opción de financiamiento que está al alcance de personas naturales o empresas, a través de la cual obtener diferentes tipos de bienes muebles e inmuebles, es una herramienta que se ha diversificado y ofrece gran cantidad de opciones a los clientes a través de las compañías de financiamiento y de las entidades bancarias.

Respecto a los tipos de contrato de leasing, están el operativo y el financiero. Este último se entiende como un contrato en el cual la compañía de leasing entrega a una persona natural o jurídica, denominada Locatario, la tenencia de un activo productivo susceptible de producir renta y para su uso y goce. El locatario a cambio está en la obligación de cancelar un pago periódico por el concepto de canon de arrendamiento durante un plazo pactado y a cuyo vencimiento, tendrá derecho a adquirir por el valor de la opción de adquisición que ha sido pactada al inicio del contrato.

Este tipo de instrumento ha representado una alternativa viable a los diferentes problemas financieros de las empresas, puesto que contribuye a la reducción de costos de operación, al incrementar la productividad, igualmente, porque genera beneficios fiscales, debido a que las cargas financieras son deducibles, al igual que los intereses.

De acuerdo a Salirrosas (2017, p. 48) uno de los elementos que definen la competitividad de las empresas son los recursos financieros, que son relevantes para alcanzar el éxito competitivo, especialmente en las empresas de menor tamaño, que deben efectuar una eficiente planificación financiera

para lograr una adecuada liquidez en el corto plazo. En este contexto, el leasing financiero representa una herramienta fundamental para mejorar la posición financiera y por ende a que la organización sea más competitiva.

Para Muñoz (2015, p. 79) el leasing contribuye de manera efectiva a la competitividad empresarial, en aquellos eventos en que no se cuenta con capital para realizar inversión en activos productivos, en donde, además no se afecta la capacidad de endeudamiento, y liquidez de las organizaciones. No obstante, es esencial que haya un planeamiento previo de la utilización del leasing para que este tipo de estrategia contribuya al logro de los objetivos corporativos.

### 3. JUSTIFICACIÓN

La dinámica de las organizaciones se ha enfocado en el mejoramiento de su competitividad, debido especialmente al libre mercado, en donde, las empresas deben estructurar una ventaja competitiva. En este sentido, el presente estudio es importante porque contribuye a analizar el leasing financiero como estrategia para mejorar la competitividad de las Pymes de la ciudad de Popayán.

El leasing financiero contribuye a la competitividad de las empresas esencialmente porque permite un ahorro sustancial e inmediato de dinero, lo que preserva el capital que se puede utilizar para el desarrollo de otras actividades productivas, igualmente, porque los bienes arrendados pueden pagarse así mismos a través de su uso. En este sentido, este instrumento de financiación es esencial para la competitividad dado que ahorra costos y gastos de operación que conlleva a que las empresas se fortalezcan financieramente y logren un mayor nivel de competencia.

Así, los beneficios del leasing financiero están relacionados principalmente en facilitar el acceso a los activos productivos que requieren las Pymes para mejorar su capacidad de producción, lo que se traduce en competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

En Colombia, se han desarrollado diferentes estudios para analizar la competitividad empresarial, especialmente, los realizados por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), el Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (CRECE), el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), el Consejo Privado de Competitividad, entre otros (CEPAL, 2015), en los cuales, se analizan de forma descriptiva los aspectos que influyen en el nivel competitivo de las organizaciones; así mismo, a nivel local

puede mencionarse el estudio efectuado por Muñoz (2015) en el que se mide el nivel competitivo de las Pymes de la ciudad de Popayán a través del mapa de competitividad del BID; no obstante, ninguna de estas investigaciones plantea estrategias a través de las cuales mejorar la competitividad de las empresas, en este sentido, el presente estudio es fundamental, considerando que permite el análisis del leasing financiero como estrategia de competitividad para las Pymes locales.

Según Muñoz (2015, p. 40) una de las dificultades principales de las Pymes que limita su competitividad es el acceso a recursos financieros, lo que impide integrarse de forma eficiente al mercado externo, dado que limita su inversión y crecimiento, es entonces esencial realizar estudios que permitan plantear estrategias que contribuyan a que estas empresas puedan acceder a este tipo de recursos, a través de los cuales mejorar su posición financiera y su nivel de competencia, como el propuesto en la presente investigación.

Así, el estudio permitirá no solo analizar el leasing financiero como alternativa de crédito para las Pymes, sino como una opción que permita a los empresarios proveerse de bienes de producción ante los requerimientos del libre mercado. El abastecimiento de bienes bajo la modalidad de leasing financiero presenta ventajas importantes como brindar la posibilidad de destinar recursos a otros fines empresariales, de esta forma, es esencial analizar la utilización de este instrumento para las Pymes y su influencia en la situación financiera y en el nivel de competencia.

Estudiar el leasing financiero como estrategia de competitividad plantea un reto importante, como es el de establecer si esta modalidad de crédito influye no solamente en la situación financiera sino en la competitividad de las Pymes locales, igualmente, permite definir si este instrumento está diseñado para que estas organizaciones puedan acceder a él para adquirir sus activos productivos.

Analizar el leasing como opción de financiamiento y competitividad para las Pymes, es de vital relevancia no solo para estas organizaciones sino para la administración de las mismas, dado que representa un importante instrumento que permite la adquisición de bienes y equipo productivo, una herramienta de financiación rápida y flexible que ha transformado el papel de la propiedad y destacado la función socioeconómica derivada de su uso, empleo, disfrute y explotación del activo.

Muñoz (2015) indica que son pocas las Pymes que emplean el leasing financiero, debido principalmente al desconocimiento de este instrumento y a su dificultad para acceder a esta modalidad de crédito, razón por la cual, es fundamental establecer si como está diseñado actualmente permite que estas empresas puedan beneficiarse de este tipo de contrato.

De acuerdo a lo anterior, es posible determinar que la realización del estudio es esencial, primero que todo porque permite analizar el leasing financiero desde el punto de vista de la competitividad; segundo, porque conlleva a identificar los beneficios de la utilización de este instrumento, y tercero, porque contribuye a determinar si es posible que las Pymes puedan acceder a esta herramienta financiera.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.2 GENERAL**

Determinar como el leasing financiero es una estrategia que contribuye a la competitividad de las Pymes de la ciudad de Popayán.

### **4.3 ESPECÍFICOS**

1.- Identificar los factores que influyen en la competitividad de las Pymes de la ciudad de Popayán.

2.- Establecer la influencia del leasing financiero en la mejora de la competitividad de las Pymes de la ciudad de Popayán.

3.- Plantear una estrategia de competitividad para las Pymes de la ciudad de Popayán basada en el leasing financiero.

## 5. METODOLOGÍA

El enfoque de la investigación es mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo. Cuantitativo, porque se analizó información de la gestión administrativa y financiera de las Pymes, a través de la cual identificar los elementos de competitividad de estas empresas y la utilización del leasing financiero. Es cualitativa, porque por medio del estudio se evaluó la importancia de esta herramienta en la competitividad, igualmente, porque se utilizaron diferentes instrumentos para la obtención de información como el mapa de competitividad del BID, entrevistas y observación directa, y porque se desarrolló una investigación documental a través de bibliografía, proyectos, revistas, publicaciones y documentos de la Internet sobre el tema de estudio.

En cuanto al tipo de la investigación, es de tipo descriptivo transversal. Descriptiva, porque se emplearon diferentes instrumentos para la recolección de la información como encuestas, entrevistas, focus group, observación directa no participante, entre otras. Es transversal, puesto que se realizó en un punto específico del tiempo para medir la influencia del leasing financiero en la competitividad de las Pymes de la ciudad de Popayán, cuyos resultados sirvieron para plantear una estrategia de competitividad basada en este instrumento financiero.

El universo de estudio está representado por las Pymes industriales, comerciales y de servicios de la ciudad de Popayán, las cuales, se establecieron con base en información obtenida en la Cámara de Comercio del Cauca, y en proyectos realizados en las Pymes de la región como el de Muñoz (2015), en los que se determinó que existen alrededor de 305 empresas.

Para definir la muestra representativa del universo de estudio se empleó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

Cada una de las variables esta definida de la siguiente forma:

Z = Confianza

P = Probabilidad que el evento ocurra

Q = Probabilidad que el evento no ocurra

e = Error

N = Población

N - 1 = Factor de corrección por finitud

En la investigación las variables se definen así:

Z = 90%	1,645
P = 50%	0,50
Q = 50%	0,50
e = 10%	0,10
N = 305 Empresas	305
N - 1 = 304	304

Al reemplazar los valores en la fórmula se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{(1,645)^2 (0,50) (0,50) (305)}{(0,10)^2 (304) + (1,645)^2 (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{206,3344063}{3,04 + 0,67650625}$$

$$n = \frac{206,3344063}{3,71650625}$$

**$n = 55,51838001 = 56$  Encuestas.**

La muestra es de 56 Pymes de la ciudad de Popayán escogidas de manera probabilística, a través de un muestreo aleatorio simple.

Las fuentes de información empleadas para el diagnóstico de las Pymes frente a la figura del leasing financiero son las siguientes:

- **Información secundaria:** Se obtuvo a través de un estudio documental, en la que se revisaron libros, tesis, monografías, y documentos de la Internet referentes al tema de estudio, igualmente, datos de la Alcaldía municipal de Popayán, Gobernación del Cauca, y Cámara de Comercio del Cauca respecto a las Pymes y a la competitividad empresarial.
- **Información primaria:** Se utilizaron los siguientes instrumentos para la obtención de este tipo de datos:
  - Encuesta estructura dirigida a las Pymes de la ciudad de Popayán para conocer aspectos generales y financieros de las empresas y el uso del leasing financiero.
  - Aplicación del Mapa de competitividad del BID para definir el nivel de competitividad de las Pymes.

Para analizar los aspectos que son determinantes en la competitividad de las Pymes locales y para plantear una estrategia competitiva soportada en el leasing financiero se utilizó como instrumento el Mapa de Competitividad del BID, que fue desarrollado por los Centros de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi con el auspicio del Banco

Interamericano de Desarrollo y fue especialmente diseñada para el diagnóstico organizacional de las Pymes.

A través de esta herramienta será posible no solo identificar los elementos que influyen en la competitividad de las Pymes, sino analizar la utilización del leasing financiero en estas empresas e identificar los aspectos que debe contener una estrategia competitiva basada en el arrendamiento financiero.

Para la aplicación del Mapa de Competitividad del BID, se tuvo en cuenta la encuesta utilizada por Saavedra (2011), en la que se tienen en cuenta ocho variables, que incluyen diferentes dimensiones que se evalúan por medio de preguntas con las que se establece el nivel de competitividad de las Pymes. La encuesta se dividirá en dos partes, en la primera se registra la información general de la empresa y en la segunda, se evaluarán las ocho variables para definir la competitividad de las Pymes de acuerdo a esta metodología.

## 6. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN

### 6.1 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA DE COMPETITIVIDAD APLICADA A LAS PYMES

Los datos de la encuesta se procesaron por medio del Programa IBM SPSS Statistics, Versión 24, que permitió calcular las frecuencias absolutas y relativas y la información estadística descriptiva de las empresas.

Con el propósito de valorar la competitividad empresarial se tienen en cuenta los siguientes valores porcentuales y el intervalo de intensidad, que fue definido considerando la cantidad de numerales de cada uno de los aspectos a evaluar la encuesta aplicada a las empresas que hicieron parte de la muestra. Estos son los siguientes:

Tabla 1. Aspectos y porcentajes que hacen parte del mapa de competitividad del BID

ASPECTOS EVALUADOS	PORCENTAJE
1.- Planeamiento Estratégico	11,24%
2.- Aprovisionamiento	11,24%
3.- Aseguramiento de la Calidad	5,62%
4.- Comercialización	17,98%
5.- Contabilidad y finanzas	16,85%
6.- Recursos humanos	16,85%
7.- Gestión Ambiental	10,11%
8.- Sistemas de información	10,11%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Saavedra (2011)

Tabla 2. Intervalo para evaluar la competitividad de las empresas

Intervalo (%)	Categorías
0%-20%	Deficiente
21%-40%	Baja
41%-60%	Regular
61%-80%	Buena
81%-100%	Excelente

Fuente: Saavedra (2011)

## 6.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS QUE RESPONDIERON LA ENCUESTA

Las diferentes frecuencias absolutas, relativas y comparación de resultados es el siguiente:

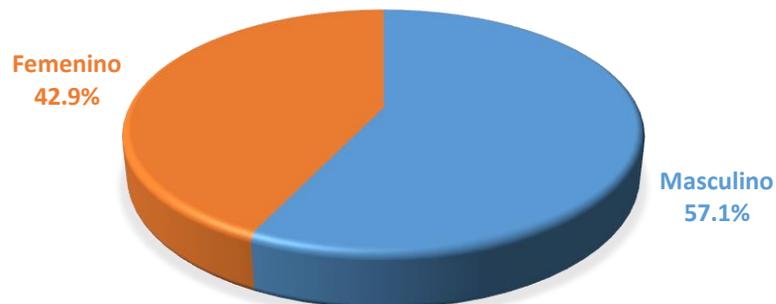
### 6.2.1 Género

Tabla 3. Genero

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Masculino	32	57,1	57,1	57,1
Femenino	24	42,9	42,9	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 1. Género



Fuente: Elaboración propia, 2019.

La mayoría de personas que atendieron la encuesta para determinar el grado de competitividad de las Pymes de acuerdo a la metodología del BID pertenecen al género Masculino con el 57,1%, en tanto que el género Femenino representa el 42,9%.

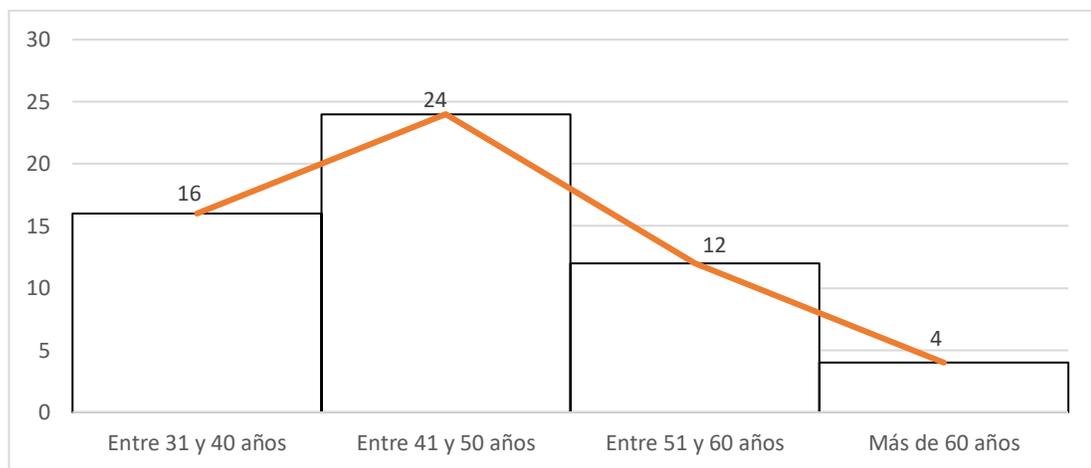
## 6.2.2 Distribución porcentual de la edad

Tabla 4. Distribución porcentual de la edad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Entre 31 y 40 años	16	28,6	28,6	28,6
Entre 41 y 50 años	24	42,9	42,9	71,4
Entre 51 y 60 años	12	21,4	21,4	92,9
Más de 60 años	4	7,1	7,1	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 2. Distribución porcentual de la edad



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Al analizar la distribución porcentual de la edad de las personas que atendieron la encuesta, se pudo establecer que la mayoría presenta una edad entre 41 y 50 años, equivalente a 42,9% (24 personas); posteriormente, entre 31 y 40 años que es el 28,6% (16 personas), y entre 51 y 60 años que representa el 21,4% (12 personas), intervalos de edad que equivalen al 92,9%. Se establece entonces que el 71,5% de encuestados tienen una edad entre 31 y 50 años. El promedio de edad es de 45,91 años, siendo la edad mínima de 31 años y la máxima de 69 años.

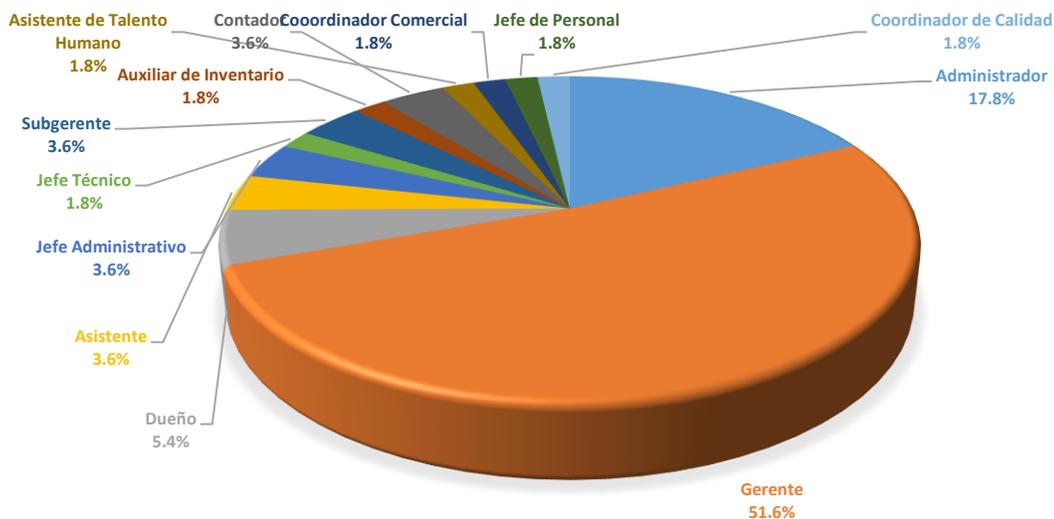
### 6.2.3 Distribución porcentual por cargo

Tabla 5. Distribución porcentual por cargo

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Administrador	10	17,9	17,9	17,9
Gerente	29	51,8	51,8	69,6
Dueño	3	5,4	5,4	75,0
Asistente	2	3,6	3,6	78,6
Jefe Administrativo	2	3,6	3,6	82,1
Jefe Técnico	1	1,8	1,8	83,9
Subgerente	2	3,6	3,6	87,5
Auxiliar de Inventario	1	1,8	1,8	89,3
Contador	2	3,6	3,6	92,9
Asistente de Talento Humano	1	1,8	1,8	94,6
Coordinador Comercial	1	1,8	1,8	96,4
Jefe de Personal	1	1,8	1,8	98,2
Coordinador de Calidad	1	1,8	1,8	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 3. Distribución porcentual por cargo



Fuente: Elaboración propia, 2019.

En cuanto al cargo de las personas que respondieron la encuesta, el 51,8% fueron los Gerentes, el 17,9% los Administradores, y el 5,4% los propietarios, los cuales representan el 75%. Así, el instrumento de diagnóstico, en su gran

mayoría fue diligenciado por los directivos de las empresas, por lo tanto, se espera una alta confiabilidad de los datos consignados.

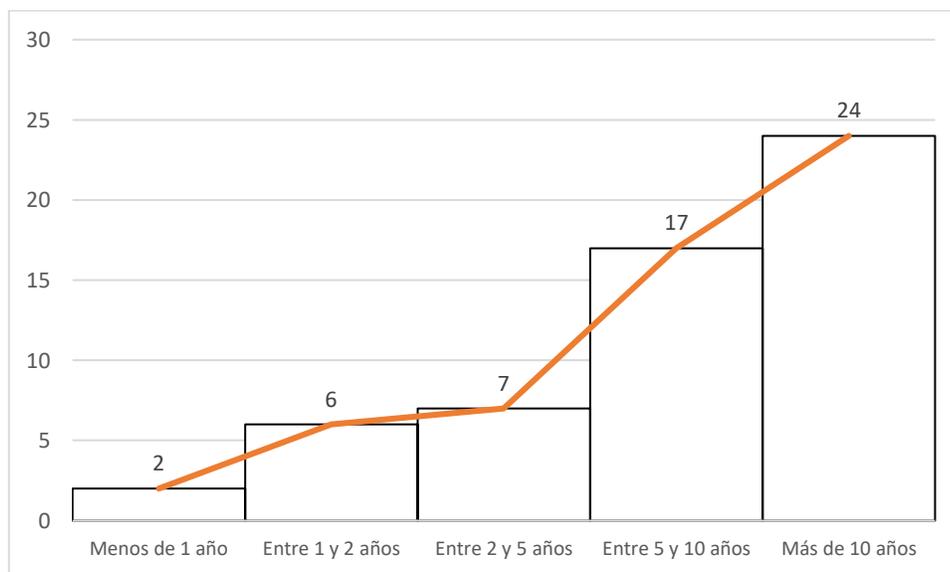
#### 6.2.4 Distribución porcentual - años en la empresa

Tabla 6. Distribución porcentual - años en la Pyme

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Menos de 1 año	2	3,6	3,6	3,6
Entre 1 y 2 años	6	10,7	10,7	14,3
Entre 2 y 5 años	7	12,5	12,5	26,8
Entre 5 y 10 años	17	30,4	30,4	57,1
Más de 10 años	24	42,9	42,9	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 4. Distribución porcentual - años en la Pyme



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 42,9% de encuestados lleva más de 10 años trabajando en la Pyme, seguidamente, el 30,4% entre 5 y 10 años, y el 12,5% entre 2 y 5 años, así, el 85,7% lleva entre 2 y más de 10 años vinculados a la organización.

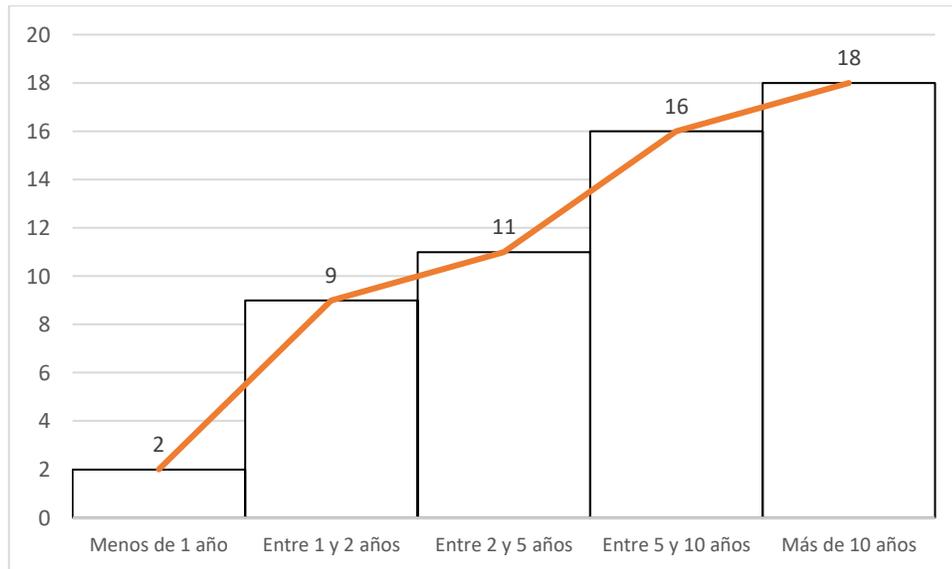
## 6.2.5 Distribución porcentual - años en el cargo

Tabla 7. Distribución porcentual Años en el cargo

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Menos de 1 año	2	3,6	3,6	3,6
Entre 1 y 2 años	9	16,1	16,1	19,6
Entre 2 y 5 años	11	19,6	19,6	39,3
Entre 5 y 10 años	16	28,6	28,6	67,9
Más de 10 años	18	32,1	32,1	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 5. Distribución porcentual - Años en el cargo



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Al definir los años que llevan en el cargo las personas que atendieron la encuesta, se encuentra que el 32,1% lleva más de 10 años, el 28,6% entre 5 y 10 años, y el 19,6% entre 2 y 5 años, los cuales representan el 80,3%. Se debe tener en cuenta que la mayoría ha ocupado el mismo cargo desde su ingreso a la organización.

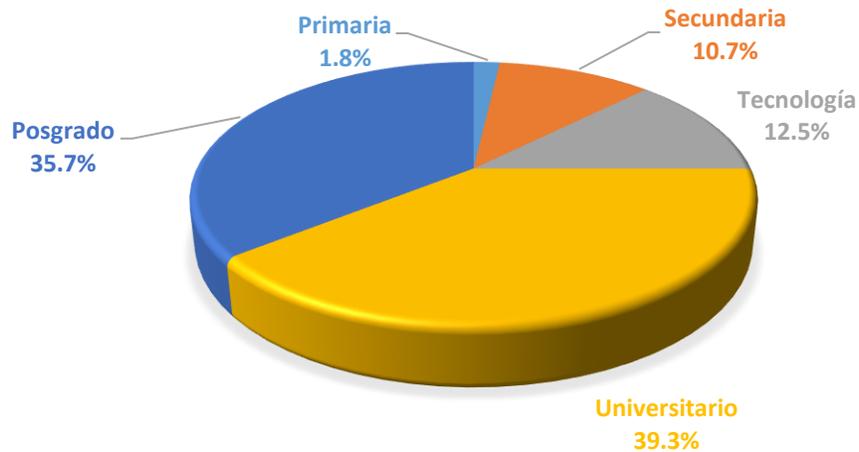
## 6.2.6 Distribución porcentual - nivel de estudios

Tabla 8. Distribución porcentual - nivel de estudios

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Primaria	1	1,8	1,8	1,8
Secundaria	6	10,7	10,7	12,5
Tecnología	7	12,5	12,5	25,0
Universitario	22	39,3	39,3	64,3
Posgrado	20	35,7	35,7	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 6. Distribución porcentual - nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia, 2019.

En cuanto al nivel de estudios de las personas que respondieron la encuesta, se tiene que el 39,3% han terminado sus estudios de pregrado, el 35,7% de posgrado, y el 12,5% de tecnología. De esta forma, el 87,5% de encuestados han cursado estudios superiores y ocupan generalmente un cargo directivo en la Pyme.

## 6.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

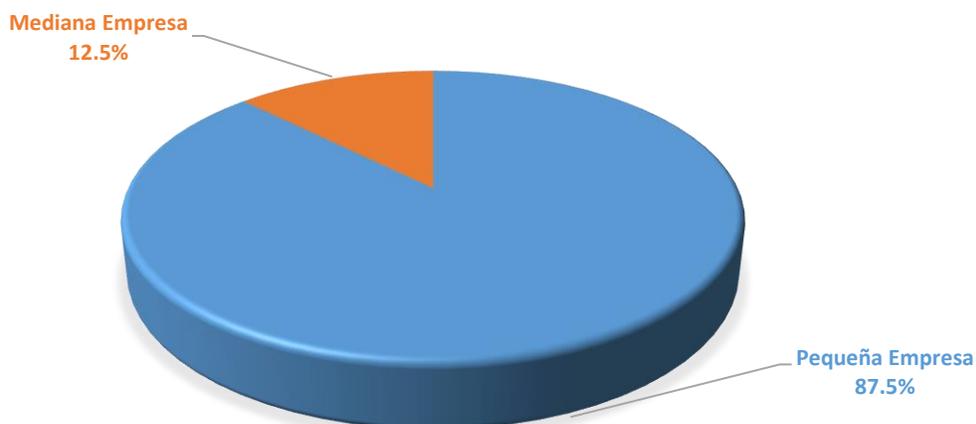
### 6.3.1 Tamaño de la Pyme

Tabla 9. Tamaño de la Pyme

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Pequeña Empresa	49	87,5	87,5	87,5
Mediana Empresa	7	12,5	12,5	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 7. Tamaño de la Pyme



Fuente: Elaboración propia, 2019.

De las empresas seleccionadas en la muestra, el 87,5% corresponden a pequeñas empresas, y el 12,5% a medianas empresas. Este resultado está acorde con el tejido empresarial de la ciudad de Popayán, en el que la mayoría de organizaciones son pequeñas, tanto en activos como en número de empleados.

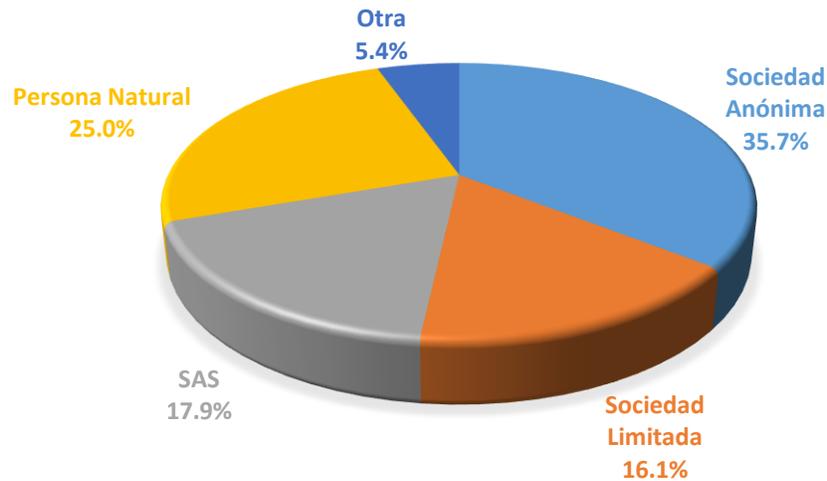
### 6.3.2 Naturaleza jurídica

Tabla 10. Naturaleza jurídica

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Sociedad Anónima	20	35,7	35,7	35,7
Sociedad Limitada	9	16,1	16,1	51,8
SAS	10	17,9	17,9	69,6
Persona Natural	14	25,0	25,0	94,6
Otra	3	5,4	5,4	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 8. Naturaleza jurídica



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Respecto a la naturaleza jurídica de las empresas objeto de estudio, el 35,7% son sociedades anónimas, el 25% personas naturales, y el 17,9% Sociedades Anónimas Simplificadas (SAS), las cuales representan el 78,6%. Así, se tiene que el 75% de organizaciones que constituyeron la muestra corresponde a sociedades y el 25% a personas naturales.

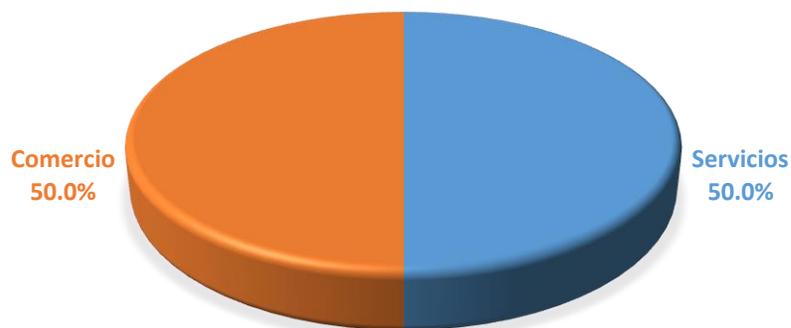
### 6.3.3 Sector al que pertenece la Pyme

Tabla 11. Sector de la Pyme

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Servicios	28	50,0	50,0	50,0
Comercio	28	50,0	50,0	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 9. Sector de la Pyme



Fuente: Elaboración propia, 2019.

De la muestra de 56 empresas, 28 organizaciones que equivalen al 50% pertenecen al sector servicios, y 28 negocios que son el 50% están en el sector comercial. Se seleccionó la muestra de esta forma para que haya igual representación de los dos sectores económicos más representativos en la región.

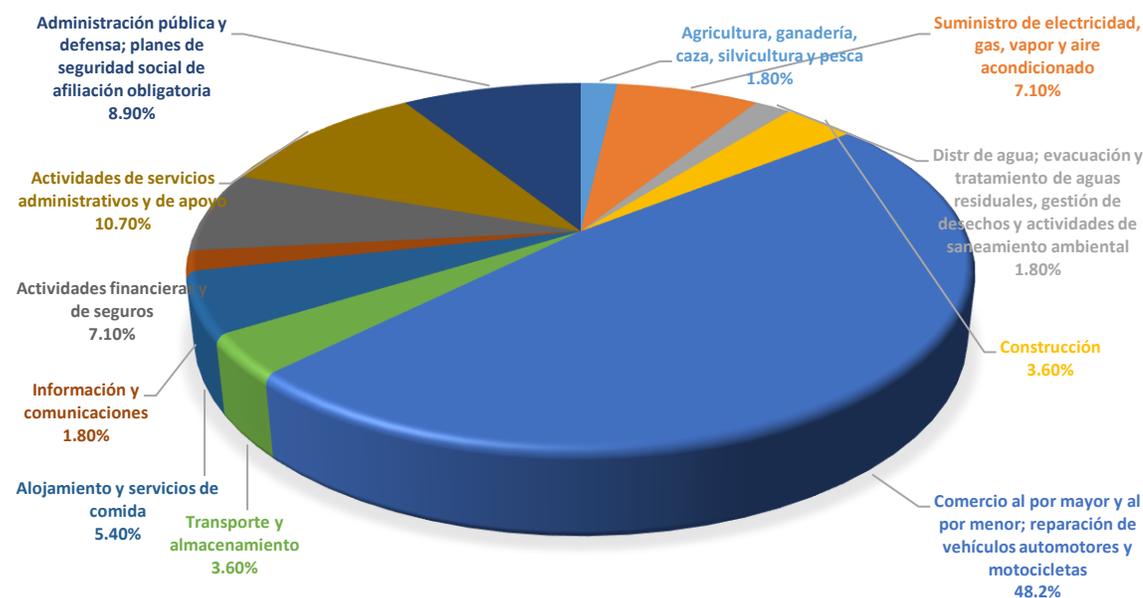
### 6.3.4 Actividad económica de las Pymes

Tabla 12. Actividad económica de las Pymes

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1	1,8	1,8	1,8
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	4	7,1	7,1	8,9
Distr de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	1	1,8	1,8	10,7
Construcción	2	3,6	3,6	14,3
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	27	48,2	48,2	62,5
Transporte y almacenamiento	2	3,6	3,6	66,1
Alojamiento y servicios de comida	3	5,4	5,4	71,4
Información y comunicaciones	1	1,8	1,8	73,2
Actividades financieras y de seguros	4	7,1	7,1	80,4
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	6	10,7	10,7	91,1
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	5	8,9	8,9	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 10. Actividad económica de las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

De las empresas encuestadas, el 48,2% se dedica al comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; el 10,7% a actividades de servicios administrativos y de apoyo, y el 8,9% a empresas de administración pública y defensa y planes de seguridad social de afiliación obligatoria, las cuales, constituyen el 67,8% del total de Pymes objeto de estudio.

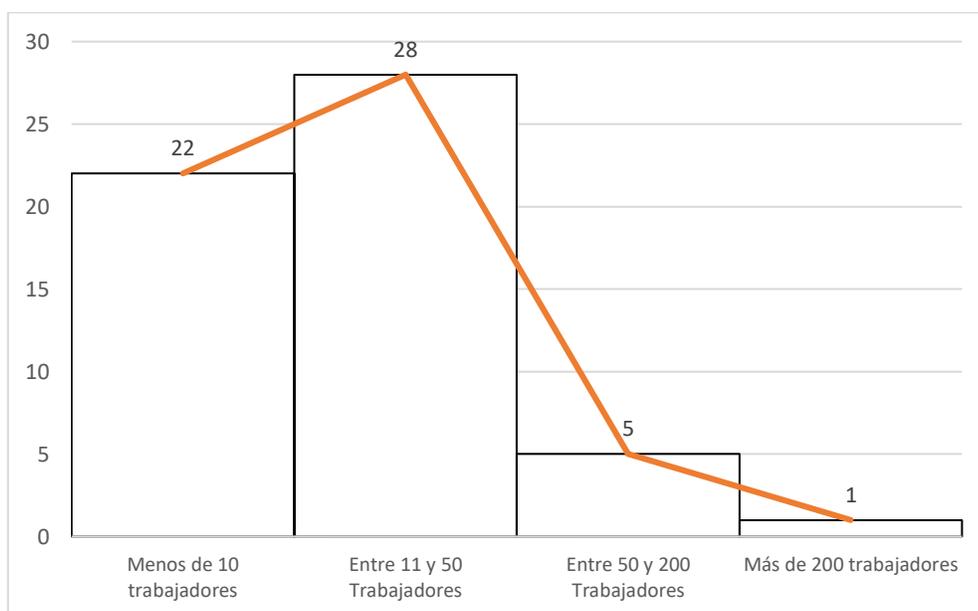
### 6.3.5 Cantidad de trabajadores de las Pymes

Tabla 13. Cantidad de trabajadores de las Pymes

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Menos de 10 trabajadores	22	39,3	39,3	39,3
Entre 11 y 50 Trabajadores	28	50,0	50,0	89,3
Entre 50 y 200 Trabajadores	5	8,9	8,9	98,2
Más de 200 trabajadores	1	1,8	1,8	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 11. Cantidad de trabajadores de las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 50% de Pymes tiene entre 11 y 50 Trabajadores, posteriormente, el 39,3% menos de 10 colaboradores, y el 8,9% entre 50 y 200, valores porcentuales que equivalen al 98,2% del total. De esta forma, la mayor parte de las empresas objeto de estudio son pequeñas estimando la cantidad de empleados vinculados.

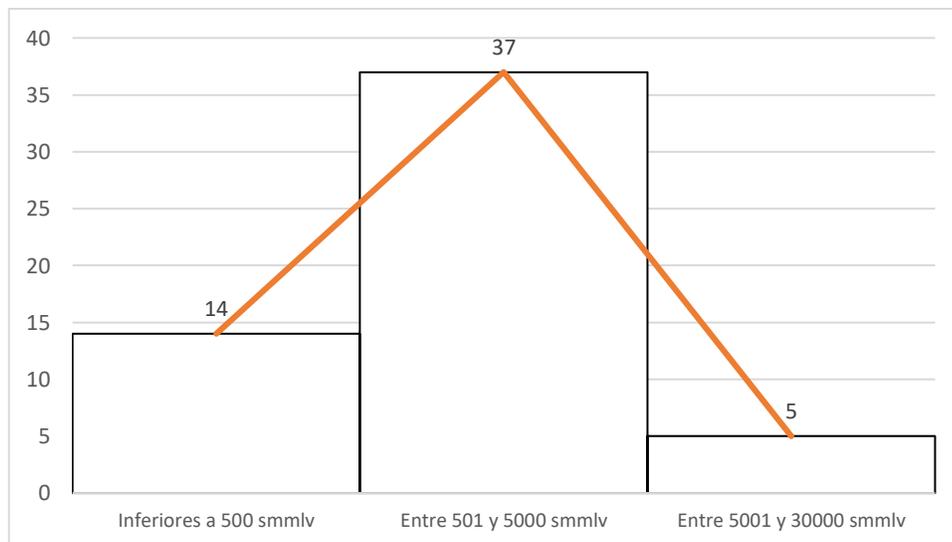
### 6.3.6 Activos de las Pymes

Tabla 14. Activos de las Pymes

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	F Relativa acumulada	F Relativa válida
Inferiores a 500 smmlv	14	25,0	25,0	25,0
Entre 501 y 5000 smmlv	37	66,1	66,1	91,1
Entre 5001 y 30000 smmlv	5	8,9	8,9	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 12. Activos de las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a los resultados de la encuesta a las Pymes, el 66,1% de organizaciones presenta activos entre 501 y 5000 salarios mínimos, el 25% inferior a 500 salarios mínimos, y el 8,9% entre 5001 y 30000 salarios mínimos. Así, la mayoría de empresas objeto de estudio son pequeñas.

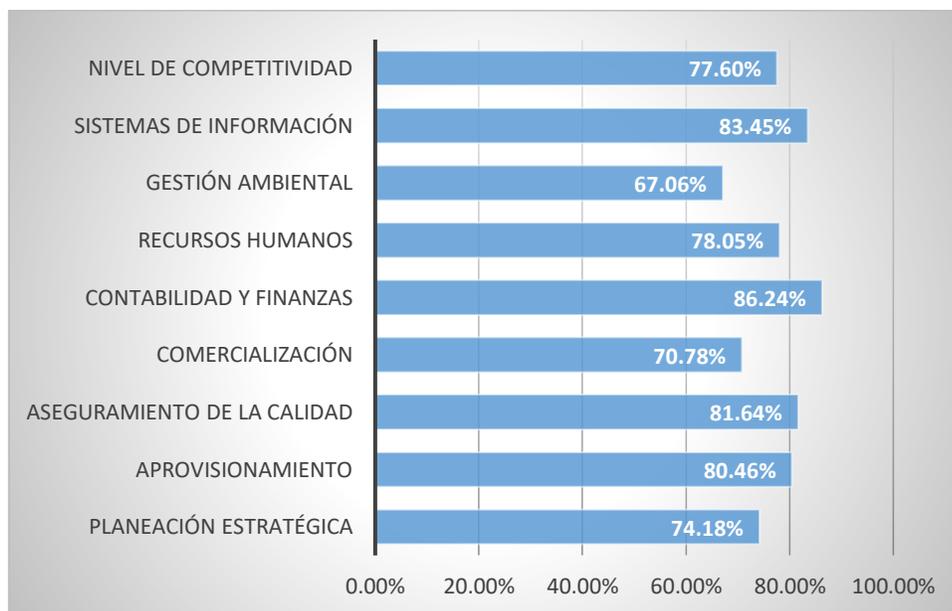
## 6.4 NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES

Para definir el nivel de competitividad de las Pymes de la ciudad de Popayán, se desarrolló un análisis estadístico e inferencial, el cual se muestra a continuación.

### 6.4.1 Competitividad de las Pymes

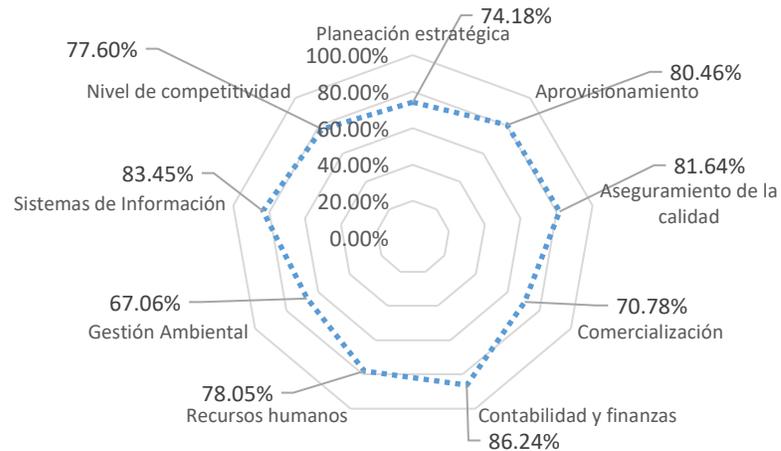
De acuerdo con los resultados de la encuesta a Pymes, se estableció un nivel de competitividad de 77,60%, para una calificación “Buena”. La competitividad y la calificación de cada uno de los aspectos evaluados de acuerdo a la metodología del BID se muestra a continuación:

Gráfico 13. Competitividad de las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 14. Competitividad por áreas



Fuente: Elaboración propia, 2019.

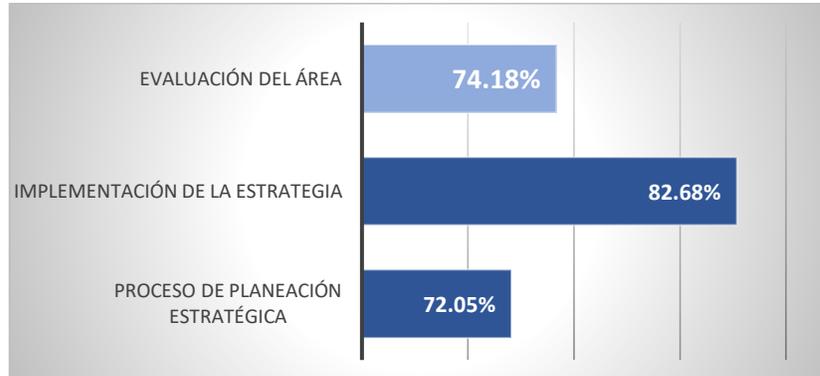
De acuerdo con el Gráfico 14, el área con mayor nivel de competitividad es la Contabilidad y finanzas con 86,24%, posteriormente, los Sistemas de Información con 83,45% y el Aseguramiento de la calidad con 81,64%, que fueron calificados como “Excelentes”. Mientras que, los aspectos que tuvieron menos puntaje fueron la Gestión ambiental con 67,06%, la Comercialización con 70,78%, y la Planeación Estratégica con 74,18%, variables que presentan una calificación “Buena”. Estos resultados muestran que las empresas enfocan su gestión en aspectos administrativos como la Contabilidad y finanzas y los Sistemas de información para contar con datos confiables y oportunos, e igualmente enfatizan en la calidad de los productos y servicios.

#### 6.4.2 Resultados por áreas

En el Mapa de competitividad del BID se analizan ocho áreas claves, el grado de cumplimiento de cada una se analiza a continuación.

### 6.4.2.1 Planeación estratégica

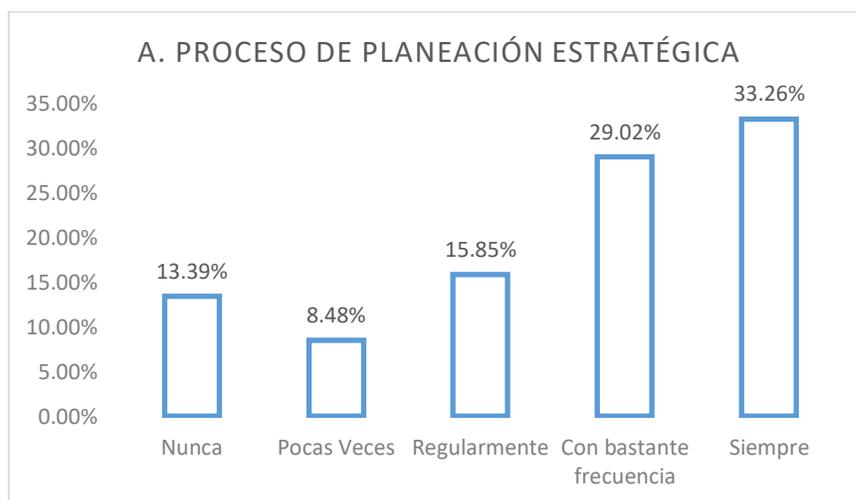
Gráfico 15. Competitividad de las Pymes según Planeación estratégica



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Según el gráfico 15, el 72,05% de las Pymes desarrollan procesos de planeación estratégica, que se ejecuta o implementa en un 82,68%. Así, la mayoría de empresas utilizan este instrumento para la realización de procesos de toma de decisiones, en los cuales, emplean generalmente las matrices Dofa, Evaluación de Factores Internos (EFI), y Evaluación de Factores Externos (EFE).

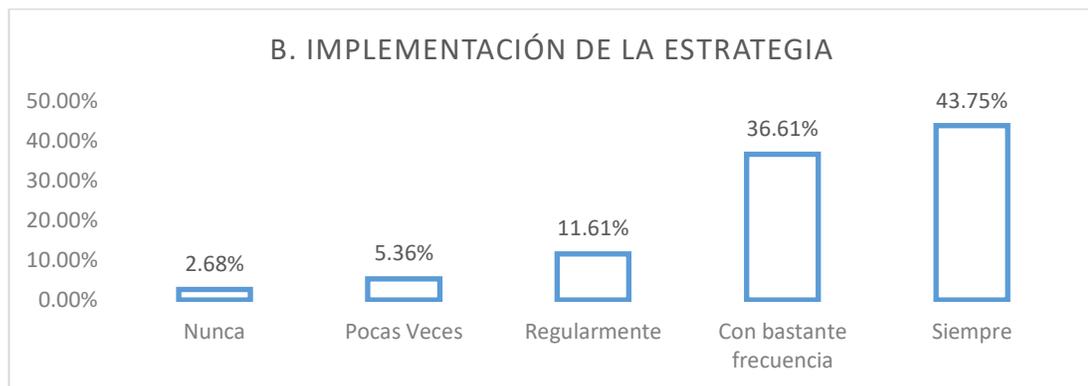
Gráfico 16. Procesos de Planeación Estratégica en las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 33,26% de empresas “Siempre” efectúan procesos de planeación estratégica, el 29,02% “Con bastante frecuencia”, y el 15,85% “Regularmente”. Esto indica que la mayoría de las Pymes (78,13%) desarrollan este tipo de procesos y los incorporan a su modelo de negocios, aspecto importante para el logro de la competitividad (Ver Gráfico 16).

Gráfico 17. Implementación de la estrategia

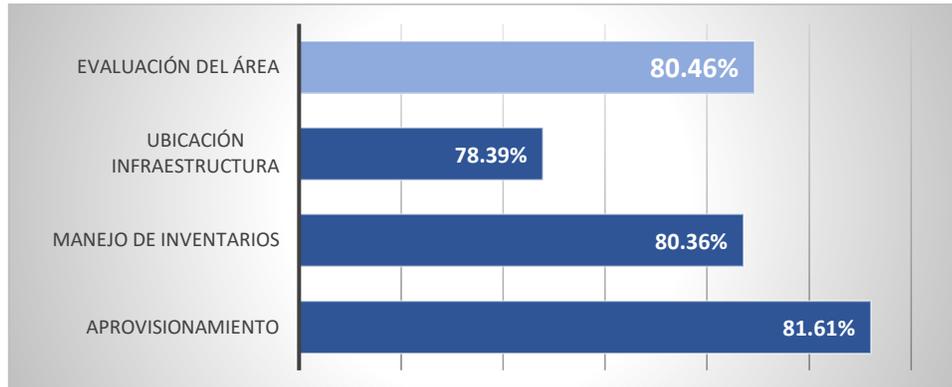


Fuente: Elaboración propia, 2019.

De acuerdo con el Gráfico 17, la mayoría de Pymes implementan “Siempre” las estrategias como resultado de un Proceso de Planeación Estratégica (43,75%), el 36,61% las ejecutan “Con bastante frecuencia” y el 11,61% “Regularmente”, valores porcentuales que representan el 91,97% del total. Esto indica que, las Pymes llevan a cabo las estrategias propuestas como consecuencia de un proceso de planeación estratégica.

### 6.4.2.2 Aprovechamiento

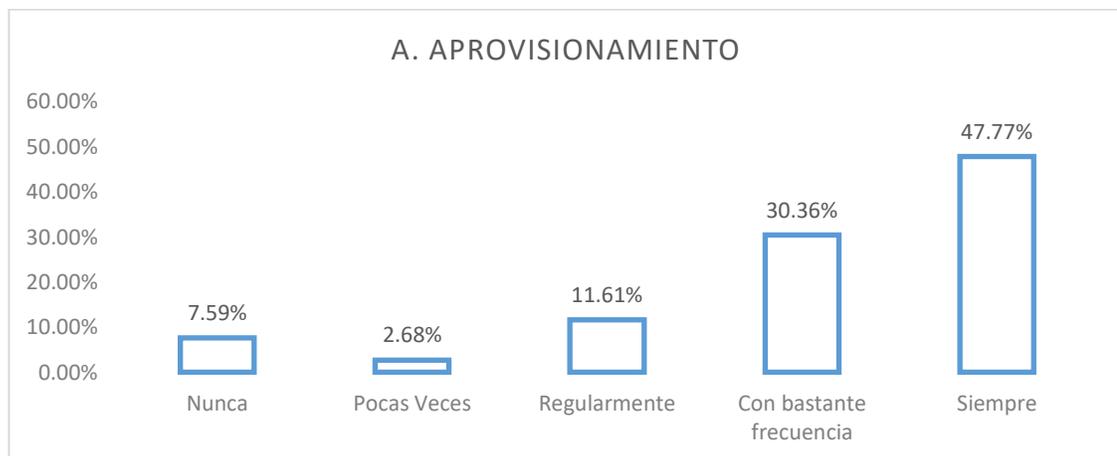
Gráfico 18. Desarrollo de procesos de aprovisionamiento de las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Teniendo en cuenta el Gráfico 18, el 80,46% de las Pymes desarrollan Aprovisionamiento, en donde, el 81,61% tienen establecidos este tipo de procesos, el 80,36% efectúa un manejo de inventarios, y el 78,39% presenta una ubicación de infraestructura adecuada para aprovisionarse de mercancías e insumos. Este factor es importante para las empresas dado que la eficiencia en este tipo de procesos garantiza el mantenimiento de una buena posición competitiva.

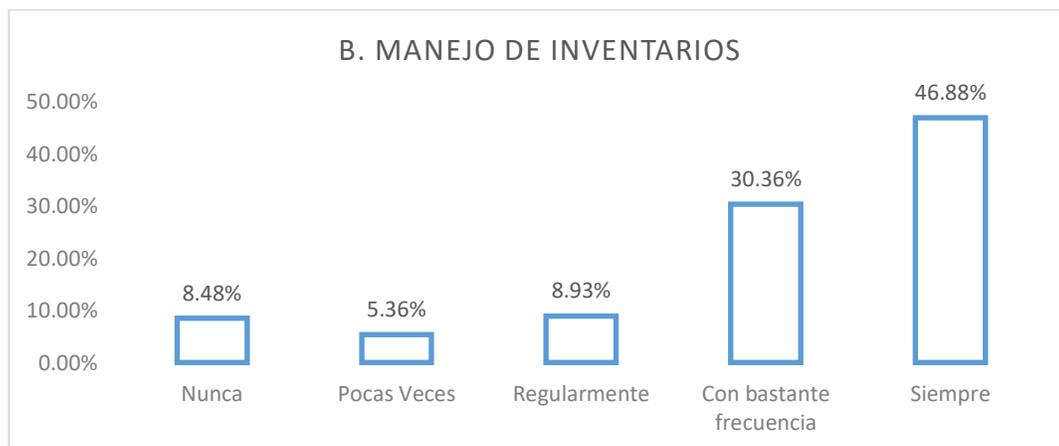
Gráfico 19. Labores de aprovisionamiento de las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

En cuanto a la frecuencia con que las Pymes efectúan labores de aprovisionamiento, el 47,77% “Siempre” las realizan, el 30,36% las implementan “Con bastante frecuencia”, y el 11,61% “Regularmente”. Así, la mayoría de Pymes, en este caso, el 89,74% de empresas realizan estos procesos, lo que les garantiza una adecuada posición competitiva (Ver Gráfico 19).

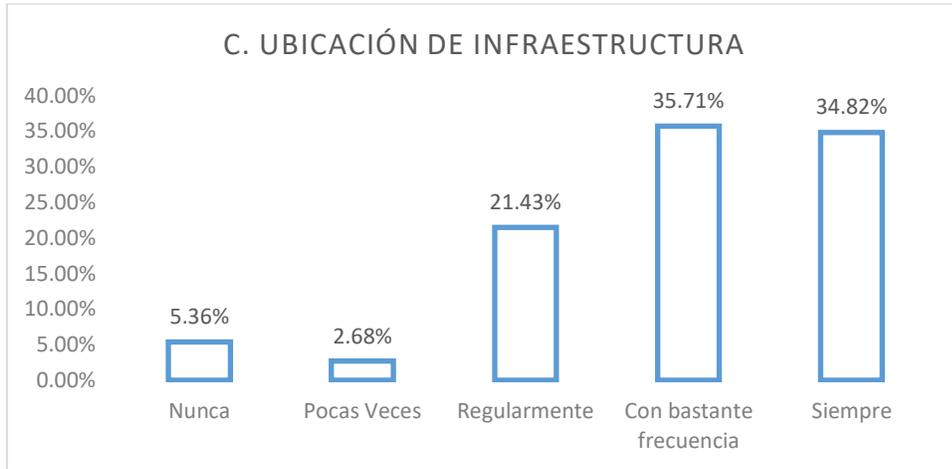
Gráfico 20. Manejo de inventarios



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Respecto al manejo de inventarios, el 46,88% de Pymes “Siempre” desarrolla este tipo de procesos, el 30,36% los realiza “Con bastante frecuencia” y el 8,93% “Regularmente”, los cuales, representan el 86,17% del total. De esta forma, la gestión de inventarios representa un aspecto esencial para la competitividad y las empresas que lo administran de forma eficiente presentan un mayor nivel competitivo (Ver gráfico 20).

Gráfico 21. Ubicación de infraestructura

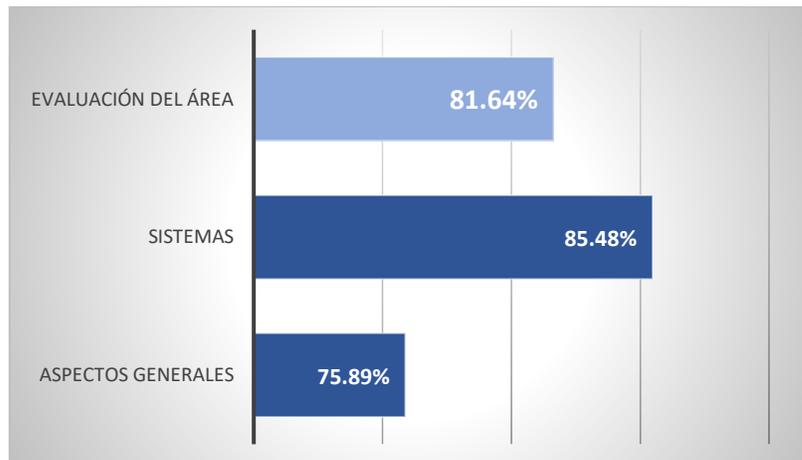


Fuente: Elaboración propia, 2019.

En lo referente a la ubicación de la infraestructura, el 35,71% presenta una localización adecuada para aprovisionarse “Con bastante frecuencia”, el 34,82% “Siempre”, y el 21,43% “Regularmente”. Así, la mayoría de Pymes ha dispuesto una ubicación estratégica para efectuar labores de aprovisionamiento (Ver gráfico 21).

### 6.4.2.3 Aseguramiento de la calidad

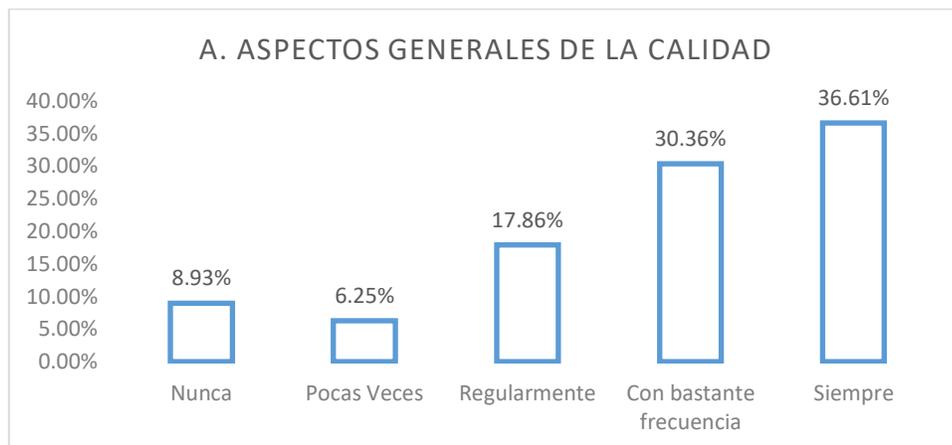
Gráfico 22. Aseguramiento de la calidad



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Considerando el Gráfico 22, se puede establecer que el 81,64% de Pymes realizan procesos relacionados con el Aseguramiento de la calidad, en donde, el 75,89% observa aspectos generales relacionados con este tema, y el 85,48% dispone de sistemas para garantizar la calidad de sus productos y servicios.

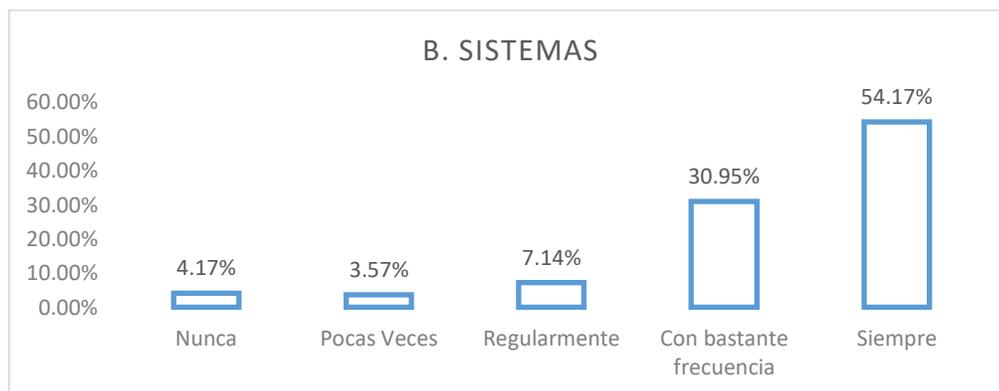
Gráfico 23. Pymes que tienen en cuentas aspectos generales de la calidad



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 36,61% de Pymes, “siempre” tienen en cuenta Aspectos generales de la calidad en sus procesos, el 30,36% “Con bastante frecuencia”, y el 17,86% “Regularmente”. En este sentido, el 84,83% de empresas han incorporado estos aspectos en el desarrollo de sus procesos operativos (Ver gráfico 23).

Gráfico 24. Utilización de sistemas para el aseguramiento de la calidad

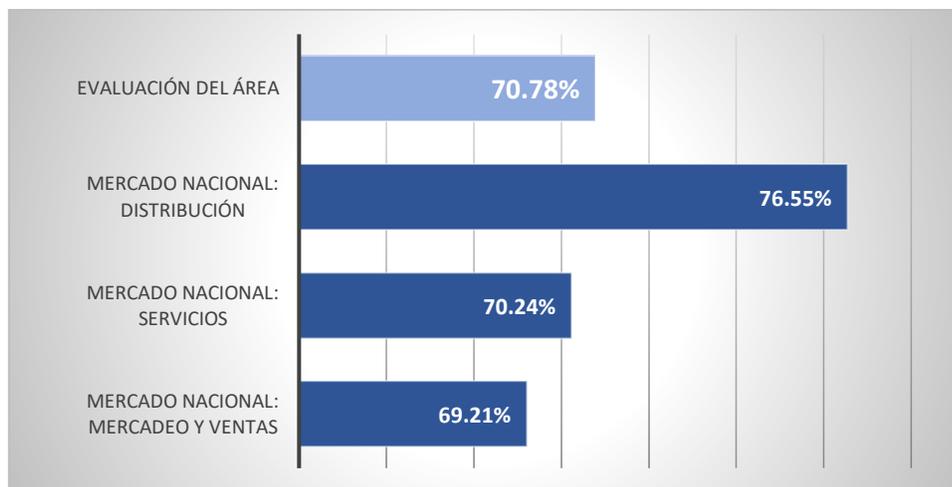


Fuente: Elaboración propia, 2019.

En el Gráfico 24, se observa que el 54,17% de Pymes “Siempre” emplea sistemas para el aseguramiento de la calidad, el 30,95% “Con bastante frecuencia” y el 7,14% “Regularmente”, aspectos que representan el 92,26%. Por lo tanto, la mayoría de empresas objeto de estudio emplean sistemas para asegurar la calidad de productos y servicios.

#### 6.4.2.4 Comercialización

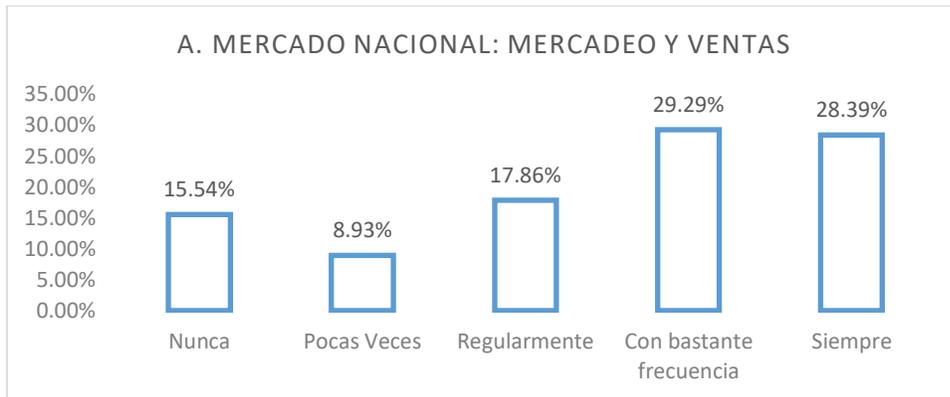
Gráfico 25. Comercialización



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Las Pymes presentan un índice de 70,78% respecto a la comercialización, en donde, el 69,61% efectúa labores de mercadeo y ventas en el país, el 70,24% presta servicios a nivel nacional, y el 76,55% operaciones de distribución en Colombia (Ver Gráfico 25).

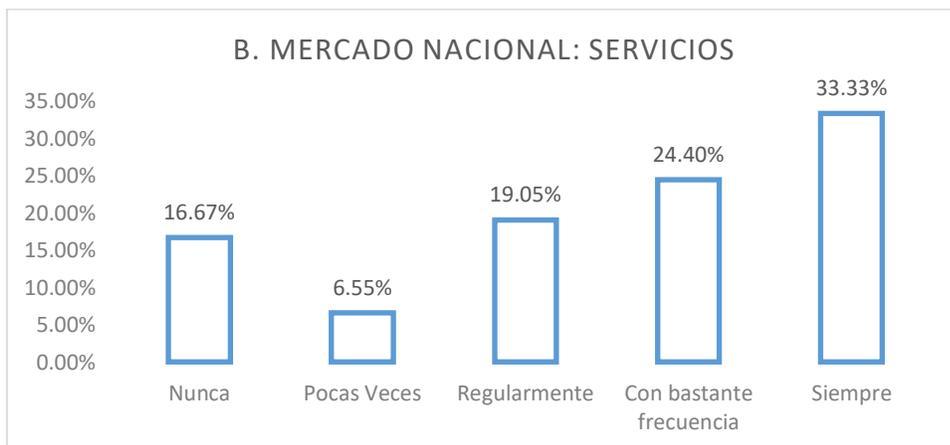
Gráfico 26. Mercado nacional: Mercadeo y ventas



Fuente: Elaboración propia, 2019.

De acuerdo al Gráfico 26, el 29,29% de Pymes efectúa operaciones de mercadeo y ventas “Con bastante frecuencia”, el 28,39% “Siempre”, y el 17,86% “Regularmente”, así, el 75,54% de empresas presentan un alto índice de competitividad en sus labores de marketing y ventas a nivel nacional.

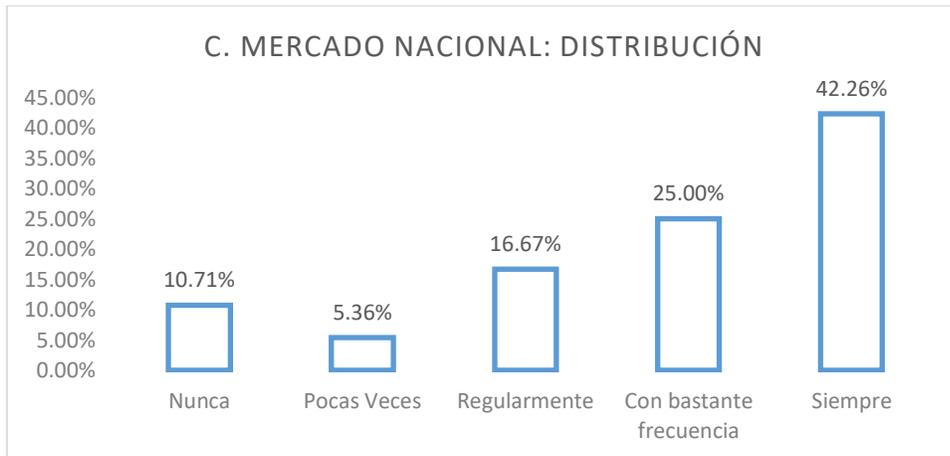
Gráfico 27. Mercado nacional: Servicios



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 33,33% de Pymes “Siempre” prestan servicios a nivel nacional, el 24,40% “Con bastante frecuencia”, y el 19,05% “Regularmente”, los cuales, representan el 76,78%. En este sentido, la mayoría de empresas son competitivas en la prestación de servicios en Colombia (Ver gráfica 27).

Grafico 28. Mercado nacional: Distribución

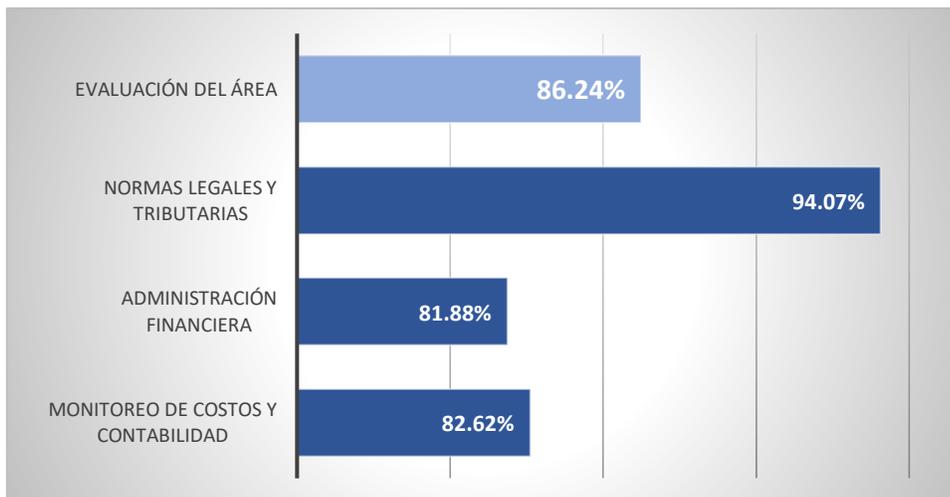


Fuente: Elaboración propia, 2019.

En lo que respecta a los procesos de distribución realizados por las Pymes, el 42,26% “Siempre” desarrollan esta actividad, el 25% “Con bastante frecuencia”, y el 16,67% “Regularmente”. Se tiene entonces que la mayoría de organizaciones son competitivas al efectuar este tipo de operaciones (83,93%) (Ver gráfico 28).

#### 6.4.2.5 Contabilidad y finanzas

Gráfico 29. Procesos de contabilidad y finanzas



Fuente: Elaboración propia, 2019.

La contabilidad y finanzas es el área con mayor calificación, razón por la cual, es la variable que más influye en la competitividad de las empresas, en este caso, se obtuvo una calificación de 86,24%. En donde, el 94,07% de Pymes tiene en cuenta las normas legales y tributarias, el 81,88% desarrolla procesos de administración financiera y el 83,62% Monitoreo de Costos y contabilidad. De acuerdo a estos resultados, se tiene que la mayoría de empresas son competitivas en su gestión contable financiera, a través de la obtención de información útil y oportuna que se adecua a los requerimientos legales.

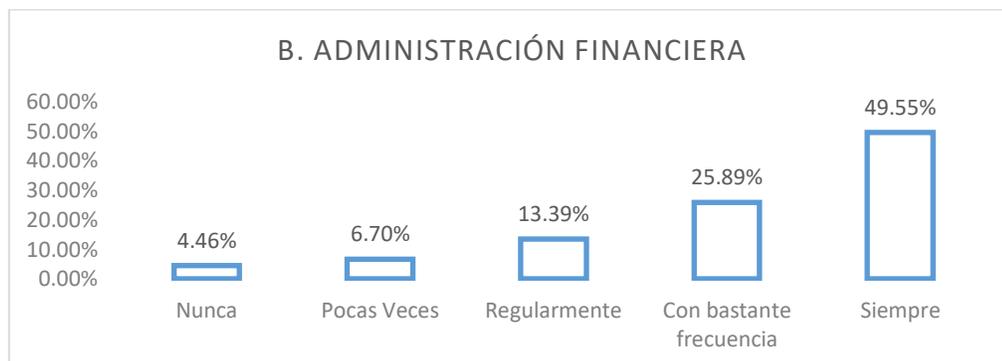
Gráfico 30. Monitoreo de costos y contabilidad



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 52,38% de empresas “Siempre” desarrolla procesos de Monitoreo de costos y contabilidad, el 26,49% los realiza “Con bastante frecuencia”, y el 9,23% “Regularmente”. De esta forma, el 88,1% de organizaciones considera este tipo de procesos para lograr su eficiencia en su gestión administrativa.

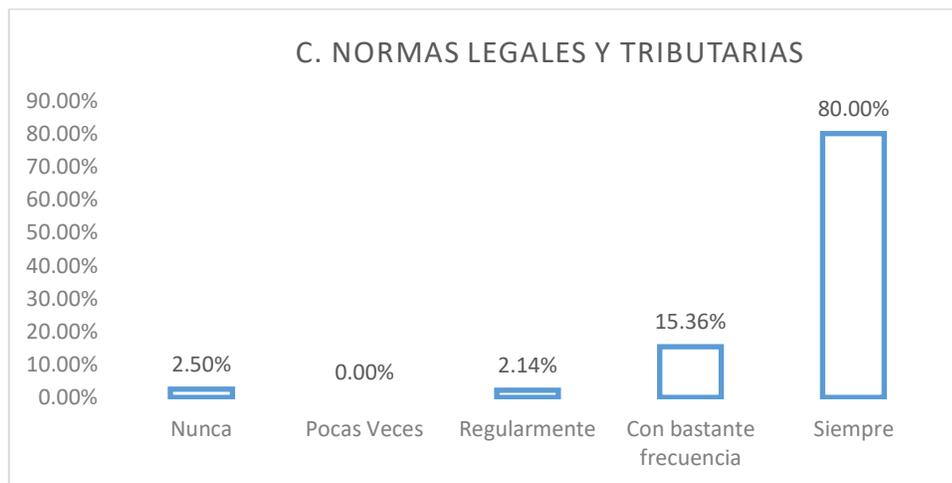
Gráfico 31. Administración financiera



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Según el Gráfico 31, el 49,55% de Pymes “Siempre” desarrolla procesos de Administración financiera, el 25,89% los realiza “Con bastante frecuencia”, y el 13,39% “Regularmente”, de acuerdo a estos valores porcentuales, el 88,83% de organizaciones utiliza las finanzas como instrumento para el logro de la competitividad.

Gráfico 32. Normas legales y tributarias

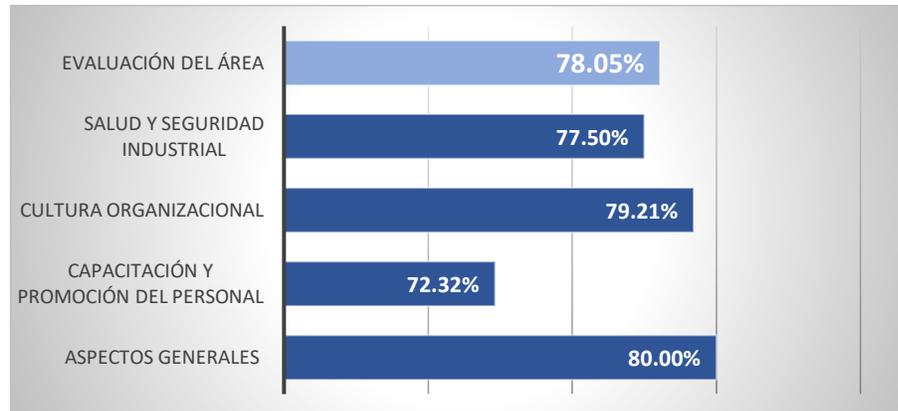


Fuente: Elaboración propia, 2019.

En cuanto al cumplimiento de la normativa legal, el 80% de empresas “Siempre” la considera, el 15,36% “Con bastante frecuencia”, y el 2,5% “Nunca”. Se tiene entonces que el 97,5% de empresas desarrolla sus operaciones contables y financieras de acuerdo a la normativa vigente, aspecto esencial para evitar posibles sanciones y garantizar la competitividad organizacional (Ver gráfico 32).

### 6.4.2.6 Recursos humanos

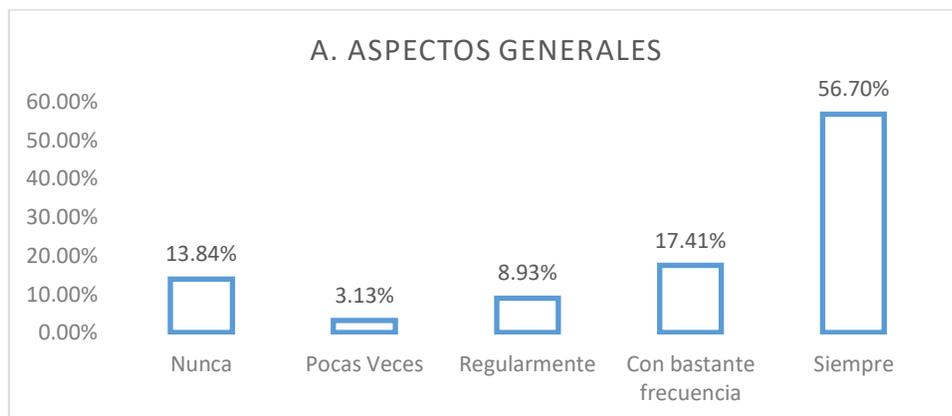
Gráfico 33. Gestión de Recursos humanos



Fuente: Elaboración propia, 2019.

La gestión de recursos humanos de las Pymes presenta un índice de competitividad de 78,05%, dentro de la cual, el 80% de organizaciones tiene en cuenta los aspectos generales de la gestión de capital humano, el 72,32% realiza procesos de capacitación y promoción de personal, el 79,21% ha estructurado una cultura organizacional, y el 77,50% presenta sistemas de salud y seguridad industrial (Ver gráfica 33).

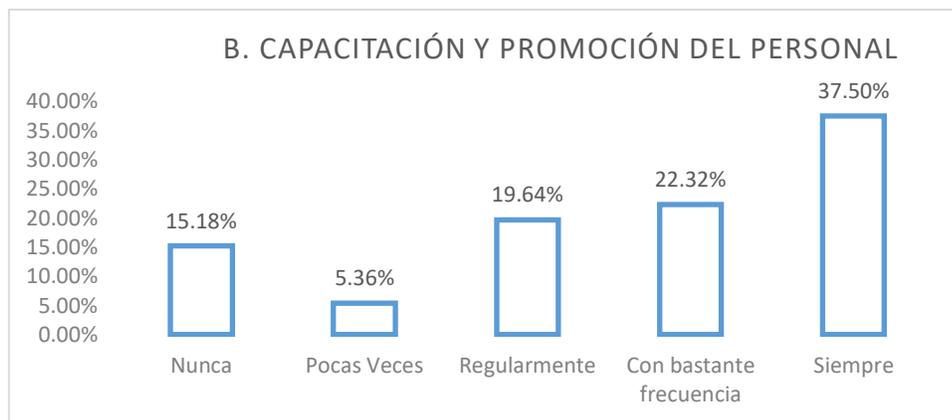
Gráfico 34. Aspectos generales de Recursos humanos



Fuente: Elaboración propia, 2019.

De acuerdo al Gráfico 34, el 56,70% de empresas “Siempre” tienen en cuenta los aspectos generales de la gestión de Recursos humanos, el 17,41% “Con bastante frecuencia”, y el 13,84% “Nunca”. Así, el 83,04% de organizaciones considera este tipo de consideraciones al estructurar su estrategia de administración de personal.

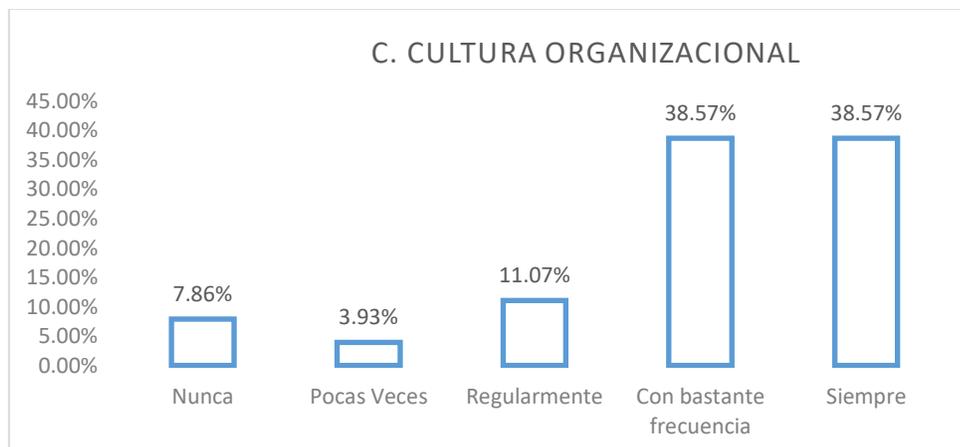
Gráfico 35. Capacitación y promoción de personal



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 37,5% de Pymes “Siempre” realizan procesos de Capacitación y promoción del personal, el 22,32% “Con bastante frecuencia”, y el 19,64% “Regularmente”, de esta forma, el 79,46% de Pymes efectúan este tipo de procesos que contribuyen a la competitividad de los negocios (Ver gráfico 35).

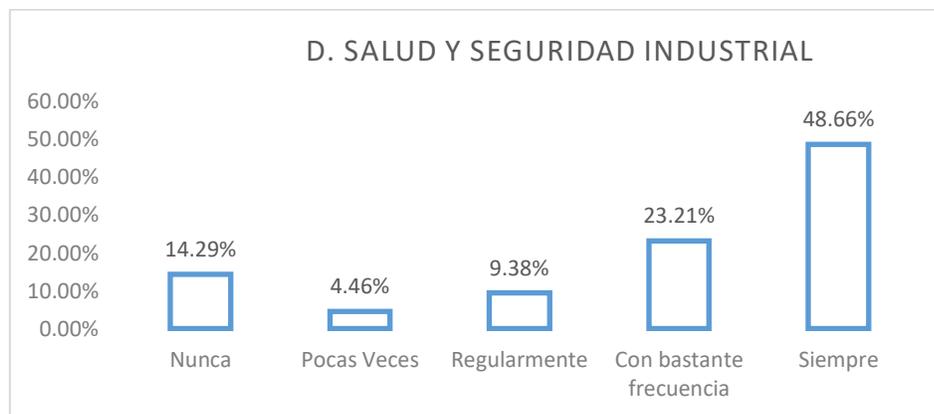
Gráfico 36. Cultura organizacional



Fuente: Elaboración propia, 2019.

En cuanto a la cultura organizacional, el 38,57% de empresas “Siempre” se ha preocupado por este aspecto como estrategia para ser competitivas, el 38,57% lo ha hecho “Con bastante frecuencia”, y el 11,07% “Regularmente”. De esta forma, la mayoría de Pymes, en este caso, el 88,21% ha enfatizado en este factor para potenciar a su talento humano para ser más productivas y competitivas.

Gráfico 37. Salud y seguridad industrial

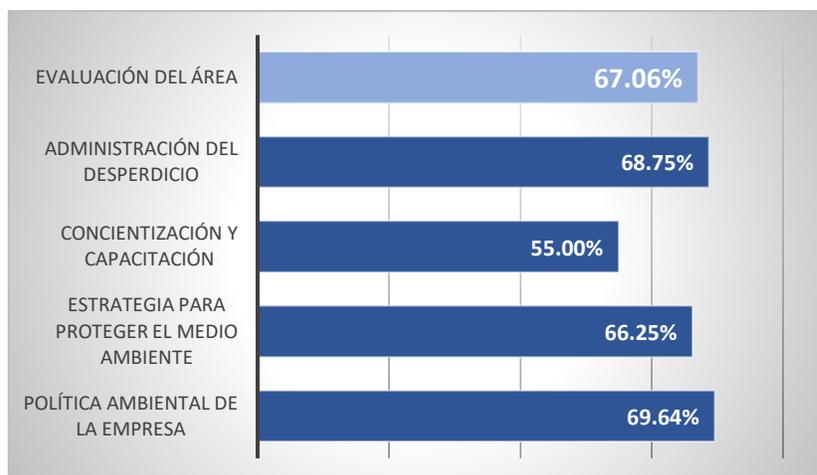


Fuente: Elaboración propia, 2019.

En el Gráfico 37, se observa que el 48,66% de Pymes “Siempre” desarrollan procesos de Salud y Seguridad Industrial, el 23,21% los realizan “Con bastante frecuencia”, y el 14,29% “Nunca”. Así, el 81,25% de organizaciones han implementado procesos de salud y seguridad industrial, a través de los cuales han logrado altos niveles de competitividad.

### 6.4.2.7 Gestión ambiental

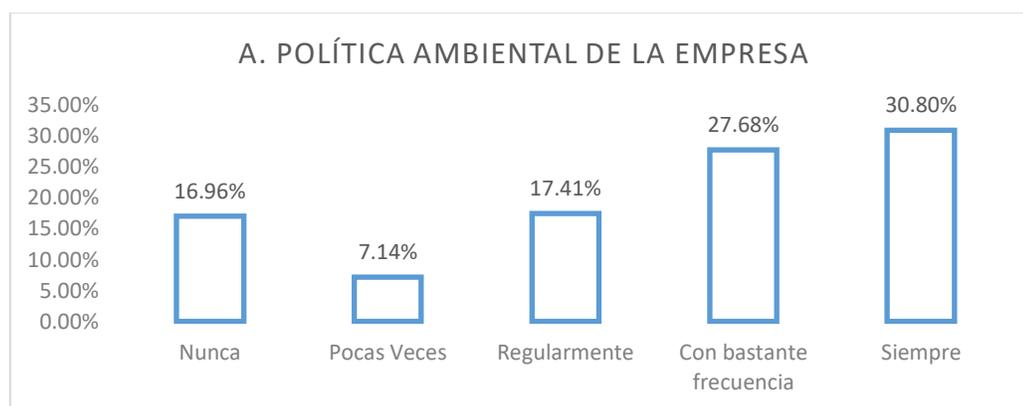
Gráfico 38. Gestión ambiental de las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Los procesos de Gestión ambiental realizados por las Pymes obtuvieron un puntaje de 67,06%, en donde, el 69,64% han implementado una política ambiental, el 68,75% han realizado una administración del desperdicio, el 66,25% ha diseñado y ejecutado una estrategia para proteger al medio ambiente, y el 55% ha realizado actividades de concientización y capacitación. Para la mayoría de organizaciones la administración del ambiente de influencia es una variable importante, de la cual depende la competitividad de las organizaciones (Ver gráfico 38).

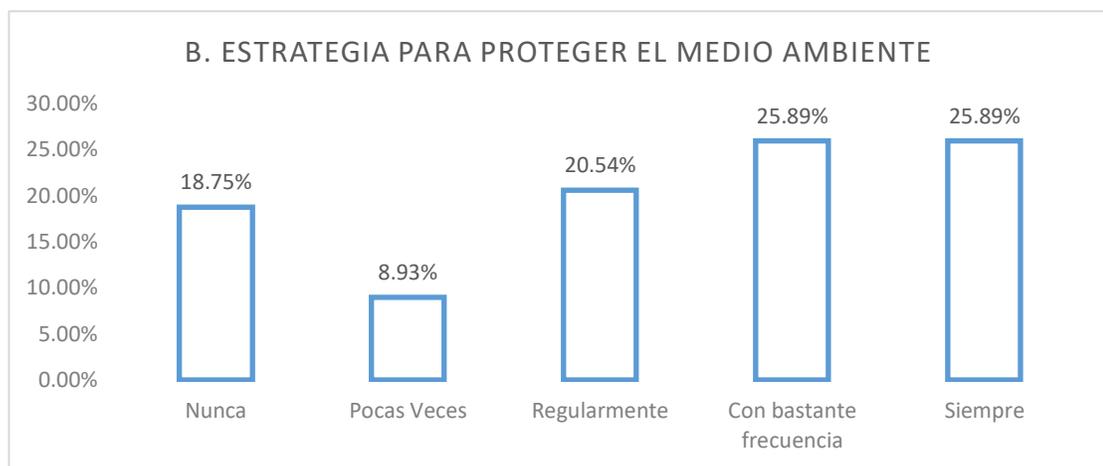
Gráfico 39. Política ambiental de las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 30,80% de empresas “Siempre” han diseñado e implementado una Política ambiental, el 27,68% lo ha hecho “Con Bastante frecuencia”, y el 17,41% “Regularmente”, de esta forma, el 75,89% de Pymes se ha preocupado por implementar una política de este tipo que proteja al medio ambiente y la naturaleza (Ver gráfico 39).

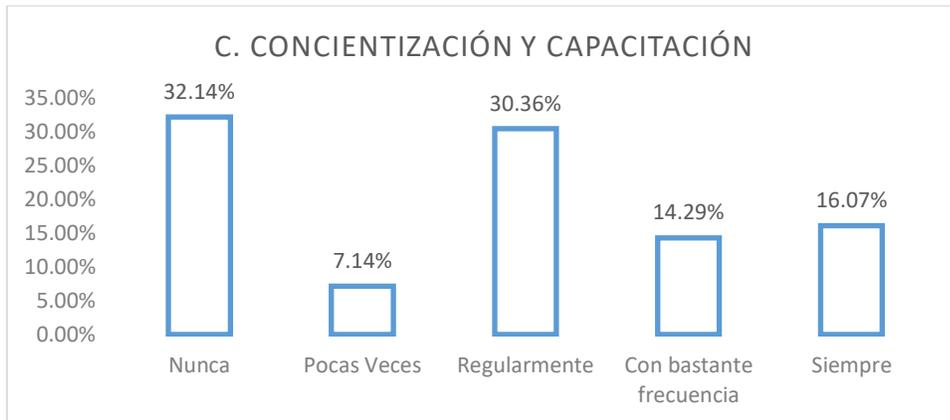
Gráfico 40. Estrategia para proteger al medio ambiente



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Según el Gráfico 40, el 25,89% de Pymes “Siempre” han diseñado e implementado una estrategia para proteger al medio ambiente, el 25,89% “Con bastante frecuencia”, y el 20,54% “Regularmente”. Así, el 72,32% de organizaciones han implementado este tipo de estrategia para mejorar sus niveles de competitividad.

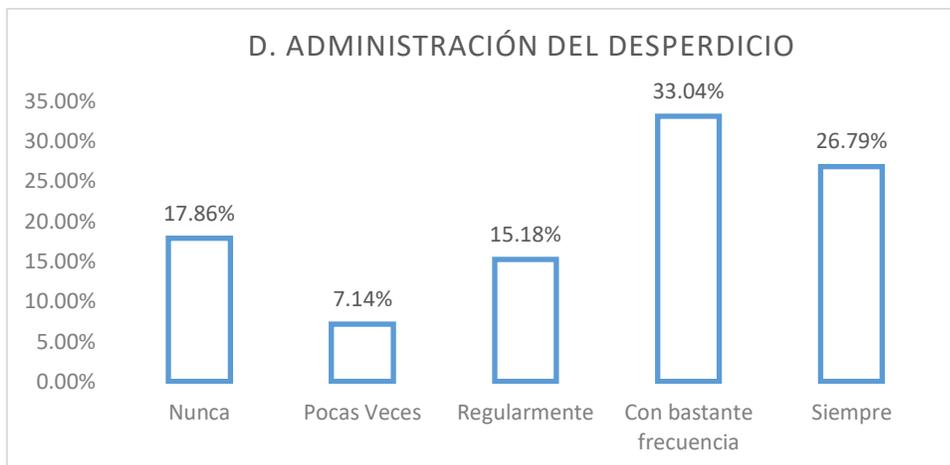
Gráfico 41. Concientización y capacitación



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Respecto a la concientización y capacitación ambiental, el 32,14% de Pymes “Nunca” ha implementado este tipo de actividades, el 30,36% “Regularmente”, y el 16,07% “Siempre. Se tiene entonces que, el 60,72% de empresas ha desarrollado este aspecto en su talento humano, con el propósito de realizar procesos que vayan acorde con la preservación del ambiente y los recursos naturales (Ver gráfico 41).

Gráfico 42. Administración del desperdicio

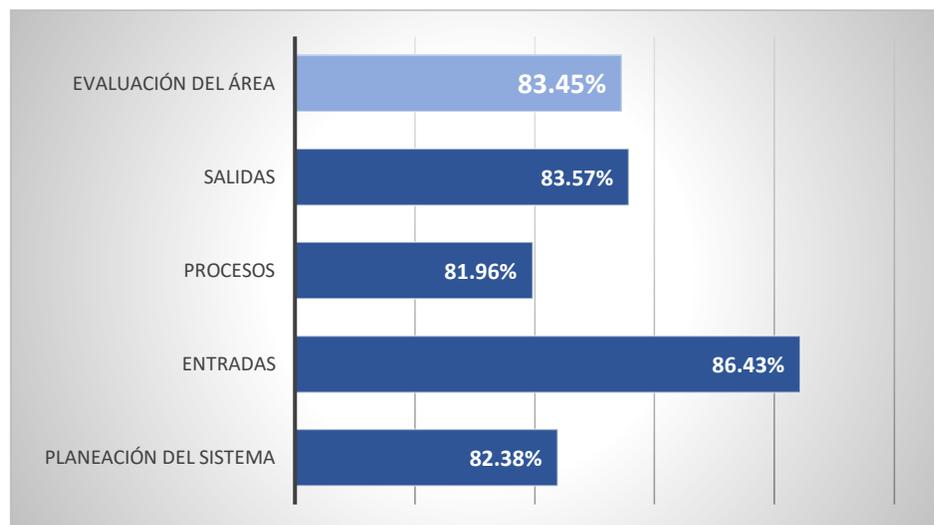


Fuente: Elaboración propia, 2019.

En lo que se refiere a la administración del desperdicio, el 33,04% lo realiza “Con bastante frecuencia”, el 26,79% “Siempre”, y el 17,86% “Nunca”. Así, el 75,01% de Pymes hacen este tipo de gestión. La mayoría de empresas, especialmente las comerciales desarrollan procesos relacionados con este aspecto.

#### 6.4.2.8 Sistemas de información

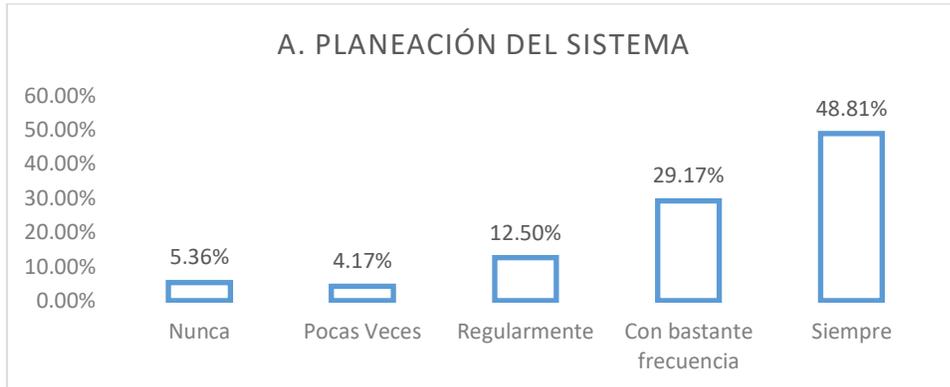
Gráfico 43. Sistemas de información de las Pymes



Fuente: Elaboración propia, 2019.

De acuerdo al gráfico 43, la calificación de la gestión de los Sistemas de información es de 83,45%, que es una de las áreas de competitividad de mayor puntaje. La gestión en cuanto a las entradas de información presenta una calificación de 86,43%, la administración de las salidas obtuvo un puntaje de 83,57%, y la planeación del sistema y los procesos el 82,38% y el 81,96% respectivamente.

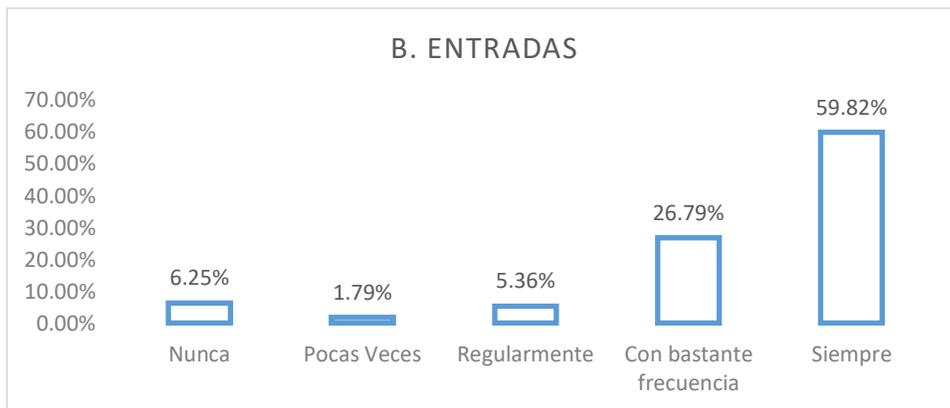
Gráfico 44. Planeación del sistema



Fuente: Elaboración propia, 2019.

En cuanto a la Planeación de los sistemas de información, el 48,81% de Pymes “Siempre” realiza este tipo de actividad, el 29,17% lo hace “Con bastante frecuencia”, y el 12,5% “Regularmente”. De esta forma, el 90,48% de organizaciones se enfoca en planear este tipo de sistemas, como factor fundamental para garantizar la competitividad empresarial (Ver gráfico 44).

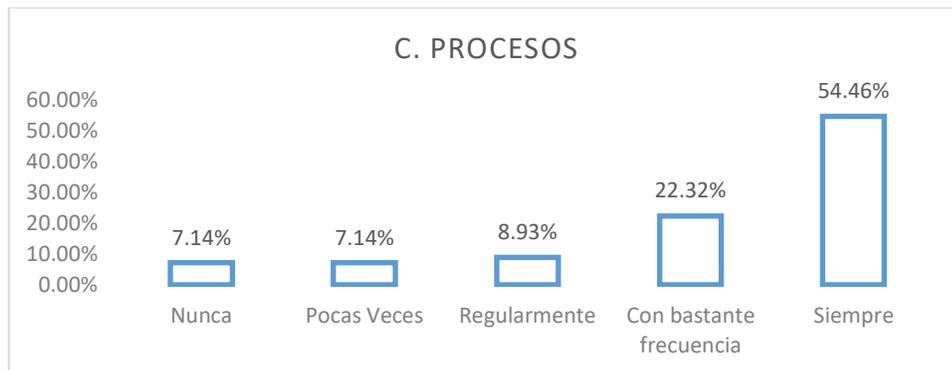
Gráfico 45. Entradas del sistema



Fuente: Elaboración propia, 2019.

En lo que respecta a la gestión de las entradas de los sistemas de información, el 59,82% de empresas “Siempre” enfatiza en esta actividad, el 26,79% lo hace con “Bastante frecuencia”, y el 6,25% “Nunca”. Se tiene entonces que, 91,97% de Pymes coloca especial atención en los inputs que alimentan este tipo de sistemas como elemento importante de competitividad.

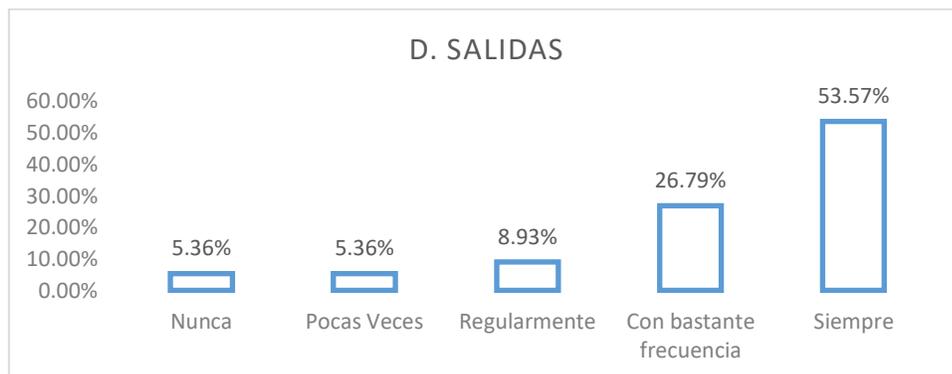
Grafico 46. Procesos del sistema



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 54,46% de Pymes “Siempre” se centra en los procesos de los sistemas de información, el 22,32% lo realiza “Con bastante frecuencia”, y el 8,93% “Regularmente”. De acuerdo a estos resultados, se tiene que el 85,71% de organizaciones se enfoca en la eficiente realización de los procesos para lograr un nivel alto de competitividad.

Gráfico 47. Salidas del sistema



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Respecto a las salidas de los sistemas de información, el 53,57% de Pymes “Siempre” se centra en este aspecto, el 26,79% lo realiza “Con bastante frecuencia”, y el 8,93% “Regularmente”. Así, el 89,29% de organizaciones enfoca su gestión en este tipo de actividades, dado que la calidad de la información es relevante para la competitividad.

## 6.5 ÁREAS DE OPORTUNIDAD DE LAS PYMES

Según el trabajo de campo efectuado en las pymes de la ciudad de Popayán, las empresas presentan un nivel de competitividad de 77,60%, es decir, “Buena” de acuerdo a los intervalos de medición tenidos en cuenta. Así mismo, las áreas de oportunidad que presentaron mayor puntaje fueron Contabilidad y finanzas (86,24%), Sistemas de Información (83,45%), Aseguramiento de la calidad (83,64%) y Aprovisionamiento (80,46%) que fueron calificadas como “Excelentes”.

Tabla 15. Nivel de competitividad por áreas

Área	Puntaje	Valores variables	Ponderado	Competitividad	
Gestión Ambiental	3,35	10,11%	0,34	67,06%	BUENA
Comercialización	3,54	17,98%	0,64	70,78%	BUENA
Planeación estratégica	3,71	11,24%	0,42	74,18%	BUENA
Recursos humanos	3,90	16,85%	0,66	78,05%	BUENA
Aprovisionamiento	4,02	11,24%	0,45	80,46%	EXCELENTE
Aseguramiento de la calidad	4,08	5,62%	0,23	81,64%	EXCELENTE
Sistemas de Información	4,17	10,11%	0,42	83,45%	EXCELENTE
Contabilidad y finanzas	4,31	16,85%	0,73	86,24%	EXCELENTE
<b>Nivel de competitividad</b>		<b>100%</b>	<b>3,88</b>	<b>77,60%</b>	BUENA

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Gráfico 48. Nivel de competitividad por áreas



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El área de “**Contabilidad y Finanzas**” (86,24%) es la de mayor grado de competitividad, dentro de la cual, resalta el cumplimiento de la normativa legal con 94,07%, teniendo en cuenta que es necesaria para que las Pymes operen, principalmente en lo que se refiere a la normatividad tributaria; también se destaca el monitoreo de costos y contabilidad que presentó una calificación de 82,62%, estimando el énfasis en los sistemas que deben hacer las empresas para contar con información confiable y oportuna para la toma de decisiones, igualmente, se enfocan en los sistemas de costos que ofrecen datos útiles para la alta gerencia. La Administración financiera obtuvo una calificación de 81,88% considerando que las empresas requieren información de este tipo para conocer la utilidad, liquidez y rentabilidad del negocio.

La segunda área de oportunidad de mayor relevancia son los “**Sistemas de información**” (83,45%), en la cual, resaltan las entradas al sistema (86,43%), en este caso los soportes de las operaciones económicas, que son debidamente registrados en la contabilidad, seguidamente, están las salidas (83,57%), que son objeto de especial atención de las pymes, debido a que es fundamental la obtención de información financiera, contable y tributaria que sea veraz y oportuna para la toma de decisiones.

Respecto a los procesos desarrollados en los sistemas de información, obtuvieron una calificación de 81,96% estimando que las Pymes objeto de estudio disponen de políticas específicas para el almacenamiento de datos, así mismo, porque disponen de manuales de procesos y procedimientos para la gestión de los mismos. Es importante anotar la planeación en cuanto a este tipo de sistemas con un puntaje de 82,32%, considerando que los sistemas actuales cumplen con los requerimientos de oportunidad y confiabilidad, el hardware y software utilizado es moderno, y se brinda al talento humano capacitación para su uso.

En lo que respecta al “**Aseguramiento de la calidad**” (81,64%), se destacan los sistemas de calidad (85,48%), en donde, los productos y/o servicios de las Pymes cumplen con las normas técnicas, se establecen adecuadamente los requerimientos de los clientes enfatizando en el mejoramiento continuo para la satisfacción de sus necesidades, se determinan igualmente los posibles defectos para ofrecer un bien o servicio con los más altos estándares de calidad.

El área de “**Aprovisionamiento**” logró un puntaje de 80,46%, siendo un factor de competitividad importante, en donde, resaltan los sistemas y políticas (81,61%), considerando la planeación de compras que efectúan las empresas, la eficiencia en los sistemas de abastecimiento, planes de contingencia, y calidad para la escogencia de los proveedores. Así mismo, se destaca la Administración de inventarios (80,36%), por la sinergia de las Pymes con los proveedores, en donde, se logra un nivel óptimo de inventario, se reduce el riesgo de faltantes, y se centra en el control y almacenamiento de inventarios, a través de los sistemas de información.

## 7. INFLUENCIA DEL LEASING FINANCIERO EN LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN

Para definir la utilización del leasing financiero y establecer su influencia en la competitividad de las Pymes se aplicó una encuesta estructurada a estas empresas (ver anexo B). Los resultados de la misma tabulados a través del Programa SPSS, v. 24 son los siguientes:

### 7.1 PRODUCTOS DEL SECTOR FINANCIERO QUE UTILIZAN LAS PYMES CON MAYOR FRECUENCIA

Tabla 16. Tipo de instrumento financiero que utilizan las Pymes con mayor frecuencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Créditos	32	57,1	57,1	57,1
	Leasing	16	28,6	28,6	85,7
	Tarjetas de crédito	3	5,4	5,4	91,1
	Tarjetas débito	2	3,6	3,6	94,6
	Cuentas ahorro / corriente	2	3,6	3,6	98,2
	CDT	1	1,8	1,8	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a la Tabla 16, el 57,1% de las Pymes emplean con mayor regularidad los créditos, posteriormente, el Leasing en sus diferentes modalidades (28,6%), y las Tarjetas de crédito (5,4%), los cuales, representan el 91,1% del total. En este sentido, el leasing es una de las herramientas de apalancamiento más empleadas por estas organizaciones.

## 7.2 TIPOS DE LEASING QUE LES GUSTARÍA UTILIZAR

Tabla 17. Tipos de leasing que les gustaría utilizar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Leasing vehicular	4	7,1	7,1	7,1
	Leasing operacional	22	39,3	39,3	46,4
	Leasing financiero	23	41,1	41,1	87,5
	Ninguno	7	12,5	12,5	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

De los tipos de leasing que les gustaría utilizar a las Pymes, el 41,1% prefiere el leasing financiero, el 39,3% el operacional, y el 12,5% ninguno, los cuales, representan el 92,9% del total. En este sentido, el leasing financiero es uno de los instrumentos que las empresas utilizarían principalmente porque ofrecen ventajas como la financiación del 100% de la inversión, no hacen parte del riesgo financiero, reducciones fiscales, y ofrece rapidez y flexibilidad que se adecua a las necesidades de las empresas.

## 7.3 CLASE DE LEASING QUE UTILIZAN LAS PYMES

Tabla 18. Clase de leasing que utilizan las Pymes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Leasing vehicular	1	1,8	1,8	1,8
	Leasing operacional	5	8,9	8,9	10,7
	Leasing financiero	10	17,9	17,9	28,6
	Ninguno	40	71,4	71,4	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 28,6% de Pymes consultadas utilizan el leasing como herramienta de financiación, en donde, el 17,9% emplean el financiero, el 8,9% el operacional, y el 1,8% el vehicular. En donde, la mayoría de empresas, en este caso, el 71,4% no utilizan este tipo de producto.

#### 7.4 QUE MEJORARÍA O ELIMINARÍA DEL LEASING FINANCIERO

Tabla 19. Qué mejoraría / eliminaría del leasing financiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor acceso a bienes de capital	5	8,9	50,0	50,0
	Reducción de las tasas de interés	1	1,8	10,0	60,0
	No afecta el nivel de endeudamiento	4	7,1	40,0	100,0
	Total	10	17,9	100,0	
Perdidos	No utiliza el leasing financiero	46	82,1		
Total		56	100,0		

Fuente: Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a la Tabla 19, el 82,1% de empresas consultadas no utilizan el leasing financiero, mientras que, el 17,9% si lo hacen. Respecto a los aspectos que mejoraría están un mayor acceso a bienes de capital (50%), no afectar el nivel de endeudamiento (40%), y reducir las tasas de interés (10%). Se trata entonces de un instrumento que a pesar de ofrecer ventajas importantes también presenta aspectos por mejorar, sobre todo en lo que se refiere a la accesibilidad.

## 7.5 VENTAJA MÁS IMPORTANTE DEL LEASING FINANCIERO

Tabla 20. Ventaja más importante del leasing financiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor acceso a bienes de capital	5	8,9	50,0	50,0
	Reducción de las tasas de interés	1	1,8	10,0	60,0
	No afecta el nivel de endeudamiento	4	7,1	40,0	100,0
	Total	10	17,9	100,0	
Perdidos	No utiliza el leasing financiero	46	82,1		
Total		56	100,0		

Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 50% de empresas que utilizan el leasing financiero, consideran que la ventaja fundamental de este producto es que brinda mayor acceso a bienes de capital, el 40% que no afecta el endeudamiento, y el 10% que reduce los intereses respecto a otras opciones de financiación.

## 7.6 EL LEASING FINANCIERO HA MEJORADO LA POSICIÓN FINANCIERA DE LAS PYMES

Tabla 21. El leasing financiero en el mejoramiento de la posición financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	16,1	90,0	90,0
	No	1	1,8	10,0	100,0
	Total	10	17,9	100,0	
Perdidos	No utiliza el leasing financiero	46	82,1		
Total		56	100,0		

Fuente: Elaboración propia, 2019.

El 90% de empresas que utilizan el leasing financiero consideran que este producto ha mejorado su posición financiera y por ende su nivel de competencia, mientras que, el 10% estiman que esta herramienta no ha sido determinante en la posición financiera, y optan más por los créditos.

## 7.7 COMPETITIVIDAD VS LEASING FINANCIERO

Tabla 22. Competitividad de las Pymes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	44,72%	1	1,8	1,8
	56,18%	1	1,8	3,6
	58,65%	1	1,8	5,4
	60,45%	1	1,8	7,1
	61,57%	1	1,8	8,9
	62,70%	1	1,8	10,7
	65,84%	1	1,8	12,5
	66,29%	1	1,8	14,3
	66,74%	1	1,8	16,1
	67,87%	1	1,8	17,9
	68,76%	1	1,8	19,6
	69,44%	1	1,8	21,4
	69,66%	1	1,8	23,2
	70,79%	1	1,8	25,0
	71,91%	1	1,8	26,8
	73,93%	1	1,8	28,6
	74,16%	1	1,8	30,4
	76,18%	1	1,8	32,1
	76,40%	1	1,8	33,9
	76,85%	2	3,6	37,5
	77,08%	1	1,8	39,3
	77,53%	1	1,8	41,1
	78,43%	3	5,4	46,4
	78,65%	1	1,8	48,2
	79,10%	1	1,8	50,0
	79,33%	2	3,6	53,6
	79,78%	3	5,4	58,9

80,00%	1	1,8	1,8	60,7
80,45%	1	1,8	1,8	62,5
80,67%	2	3,6	3,6	66,1
81,12%	1	1,8	1,8	67,9
81,35%	1	1,8	1,8	69,6
83,37%	1	1,8	1,8	71,4
83,60%	2	3,6	3,6	75,0
84,04%	1	1,8	1,8	76,8
84,27%	1	1,8	1,8	78,6
85,17%	1	1,8	1,8	80,4
85,62%	1	1,8	1,8	82,1
86,07%	1	1,8	1,8	83,9
87,64%	2	3,6	3,6	87,5
87,87%	1	1,8	1,8	89,3
88,99%	1	1,8	1,8	91,1
91,46%	1	1,8	1,8	92,9
92,81%	1	1,8	1,8	94,6
93,93%	1	1,8	1,8	96,4
94,38%	1	1,8	1,8	98,2
99,10%	1	1,8	1,8	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

De acuerdo a la Tabla 22, las Pymes de la ciudad de Popayán presentan una competitividad entre 44,72% y 99,10%, es decir, en un rango de “Regular” a “Excelente”, en donde, el 53,6% tienen una calificación “Buena” correspondiente a 30 empresas, el 41,1% “Excelente” que son 23 negocios, y el 5,4% “Regular” equivalente a 3 organizaciones. Para un promedio de 77,60% que está dentro del rango de “Bueno”.

Tabla 23. Competitividad / Utilización del leasing financiero

			Leasing vehicular	Leasing operacional	Leasing financiero	Ninguno	Total
COMP1	BUENA	Recuento	1	3	9	17	30
		% del total	1,79%	5,36%	16,07%	30,36%	53,57%
	EXCELENTE	Recuento	0	1	1	21	23
		% del total	0,00%	1,79%	1,79%	37,50%	41,07%
	REGULAR	Recuento	0	1	0	2	3
		% del total	0,00%	1,79%	0,00%	3,57%	5,36%
Total		Recuento	1	5	10	40	56
		% del total	1,79%	8,93%	17,86%	71,43%	100,00%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Según la Tabla 23, el 17,86% de empresas utilizan el leasing financiero, de las cuales, el 16,07% presentan una competitividad “Buena”, el 1,79% “Excelente”. En este sentido, la utilización de este producto es determinante, dado que el 17,86% de empresas del total de la muestra presentan un nivel de competencia entre “Bueno” y “Excelente”.

## 8. ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN BASADAS EN EL LEASING FINANCIERO

Tabla 24. Estrategias de competitividad soportadas en el leasing financiero

<i>Factor crítico</i>	<i>Estrategia de competitividad / Leasing financiero</i>	<i>Actividades a desarrollar</i>	<i>Cumplimiento de la estrategia</i>	<i>Plazo</i>	<i>Responsable</i>
<b>1.- ÁREA: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA</b>					
1.- La mayoría de Pymes no tienen establecida y documentada su estrategia de negocios.	<p>Elaborar la estrategia de negocios, documentarla y socializarla.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Adquirir recursos tecnológicos como hardware, video beam, entre otros para el diseño, documentación y socialización de la estrategia.</p>	<p>1.- Reunión para planeación estrategia de negocios.</p> <p>2.- Diseño de la estrategia y articulación con los objetivos corporativos.</p> <p>3.- Documentación.</p> <p>4.- Socialización al recurso humano responsable.</p>	<p>Estrategia de negocios documentada y socializada.</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Empleados socializados / Total empleados x 100</p> <p><b>Meta:</b> Socializar la estrategia de negocios al 100% de empleados.</p>	2 meses (Corto plazo)	<p>Propietario</p> <p>Gerente</p> <p>Junta de socios</p>
2.- No se evalúa de forma permanente el desempeño de las Pymes respecto a la competencia.	<p>Efectuar un benchmarking para definir la posición competitiva de las empresas.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Adquirir recursos tecnológicos para desarrollar el benchmarking.</p>	<p>1.- Identificar principales fortalezas y debilidades.</p> <p>2.- Analizar el mercado competidor.</p> <p>3.- Definir las fortalezas y debilidades de la competencia.</p> <p>4.- Elaboración y análisis de la Matriz de Perfil competitivo.</p>	<p>Matriz de Perfil Competitivo</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Competidores analizados / Competidores en el mercado x 100</p> <p><b>Meta:</b> Analizar el 100% de competidores y definir la posición competitiva.</p>	6 meses (Corto plazo)	<p>Gerente</p> <p>Propietario</p>

<b>2.- ÁREA: APROVISIONAMIENTO</b>					
3.- No se dispone de un Plan de contingencia para el abastecimiento.	Elaborar un Plan de contingencia para garantizar un abastecimiento eficiente.  <b>Leasing financiero:</b> Adquirir recursos tecnológicos para la elaboración y socialización del plan de contingencia.	1.- Definir requerimientos de abastecimiento de acuerdo a la demanda. 2.- Análisis del mercado proveedor. 3.- Cálculo de cantidad óptima de abastecimiento. 4.- Definir medidas de contingencia. 5.- Elaborar el Plan de contingencia.	Plan de contingencia de abastecimiento.  <b>Indicador de gestión:</b> Demanda satisfecha/ Demanda de productos x 100  <b>Meta:</b> Satisfacer el 100% de la demanda de productos.	4 meses (Corto plazo)	Gerente  Jefe de compras
4.- No se concilia el inventario físico con el contable.	Conciliar mensualmente el inventario físico con los registros de contabilidad.  <b>Leasing financiero:</b> Obtener software para la gestión de inventarios.	1.- Programar el inventario físico. 2.- Desarrollar el arqueo de inventarios. 3.- Conciliar el inventario con los registros. 4.- Efectuar las observaciones pertinentes.	Conciliación de inventario físico y registros de contabilidad.  <b>Indicador de gestión:</b> Inventario conciliado / Inventario total x 100  <b>Meta:</b> Conciliar el 100% del inventario de la empresa.	3 meses (corto plazo)	Gerente  Jefe de compras  Asistente de inventarios
<b>3.- ÁREA: ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD</b>					
5.- No se ha incorporado la calidad al modelo de negocios.	Elaborar un plan que permita integrar la calidad al modelo de negocios.  <b>Leasing financiero:</b> Lograr recursos tecnológicos para diseñar y socializar el Plan de acción.	1.- Definir los requerimientos de calidad de la empresa en cuanto a procesos, productos y servicios. 2.- Plantear estrategias dirigidas a la calidad y al mejoramiento continuo. 3.- Articular las estrategias en un plan de acción que contribuya a incorporar la calidad al modelo de negocios.	Plan para incorporar la calidad al modelo de negocios.  <b>Indicador de gestión:</b> Estrategias de calidad articuladas al modelo de negocios / Estrategias propuestas x 100	12 meses (Corto plazo)	Gerente  Asistente de calidad

			<p>Empleados capacitados en temas de calidad / Total empleados x 100</p> <p><b>Meta:</b> Articular el 100% de estrategias al modelo de negocios.</p> <p>Capacitar al 100% de empleados en temas referentes a la calidad.</p>		
6.- Generalmente no se aplican normas de calidad a productos y servicios.	<p>Aplicar normas de calidad a productos y servicios.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Adquirir tecnología para plantear estándares de calidad y aplicarlos a los productos y servicios.</p>	<p>1.- Definir estándares de calidad para productos y/o servicios. 2.- Documentar los estándares de calidad. 3.- Socializar a los responsables. 4.- Aplicar los estándares a los productos y servicios.</p>	<p>Documento de estándares de calidad.</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Estándares implementados / Estándares propuestos x 100</p> <p><b>Meta:</b> Implementar el 100% de estándares de calidad.</p>	5 meses (Corto plazo)	Gerente Asistente de calidad
<b>4.- ÁREA: COMERCIALIZACIÓN</b>					
7.- Las Pymes en su gran mayoría no disponen de un Plan de marketing.	<p>Elaborar un plan de mercadeo articulado a los objetivos corporativos.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Obtener recursos tecnológicos para el diseño e</p>	<p>1.- Definir requerimientos de ventas. 2.- Plantear estrategias de publicidad, promoción precio y distribución. 3.- Articular las estrategias en un plan de mercadeo. 4.- Evaluar el cumplimiento de los niveles de ventas.</p>	<p>Plan de mercadeo</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Ventas realizadas / Ventas presupuestadas x 100</p>	12 meses (corto plazo)	Gerente Jefe de ventas

	implementación de un plan de mercadeo para productos y servicios.		<b>Meta:</b> Lograr al menos el 90% de las ventas requeridas.		
8.- No se realiza la promoción de productos y servicios.	<p>Promocionar los productos y servicios de las empresas para cumplir con el nivel de ventas propuesto.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Adquirir tecnología para el diseño, implementación y evaluación de las estrategias de promoción.</p>	<p>1.- Plantear estrategias de promoción de productos y/o servicios.</p> <p>2.- Establecer el costo de las estrategias.</p> <p>3.- Definir el B/C de la implementación de las estrategias de promoción.</p> <p>4.- Determinar el incremento de las ventas con la ejecución de las estrategias.</p>	<p>Relación Beneficio / Costo de las estrategias de promoción.</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Estrategias implementadas / Estrategias propuestas x 100</p> <p>Ventas realizadas / Ventas presupuestadas x 100</p> <p><b>Meta:</b> Implementar el 100% de estrategias propuestas.</p> <p>Lograr al menos un 90% de ventas presupuestadas.</p>	6 meses (corto plazo)	Gerente  Jefe de ventas

<b>5.- ÁREA: CONTABILIDAD Y FINANZAS</b>					
9.- Sistema de costos ineficiente.	<p>Diseñar un sistema de costos de acuerdo a los requerimientos de las Pymes.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Conseguir software para la gestión de os costos de las Pymes.</p>	<p>1.- Identificar requerimientos en cuanto a costos de productos y/o servicios. 2.- Elaborar un sistema de costos que satisfaga los requerimientos. 3.- Socialización del sistema de costos a los responsables. 4.- Implementación del sistema de costos.</p>	<p>Sistema de costeo para las Pymes.</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Requerimientos satisfechos / Requerimientos totales x 100</p> <p><b>Meta:</b> Cumplir el 100% de requerimientos en cuanto al sistema de costeo.</p>	8 meses (corto plazo)	<p>Gerente</p> <p>Contador</p> <p>Asistente financiero</p>
10.- Las Pymes no evalúan la rentabilidad de la inversión realizada.	<p>Analizar la rentabilidad y utilidad de las pymes como criterio de gestión de la gerencia.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Adquirir software de gestión financiera para el análisis de la rentabilidad y utilidad de las unidades de negocio.</p>	<p>1.- Identificar indicadores de evaluación financiera en cuanto a rentabilidad y utilidad. 2.- Programar el cálculo de los indicadores. 3.- Gestionar los indicadores e incorporar al proceso de toma de decisiones.</p>	<p>Indicadores de rentabilidad y utilidad</p> <p><b>Indicadores de gestión:</b> Indicadores calculados / Indicadores propuestos x 100</p> <p><b>Meta:</b> Calcular y analizar el 100% de indicadores de rentabilidad y utilidad.</p>	1 mes (Corto plazo)	<p>Gerente</p> <p>Contador</p> <p>Asistente financiero</p>
<b>6.- ÁREA: RECURSOS HUMANOS</b>					
11.- Deficiente clima organizacional	<p>Mejorar el clima organizacional de las empresas para que sean más productivas.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Obtener recursos tecnológicos que apoyen las</p>	<p>1.- Programar actividades encaminadas para el mejoramiento del clima organizacional. 2.- Definir la factibilidad financiera para la implementación de las actividades. 3.- Implementar las actividades y medir el impacto de las mismas en el clima organizacional.</p>	<p>Plan para el mejoramiento del clima organizacional.</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Actividades desarrolladas / Actividades planeadas x 100</p>	3 meses (Corto plazo)	<p>Gerente</p> <p>Responsable de la gestión del recurso humano.</p>

	actividades para el mejoramiento del clima organizacional.		<b>Meta:</b> Implementar el 100% de actividades planeadas.		
12.- No se cuenta con información respecto a enfermedades, accidentes de trabajo y ausentismo.	Adquirir un sistema para el registro de accidentes de trabajo, enfermedades, ausentismos y otras relacionadas.  <b>Leasing financiero:</b> Obtener un sistema para el registro de estas variables relacionadas con la gestión del talento humano.	1.- Analizar diferentes alternativas de programas para el registro y gestión de estas variables. 2.- Seleccionar el software a utilizar. 3.- Adquirir el software. 4.- Estudio de las variables y gestión de las mismas. 5.- Plantear estrategias para la mitigación de las enfermedades, accidentes de trabajo y ausentismo.	Registro mensual de enfermedades, accidentes de trabajo y ausentismo.  <b>Indicador de gestión:</b> Indicadores cumplidos / Indicadores propuestos x 100  <b>Meta:</b> Cumplir el 100% de indicadores para la reducción de enfermedades, accidentes de trabajo y ausentismo.	4 meses (corto plazo)	Gerente  Responsable de la gestión del recurso humano.
<b>7. ÁREA: GESTIÓN AMBIENTAL</b>					
13.- No se dispone de estándares para medir el desempeño ambiental.	Diseñar un Plan de manejo ambiental.  <b>Leasing financiero:</b> Adquirir recursos tecnológicos para apoyar el diseño, socialización e implementación del Plan de manejo ambiental.	1.- Identificar los procesos que afectan el medio ambiente. 2.- Definir el tipo de afectación. 3.- Plantear medidas para su mitigación o eliminación. 4.- Articular las medidas propuestas en un plan de manejo ambiental.	Plan de manejo ambiental.  <b>Indicador de gestión:</b> Medidas articuladas en el Plan de manejo ambiental / Medidas propuestas x 100  <b>Metas:</b> Articular el 100% de medidas propuestas en el Plan de manejo ambiental.	4 meses (Corto plazo)	Gerente  Asistente de gestión ambiental.  Auxiliar de producción.

14.- No se cuenta con mecanismos para el cumplimiento de la regulación ambiental que rige a cada empresa.	<p>Garantizar que la empresa cumpla con la normatividad ambiental.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Obtención de tecnología para apoyar las actividades que garanticen el cumplimiento de la normatividad ambiental.</p>	<p>1.- Definir la normatividad ambiental que rige la empresa. 2.- Analizar si se cumple con la normativa. 3.- Plantear estrategias que conlleven a su cumplimiento.</p>	<p>Informe respecto al cumplimiento de la normativa ambiental.</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Requerimientos cumplidos / Total requerimientos x 100</p> <p><b>Meta:</b> Cumplir el 100% de requerimientos ambientales.</p>	3 meses (Corto plazo)	<p>Gerente</p> <p>Asistente de gestión ambiental.</p> <p>Auxiliar de producción.</p>
15.- Deficiente gestión del desperdicio.	<p>Diseñar y socializar un plan para la gestión del desperdicio.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Lograr recursos tecnológicos que ayuden a diseñar y socializar el Plan para la gestión del desperdicio.</p>	<p>1.- Reconocer los desperdicios generados. 2.- Establecer acciones para su gestión eficiente. 3.- Articular las acciones propuestas en un plan de acción. 4.- Evaluar el alcance de las acciones propuestas.</p>	<p>Plan de acción para la gestión del desperdicio.</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Acciones articuladas en el plan / Acciones propuestas x 100</p> <p><b>Meta:</b> Articular en el plan de acción el 100% de acciones propuestas.</p>	4 meses (Corto plazo)	<p>Gerente</p> <p>Asistente de gestión ambiental.</p> <p>Auxiliar de producción.</p>
<b>8.- ÁREA: SISTEMAS DE INFORMACIÓN</b>					
16.- Software y hardware obsoleto	<p>Establecer los requerimientos de las Pymes en cuanto a software y hardware actualizado.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Adquirir software actualizado de acuerdo a los</p>	<p>1.- Definir requerimientos tecnológicos de las pymes. 2.- Establecer la oferta y el costo para la adquisición de la tecnología. 3.- Analizar la factibilidad de la inversión. 4.- Adquirir la tecnología. 5.- Evaluar el B/C de la inversión en recursos tecnológicos.</p>	<p>Plan de inversión para la adquisición de recursos tecnológicos.</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> R B/C</p> <p><b>Meta:</b></p>	3 meses (Corto plazo)	<p>Gerente</p> <p>Encargado del área tecnológica.</p>

	requerimientos de la empresa.		La Relación Beneficio / Costo de la inversión debe ser mayor que 1.		
17.- Ausencia de un plan de contingencia para las posibles fallas eléctricas y de los equipos.	<p>Diseñar un plan de contingencia para posibles fallas eléctricas y en los equipos.</p> <p><b>Leasing financiero:</b> Lograr tecnología que apoye el diseño, socialización y ejecución del Plan de contingencia.</p>	<p>1.- Reconocer las posibles contingencias que puedan presentarse.</p> <p>2.- Proponer estrategias para las contingencias presentadas.</p> <p>3.- Articular las estrategias en un plan de acción.</p>	<p>Plan de contingencia para fallas eléctricas y en los equipos.</p> <p><b>Indicador de gestión:</b> Estrategias articuladas en el Plan de acción / Estrategias propuestas x 100</p> <p><b>Metas:</b> Articular el 100% de las estrategias propuestas en el Plan de acción.</p>	4 meses (Corto plazo)	Gerente  Encargado del área tecnológica.

## 9. CONCLUSIONES

1.- De las personas que respondieron la encuesta de competitividad a las Pymes, el 69,6% fueron el Gerente y el Administrador, por lo cual, las respuestas que se lograron son de alta confiabilidad, así, los datos obtenidos muestran la realidad de la posición competitiva de estas organizaciones. Así mismo, llevan más de 10 años en el cargo, aspecto que muestra su experiencia y conocimiento de las unidades de negocio.

2.- La mayoría de Pymes que constituyeron la muestra son pequeñas empresas en un 87,5%, en tanto que, el 12,5% son medianas, esta participación porcentual está acorde con el tejido empresarial del municipio de Popayán y el departamento del Cauca, en el que la mayoría de empresas sin micros, posteriormente pequeñas y medianas.

3.- Al evaluar las áreas de competitividad, las de mayor calificación fueron Contabilidad y Finanzas (86,24%), Sistemas de Información (83,45%), Aseguramiento de la calidad (81,64%), y Aprovechamiento (80,46%), aspectos que tuvieron una calificación “Excelente”, por lo tanto, son las áreas que definen en mayor grado la posición competitiva de estas empresas. De estas, la Contabilidad y finanzas es la de mayor relevancia, en este sentido si una empresa es eficiente es la gestión de las variables financieras mantiene una buena posición financiera y por lo tanto, si nivel de competencia.

4.- En cuanto a las áreas que obtuvieron la menor calificación está la Gestión ambiental (67,06%), la Comercialización (70,78%), y la Planeación estratégica (74,18%). En consecuencia, las Pymes estudiadas desarrollan una deficiente Administración del medio ambiente, razón por la cual, no se trata de organizaciones socialmente responsables. Igualmente, presentan falencias en sus procesos de comercialización de productos y servicios, y no aplican de

forma correcta la planeación estratégica como instrumento que apoye el proceso de toma de decisiones.

5.- En términos generales, la competitividad de las Pymes está entre “Buena” y “Excelente”, lo que indica que estas organizaciones presentan una posición competitiva importante, en donde, depende especialmente de la Contabilidad y Finanzas y los Sistemas de información.

6.- Las Pymes, en su gran mayoría utilizan los créditos (57,1%) como instrumento de apalancamiento financiero, en tanto que, el leasing presenta una participación del 28,6%. A pesar de no ser el producto de mayor utilización, el leasing financiero presenta una participación importante, e influye en la competitividad de estas organizaciones.

7.- El financiero es el tipo de leasing de mayor utilización, considerando las importantes ventajas que ofrecen a las Pymes, especialmente adquirir bienes de capital que les permiten ser más eficientes en su operación. Al influir positivamente en la posición financiera de estas empresas, se incide de igualmente en si nivel de competencia.

8.- A pesar de brindar una gran cantidad de beneficios a las Pymes, el leasing financiero presenta limitaciones relacionados especialmente con la dificultad de acceso, y con los sobrecostos de adquisición que son altos. Por lo tanto, las organizaciones deben establecer el beneficio / costo para determinar si su utilización es factible desde el punto de vista financiero.

9.- La utilización del leasing financiero ha mejorado la posición financiera de las Pymes, de acuerdo al 100% de empresas que lo han utilizado, principalmente porque no incrementa el nivel de endeudamiento y hace que

sean más productivas, haciendo que simultáneamente optimicen su nivel de competencia en el mercado.

10.- Al cruzar el nivel de competencia con las clases de leasing que utilizan las pymes, se puede establecer que la mayoría (37,5%) de organizaciones no utilizan este producto y presentan un nivel de competencia “Excelente”, posteriormente, el 30,36% no lo emplean y tienen una competitividad “Buena”, y el 16,07% lo utilizan y presentan una competitividad “Excelente”. De estos resultados se puede establecer que este producto no es determinante en la competitividad, sin embargo, las organizaciones que lo utilizan logran un nivel alto de competencia.

## 10. RECOMENDACIONES

1.- Es importante que las Pymes mejoren su nivel de competitividad, que a pesar de ser “Bueno”, puede optimizarse a través de una eficiente gestión ambiental, comercialización, planeación estratégica, y administración de recursos humanos, para lo cual, pueden tenerse en cuenta las estrategias propuestas en el presente proyecto.

2.- Las Pymes pueden utilizar el leasing financiero como estrategia no solo para la adquisición de bienes de capital, sino para mejorar su nivel de competitividad a través de la optimización de posición financiera, en cuanto a liquidez, rentabilidad y utilidad.

3.- Es esencial que las empresas evalúen las estrategias propuestas en el plan de acción, con el propósito de identificar las que pueden tener un mayor impacto y mejorar su nivel de competencia. Esta actividad puede efectuarse a través de la planeación estratégica, en este caso, empleando la Matriz Cuantitativa de la Planeación Estratégica (MCPE).

4.- Hay Pymes que presentan un nivel de competitividad “Regular”, las cuales, deben mejorar en los ocho aspectos evaluados a través del Mapa de competitividad del BID, en donde, deben considerarse las estrategias propuestas en el Plan de acción.

5.- Es fundamental evaluar de forma permanente la competitividad empresarial, al menos, una vez al año, con el propósito de monitorear los diferentes aspectos que la determinan, este propósito puede cumplirse utilizando el Mapa de Competitividad el BID, que es una metodología aceptada en el contexto nacional e internacional.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Berumen, S. (2006). Una aproximación a los indicadores de la competitividad local y factores de la producción. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Bonilla Uribe, Mario Javier y Martínez Gallego, Mario Andrés. (2012). Análisis de la metodología para evaluar la competitividad: Caso Foro Económico Mundial y Realidad empresarial Colombiana. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Cabrera M. Alejandra M., López L., Paula A. y Ramírez M., Claudia. (2014). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Bogotá: Universidad Central.
- Cabrera M., Alejandra, López L., Paula, y Ramírez M., Claudia. (2014). La competitividad empresarial: un marco conceptual solo para su estudio. Bogotá: Universidad Central.
- Cámara de Comercio del Cauca, Gobernación del Cauca, Comisión Regional de Competitividad del Cauca y Crepic. (2017). Documento Resumen Plan Regional de Competitividad del Cauca. Popayán.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2015). Análisis de la Dinámica de la competitividad Nacional. Bogotá: CEPAL.
- Durán, E. (2014). El contrato de leasing financiero en Colombia. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

- Federación Colombiana de Compañías de Leasing (Fedeleasing). (2014). Manual jurídico del leasing. Bogotá: Alvear Editor.
- Fedesarrollo. (2015). El leasing en Colombia: diagnóstico e impacto sobre la inversión y el crecimiento. Santafé de Bogotá: ANIF – Fedesarrollo
- García Ramírez, María Magdalena y López Torres, Virginia Guadalupe. (2015). Evaluación de la competitividad de los restaurantes de cocina internacional, México: Universidad Autónoma de Baja California.
- Gómez Arango, Diana Carolina, Yuceppi Osorio, Ángelo. (2013). El leasing: una alternativa de financiación para las empresas. Medellín: Universidad de Sa Buenaventura.
- Gómez Arango, Diana, y Yuceppi Osorio, Ángelo. (2013). El leasing: una alternativa para la financiación de las empresas. Medellín: Universidad San Buenaventura.
- Montoya Henao, Lina Marcela y Silvestre Porras, Jorge Eduardo. (2008). Aplicación del mapa de competitividad del BID a empresas del Fondo Emprender. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.
- Moreno Bastidas, R. (2011). Evolución histórica y jurisprudencial, Alcance del contrato del Leasing en Colombia. Cali: Universidad San Buenaventura.
- Moreno Bastidas, R. (2016). Evolución histórica y jurisprudencial, Alcance del contrato del Leasing en Colombia. Cali: Universidad San Buenaventura.
- Muñoz G., Yulanni, Delgado O., Bertha, y Valencia, Mónica. (2015). Estudio descriptivo sobre competitividad en las Pequeñas y Medianas

Empresas (Pymes) de la ciudad de Popayán. Popayán: Universidad del Cauca.

Salazar, Natalia, Cabrera, Pilar, y Becerra, Alejandro. (2014). Impacto del leasing financiero en la economía colombiana. Bogotá: Fedesarrollo.

Salazar, Natalia; Cabrera, Pilar, y Becerra, Alejandro. (2011). El impacto del leasing financiero sobre la inversión y el empleo en las firmas colombianas. Bogotá: Fedesarrollo.

Saavedra, María. (2012). Hacia la competitividad de la Pyme latinoamericana. Macroproyecto de investigación ALAFEC. Disponible en: [http://www.alafec.unam.mx/docs/macroproyectos/competitividad\\_macro.pdf](http://www.alafec.unam.mx/docs/macroproyectos/competitividad_macro.pdf).

Salirrosas Alayo, Fran Miguel. (2017). El leasing financiero y su influencia en la competitividad de la MYPE de calzado del distrito de El Porvenir, Trujillo – 2015”. Lima: Universidad Nacional de Trujillo.

Santillán, J. (2015). Competitividad de las micros y pequeñas empresas constructoras dedicadas a la edificación en el Distrito Federal, México: UNAM.

Superfinanciera. (2016). Aspectos básicos del leasing. Bogotá.

Vera Colina, Mary A., Melgarejo Molina, Zuray y Edwin Mora Riapira. (2013). Competitividad en micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercio – Bogotá. Análisis de percepciones. Bogotá: XXX Conferencia Interamericana de Contabilidad.

## ANEXOS

### ANEXO A. ENCUESTA SOBRE COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS “PYMES DE LA CIUDAD DE POPAYÁN” DE ACUERDO AL MAPA DE COMPETITIVIDAD DEL BID

Este instrumento se elaboró para evaluar la competitividad empresarial. Las respuestas corresponden a la situación de cada organización. Lea los enunciados y responda de acuerdo a la siguiente escala:

<b>NUNCA</b>	<b>POCAS VECES</b>	<b>REGULARMENTE</b>	<b>CON BASTANTE FRECUENCIA</b>	<b>SIEMPRE</b>
1	2	3	4	5

#### IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Encuestado: \_\_\_\_\_

Género: M\_\_ F\_\_ Edad: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_ Años en la Empresa: \_\_\_\_\_

Años en el cargo: \_\_\_\_\_ Cantidad de empleados: \_\_\_\_\_

Escolaridad del encuestado:

Sin estudios: \_\_\_\_\_ Primaria: \_\_\_\_\_ Secundaria: \_\_\_\_\_ Tecnología: \_\_\_\_\_ Pregrado: \_\_\_\_\_

Posgrado:

Especialización: \_\_\_\_\_ Maestría: \_\_\_\_\_ Doctorado: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

#### 1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

No.	Preguntas	Nivel en el que se encuentra la empresa
<b>A. Proceso de Planeación Estratégica</b>		
1.1	¿La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégica en último año?	
1.2	¿La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla?	
1.3	¿La empresa tiene como política para la toma de decisiones involucrar a las personas responsables por su ejecución y cumplimiento?	
1.4	¿La planeación estratégica es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento?	
1.5	¿Se define objetivos tomando en cuenta que sean medibles y que se cumplan en un plazo definido?	
1.6	¿Al planear se desarrolla un análisis que considera las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa y su mercado (FODA)?	

1.7	¿Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando los nuevos cambios que pudieran ser introducidos en este?	
1.8	¿Al analizar el desempeño de su empresa utiliza la técnica de compararse con el líder del sector (Benchmarking)?	
	<b>B. Implementación de la Estrategia</b>	
1.9	¿El personal esta activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa?	
1.10	¿Se asignan los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de la empresa?	
	<b>PROMEDIO</b>	

## 2. APROVISIONAMIENTO

No.	Preguntas	Nivel en el que se encuentra la empresa
	<b>A. Aprovisionamiento</b>	
2.1	¿Se planifica la compra de mercancías, materiales y repuestos?	
2.2	¿Existe un sistema de abastecimiento flexible y adaptable a las necesidades de la empresa?	
2.3	¿La empresa tiene un plan de contingencia para proveerse de mercancía?	
2.4	¿El criterio principal para seleccionar proveedores es la calidad?	
	<b>B. Manejo de Inventarios</b>	
2.5	¿Se coordina con los proveedores los plazos de entrega de mercancías para no incurrir en faltantes?	
2.6	¿Se cuida que los inventarios mantengan un nivel óptimo para evitar las pérdidas originadas por su deficiente manejo?	
2.7	¿El almacenamiento y control de inventarios es eficiente para garantizar un adecuado nivel de sus productos disponibles?	
2.8	¿Se compara el inventario físico de mercancías con el inventario llevado en el kardex (Tarjetas o Electrónicos)?	
	<b>C. Ubicación de Infraestructura</b>	
2.9	¿La ubicación de la planta es ideal para el abastecimiento de mercancías, mano de obra y para la distribución del producto?	
2.10	¿La infraestructura e instalaciones de la empresa son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras?	
	<b>PROMEDIO</b>	

## 3. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

No.	Preguntas	Nivel en el que se encuentra la empresa
	<b>A. Aspectos generales de la calidad</b>	
3.1	¿La gerencia impulsa programas de calidad y capacita a los empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo?	
3.2	¿Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están debidamente documentadas y son aplicadas?	
	<b>B. Sistemas</b>	

3.3	¿Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector?	
3.4	¿El sistema de calidad identifica las necesidades del cliente y trata de adaptar su producto y servicio a las mismas?	
3.5	¿El sistema de calidad controla, identifica y mide los defectos en los productos. Implementando acciones correctivas?	
<b>PROMEDIO</b>		

#### 4. COMERCIALIZACIÓN

No.	Preguntas	Nivel en el que se encuentra la empresa
<b>A. Mercado Nacional: Mercadeo y ventas</b>		
4.1	¿La empresa genera un plan de mercado anual y estricto?	
4.2	¿La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización?	
4.3	¿La empresa conoce los segmentos del mercado en que compite, su participación, crecimiento y rentabilidad y desarrolla estrategias comerciales para cada uno de ellos?	
4.4	¿La empresa establece objetivos o cuotas de venta, de recaudo y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores y controla su cumplimiento?	
4.5	¿La empresa dispone de información de sus competidores?	
4.6	¿Los precios de la empresa están determinados con base a sus costos totales?	
4.7	¿En el último año, Los productos nuevos han generado ventas y utilidades importantes en la empresa?	
4.8	¿Los recursos asignados al marketing (material publicitario, promociones, etc.) son adecuados y se usan de manera eficiente?	
4.9	¿La empresa dispone de medios para conocer las necesidades de sus consumidores?	
4.10	¿La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción para fomentar sus ventas?	
<b>B. Mercado Nacional: Servicios</b>		
4.11	¿El personal que tiene contacto con el cliente, conoce sus responsabilidades y tiene suficiente autonomía para resolver las necesidades del cliente?	
4.12	¿La empresa tiene un sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente?	
4.13	¿La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos?	
<b>C. Mercado Nacional: Distribución</b>		
4.14	¿La empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente?	
4.15	¿El sistema de distribución permite que el producto llegue en tiempo al lugar donde se necesite?	
4.16	¿La empresa prefiere contratar vendedores con vínculo laboral en lugar de independientes sin vínculo laboral?	
<b>PROMEDIO</b>		

## 5. CONTABILIDAD Y FINANZAS

No.	Preguntas	Nivel en el que se encuentra la empresa
<b>A. Monitoreo de Costos y Contabilidad</b>		
5.1	¿El sistema de contabilidad y costos prevé información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones?	
5.2	¿La gerencia general recibe los informes de los resultados contables en los diez primeros días del mes siguiente?	
5.3	¿Periódicamente (quincenal o mensualmente) se preparan reportes de cuentas por cobrar organizados por periodo de antigüedad?	
5.4	¿La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar y controlar sus inventarios?	
5.5	¿Existe un sistema claro para definir los costos de la empresa, dependiendo de las características de los productos?	
5.6	¿El sistema de costos de la compañía puede costear rápidamente pedidos, para el mercado nacional, con base en datos confiables?	
<b>B. Administración Financiera</b>		
5.7	¿La empresa realiza con frecuencias presupuestos de ingresos y egresos; flujos de caja y los analiza?	
5.8	¿La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o línea de producto?	
5.9	¿Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, y se analizan las variaciones?	
5.10	¿La empresa evalúa la utilidad de sus inversiones, en equipo y equipo?	
<b>C. Normas Legales y Tributarias</b>		
5.11	¿El registro formal de la sociedad y sus modificaciones se encuentran al día y archivadas?	
5.12	¿Se ha evaluado la inscripción de la empresa ante la Cámara empresarial respectiva?	
5.13	¿Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos?	
5.14	¿La empresa aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias?	
5.15	¿La empresa conoce los montos aproximados por pagar en el periodo gravable de los diferentes impuestos?	
<b>PROMEDIO</b>		

## 6. RECURSOS HUMANOS

No.	Preguntas	Nivel en el que se encuentra la empresa
<b>A. Aspectos Generales</b>		
6.1	¿La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas?	
6.2	¿La empresa tiene unas políticas y manuales de procedimientos escritos?	
6.3	¿Existe una junta directiva que lidera la empresa?	

6.4	¿La empresa cumple con todos los requisitos legales vigentes (ISS u otra EPS, SENA, caja de compensación reglamento de trabajo, reglamento de seguridad industrial, etc.)?	
<b>B. Capacitación y Promoción del Personal</b>		
6.5	¿La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y al personal nuevo se proporciona una inducción?	
6.6	¿Las habilidades personales constituyen criterios claves para establecer una escala remunerativa y promover el personal?	
<b>C. Cultura Organizacional</b>		
6.7	¿Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la empresa?	
6.8	¿La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia?	
6.9	¿El trabajo en equipo es estimulado a través de todos los niveles de la empresa?	
6.10	¿La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral?	
6.11	¿La empresa realiza actividades sociales, recreativas y deportivas y busca vincular a la familia del trabajador en estos eventos?	
<b>D. Salud y Seguridad Industrial</b>		
6.12	¿La empresa tiene un programa de salud ocupacional implementado (plan de prevención de enfermedades ocupacionales, seguridad laboral, planes de emergencia, etc.)?	
6.13	¿Las instalaciones, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador?	
6.14	¿La empresa tiene un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo y los documenta?	
6.15	¿La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas?	
<b>PROMEDIO</b>		

## 7. GESTIÓN AMBIENTAL

No.	Preguntas	Nivel en el que se encuentra la empresa
<b>A. Política Ambiental de la Empresa</b>		
7.1	¿En el diseño de las instalaciones, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores?	
7.2	¿La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas?	
7.3	¿La cultura y la estrategia de la compañía involucran aspectos, impactos y riesgos ambientales?	
7.4	¿La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares previamente acordados?	
<b>B. Estrategia para Proteger al Medio Ambiente</b>		
7.5	¿La empresa considera las regulaciones ambientales cuando comercializa nuevos productos y servicios?	
7.6	¿Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones ambientales?	
<b>C. Concientización y Capacitación</b>		
7.7	¿Se definen y documentan las tareas que aseguren el cumplimiento de las regulaciones ambientales?	

	<b>D. Administración del Desperdicio</b>	
7.8	¿La empresa trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes mediante la mejora de sus procesos de comercialización?	
7.9	¿La empresa ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso de comercialización es generado y ha formulado planes para reducirlo?	
	<b>PROMEDIO</b>	

## 8. SISTEMAS DE INFORMACIÓN

No.	Preguntas	Nivel en el que se encuentra la empresa
	<b>A. Planeación del Sistema</b>	
8.1	¿El sistema de información de la empresa satisface los requerimientos de información en forma oportuna y confiable?	
8.2	¿La empresa está actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos?	
8.3	¿El diseño del sistema responde a las necesidades de información de la empresa?	
	<b>B. Entradas</b>	
8.4	¿Se generan y archivan adecuadamente los documentos de soporte (Entradas y salidas de almacén, comprobantes de egresos, recibos de caja, facturas, etc.) en las diferentes áreas de la empresa?	
8.5	¿La captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas de la empresa evitando la doble digitación?	
	<b>C. Procesos</b>	
8.6	¿Cómo política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros?	
8.7	¿Existen procedimientos de contingencia, manuales o automatizados, en caso de pérdidas de fluido eléctrico o fallas en los equipos?	
	<b>D. Salidas</b>	
8.8	¿La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones?	
8.9	¿La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de la toma de decisiones?	
	<b>PROMEDIO</b>	

## ANEXO B. ENCUESTA APLICADA A LAS PYMES PARA EVALUAR LA APLICACIÓN DEL LEASING

Cordial Saludo, soy estudiante de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, y en el momento estoy desarrollando un estudio para evaluar el leasing como estrategia de competitividad para las Pymes, para lo cual, requiero de su colaboración para responder las siguientes preguntas.

1. ¿Qué productos del sector financiero utiliza con mayor frecuencia?. (Marque una respuesta).

- a.- Créditos \_\_\_\_\_
- b.- Leasing \_\_\_\_\_
- c.- Tarjetas de crédito \_\_\_\_\_
- d.- Tarjetas débito \_\_\_\_\_
- e.- Cuenta de Ahorro / Corrientes \_\_\_\_\_
- f.- CDT \_\_\_\_\_
- g.- Otros \_\_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

2. ¿Qué tipo de leasing le gustaría utilizar? (Marque una respuesta)

- a.- Leasing vehicular \_\_\_\_\_
- b.- Leasing Operacional \_\_\_\_\_
- c.- Leasing financiero \_\_\_\_\_
- d.- Ninguno \_\_\_\_\_
- e.- Otro \_\_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Qué tipo de leasing ha utilizado?

- a.- Leasing vehicular \_\_\_\_\_
- b.- Leasing Operacional \_\_\_\_\_
- c.- Leasing financiero \_\_\_\_\_
- d.- Ninguno \_\_\_\_\_
- e.- Otro \_\_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

Si contesta la opción c, continúe con el cuestionario.

4. De acuerdo a las características del leasing financiero, ¿qué le gustaría mejorar o eliminar? (Marque una respuesta)

- a.- Disminución de Clausulas de permanencia \_\_\_\_\_
- b.- Altas tasas de interés \_\_\_\_\_
- c.- Sobre costos de adquisición \_\_\_\_\_
- d.- Dificultad de acceso al leasing \_\_\_\_\_
- e.- Otra \_\_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

5. ¿Cuál es la ventaja más importante que le ha generado el leasing financiero? (Marque una respuesta)

- a.- Mayor acceso a bienes de capital \_\_\_\_\_
- b.- Reducción de las tasas de interés \_\_\_\_\_
- c.- Respaldo y garantía del bien a adquirir \_\_\_\_\_
- d.- Pago de aranceles diferidos \_\_\_\_\_
- e.- No aumenta el precio del activo a largo plazo \_\_\_\_\_
- f.- No afecta el nivel de endeudamiento \_\_\_\_\_
- g.- Otra \_\_\_\_\_ Cuál \_\_\_\_\_

6.- ¿Considera que el leasing financiero ha mejorado la posición financiera de la empresa?

a.- Si \_\_\_\_\_

b.- No \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## MANUSCRITO EN FORMATO ARTICULO

### EL leasing financiero como estrategia competitiva para las pymes de la ciudad de Popayán.

Diana Sofía Sarria Iragorri

Programa de Administración de Empresas, Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Popayán, Colombia.

#### Resumen

El presente estudio se realizó en una muestra representativa de Pymes de la ciudad de Popayán con el propósito de establecer como el leasing financiero representa una estrategia competitiva para estas empresas, para lo cual, se determinaron los factores que influyen en la competitividad, se definió la influencia del leasing financiero en la mejora de la posición competitiva, y se planteó una estrategia de competitividad soportada en el uso de este instrumento financiero.

Para el desarrollo del trabajo se aplicó un enfoque de investigación cualitativo descriptivo, y un tipo de investigación descriptivo transversal. De un universo de 305 Pymes se seleccionó una muestra de 56 compañías, con un margen de error del 10% y un nivel de confianza de 90%.

La competitividad empresarial se determinó de acuerdo al Mapa de competitividad del BID, en el que se evaluaron aspectos relacionados con Planeamiento estratégico, Aprovisionamiento, Aseguramiento de la calidad, Comercialización, Contabilidad y finanzas, Recursos humanos, Gestión ambiental, y Sistemas de información.

En la primera parte de la investigación, se definieron las características básicas de las personas que respondieron la encuesta, en la que se estableció que la mayoría son gerentes (51,8%) y administradores (17,9%), y que llevan más de 10 años en la empresa (42,9%), y en el cargo (32,1%), además, presentan un nivel de estudios universitarios (39,3%).

Respecto a las características principales de las empresas objeto de estudio, se estableció que la mayoría son pequeñas (87,5%), Sociedades Anónimas (35,7%), pertenecen al sector Comercial (50%), presentan como actividad básica el comercio al por mayor y menor (48,2%), cuentan entre 11 y 50 trabajadores (50%), y tienen unos activos entre 501 y 5000 smmlv (66,1%),

En cuanto al nivel de competitividad, las empresas obtuvieron una calificación de 77,60%, que es "Bueno", en donde, el factor más destacable fue la contabilidad y finanzas con un puntaje de 86,24%. Así, se tuvieron como áreas que determinan la competitividad las siguientes: Contabilidad y finanzas (86,24%), Sistemas de información (83,45%), Aseguramiento de la calidad (81,64%), y Aprovisionamiento (80,46%).

Seguidamente, en la segunda parte del estudio, se definió la influencia del leasing financiero en la competitividad empresarial. En donde, este instrumento fue el segundo de mayor utilización con

el 28,6%, en donde, el más utilizado es el leasing operacional con el 39,3%, siendo su mayor ventaja que permite el acceso a bienes de capital (16,1%). Se estableció igualmente que las empresas que utilizan esta herramienta de financiación presentan, en su gran mayoría un nivel competitivo "Bueno".

Finalmente, con los resultados del diagnóstico previo, se plantearon las estrategias de competitividad para las pymes soportadas en el leasing financiero, en donde, se identificaron los factores críticos, las estrategias básicas, las actividades, la forma de cumplir la estrategia en cuanto a indicador de gestión y meta, el plazo, y los responsables.

Palabras claves: Leasing financiero, Competitividad, Pymes, Estrategia.

#### 1. Introducción

El estudio plantea definir como el leasing financiero representa una estrategia que contribuye a la competitividad de las pymes de la ciudad de Popayán.

Para cumplir con este propósito, inicialmente se identifican los factores que influyen en la competitividad por medio del Mapa de competitividad del BID.

Posteriormente, se define la influencia del leasing financiero en la mejora de la competitividad, para lo cual, se aplicó una encuesta en las Pymes.

Finalmente, se plantea una estrategia para mejorar la competitividad de las Pymes teniendo en cuenta cada una de las áreas definidas en el mapa de competitividad del BID.

La estrategia está planteada en el Plan de acción, en el que se presentan las actividades, indicadores de gestión, metas, responsables, y tiempo de realización.

#### 2. Metodología

El enfoque de la investigación es mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo.

En cuanto al tipo de la investigación, es de tipo descriptivo transversal.

El universo de estudio está representado por las Pymes industriales, comerciales y de servicios de la ciudad de Popayán, las cuales, se establecieron con base en información obtenida en la Cámara de Comercio del Cauca, y en proyectos realizados en las Pymes de la región como el de Muñoz (2015), en los que se determinó que existen alrededor de 305 empresas.

Para definir la muestra representativa del universo de estudio se empleó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

Cada una de las variables está definida de la siguiente forma:

Z = Confianza  
P = Probabilidad que el evento ocurra  
Q = Probabilidad que el evento no ocurra  
e = Error  
N = Población  
N -1 = Factor de corrección por finitud

En la investigación las variables se definen así:

Z = 90%	1,645
P = 50%	0,50
Q = 50%	0,50
e = 10%	0,10
N = 305 Empresas	305
N -1 = 304	304

Al reemplazar los valores en la fórmula se obtiene una muestra de 56 encuestas.

Las fuentes de información empleadas para el diagnóstico de las Pymes frente a la figura del leasing financiero son las siguientes:

- **Información secundaria:** Estudio documental, igualmente, datos de la Alcaldía municipal de Popayán, Gobernación del Cauca, y Cámara de Comercio del Cauca respecto a las Pymes y a la competitividad empresarial.
- **Información primaria:** Se utilizaron los siguientes instrumentos para la obtención de este tipo de datos:
  - Encuesta estructura dirigida a las Pymes de la ciudad de Popayán.
  - Aplicación del Mapa de competitividad del BID para definir el nivel de competitividad de las Pymes.

Para analizar los aspectos que son determinantes en la competitividad de las Pymes locales y para plantear una estrategia competitiva soportada en el leasing financiero se utilizó como instrumento el Mapa de Competitividad del BID, que fue desarrollado por los Centros de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi con el auspicio del Banco Interamericano de Desarrollo y fue especialmente diseñada para el diagnóstico organizacional de las Pymes.

### 3. Resultados y discusión

Al aplicar el mapa de competitividad del BID en las pymes de la ciudad de Popayán, se estableció que las áreas de oportunidad fundamentales son Contabilidad y finanzas (86,24%), Sistemas de

información (83,45%), Aseguramiento de la calidad (81,64%), y Aprovisionamiento (80,46%).

Respecto a los productos financieros que más utilizan las Pymes, se determinó que participa en un 28,6%, siendo el segundo de mayor relevancia, después de los créditos ordinarios.

El tipo de leasing más utilizado es el financiero con el 26,8%, es decir, es un instrumento utilizado por las Pymes para la adquisición de bienes de capital.

Respecto a los aspectos que debería mejorar el leasing está la dificultad de acceso (60%), considerando la gran cantidad de requisitos que solicitan las Instituciones Financieras.

La mayor ventaja que ofrece el leasing es que ofrece a las Pymes mayor accesibilidad a los bienes de capital requeridos para desarrollar su operación.

El 87,5% de las organizaciones que utilizan el leasing consideran que a través de esta herramienta han mejorado su posición financiera y por lo tanto aumento su nivel competitivo.

El 17,9% de empresas que emplean el leasing financiero son competitivas, lo que muestra la influencia que presenta el leasing en el nivel de competencia de este tipo de organizaciones.

Las estrategias de competitividad propuestas se plantean en un plan de acción, en el que se identifican los aspectos críticos, las estrategias básicas de competitividad basadas en el leasing financiero, las actividades, la forma de cumplir con la estrategia (indicadores de gestión y metas), plazos y responsables.

### 4. Conclusiones

1.- De las personas que respondieron la encuesta de competitividad a las Pymes, el 69,6% fueron el Gerente y el Administrador, por lo cual, las respuestas que se lograron son de alta confiabilidad, así, los datos obtenidos muestran la realidad de la posición competitiva de estas organizaciones. Así mismo, llevan más de 10 años en el cargo, aspecto que muestra su experiencia y conocimiento de las unidades de negocio.

2.- La mayoría de Pymes que constituyeron la muestra son pequeñas empresas en un 87,5%, en tanto que, el 12,5% son medianas, esta participación porcentual está acorde con el tejido empresarial del municipio de Popayán y el departamento del Cauca, en el que la mayoría de empresas sin micros, posteriormente pequeñas y medianas.

3.- Al evaluar las áreas de competitividad, las de mayor calificación fueron Contabilidad y Finanzas (86,24%), Sistemas de Información (83,45%), Aseguramiento de la calidad (81,64%), y Aprovisionamiento (80,46%), aspectos que tuvieron una calificación "Excelente", por lo tanto, son las áreas que definen en mayor grado la posición competitiva de estas empresas. De estas, la

Contabilidad y finanzas es la de mayor relevancia, en este sentido si una empresa es eficiente es la gestión de las variables financieras mantiene una buena posición financiera y por lo tanto, si nivel de competencia.

4.- En cuanto a las áreas que obtuvieron la menor calificación está la Gestión ambiental (67,06%), la Comercialización (70,78%), y la Planeación estratégica (74,18%). En consecuencia, las Pymes estudiadas desarrollan una deficiente Administración del medio ambiente, razón por la cual, no se trata de organizaciones socialmente responsables. Igualmente, presentan falencias en sus procesos de comercialización de productos y servicios, y no aplican de forma correcta la planeación estratégica como instrumento que apoye el proceso de toma de decisiones.

5.- En términos generales, la competitividad de las Pymes está entre "Buena" y "Excelente", lo que indica que estas organizaciones presentan una posición competitiva importante, en donde, depende especialmente de la Contabilidad y Finanzas y los Sistemas de información.

6.- Las Pymes, en su gran mayoría utilizan los créditos (57,1%) como instrumento de apalancamiento financiero, en tanto que, el leasing presenta una participación del 28,6%. A pesar de no ser el producto de mayor utilización, el leasing financiero presenta una participación importante, e influye en la competitividad de estas organizaciones.

7.- El financiero es el tipo de leasing de mayor utilización, considerando las importantes ventajas que ofrecen a las Pymes, especialmente adquirir bienes de capital que les permiten ser más eficientes en su operación. Al influir positivamente en la posición financiera de estas empresas, se incide de igual manera en su nivel de competencia.

8.- A pesar de brindar una gran cantidad de beneficios a las Pymes, el leasing financiero presenta limitaciones relacionados especialmente con la dificultad de acceso, y con los sobrecostos de adquisición que son altos. Por lo tanto, las organizaciones deben establecer el beneficio / costo para determinar si su utilización es factible desde el punto de vista financiero.

9.- La utilización del leasing financiero ha mejorado la posición financiera de las Pymes, de acuerdo al 87,5% de empresas que lo han utilizado, principalmente porque no incrementa el nivel de endeudamiento y hace que sean más productivas, haciendo que simultáneamente optimicen su nivel de competencia en el mercado.

10.- Al cruzar el nivel de competencia con las clases de leasing que utilizan las pymes, se puede establecer que la mayoría (30,4%) de organizaciones no utilizan este producto y presentan un nivel de competente "Excelente", posteriormente, el 28,6% no lo emplean y tienen una competitividad "Buena", y el 17,85% lo utilizan y presentan una competitividad "Excelente". De estos resultados se puede establecer

que este producto no es determinante en la competitividad, sin embargo, las organizaciones que lo utilizan logran un nivel alto de competencia.

## Referencias

Berumen, S. (2006). Una aproximación a los indicadores de la competitividad local y factores de la producción. Bogotá: Universidad Javeriana.

Bonilla Uribe, Mario Javier y Martínez Gallego, Mario Andrés. (2012). Análisis de la metodología para evaluar la competitividad: Caso Foro Económico Mundial y Realidad empresarial Colombiana. Bogotá: Universidad del Rosario.

Cabrera M. Alejandra M., López L., Paula A. y Ramírez M., Claudia. (2014). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Bogotá: Universidad Central.

Cabrera M., Alejandra, López L., Paula, y Ramírez M., Claudia. (2014). La competitividad empresarial: un marco conceptual solo para su estudio. Bogotá: Universidad Central.

Cámara de Comercio del Cauca, Gobernación del Cauca, Comisión Regional de Competitividad del Cauca y Crepic. (2017). Documento Resumen Plan Regional de Competitividad del Cauca. Popayán.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2015). Análisis de la Dinámica de la competitividad Nacional. Bogotá: CEPAL.

Durán, E. (2014). El contrato de leasing financiero en Colombia. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Federación Colombiana de Compañías de Leasing (Fedeleasing). (2014). Manual jurídico del leasing. Bogotá: Alvear Editor.

Fedesarrollo. (2015). El leasing en Colombia: diagnóstico e impacto sobre la inversión y el crecimiento. Santafé de Bogotá: ANIF – Fedesarrollo

García Ramírez, María Magdalena y López Torres, Virginia Guadalupe. (2015). Evaluación de la competitividad de los restaurantes de cocina internacional, México: Universidad Autónoma de Baja California.

Gómez Arango, Diana Carolina, Yuceppi Osorio, Ángelo. (2013). El leasing: una alternativa de financiación para las empresas. Medellín: Universidad de Sa Buenaventura.

Gómez Arango, Diana, y Yuceppi Osorio, Ángelo. (2013). El leasing: una alternativa para la financiación de las empresas. Medellín: Universidad San Buenaventura.

Montoya Henao, Lina Marcela y Silvestre Porras, Jorge Eduardo. (2008). Aplicación del mapa de competitividad del BID a empresas del Fondo Emprender. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.

Moreno Bastidas, R. (2011). Evolución histórica y jurisprudencial, Alcance del contrato del Leasing en Colombia. Cali: Universidad San Buenaventura.

Moreno Bastidas, R. (2016). Evolución histórica y jurisprudencial, Alcance del contrato del Leasing en Colombia. Cali: Universidad San Buenaventura.

Muñoz G., Yulanni, Delgado O., Bertha, y Valencia, Mónica. (2015). Estudio descriptivo sobre competitividad en las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) de la ciudad de Popayán. Popayán: Universidad del Cauca.

Salazar, Natalia, Cabrera, Pilar, y Becerra, Alejandro. (2014). Impacto del leasing financiero en la economía colombiana. Bogotá: Fedesarrollo.

Salazar, Natalia; Cabrera, Pilar, y Becerra, Alejandro. (2011). El impacto del leasing financiero sobre la inversión y el empleo en las firmas colombianas. Bogotá: Fedesarrollo.

Saavedra, María. (2012). Hacia la competitividad de la Pyme latinoamericana. Macroproyecto de investigación ALAFEC. Disponible en: [http://www.alafec.unam.mx/docs/macroproyectos/competitividad\\_macro.pdf](http://www.alafec.unam.mx/docs/macroproyectos/competitividad_macro.pdf).

Salirrosas Alayo, Fran Miguel. (2017). El leasing financiero y su influencia en la competitividad de la MYPE de calzado del distrito de El Porvenir, Trujillo – 2015". Lima: Universidad Nacional de Trujillo.

Santillán, J. (2015). Competitividad de las micros y pequeñas empresas constructoras dedicadas a la edificación en el Distrito Federal, México: UNAM.

Superfinanciera. (2016). Aspectos básicos del leasing. Bogotá.

Vera Colina, Mary A., Melgarejo Molina, Zuray y Edwin Mora Riapira. (2013). Competitividad en micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercio – Bogotá. Análisis de percepciones. Bogotá: XXX Conferencia Interamericana de Contabilidad.

## **AGRADECIMIENTOS**

La autora del trabajo agradece a:

A la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca por ofrecer la oportunidad de cursar los estudios de administración de empresas y obtener el título profesional,

Al Profesor Edy Vanegas, por sus orientaciones valiosas que contribuyeron a desarrollar el trabajo,

A mis familiares y amigos, que apoyaron el inicio y culminación del trabajo,

A las pymes por ofrecer la información solicitada para realizar el estudio,