

Estrategias para mejorar la competitividad de los microempresarios del sector comercial Anarkos
de la ciudad de Popayán

Valentina Rosero Llantén



Corporación Universitaria Autónoma del Cauca

Facultad de Ciencias Sociales Y Humanas

Programa de Contaduría Pública

Popayán

2023

Estrategias para mejorar la competitividad de los microempresarios del sector comercial Anarkos
de la ciudad de Popayán

Valentina Rosero Llantén

Mag. Paola Andrea Meneses

Asesora

Trabajo de grado para optar al título de Contadora Pública



Corporación Universitaria Autónoma del Cauca

Facultad de Ciencias Sociales Y Humanas

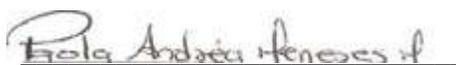
Programa de Contaduría Pública

Popayán

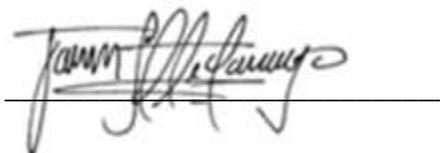
2023

Nota de aceptación

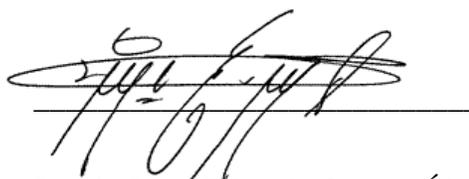
El Director y Jurados del trabajo “Estrategias para mejorar la competitividad de los microempresarios del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán”, elaborado por Valentina Rosero Llantén, una vez revisado y aprobada la sustentación autoriza para que efectué la gestión para obtener su título profesional.



Director Paola Andrea Meneses Muñoz



Jurado Javier Solarte Camayo



Jurado Jorge Eduardo Orozco Álvarez

Popayán, abril de 2023

Agradecimientos

La autora del estudio ofrece sus agradecimientos a:

La Corporación Universitaria Autónoma del Cauca por permitirme cursar la carrera de Contaduría Pública,

A la directora por sus acertadas orientaciones, compartir su conocimiento, y ofrecerme el apoyo necesario para culminar el proyecto,

A los microempresarios del sector comercial Anarkos por su colaboración para la obtención de la información,

A mis familiares, y demás que colaboraron en la realización del presente proyecto.

Contenido

	Pág.
Resumen	11
Introducción	13
1. Planteamiento del problema	14
2. Justificación	15
3. Objetivos	16
3.1 General	16
3.2 Específicos	16
4. Estado del arte o marco referencial	17
4.1 Conceptualización e importancia de las microempresas	17
4.2 Competitividad empresarial	18
5. Metodología	22
5.1 Enfoque, tipo y diseño	22
5.2 Variables o categorías de estudio	22
5.3 Selección y descripción de participantes	22
5.4 Procedimiento	23
5.5 Instrumento para la recolección y análisis de datos	24
5.6 Análisis de datos	24
6. Diagnóstico de la situación actual de los microempresarios del sector comercial Anarkos en cuanto a la competitividad	26
6.1 Características de las microempresas	26
6.1.1 Género del microempresario	26
6.1.2 Edad del microempresario	27
6.1.3 Años de creación de la empresa	28
6.1.4 Nivel de estudio del microempresario	30

	6
6.1.5 Cantidad de colaboradores	31
6.1.6 Activos vinculados a la microempresa	32
6.1.7 Ingresos mensuales	33
6.2 Nivel de competitividad empresarial de las microempresas	34
6.2.1 Competitividad de las microempresas	35
6.2.2 Resultados descriptivos de las microempresas por áreas	37
6.2.2.1 Planeación estratégica	37
6.2.2.2 Aprovisionamiento	39
6.2.2.3 Aseguramiento de la calidad	42
6.2.2.4 Comercialización	44
6.2.2.5 Contabilidad y finanzas	47
6.2.2.6 Recursos humanos	49
6.2.2.7 Gestión ambiental	52
6.2.2.8 Sistemas de información	56
7. Factores que determinan la competitividad empresarial de los microempresarios del sector comercial Anarkos	60
8. Estrategias para mejorar la competitividad empresaria de los microempresarios del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán	65
9. Conclusiones	69
Referencias bibliográficas	71
Anexos	74

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Clasificación de las Pymes según el sector productivo	17
Tabla 2. Conceptos de competitividad empresarial	18
Tabla 3. Factores para evaluar la competitividad de acuerdo al mapa del BID	20
Tabla 4. Porcentajes asignados a cada dimensión de acuerdo al mapa de competitividad del BID	25
Tabla 5. Niveles para evaluar la competitividad empresarial	25
Tabla 6. Género	26
Tabla 7. Edad del microempresario	27
Tabla 8. Años de creación de la empresa	28
Tabla 9. Nivel de estudio del microempresario	30
Tabla 10. Cantidad de colaboradores	31
Tabla 11. Activos vinculados a la microempresa	32
Tabla 12. Ingresos mensuales	33
Tabla 13. Nivel de competitividad de las microempresas por áreas	60
Tabla 14. Estrategias para mejorar la competitividad de las microempresas del sector comercial	
Anarkos	65

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Género	26
Figura 2. Edad del microempresario	28
Figura 3. Años de creación de la empresa	29
Figura 4. Nivel de estudio del microempresario	30
Figura 5. Cantidad de colaboradores	31
Figura 6. Activos vinculados a la microempresa	33
Figura 7. Ingresos mensuales	34
Figura 8. Competitividad de las microempresas	35
Figura 9. Mapa de competitividad de las microempresas por áreas	36
Figura 10. Distribución porcentual de acuerdo a procesos de planeación estratégica	37
Figura 11. Procesos de planeación estratégica	38
Figura 12. Implementación de la estrategia	38
Figura 13. Distribución porcentual de acuerdo a procesos de aprovisionamiento	39
Figura 14. Aprovisionamiento	40
Figura 15. Manejo de inventarios	40
Figura 16. Ubicación óptima de productos	41
Figura 17. Distribución porcentual de acuerdo a procesos de aseguramiento de la calidad	42
Figura 18. Aspectos generales de la calidad	43
Figura 19. Sistemas para el aseguramiento de la calidad	43
Figura 20. Distribución porcentual de acuerdo a procesos de comercialización	44
Figura 21. Mercadeo y ventas	45
Figura 22. Servicio al cliente	45
Figura 23. Distribución	46

Figura 24. Distribución porcentual de acuerdo a procesos de contabilidad y finanzas	47
Figura 25. Monitoreo de costos y contabilidad	47
Figura 26. Administración financiera	48
Figura 27. Normas legales y tributarias	49
Figura 28. Distribución porcentual según procesos de gestión de recursos humanos	49
Figura 29. Aspectos generales	50
Figura 30. Capacitación y promoción de personal	50
Figura 31. Cultura organizacional	51
Figura 32. Salud y seguridad industrial	52
Figura 33. Distribución porcentual según procesos de gestión ambiental	52
Figura 34. Política ambiental	53
Figura 35. Estrategia para proteger el medio ambiente	54
Figura 36. Concientización y capacitación	54
Figura 37. Administración del desperdicio	55
Figura 38. Distribución porcentual según sistemas de información	56
Figura 39. Planeación del sistema	56
Figura 40. Entradas	57
Figura 41. Procesos	58
Figura 42. Salidas	58
Figura 43. Ranking de Competitividad Mundial IMD 2022	63

Lista de anexos

Pág.

Anexo A. Encuesta para determinar la competitividad de las microempresas de acuerdo a la metodología del BID.

74

Resumen

El estudio permitió definir la competitividad de las microempresas del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán, a través de la aplicación del Mapa del BID, la metodología más usual para efectuar esta medición, a través del análisis de aspectos relacionados con la planeación estratégica, aprovisionamiento, aseguramiento de la calidad, contabilidad y finanzas, gestión comercial, sistemas de información, talento humano, y administración ambiental. Este instrumento consta de preguntas que se responden de la siguiente forma; 1 (Nunca), 2 (Pocas veces), 3 (Regularmente), 4 (con bastante frecuencia), y 5 (Siempre), para lograr un puntaje que permita medir el nivel competitivo de la empresa. Es una investigación cuantitativa, de corte descriptivo que consiste en analizar los resultados de aplicar el instrumento. Dentro de los hallazgos principales, se pudo establecer que las microempresas tienen una competitividad “Regular”, debiendo mejorar especialmente en gestión ambiental, la administración de recursos humanos, y el aseguramiento de la calidad. Así mismo, se determinó que las áreas que determinan la competitividad de estos negocios están relacionadas con el aprovisionamiento, implementación de la estrategia, gestión de inventarios, administración financiera, cumplir la normativa tributaria y legal. Finalmente, y de acuerdo a los factores identificados se plantearon estrategias que fueron articuladas en un plan, en el que se definieron los aspectos críticos, estrategias, actividades, indicadores de gestión, las metas, el tiempo, y los responsables.

Palabras claves: Competitividad, microempresa, Anarkos, y BID.

Abstract

The study made it possible to define the competitiveness of microenterprises in the Anarkos commercial sector of the city of Popayán, through the application of the IDB Map, the most common methodology to carry out this measurement, through the analysis of aspects related to strategic planning, procurement, quality assurance, accounting and finance, business management, information systems, human talent, and environmental management. This instrument consists of questions that are answered as follows; 1 (Never), 2 (Rarely), 3 (Regularly), 4 (Quite frequently), and 5 (Always), to achieve a score that allows measuring the competitive level of the company. It is a quantitative, descriptive investigation that consists of analyzing the results of applying the instrument. Among the main findings, it was possible to establish that microenterprises have a "Regular" competitiveness, having to improve especially in environmental management, human resources administration, and quality assurance. Likewise, it was determined that the areas that determine the competitiveness of these businesses are related to supply, strategy implementation, inventory management, financial administration, and compliance with tax and legal regulations. Finally, and according to the identified factors, strategies were proposed that were articulated in a plan, in which the critical aspects, strategies, activities, management indicators, goals, time, and those responsible were defined.

Keywords: Competitiveness, microenterprise, Anarkos, and BID.

Introducción

A través del trabajo se diseñan estrategias para mejorar la competitividad de los microempresarios del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán, para lo cual, inicialmente, se efectuó una caracterización de las empresas y la medición de su competitividad, aplicando la metodología del BID, cuyo cuestionario fue diligenciado directamente por los propietarios de los negocios, esto se realizó de forma personal dado lo extenso del instrumento.

Con la aplicación de la metodología se determinó la competitividad por microempresa, y del sector en conjunto, al igual que identificar las áreas que la determinan, y las que deben mejorarse para lograr una mejor posición competitiva.

Luego, se analizaron los factores que determinan la competitividad, o sea, los que presentan una calificación “Buena” o “Excelente”, y se identificaron los aspectos críticos que deben ser objeto de mejora.

Por último, para los factores críticos se plantearon estrategias que se articularon en un plan de acción, que sirve como referencia a los propietarios para su implementación a través de actividades, y para su evaluación por medio de indicadores de gestión y metas.

1. Planteamiento del problema

El comercio presenta una alta dinámica en la economía del departamento, ocupando en el 2020 el cuarto lugar en aporte al PIB de la región con un 10,3% (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022), misma dinámica que se refleja en la ciudad de Popayán, donde para el mismo año “este sector es el que más ha generado matrículas, ocupando el primer lugar con un 42,20%” (Cámara de Comercio del Cauca, 2020, p. 2)

Sin embargo, los comerciantes, especialmente del sector comercial Anarkos se enfrenten a una problemática que afecta su competitividad derivada de la reubicación forzada a la que se vieron expuestos el 12 de marzo de 2018, porque la edificación que data de los años sesenta, y que se convirtió en el primer Centro Comercial del país presento una grieta sobre el piso que alerto a las autoridades sobre el riesgo de la estructura, con lo cual, 512 familias entre propietarios de las áreas del inmueble y arrendatario-comerciantes formales e informales quedaron sin sustento económico (Cauca Extremo, 2020).

Esta situación llevo a todos los comerciantes, en especial los microempresarios a una reubicación en el centro histórico, afectando de manera directa su competitividad convirtiéndose en una “problemática del orden social y económico para esta población, principalmente en la disminución de sus ventas, y por ende, en la capacidad adquisitiva para satisfacer sus necesidades básicas” (Colegio Mayor del Cauca, 2018, p.9), sin dejar de lado los impactos que tuvo sobre la dinámica económica del centro comercial, recaudo de impuestos, movilidad vial que garantiza que el tránsito, transporte y el desplazamiento de las personas en el espacio público sea seguro y el rendimiento económico del sector en general.

Se tiene así el siguiente problema: ¿Cómo se puede mejorar la competitividad de los microempresarios del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán?.

2. Justificación

Actualmente, los estudios sobre competitividad empresarial son de gran importancia por el impacto que tienen en el desarrollo y crecimiento de la economía de las regiones y más aún dentro del marco de la crisis de la economía global consecuencia no solo de la pandemia generada por el Covid-19, sino de la guerra entre potencias mundiales; en este sentido, el estudio posibilita fortalecer el tejido de las empresas locales a partir de un diagnóstico de su situación actual y la propuesta de estrategias que les permita enfrentar la problemática dada la reubicación de sus establecimientos comerciales y el impacto que esto tiene en la generación de ingresos y la competitividad del sector.

Desde la perspectiva teórica, se pueda afirmar que la realización del estudio permite comprobar postulados sobre el crecimiento empresarial y competitividad desde el enfoque de la teoría sistémica, a partir de identificar los aspectos que la definen y los mecanismos por los cuales puede incrementarse.

Por otra parte, en términos académicos la realización del estudio permite fortalecer las competencias y destrezas en la formación del estudiante de Contaduría Pública, puesto que su perfil requiere que sea capaz de desempeñarse de manera eficiente en contextos tecnológicos y económicos a nivel global para contribuir a la solución de problemáticas relacionadas con preparar, controlar, y certificar los datos económicos y financieros, para poder decidir de manera adecuada, y aprovechar las oportunidades que brinde el entorno.

Además, desde una perspectiva práctica y social, este tipo de estudios permiten fomentar una cultura investigativa en torno a la búsqueda de soluciones a problemáticas concretas que afectan la economía de la ciudad a partir del fomento de la cultura empresarial, el fortalecimiento del empleo y calidad de vida de los microempresarios bajo un contexto que va desde un análisis en términos macro hasta micro; de esta manera no solo se genera conocimiento con alto grado de validez y confiabilidad, sino que aportan desde la academia bases sólidas para futuras investigaciones en torno al tema de competitividad empresarial.

3. Objetivos

3.1 General

Diseñar estrategias que incrementen la competitividad de los microempresarios del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán.

3.2 Específicos

- Diagnosticar la situación actual de los microempresarios del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán en cuanto a su grado de competitividad.
- Identificar los aspectos que definen la competitividad empresarial de los microempresarios.
- Plantear estrategias que conlleven a mejorar la competitividad empresarial de los microempresarios del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán.

4. Estado del arte o marco referencial

4.1 Conceptualización e importancia de las microempresas

Las microempresas “son unidades de producción de bienes y servicios que han demostrado ser un medio efectivo para dinamizar las actividades productivas en la sociedad” (Sumba & Santistevan, 2018), las cuales, aunque no reflejen un gran aporte al PIB nacional, representan según Díaz (2010) generación de empleo e ingresos para la economía familiar dada su capacidad para adaptarse e incorporarse en los diferentes mercados.

En Colombia según Confecámaras (2022), el 52,2% de empresas surgidas en el 2021 fueron microempresas, un 10,6% respecto al 2020, representando más del 90% del sector productivo total y del tejido económico nacional, de estas unidades productivas se destacan las de tipo comercial al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, en sitios no especializados y de bebidas y tabaco en establecimientos especializados.

Dentro de sus últimas reglamentaciones se destaca el Decreto 957 de 2019 que establece los parámetros para clasificar las Pymes en consideración a los ingresos recibidos en cada periodo fiscal, los cuales se determinan en UVT (Ver Tabla 1).

Tabla 1

Clasificación de las Pymes según el sector productivo

SECTOR	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Manufactura	≤ 23.563 UVT	> 23.563 UVT - ≤ 204.995 UVT	> 204.995 UVT - $\leq 1'736.565$ UVT
Servicio	≤ 32.988 UVT	> 32.988 UVT - ≤ 131.951 UVT	> 131.951 UVT - ≤ 483.034 UVT
Comercio	≤ 44.769 UVT	> 44.769 - ≤ 431.196 UVT	> 431.196 UVT - $\leq 2'160.692$ UVT

Nota. Decreto 957 de 2019 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

La importancia de las Pymes para la economía radica según Moreno (2022) en:

- Generan empleo. Por su cantidad son fuente de oportunidad laboral. Lo cual, significa que sin ellas se afectaría el empleo, y se reduciría la riqueza.

- Abarcan la mayor parte de actividades económicas. Aproximadamente el 100 % de organizaciones empresariales son Pymes. Estos negocios activan la economía y propician beneficios para el emprendedor y sus colaboradores.
- Integran la punta de producción. Su actividad es esencialmente secundaria y terciaria, es decir, el comercio y los servicios, así, desarrollan gran parte de la operación comercial cotidiana.

4.2 Competitividad empresarial

Determinada la trascendencia de las microempresas dentro de la economía, resulta pertinente analizar su relación con la competitividad, el cual ha sido debatido y comúnmente empleados en la cotidianidad para hacer referencia a la posición de un país, sector o negocio en un mercado y contexto específico; definir este término en el ámbito empresarial es complejo, derivando en enfoques y propuestas conceptuales diversas toda vez que numerosos estudios abordan su papel, en el crecimiento de la economía, logro del bienestar y en la generación de ingresos y empleo (Ver Tabla 2).

Tabla 2

Conceptos de competitividad empresarial

Autor	Concepto
Bussines School (2022)	Término relacionado con la capacidad para producir y vender productos / servicios acordes con la calidad del mercado, con precios similares, para lograr un alto rendimiento de los recursos usados para su obtención.
Abdel & Romo (2004)	Se relaciona con la ventaja competitiva de un negocio dada por sus formas de producir y organizar (en cuanto a precio y calidad) respecto a sus competidores. Por lo tanto, se menos competitivo se reflejaría en pérdida de ventas, baja participación, y cierre.
López, Méndez, & Dones (2009)	La habilidad de una entidad de mantener una posición destacada en determinados mercados, que le permitan crecimiento y desarrollo económico y social elevado y sostenido.

Nota. Elaboración propia.

Sin embargo, frente a estas definiciones, para que el concepto pueda ajustarse a la naturaleza y necesidades de este estudio, se tienen en cuenta factores externos no controlables como el medio físico en el cual se desarrolla la actividad productiva, donde, resulta pertinente

citar a Cabrera et al. (2011) quienes desde la teoría sistémica amplían el concepto haciendo inferencia sobre los determinantes que la explican así.

- Para Esser, Hillebrand, Messner & Meyer-Stamer, citados por Cabrera, et al. (2011) los determinantes más importantes de la competitividad son: a) Personal cualificado y la capacidad de administración, b) Estrategia corporativa, c) Innovación, d) Mejores prácticas en el ciclo productivo, e) Redes de cooperación en tecnología, f) Logística de negocios, y g) Interacción productor-proveedor- clientes.

- Laplane, citado por Cabrera et al. (2011) indica que la competitividad se relaciona con factores internos, estructurales y sistémicos. Los internos se relacionan con poder para decidir y crear una ventaja competitiva. Los estructurales no pueden controlarse totalmente, pero pueden influirse para ser competitivos. Y los sistémicos, son externos inciden en el contexto competitivo y afectan la ventaja competitiva del negocio.

En cuanto a los factores que determinan la competitividad, Laplane (1996), citado por Muñoz, Delgado y Valencia (2014) indica que esta depende de una serie de aspectos internos y otros de índole estructural propios de cada sector, y los de tipo sistémico. Los internos se relacionan con las decisiones de la gerencia, que pretenden distinguir la organización de sus competidores, de acuerdo a sus ventajas competitivas, y a la habilidad para gestionarlas.

A su vez, Berumen (2016) indica que hay factores que determinan la competitividad, el precio y costo, calidad, tecnología, estructura de la empresa, producción, relaciones inter empresas y con el sector público, entidades de investigación, capacitación del recurso humano, e I+D+i.

Saavedra (2012) plantea que la competitividad representa la capacidad de una empresa para conservar o aumentar su participación en el mercado con base en estrategias basadas en mejorar la productividad, y capacidad interempresarial, en un contexto competitivo definido por el sector, el mercado consumidor, políticas gubernamentales y alianzas económicas.

Respecto a las metodologías de medición, de acuerdo a Muñoz, Delgado y Valencia (2014) se tiene el modelo matemático que mide la competitividad con base en el perfil internacional para la productividad y competencia que debe tener una organización de clase mundial, soportados en los planteamientos de M. Porter, P. Drucker, K. Blanchar, S. Covey, P.

Senge, I Maasaki, y K. Albrech, quienes consideran los aspectos y variables más importantes que inciden en la productividad, que son de tipo tecnológico, administrativo, productivo, humano, y empresarial.

También, se tiene el Benchmarking estratégico propuesto por la Universidad Politécnica de Cataluña, soportado en el concepto que la excelencia en la producción se logra por aprovechar las ventajas competitivas. Dentro de los factores que se consideran están los productos, arquitectura, alianzas, ventajas competitivas, I+D+i, cultura y liderazgo y estrategias (Muñoz, Delgado, Valencia, 2014).

En Colombia, la Universidad Manuela Beltrán indica que la competitividad está en función de la capacidad de la gestión gerencial y su incidencia en las diferentes áreas de la empresa, y establece que los factores que la determinan son fundamentalmente la gestión comercial, gestión financiera, producción, ciencia y tecnología, e internacionalización (Jiménez, 2016).

Así mismo, en el país se desarrolló el mapa de competitividad del BID por los Centros de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad ICESI con auspicio del Banco Interamericano de Desarrollo especialmente diseñado para el diagnóstico de las MiPymes, por medio del cual evaluar aspectos como planeamiento Estratégico, aprovisionamiento, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, y sistemas de información (Saavedra, 2012).

Este instrumento consiste en un cuestionario dirigido a las áreas de las empresas, donde, se califica de uno a cinco el nivel de cumplimiento a cada una de las preguntas propuestas de la siguiente forma: 1 = Nunca, 2 = Pocas veces, 3 = Regularmente, 4 = Frecuentemente, y 5 = Siempre. Las preguntas están relacionadas con los siguientes factores.

Tabla 3

Factores para evaluar la competitividad de acuerdo al mapa del BID

Dimensiones	Factores
Planeamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> ● Proceso ● Implementación
Cadena de Valor	<ul style="list-style-type: none"> ● Planificar ● Capacidad

	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener • Desarrollo e investigación • Aprovisionar • Gestión de inventarios • Localización de infraestructura
Aseguramiento de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Generalidades • Sistemas
Merchandising	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas y marketing • Servicio • Distribuir
Contabilidad y finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de costos y contabilidad • Gestión financiera • Normativa legal y fiscal
Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> • Generalidades • Capacitación y promoción • Cultura corporativa • Seguridad y salud industrial
Gestión ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Estructuración de Políticas ambientales • Estrategias para la protección del ambiente • Sensibilización y capacitación • Gestión del desperdicio
Sistemas de información	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación • Entradas • Procesos • Salidas

Nota. Muñoz, Delgado, y Valencia (2014).

5. Metodología

5.1 Enfoque, tipo y diseño

El estudio presenta un enfoque cuantitativo, a través del cual obtener datos que permitan un análisis numérico y concluyente de los resultados; igualmente, estadísticas que contribuyan a identificar aspectos relevantes respecto a la población objeto de estudio. Hernández, Fernández, y Baptista (2010, p. 4) indican que el “enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

Es descriptivo, como lo afirma Veiga, et al. (2008) en éste quien investiga calcula la presencia y características del fenómeno en el tiempo, haciendo referencia a un momento, describiéndolo sin efectuar relaciones causales son otros aspectos.

5.2 Variables o categorías de estudio

Las variables de estudio son:

- Comercio al por menor
- Competitividad empresarial

5.3 Selección y descripción de participantes

Para calcular el tamaño de la muestra es importante estimar que la población es finita, en este caso, los microempresarios del sector comercial Anarkos la ciudad de Popayán, el cual para el 2018, según cifras de Cauca Extremo (2020) estaba compuesto por 512 empresas, donde, se aplica la siguiente formula estadística para definir la cantidad de propietarios a encuestar (Aguilar, 2015).

$$n = \frac{N Z^2 pq}{d^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

- p = parte proporcional del fenómeno (50%)

- q = proporción poblacional que no tiene el fenómeno ($1 - p$).
- N = población (512)
- Z = confianza (90% = 1,645)
- d = nivel de precisión absoluta. (10%)

Reemplazando en la ecuación se tiene:

$$n = \frac{512 \times (1,645)^2 \times (0,50) \times (0,50)}{(0,10)^2 (512 - 1) + (1,645)^2 \times (0,50) \times (0,50)}$$

$$n = \frac{346,3712}{5,11 + 0,67650625}$$

$$n = \frac{346,3712}{5,78650625}$$

$$n = 59,85843358 = 60$$

La muestra es de 60 microempresas del sector comercial Anarkos, escogida de forma probabilística con muestreo aleatorio con el criterio de inclusión.

5.4 Procedimiento

El procedimiento de investigación se detalla a continuación.

- Escogencia del instrumento, en este caso el mapa del BID para analizar aspectos como planificación estratégica, comercialización, sistemas de información, aprovisionamiento, aseguramiento de la calidad, talento humano, contabilidad y finanzas, y administración ambiental.
- Organización del plan de trabajo, el cual, se desarrolla en las siguientes fases: recolectar datos, análisis, definición de factores críticos, y diseño de estrategias de competitividad.
- Previa autorización del propietario de la microempresa, se procede a la aplicación del instrumento, protegiendo su confidencialidad al no utilizar nombres, ni número de

identificación. Se verifican diferentes documentos como el RUT y el registro mercantil para efectuar la clasificación del negocio.

- Una vez se aplica el instrumento, se efectúa una revisión de los registros, se sistematiza la información y analizan los resultados.
- Finalmente, se determina el índice de competitividad, y se definen los factores que son objeto de mejora.

5.5 Instrumento para recolectar y analizar datos

Para recoger los datos se usó como instrumento el mapa de competitividad del BID que permite el análisis de ocho variables fundamentales para la competitividad empresarial, evaluadas por medio de preguntas que conllevan a definir la competitividad microempresarial.

Se dividió la encuesta en dos secciones, la primera que permitió registrar los datos generales de las empresas, y la segunda, para evaluar las ocho variables para establecer su grado de competitividad acorde a la metodología del BID.

El instrumento consta de diferentes preguntas, las cuales presentan las siguientes opciones de respuesta: 1 = Nunca, 2 = Pocas veces, 3 = Regularmente, 4 = Frecuentemente, y 5 = Siempre, lo que permitió calcular los porcentajes para cada microempresa, y finalmente su nivel de competitividad.

5.6 Análisis de datos

Los datos obtenidos de aplicar el instrumento se procesaron con el programa SPSS, v. 24, con el cual, obtener las frecuencias absolutas y relativas y los estadísticos descriptivos.

Para evaluar la competitividad se tuvieron en cuenta los porcentajes establecidos en la Tabla 4, y los niveles de calificación de la Tabla 4, los cuales fueron determinados en consideración a la cantidad de ítems del instrumento. La cantidad total de ítems fue de 89, de los cuales 10 corresponden a planeación estratégica (11%), 10 a aprovisionamiento (11%), 16 a comercialización (18%), 5 a aseguramiento de la calidad (6%), 15 a contabilidad y finanzas

(17%), 9 a gestión ambiental (10%), 15 a recursos humanos (17%), y 9 a sistemas de información (10%).

Tabla 4

Porcentajes asignados a cada dimensión - mapa de competitividad del BID

DIMENSIONES	PORCENTAJE (%)
1.- Planeamiento Estratégico	11%
2.- Aprovechamiento	11%
3.- Aseguramiento de la Calidad	6%
4.- Comercialización	18%
5.- Contabilidad y finanzas	17%
6.- Recursos humanos	17%
7.- Gestión Ambiental	10%
8.- Sistemas de información	10%
Total	100%

Nota. Saavedra (2011), Muñoz, Delgado y Valencia (2014).

Tabla 5

Niveles para evaluar la competitividad empresarial

Niveles	Categorías
0%-20%	Pésimo
21%-40%	Bajo
41%-60%	Regular
61%-80%	Bueno
81%-100%	Excelente

Nota. Saavedra (2011), Muñoz, Delgado y Valencia (2014).

Es importante considerar que la competitividad de las microempresas se determinó con soporte en los resultados obtenidos del promedio de las respuestas por dimensión evaluada, también se definió la competitividad con el promedio de la calificación de las 60 empresas.

6. Diagnóstico de la situación actual de los microempresarios del sector comercial Anarkos en cuanto a la competitividad

A continuación, se realiza la caracterización de las microempresas en cuanto a género de los propietarios, edad, estudios, años de creación del negocio, cantidad de colaboradores, activos vinculados, e ingresos mensuales. Igualmente, se mide la competitividad a través de la metodología del BID, donde se analizan aspectos relacionados con planeación estratégica, aseguramiento de la calidad, contabilidad y finanzas, aprovisionamiento, comercialización, recursos humanos, administración ambiental, y sistemas de información.

6.1 Características de las microempresas

6.1.1 Género del microempresario

Tabla 6

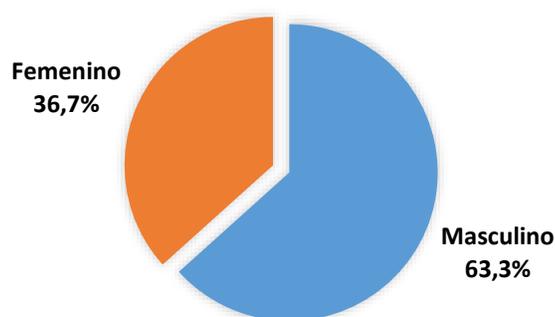
Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	38	63,3%	63,3%	63,3%
	Femenino	22	36,7%	36,7%	100,0%
	Total	60	100%	100%	

Nota. Elaboración propia.

Figura 1

Género



Nota. Elaboración propia.

La mayoría de propietarios de microempresas del sector comercial Anarkos son hombres, en este caso, el 63,3%, mientras que, el 36,7% son mujeres, lo que indica que el emprendimiento femenino ha sido bajo en este sector, lo cual, debe tenerse en cuenta en el planteamiento de estrategias para aumentar la participación de la mujer en el sector microempresarial con el fin que puedan empoderarse económica y socialmente (Ver Tabla 6).

En la Figura 1, igualmente se muestra que la mayor parte de propietarios de estas empresas pertenecen al género masculino, en este caso un 63,3% lo que indica que hay un mayor emprendimiento por parte de los hombres, y que las mujeres se han quedado rezagadas por diferentes motivos especialmente sociales y culturales que inciden en el emprendimiento.

6.1.2 Edad del microempresario

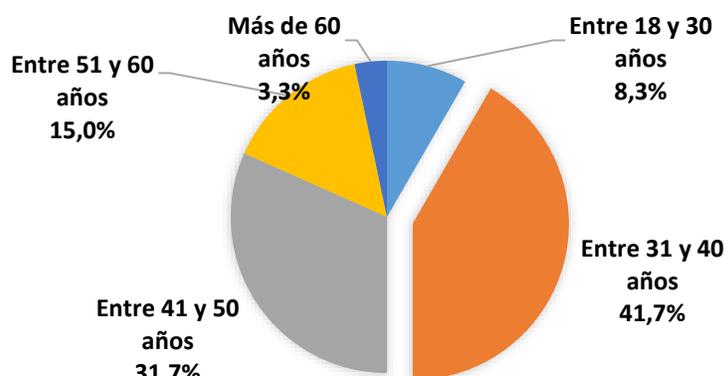
Tabla 7

Edad del microempresario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 18 y 30 años	5	8,3%	8,3%	8,3%
	Entre 31 y 40 años	25	41,7%	41,7%	50,0%
	Entre 41 y 50 años	19	31,7%	31,7%	81,7%
	Entre 51 y 60 años	9	15,0%	15,0%	96,7%
	Más de 60 años	2	3,3%	3,3%	100,0%
	Total	60	100%	100%	

Nota. Elaboración propia.

Respecto a la edad de los microempresarios, el 41,7% presenta entre 31 - 40 años, el 31,7% entre 41 - 50 años, y el 15% entre 51 - 60 años, los cuales, representan el 88,3% del total. Igualmente, se pudo establecer que el 81,7% presenta una edad entre 18 y 50 años, y que el promedio de edad es de 41,6 años, donde, la mayoría de propietarios de este tipo de negocios está en una etapa adulta (Ver Tabla 7).

Figura 2*Edad del microempresario**Nota.* Elaboración propia.

De acuerdo a la Figura 2, la mayor parte de propietarios de microempresas son adultos, o sea, con una edad está entre 27 y 59 años, considerando que el 41,7% tiene entre 31 y 40 años, el 31,7% entre 41 y 50 años, y el 15% entre 51 y 60 años. Posteriormente, se encuentran los jóvenes y adultos mayores que son la porción poblacional de menor representación.

6.1.3 Años de creación de la empresa

Tabla 8*Años de creación de la empresa*

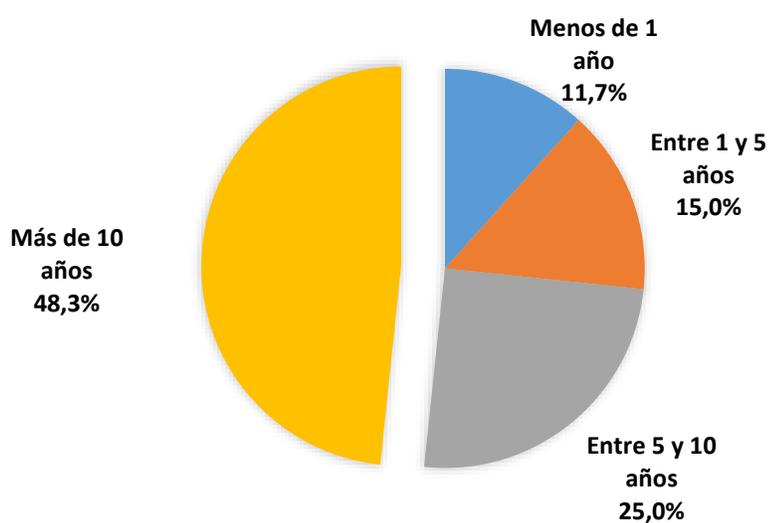
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 1 año	7	11,7%	11,7%	11,7%
	Entre 1 y 5 años	9	15,0%	15,0%	26,7%
	Entre 5 y 10 años	15	25,0%	25,0%	51,7%
	Más de 10 años	29	48,3%	48,3%	100,0%
Total		60	100%	100%	

Nota. Elaboración propia.

En cuanto a los años de creación de la empresa, se tiene que el 48,3% presenta más de 10 años, el 25% entre 5 - 10 años, y el 15% entre 1 - 5 años, los cuales, constituyen el 88,3% del total. Estos resultados indican que la mayor parte de negocios llevan un promedio de 12,1 años operando en el sector (Ver tabla 8).

Figura 3

Años de creación de la empresa



Nota. Elaboración propia.

La Figura 3 muestra que los propietarios de las microempresas en su mayoría tienen más de 10 años (48,3%) desarrollando su actividad económica, así mismo, que el 25% lleva entre 5 y 10 años, los cuales representan el 73,5% del total. Esto indica que tienen varios años en el desarrollo de su unidad productiva debido a que a través de ella logran los recursos necesarios para la satisfacción de sus necesidades y en algunos casos para alcanzar el crecimiento de su empresa.

6.1.4 Nivel de estudio del microempresario

Tabla 9

Nivel de estudio del microempresario

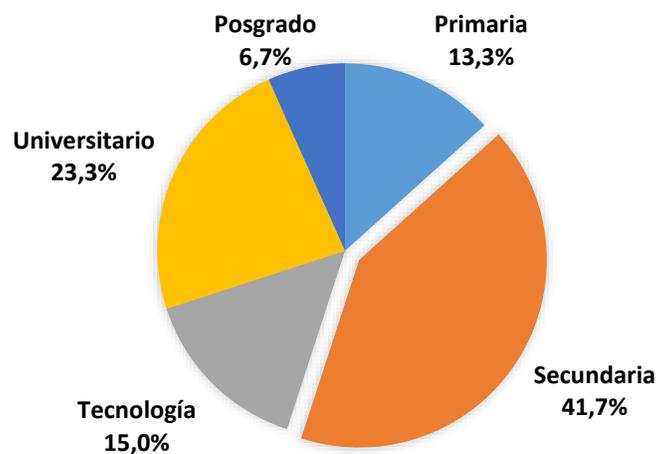
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	8	13,3%	13,3%	13,3%
	Secundaria	25	41,7%	41,7%	55,0%
	Tecnología	9	15,0%	15,0%	70,0%
	Universitario	14	23,3%	23,3%	93,3%
	Posgrado	4	6,7%	6,7%	100,0%
	Total	60	100%	100%	

Nota. Elaboración propia.

El 41,7% de propietarios presentan un nivel de estudios de básica secundaria, el 23,3% son universitarios con estudios en proceso o ya culminados, y el 15% con formación tecnológica, los cuales representan el 80% del total. Se puede establecer entonces que este nivel de escolaridad no es muy alto, sin embargo, hay personas que se han venido formando en carreras universitarias como administración de empresas, contaduría y economía con el propósito de aplicar estos conocimientos a su unidad de negocio, y con ello lograr la mayor productividad de su unidad empresarial (Ver Tabla).

Figura 4

Nivel de estudio del microempresario



Nota. Elaboración propia.

La mayoría microempresarios presentan un nivel de escolaridad bajo, en este caso el 55% que han cursado estudios de primaria y secundaria, mientras que, el 45% restante tiene estudios universitarios, tecnológicos, y posgrado (Ver Figura 4).

6.1.5 Cantidad de colaboradores

Tabla 10

Cantidad de colaboradores

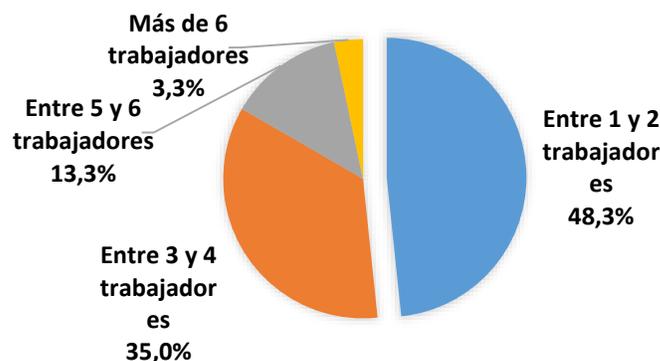
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre 1 y 2 trabajadores	29	48,3%	48,3%	48,3%
Entre 3 y 4 trabajadores	21	35,0%	35,0%	83,3%
Entre 5 y 6 trabajadores	8	13,3%	13,3%	96,7%
Más de 6 trabajadores	2	3,3%	3,3%	100,0%
Total	60	100%	100%	

Nota. Elaboración propia.

En lo que se refiere a la cantidad de colaboradores, el 48,3% tiene entre 1 y 2 trabajadores, el 35% entre 3 y 4, y el 13,3% entre 5 y 6, los cuales, son el 96,7% del total. De estos resultados se puede establecer que hay un promedio de 3 trabajadores por empresa (Ver tabla 10).

Figura 5

Cantidad de colaboradores



Nota. Elaboración propia.

Según la Figura 5, la mayor cantidad de negocios, en este caso el 83,3% tienen entre 1 y 4 trabajadores, mientras que unas pocas empresas (16,7%) presentan entre 5 y más de 6 colaboradores, lo que indica que este sector absorbe una parte mínima de la fuerza laboral en comparación con las grandes empresas que tienen gran cantidad de empleados.

6.1.6 Activos vinculados a la microempresa

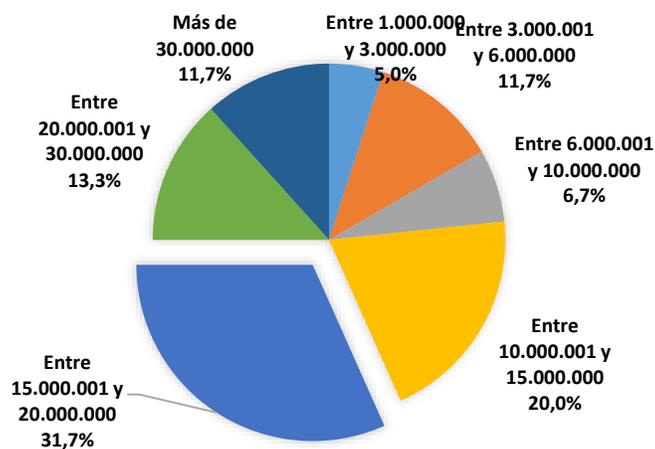
Tabla 11

Activos vinculados a la microempresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre 1.000.000 y 3.000.000	3	5,0%	5,0%	5,0%
Entre 3.000.001 y 6.000.000	7	11,7%	11,7%	16,7%
Entre 6.000.001 y 10.000.000	4	6,7%	6,7%	23,3%
Entre 10.000.001 y 15.000.000	12	20,0%	20,0%	43,3%
Entre 15.000.001 y 20.000.000	19	31,7%	31,7%	75,0%
Entre 20.000.001 y 30.000.000	8	13,3%	13,3%	88,3%
Más de 30.000.000	7	11,7%	11,7%	100,0%
Total	60	100%	100%	

Nota. Elaboración propia.

El 31,7% de microempresas presentan un total de activos vinculados al negocio entre \$15.000.001 y \$20.000.000, el 20% entre \$10.000.001 y \$15.000.000, y el 13,3% entre \$20.000.001 y \$30.000.000, que son el 65% del total. De estos resultados, se puede establecer que en promedio las microempresas tienen unos activos de \$16.616.667, donde, la mayor parte son mercancías disponibles para la venta (Ver Tabla 11).

Figura 6*Activos vinculados a la microempresa*

Nota. Elaboración propia.

El total de activos vinculados a las microempresas que en promedio equivale a \$16.616.667 por unidad de negocio, el cual, se utiliza generalmente en actividades de comercialización de productos, donde la mayoría, en este caso el 75% presenta activos entre \$1.000.000 y \$20.000.000 (Ver Figura 6).

6.1.7 Ingresos mensuales

Tabla 12*Ingresos mensuales*

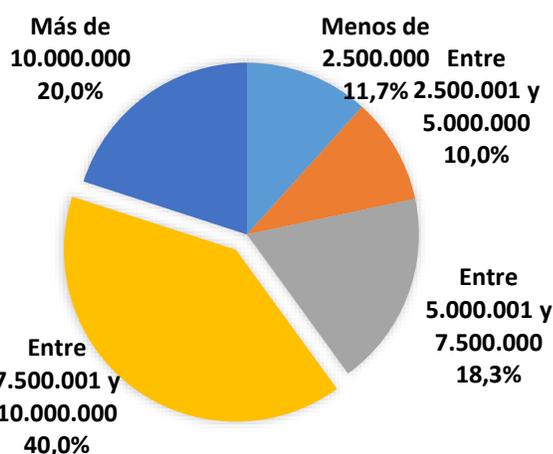
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Menos de 2.500.000	7	11,7%	11,7%	11,7%
Entre 2.500.001 y 5.000.000	6	10,0%	10,0%	21,7%
Entre 5.000.001 y 7.500.000	11	18,3%	18,3%	40,0%
Entre 7.500.001 y 10.000.000	24	40,0%	40,0%	80,0%
Más de 10.000.000	12	20,0%	20,0%	100,0%
Total	60	100%	100%	

Nota. Elaboración propia.

El 40% de microempresas tiene ingresos mensuales entre \$7.500.001 y \$10.000.000, el 20% más de \$10.000.000, y el 18,3% entre \$5.000.001 y \$7.500.000, los cuales, son el 78,3% del total. De acuerdo a estos resultados, se puede establecer que en promedio el ingreso mensual bruto de estos negocios es de \$7.666.667, y diario de \$255.556 (Ver tabla 12).

Figura 7

Ingresos mensuales



Nota. Elaboración propia.

La mayor parte de microempresarios (60%) presentan ingresos brutos al mes entre \$7.500.001 y más de \$10.000.000, lo que comparado con la inversión total equivale aproximadamente al 46,14%, lo que muestra la alta rentabilidad bruta de esta actividad económica en comparación con los activos totales (Ver Figura 7).

6.2 Nivel de competitividad empresarial de las microempresas

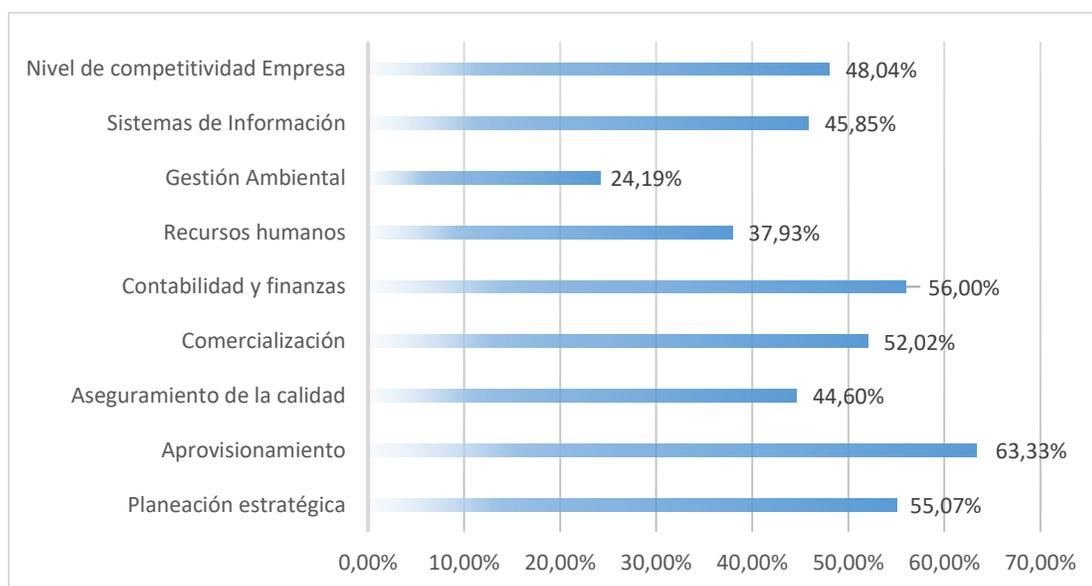
El grado de competitividad se establece a través de estadística descriptiva e inferencial aplicando la metodología del BID, cuyos resultados se muestran a continuación.

6.2.1 Competitividad de las microempresas

Según metodología del BID la competitividad permite lograr eficientemente la misión incluso mejor que la competencia, permitiendo así la satisfacción de las necesidades de los clientes. Se aplican preguntas dirigidas a las áreas de la organización que permiten determinar el nivel competitivo de un negocio. En la Figura 8, se muestra la competitividad de las microempresas del sector comercial Anarkos, el cual es de 48,04%, que de acuerdo a los niveles establecidos es “Regular”, por lo cual, hay aspectos que deben mejorarse especialmente los relacionados con talento humano, administración del ambiente, y aseguramiento de la calidad.

Figura 8

Competitividad de las microempresas



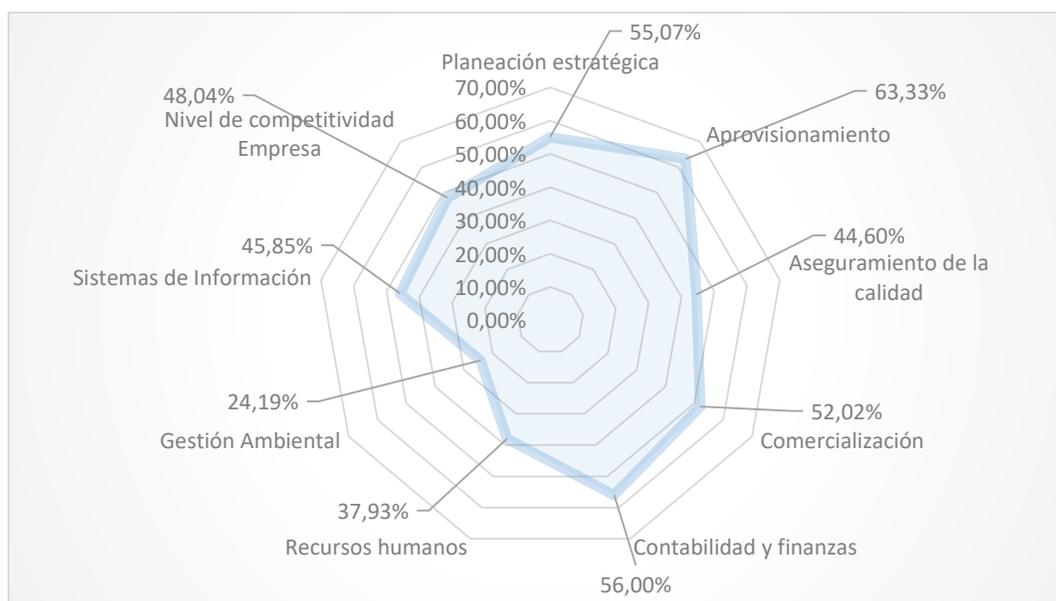
Nota. Elaboración propia.

Respecto a la competitividad por áreas, en la Figura 9 se muestra que las áreas que generan ventajas competitivas son el aprovechamiento (63,33%), que presenta el mejor cumplimiento a nivel general, igualmente, es importante potenciar la contabilidad y finanzas (56%), la planeación estratégica (55,07%), y la comercialización (52,02%) para que sean aspectos diferenciadores, mientras que, la gestión ambiental (24,19%), la administración del talento humano (37,93%), aseguramiento de la calidad (44,60%), y los sistemas de información

(45,85%) son las variables de más baja calificación, o sea, que tienen menor cumplimiento. Los resultados obtenidos indican que estas empresas enfatizan especialmente en el aprovisionamiento de productos para la venta que es la única variable que obtuvo una calificación “Buena”.

Figura 9

Mapa de competitividad de las microempresas por áreas



Nota. Elaboración propia.

La Figura 9 muestra el mapa del BID, donde las áreas que presentan el mayor nivel son el Aprovisionamiento (63,33%) que es calificado como “Bueno” y la Contabilidad y Finanzas (56%) que es “Regular”, mientras que, las de menor calificación son la Gestión ambiental (24,19%) y la Administración de recursos humanos (37,93%) con un nivel “Bajo”. En términos generales, la competitividad de las microempresas es de 48,04% que es “Regular”, lo que indica que estos negocios deben mejorar en varios aspectos para ser competitivos en el mercado local.

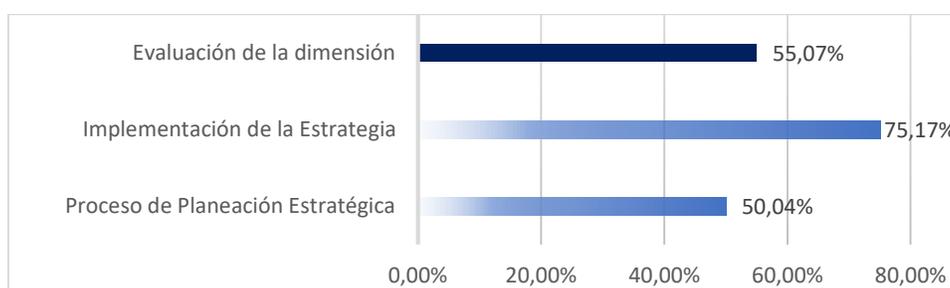
6.2.2 Resultados descriptivos de las microempresas por áreas

Se presenta a continuación el nivel de cumplimiento para las ocho variables que hacen parte de la metodología del BID, y también se estudia la frecuencia de los procesos.

6.2.2.1 Planeación estratégica

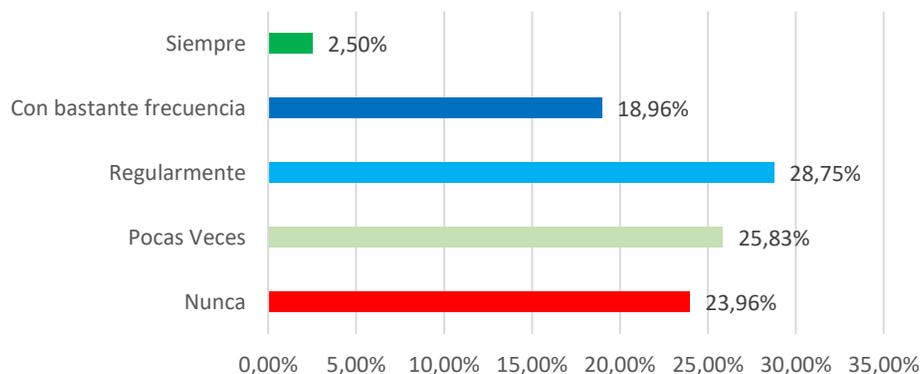
Figura 10

Distribución porcentual de acuerdo a procesos de planeación estratégica



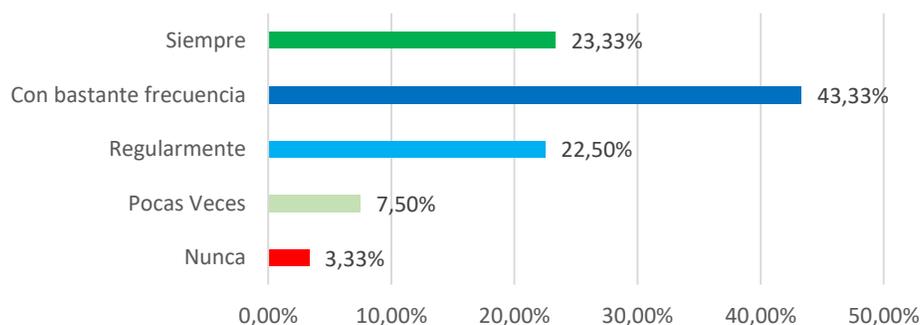
Nota. Elaboración propia.

La metodología del BID plantea que un factor de competitividad relevante es la planeación estratégica en cuanto a implementar la estrategia y ejecución en lo que respecta a su diseño, ejecución, y alineación con los objetivos de la organización. En la Figura 10, están los resultados respecto a los procesos de planeación estratégica desarrollados por las microempresas, los cuales presentan un puntaje de 55,07% y una calificación “Regular”, lo que indica que hay deficiencias en el desarrollo de los mismos, especialmente en los procesos de planeación que tienen una calificación de 50,04% (Regular), principalmente porque no se involucra al talento humano en este proceso, mientras que la implementación de las estrategias obtuvo 75,17% (Buena), destacándose aspectos como personal comprometido para alcanzar objetivos, y asignar recursos para lograr propósitos y metas del negocio.

Figura 11*Procesos de planeación estratégica*

Nota. Elaboración propia.

La frecuencia de realización de los procesos de planeación estratégica por parte de los microempresarios como aspecto relevante para lograr la competitividad de los negocios, donde el 28,75% de empresas los realizan de forma regular, el 25,83% pocas veces, y el 23,96% nunca, influyendo en la reducción de la competitividad y productividad. Estos resultados indican que solo el 21,46% de negocios los considera importante, y por lo tanto los desarrolla siempre o con bastante frecuencia (Ver Figura 11).

Figura 12*Implementación de la estrategia*

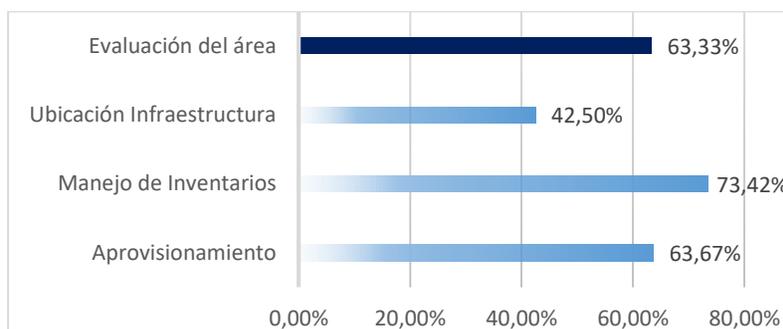
Nota. Elaboración propia.

La frecuencia de empresas que además de diseñar estrategias las implementan para alcanzar los objetivos y metas propuestos por la gerencia, donde el 43,33% lo hace con bastante frecuencia, el 23,33% siempre, y el 22,50% de forma regular. Esto indica que la mayor parte de propietarios diseñan estrategias y las aplican para obtener beneficios económicos en cuanto a utilidad y rentabilidad y ser competitivos, no obstante, no las comunican de forma adecuada a sus colaboradores, lo que afecta el cumplimiento de los objetivos.

6.2.2.2 Aprovevisionamiento

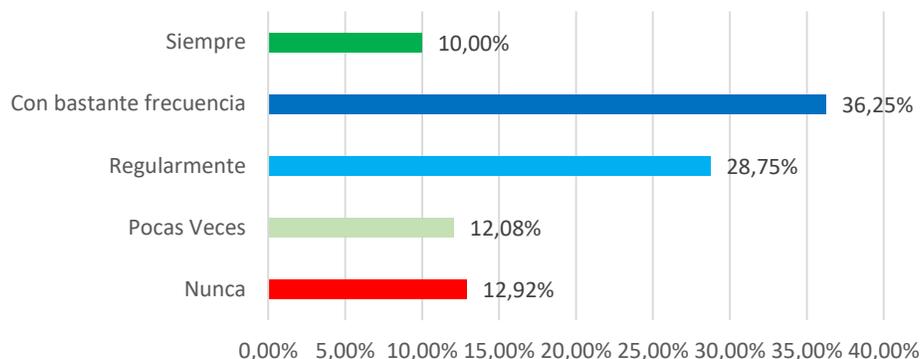
Figura 13

Distribución porcentual de acuerdo a procesos de aprovisionamiento



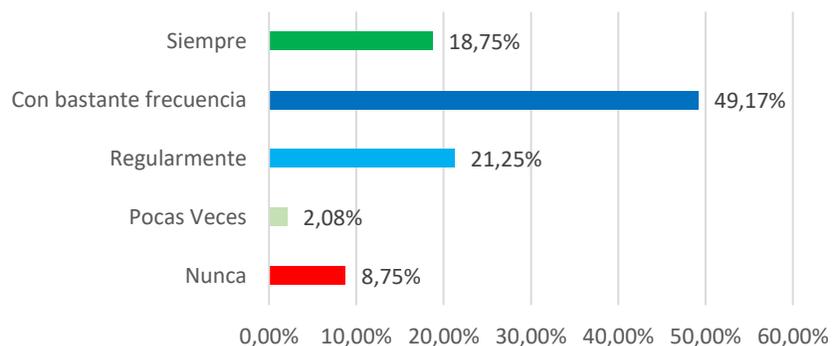
Nota. Elaboración propia.

El aprovisionamiento de acuerdo a la metodología del BID hace referencia a la capacidad de las empresas para obtener productos y lograr un inventario de los mismos que conlleve a satisfacer de forma eficiente la demanda, esta variable obtuvo un puntaje de 63,33% para una calificación “Buena”, dentro de este, se destaca el manejo de inventarios con 73,42% (Buena), en cuanto a coordinación con los proveedores el plazo de entrega, conservar el nivel óptimo, y almacenamiento eficiente, igualmente, el aprovisionamiento de productos con 63,67% (Buena) respecto a la planificación de las compras, y sistema de compras flexible y adaptable, mientras que la ubicación para el almacenamiento de mercancías obtuvo un puntaje de 42,50% (Regular), debido a que en la mayoría de los casos el sitio en el que se almacenan los productos no presenta la mejor ubicación o las condiciones del mismo no son óptimas (Ver Figura 13).

Figura 14*Aprovisionamiento*

Nota. Elaboración propia.

La Figura 14 muestra la frecuencia con que se realizan los procesos de aprovisionamiento de productos por parte de las microempresas, donde el 36,25% de empresas los realizan con bastante frecuencia, el 28,75% de manera regular, y el 12,92% nunca. En este sentido, se puede establecer que el 53,75% de negocios no desarrolla de manera óptima el aprovisionamiento de mercancías.

Figura 15*Manejo de inventarios*

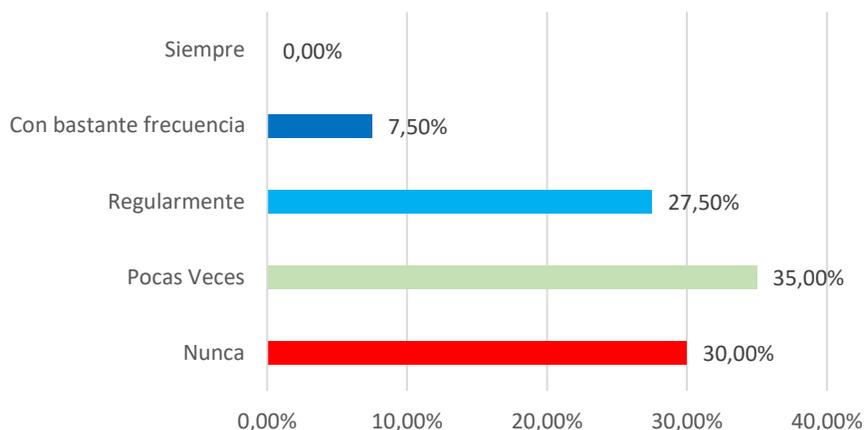
Nota. Elaboración propia.

La gestión adecuada de los inventarios garantiza la cantidad óptima de existencias para abastecer la demanda, por lo que es un aspecto fundamental para la competitividad empresarial,

en este caso, el 49,17% de empresas realiza con bastante frecuencia un manejo adecuado de los inventarios, el 21,25% regularmente, y el 18,75% siempre. Es importante que la mayoría de negocios, en este caso, el 67,92% administren de manera óptima los inventarios (Ver Figura 15).

Figura 16

Ubicación óptima de productos



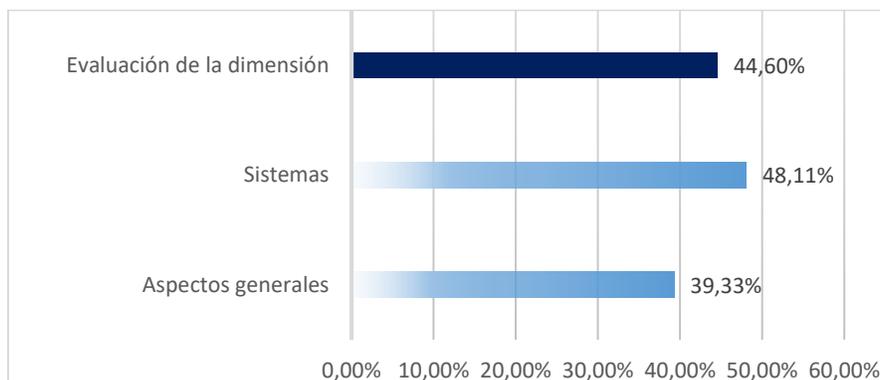
Nota. Elaboración propia.

Almacenar los inventarios en un sitio adecuado que garantice su integridad, y eficiente comercialización es básico para la competitividad, así el 35% de las empresas pocas veces ubica los productos en un sitio óptimo, el 30% nunca, y el 27,50% regularmente. En este sentido, la mayoría de microempresas (92,50%) no cuenta con un sitio adecuado que les permita mantener la integridad de las mercancías, y realizar una buena distribución y comercialización (Ver Figura 16).

6.2.2.3 Aseguramiento de la calidad

Figura 17

Distribución porcentual de acuerdo a procesos de aseguramiento de la calidad

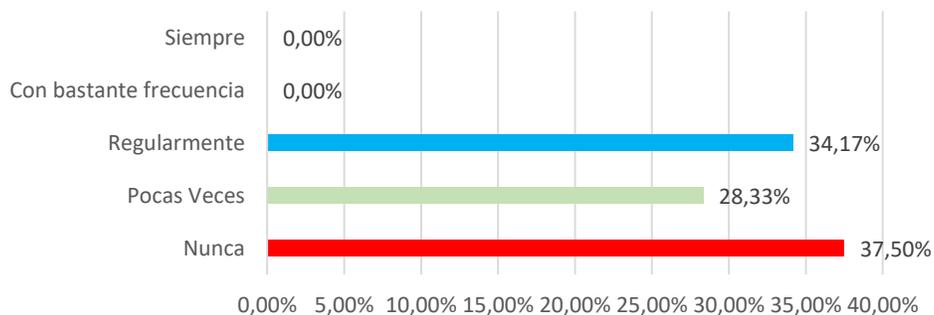


Nota. Elaboración propia.

En el marco de la metodología del BID, asegurar la calidad implica la realización de una serie de acciones planificadas y sistemáticas para garantizar una calidad óptima de los productos y/o servicios, de acuerdo a los resultados obtenidos esta área obtuvo un puntaje de 44,60% y una calificación “Regular”, lo que indica que para estas empresas el factor relevante es el precio de compra a los proveedores para obtener un buen margen de utilidad, dentro de este, la aplicación de sistemas de calidad (48,11%) fue calificada como “Regular”, debido a que en la mayoría de casos los productos no cumplen con las normas técnicas determinadas para el sector, no satisfacen las necesidades de los clientes, y no se toman las acciones necesarias para satisfacerlas, por otra parte, la consideración de aspectos generales (39,33%) fue calificada como “Baja”, debido a que no se disponen de programas de calidad, y no se tienen documentadas las normas de aseguramiento para cada producto (Ver Figura 17).

Figura 18

Aspectos generales de la calidad

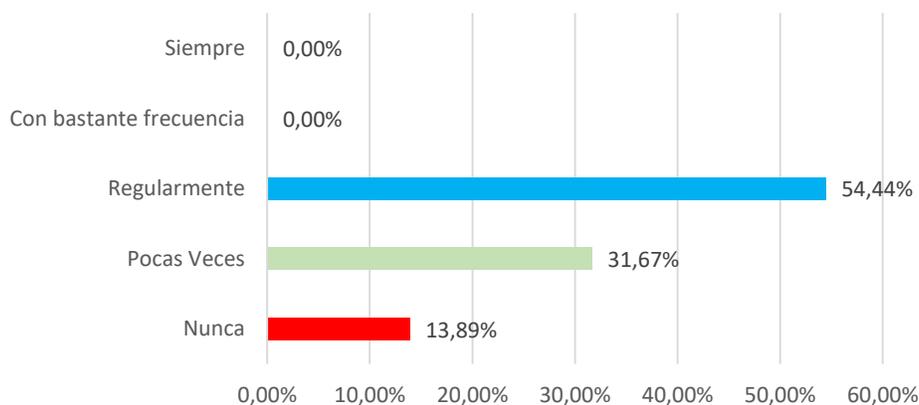


Nota. Elaboración propia.

Considerar aspectos relacionados con la calidad e incorporarlos a los procesos, y diseñar y aplicar una política de calidad mejora la competitividad de acuerdo a la metodología del BID, se tiene entonces que el 37,50% de empresas nunca consideran factores relacionados con la calidad, el 34,17% regularmente, y el 28,33% pocas veces. De esta manera, para la mayoría de negocios la calidad no es un aspecto relevante, donde, solo el 34,17% la considera en ocasiones dependiendo del cliente al cual va dirigido el producto y/o servicio (Ver Figura 18).

Figura 19

Sistemas para el aseguramiento de la calidad



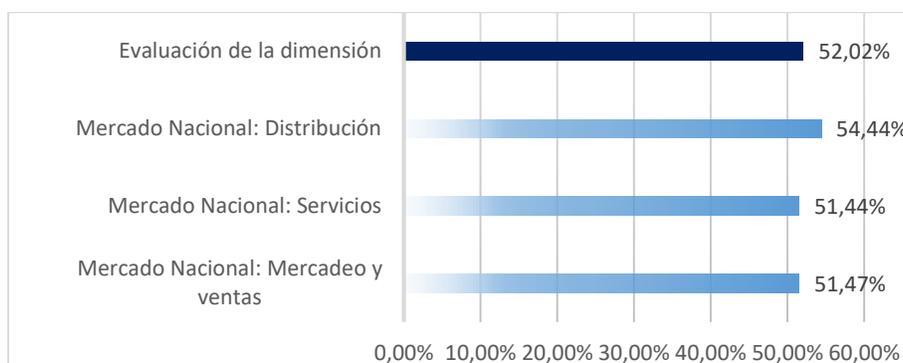
Nota. Elaboración propia.

En lo que respecta a la aplicación de sistemas de aseguramiento de la calidad, optimizan los procesos internos para obtener productos y/o servicios que satisfagan necesidades de clientes, en este caso, el 54,44% de empresas los aplica regularmente, el 31,67% pocas veces, y el 13,89% nunca. Esto indica que la mayoría de negocios tienen en cuenta la calidad en determinadas ocasiones, no siendo un factor relevante al adquirir productos para la venta al público, donde, la calidad es apenas aceptable, pero ofrecen a los clientes un precio bajo lo que de una u otra manera determina la venta (Ver Figura 19).

6.2.2.4 Comercialización

Figura 20

Distribución porcentual de acuerdo a procesos de comercialización

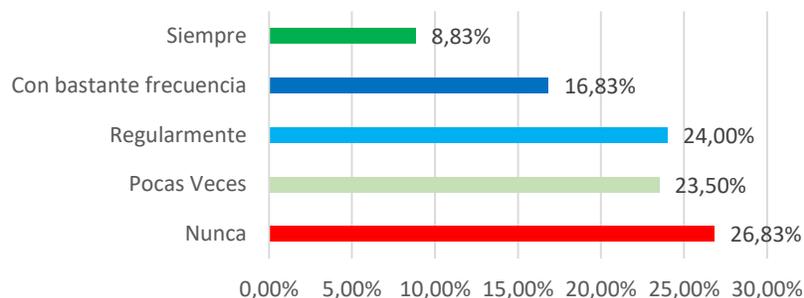


Nota. Elaboración propia.

Los procesos de comercialización se refieren a las acciones y procedimientos para la introducción eficaz de los productos al sistema de distribución, considerando la planeación y organización de actividades para posicionar una mercancía o servicio para que el cliente lo adquiera, esta área presenta un nivel de 52,02% para una calificación “Regular”, al igual que las variables consideradas, en este caso, el mercadeo y ventas (51,47%), donde, no se dispone de un plan de mercado, y no se analiza la competencia; el servicio (51,44%) en cuanto a que no se tiene instrumentos para medir la satisfacción del cliente, y la distribución (54,44%), debido a que en la mayoría de casos el nivel de capacitación de la fuerza de ventas es bajo, y no se contratan vendedores con vínculo laboral sino por servicios temporales (Ver Figura 20).

Figura 21

Mercadeo y ventas

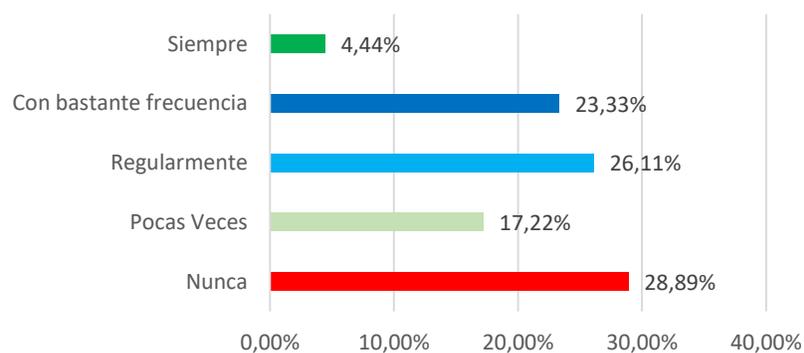


Nota. Elaboración propia.

Según la metodología del BID, el mercadeo hace referencia a los procesos requeridos para estimular la demanda por medio de diferentes estrategias, y en cuanto a las ventas se refiere al establecimiento de metas, estrategias comerciales, fuerza de ventas, y seguimiento a indicadores, según la Figura 21, el 26,83% de empresas no realiza procesos óptimos de mercadeo y ventas, el 24% regularmente, y el 23,50% pocas veces. En este sentido, solo el 25,67% desarrolla este tipo de procesos de manera adecuada, lo que afecta la competitividad del sector.

Figura 22

Servicio al cliente

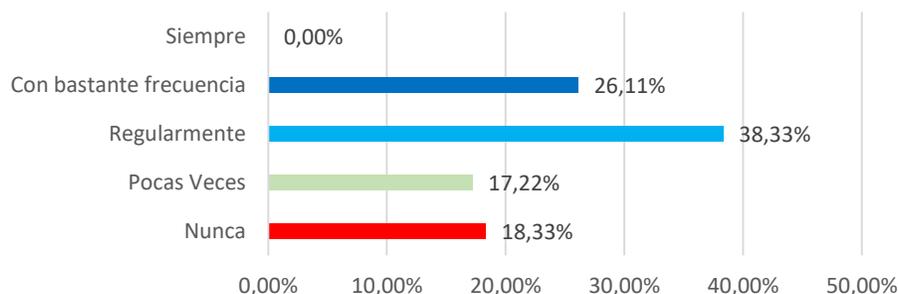


Nota. Elaboración propia.

Servicio al cliente es asistir al cliente antes y después de la compra, incluyendo acciones como la solución de problemas, atención de sugerencias, y mejorar su experiencia en todo el ciclo de compra, de acuerdo a los resultados obtenidos se tiene que el 28,89% de empresas nunca lo realiza, el 26,11% regularmente, y el 23,33% con bastante frecuencia. Así, solo el 27,78% lo estima en su gestión administrativa, considerando al cliente como la razón de ser y donde su satisfacción es el objetivo principal del modelo de negocio.

Figura 23

Distribución



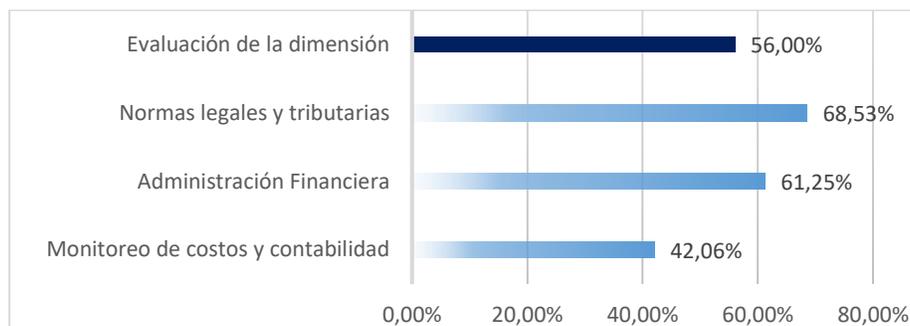
Nota. Elaboración propia.

Distribución son las actividades desde que un producto es elaborado hasta que el cliente final lo adquiere, la cual se realiza a través de los diferentes canales, en este caso, el 38,33% la realiza regularmente, el 26,11% con bastante frecuencia, y el 18,33% nunca. De acuerdo a estos resultados, se tiene que solo el 26,11% desarrolla este proceso de manera óptima, en cuanto a la entrega oportuna de los productos a los clientes, vinculación del personal con contratos de trabajo, y disposición de talento humano motivado y competente (Ver Figura 23).

6.2.2.5 Contabilidad y finanzas

Figura 24

Distribución porcentual de acuerdo a procesos de contabilidad y finanzas

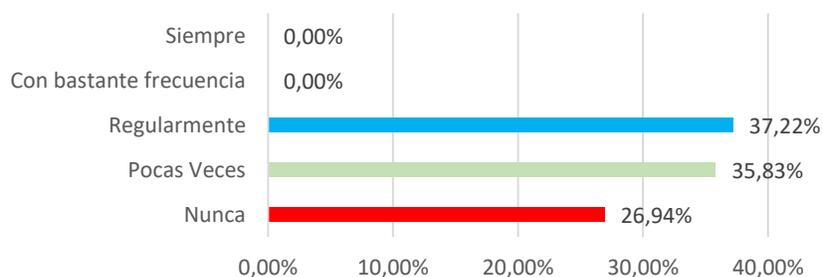


Nota. Elaboración propia.

La Contabilidad y finanzas se refiere al proceso de registro de información de acuerdo a la normativa vigente, a la preparación de datos y análisis, aspecto vital para la competitividad, en este caso, la gestión contable financiera desarrollada por las microempresas obtuvo un puntaje de 56% para una calificación “Regular”, donde, hay variables que se destacan como el cumplir la normativa legal y tributaria (68,53%) y la administración financiera (61,25%) que son “Buenas”, y el monitoreo de contabilidad y costos (42,06%) es “Regular” (Ver Figura 24).

Figura 25

Monitoreo de costos y contabilidad

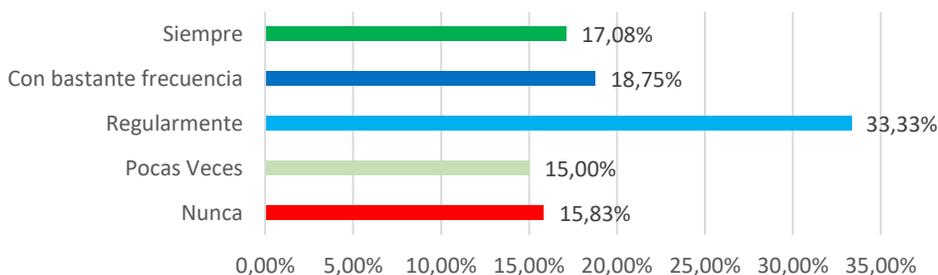


Nota. Elaboración propia.

Monitorear los costos y la contabilidad implica la adopción de estrategias para la reducción del costo y el gasto de una empresa para incrementar la utilidad, así mismo, a la verificación del adecuado registro de las operaciones económicas y obtener datos financieros de calidad que sean relevantes y útiles para los grupos de interés, así, se tiene que el 37,22% de empresas lo hace de manera regular, el 35,83% pocas veces, y el 26,94% nunca. De esta forma, la mayoría de negocios no dispone de un sistema de costeo y solamente un pequeño porcentaje lleva la contabilidad de forma adecuada en un paquete contable, utilizándolo como herramienta en el proceso de toma de decisiones (Ver Figura 25).

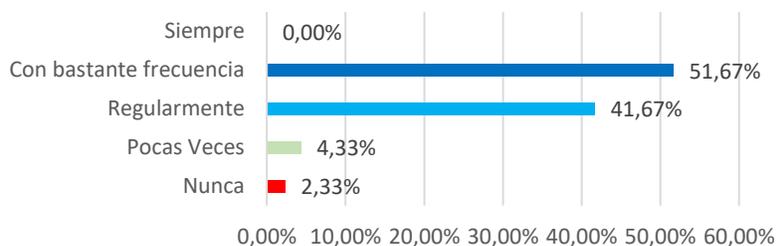
Figura 26

Administración financiera



Nota. Elaboración propia.

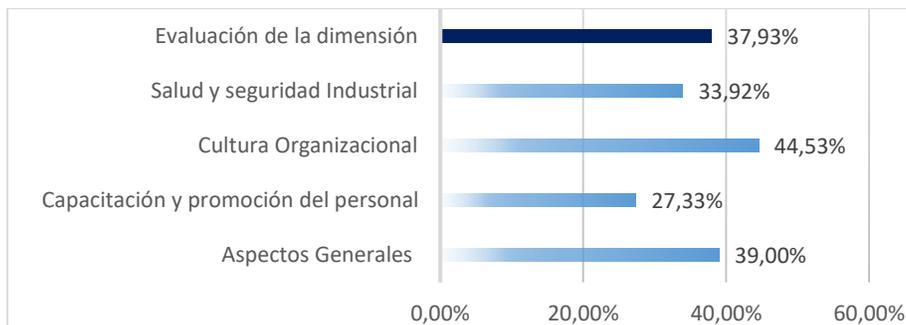
La Administración financiera se refiere al análisis de datos contables por parte de la gerencia para tener certeza en tomar decisiones y para que este sea más eficiente, de esta forma, el 33,33% de empresas estudiadas la realiza regularmente, el 18,75% con bastante frecuencia, y el 17,08% siempre. Se tiene entonces que el 35,83% de negocios desarrolla procesos de gestión financiera, lo cual, es esencial para el uso eficiente de los recursos, mientras que un alto porcentaje no lo desarrolla o lo hace de forma regular, lo cual incide negativamente en la productividad y competitividad (Ver Figura 26).

Figura 27*Normas legales y tributarias*

Nota. Elaboración propia.

Las empresas deben operar dentro del marco legal e igualmente cumplir con la normativa tributaria para impactar positivamente en la región donde operan, así la metodología del BID considera que esta variable es esencial para lograr la competitividad empresarial, así, el 51,67% de empresas las cumplen con bastante frecuencia, el 41,67% regularmente, y el 4,33% pocas veces. Por lo tanto, la mayoría de negocios tiene en cuenta esta normativa, considerando que los proveedores y algunos clientes les exigen que tengan RUT y Cámara de Comercio, y además reportan las transacciones que efectúan con ellos a través de la información exógena (Ver Figura 27).

6.2.2.6 Recursos humanos

Figura 28*Distribución porcentual según procesos de gestión de recursos humanos*

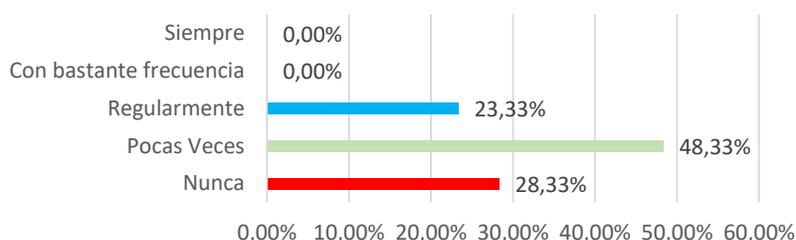
Nota. Elaboración propia.

La Administración del talento humano representa un sistema para tomar decisiones y regular las relaciones laborales, es el nexo de unión entre los valores empresariales y los colaboradores, por lo tanto, su gestión adecuada influye directamente en la competitividad. Esta

área tiene un puntaje de 37,93% para una calificación “Baja”, donde, la capacitación y promoción del personal (27,33%), la salud y seguridad en el trabajo (33,92%), y la consideración de aspectos relacionados con la administración del personal (39%) fueron calificados como “Bajos”, mientras que, la cultura organizacional (44,53%) es “Regular”, esto indica que, la mayoría de negocios no potencia las capacidades de sus colaboradores como elemento de mejora de la productividad y competitividad (Ver Figura 28).

Figura 29

Aspectos generales

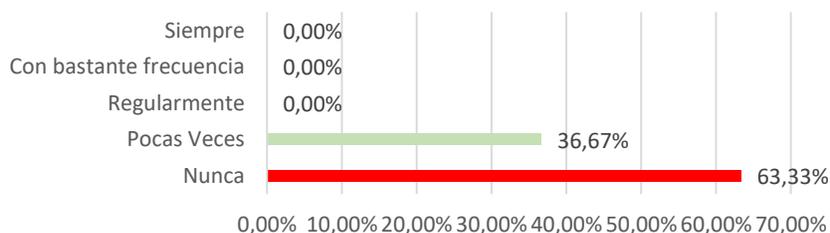


Nota. Elaboración propia.

La incorporación de elementos básicos en el diseño de las políticas de recursos humanos es fundamental para garantizar su adecuada gestión, así es esencial disponer de un organigrama, de políticas y manuales de funciones, procesos y procedimientos, y responder con las obligaciones legales con los trabajadores, lo cual se cumple pocas veces por parte de las microempresas (48,33%), mientras que, el 28,33% no los cumple, y el 23,33% regularmente (Ver Figura 29), situación que no solo afecta la operación, y el cumplimiento de los objetivos, sino que expone al negocio a posibles multas y sanciones.

Figura 30

Capacitación y promoción de personal

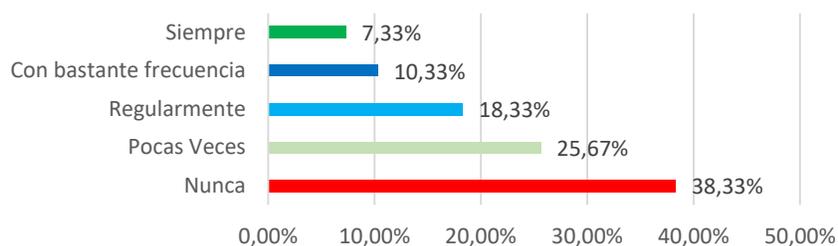


Nota. Elaboración propia.

La capacitación del personal permite alcanzar los propósitos estratégicos de la empresa, considerando que es un proceso por medio del cual los colaboradores adquieren herramientas, habilidades y actitudes para mejorar el desempeño en el cargo, incidiendo en la competitividad. En este caso, la mayoría de microempresas (63,33%) nunca ha realizado procesos de capacitación y promoción del personal, mientras que, el 36,67% lo ha hecho pocas veces, lo que indica que para estos negocios este aspecto es poco importante, dado que según ellos no se requiere de colaboradores altamente capacitados para realizar funciones tan simples como las que se plantean en cada unidad de negocio, sin embargo, el no hacer afecta no solo el desarrollo de los procesos internos sino su competitividad (Ver Figura 30).

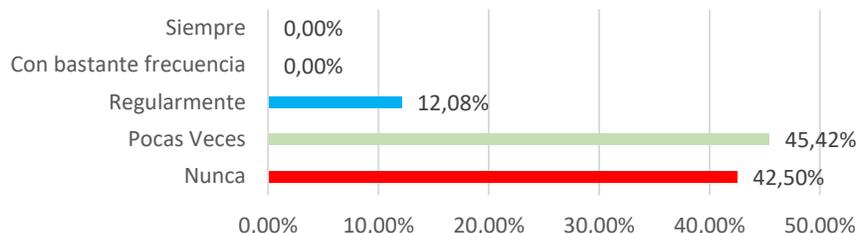
Figura 31

Cultura organizacional



Nota. Elaboración propia.

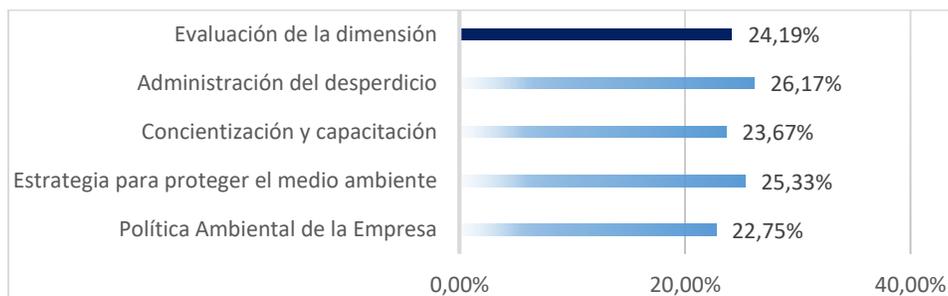
La cultura corporativa son valores y normas que rigen a las empresas, el modo como las personas deben comportarse e interactuar, tomar las decisiones, y la forma como deben desarrollarse las actividades laborales, es establecida por los líderes y posteriormente se comunica y refuerza, contribuyendo a definir la manera adecuada de comportamiento dentro de la organización. Al respecto, el 38,33% de negocios estudiados no la considera, el 25,67% pocas veces, y el 18,33% regularmente. Se tiene entonces que sólo el 17,67% de negocios tiene en cuenta este aspecto y realiza acciones concretas para mejorarla con el fin de potenciar y motivar al talento humano para ser más competitivos, y el 82,33% no la tiene en cuenta (Ver Figura 31).

Figura 32*Salud y seguridad industrial*

Nota. Elaboración propia.

La Salud y Seguridad en el Trabajo conlleva a la prevención de enfermedades y lesiones por el entorno laboral, consiste en un proceso soportado en la mejora continua, donde el no desarrollo de este tipo de procesos puede hacer que la organización incurra en multas y sanciones por el no acatamiento de normativa laboral, sin embargo, se pudo encontrar que el 45,42% de negocios la considera pocas veces, y el 42,50% nunca, mientras que el 12,08% regularmente. Al respecto, es importante anotar que en las microempresas objeto de estudio la seguridad y salud en el trabajo suele gestionarse de forma deficiente, corriendo el riesgo los trabajadores de sufrir enfermedades profesionales y accidentes de trabajo (Ver Figura 32).

6.2.2.7 Gestión ambiental

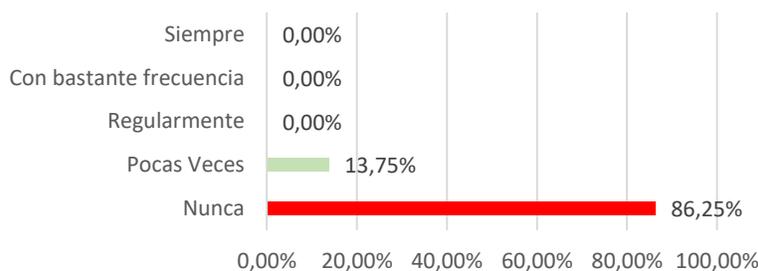
Figura 33*Distribución porcentual según procesos de gestión ambiental*

Nota. Elaboración propia.

La administración ambiental permite la mitigación y prevención de las problemáticas ambientales para lograr un desarrollo sostenible, en la actualidad representa un elemento diferenciador y ventaja competitiva que incluso garantiza el acceso, permanencia en los diferentes mercados, y la preferencia de los clientes. Al evaluar este aspecto, se pudo establecer que las microempresas presentan un puntaje de 24,19% para una calificación “Baja”, al igual que todos los aspectos evaluados, donde, no se ha estructurado una política ambiental (22,75%), no se concientiza y capacita al personal sobre estos temas (23,67%), no se ha elaborado una estrategia para proteger al medio ambiente (25,33%), y no se desarrolla una gestión eficiente del desperdicio (26,17%) (Ver Figura 33).

Figura 34

Política ambiental

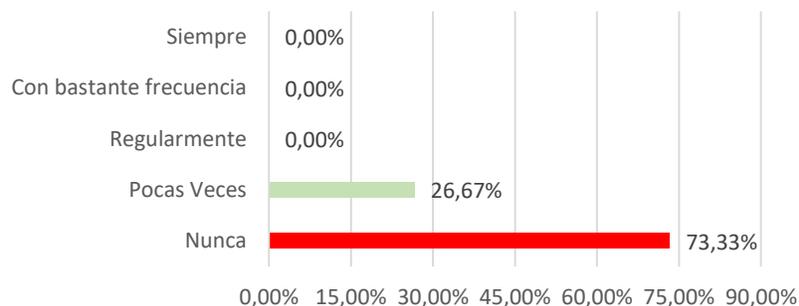


Nota. Elaboración propia.

La Política ambiental representa un lineamiento o directriz respecto a la planeación, protección, prevención y control del posible impacto negativo de la empresa sobre el medio ambiente, y declara cuales son los objetivos y principios relacionados con su preservación. Al respecto, el 86,25% de empresas nunca la ha diseñado, y el 13,75% pocas veces, lo que muestra el poco interés de este tipo de negocios en proteger el ambiente, y de mitigar el impacto de su operación, considerando que la actividad que realizan genera residuos que deben ser tratados de manera eficiente (Ver Figura 34).

Figura 35

Estrategia para proteger el medio ambiente

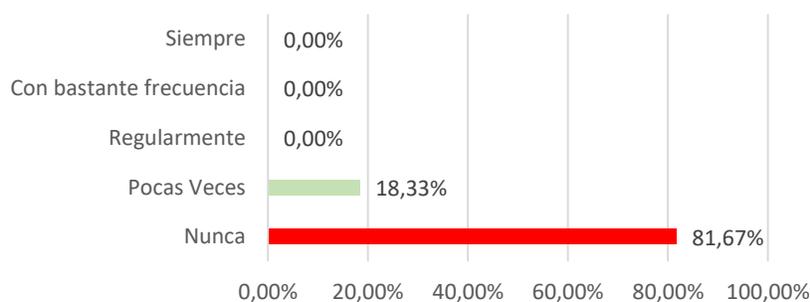


Nota. Elaboración propia.

Este tipo de estrategia se orienta a generar conciencia hacia el ecosistema, así como la definición de acciones concretas que mitiguen las problemáticas ambientales con resultados que puedan medirse, en este caso, se pudo establecer que el 73,33% de negocios nunca han diseñado este tipo de estrategia, y el 26,67% pocas veces. Se tiene entonces que para la mayoría de empresas el medio ambiente no es una preocupación fundamental, por lo cual, no se ha incorporado este aspecto al modelo de negocio, sin embargo, hay algunas iniciativas para el reciclaje de materiales como el cartón, y el plástico (Ver Figura 35).

Figura 36

Concientización y capacitación

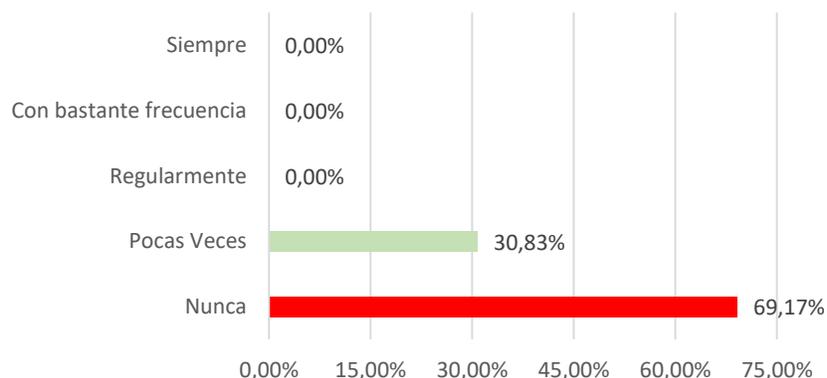


Nota. Elaboración propia.

Para una adecuada gestión ambiental es importante concientizar y capacitar al personal debido a que es quien desarrolla los diferentes procesos y que a su vez ejecuta la política ambiental, por lo tanto un talento humano empoderado será capaz de efectuar una óptima gestión ambiental, en este caso, el 81,67% de negocios no ha considerado capacitar y concientizar a sus colaboradores en aspectos relacionados con la protección del medio ambiente, y el 18,33% pocas veces, lo que muestra el bajo interés en estos temas y no permite a su vez generar una ventaja competitiva en este aspecto (Ver Figura 36).

Figura 37

Administración del desperdicio



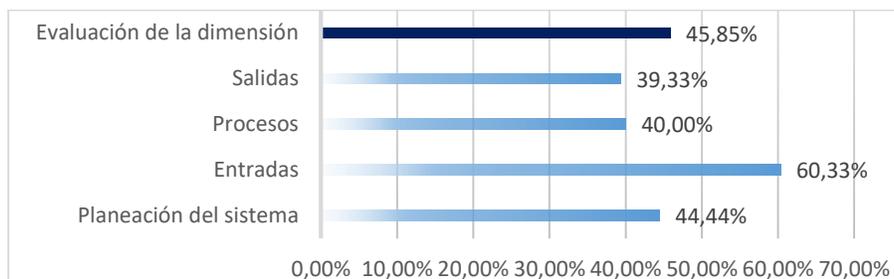
Nota. Elaboración propia.

Por medio de la administración del desperdicio se trata de evitar los excedentes generados por el proceso de producción con el propósito que no afecte el ambiente, así mismo, controlarlo o aprovecharlo puede conllevar a mejorar la posición financiera y competitiva, así, el 69,17% de empresas nunca ha realizado este tipo de gestión, mientras que el 30,83% pocas veces, lo que en conjunto genera un impacto negativo importante para el medio ambiente. Es de anotar que la gestión ambiental, y más el manejo eficiente del desperdicio incide en la competitividad del sector, sin embargo, a pesar que conocen la regulación ambiental, aún no la incorporan a la estrategia empresarial (Ver Figura 37).

6.2.2.8 Sistemas de información

Figura 38

Distribución porcentual según sistemas de información

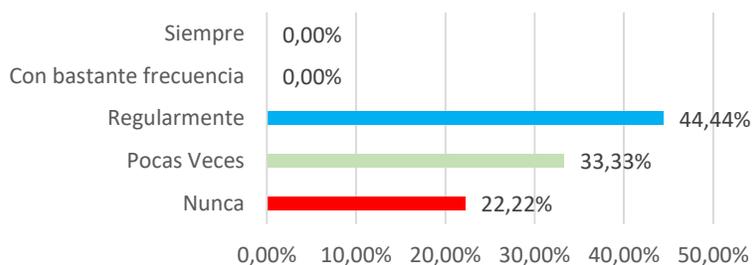


Nota. Elaboración propia.

A través de los sistemas de información las empresas mejoran su competitividad con la automatización de procesos, mejoran la calidad de los datos para tomar mejores decisiones, y facilitan el alcance de ventajas competitivas, razón por la cual, representa uno de los aspectos de mayor relevancia dentro de la metodología propuesta por el BID. En esta área las microempresas obtuvieron un puntaje de 45,85% para una calificación “Regular”, al igual que los aspectos relacionados con las entradas (60,33%), y planeación del sistema (44,44%), mientras que, los procesos (40%) y las salidas (39,33%) fueron calificadas con “Bajo” (Ver Figura 38).

Figura 39

Planeación del sistema

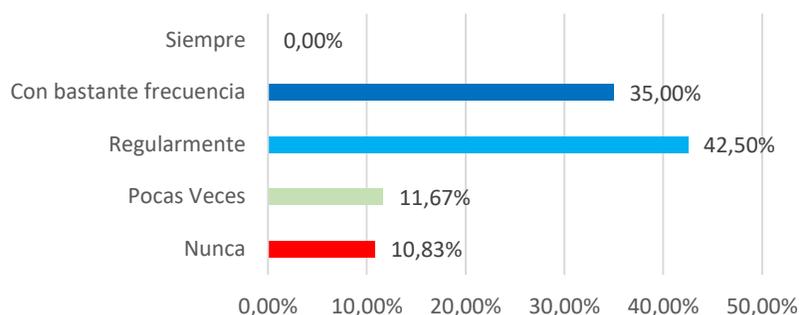


Nota. Elaboración propia.

Por medio de la planeación de los sistemas de información se facilita la adopción de las TIC sobre la base de las necesidades de los procesos y en función a los objetivos estratégicos de la empresa, así mismo, se busca satisfacer los requerimientos de datos de manera oportuna y confiable, actualizar programas, y responder eficientemente a las necesidades de tecnología de las diferentes áreas, en este caso, el 44,44% de negocios realiza este proceso de manera regular, el 33,33% pocas veces, y el 22,22% nunca, lo que indica que solo algunas empresas adoptan los sistemas de información como elemento de competitividad (Ver Figura 39).

Figura 40

Entradas

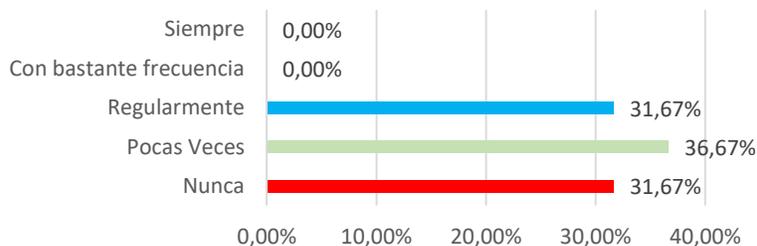


Nota. Elaboración propia.

Las entradas hacen referencia a la forma como se archivan los documentos soporte generados en las diferentes áreas de la empresa, y a la manera cómo se captura simultáneamente la información, así, el 42,50% de microempresas considera estos factores regularmente, el 35% con bastante frecuencia, y el 11,67% pocas veces, o sea, que la mayoría de negocios no considera estos aspectos, lo que incide negativamente en la obtención de datos oportunos y de calidad, lo que a su vez incide negativamente en la competitividad (Ver Figura 40).

Figura 41

Procesos

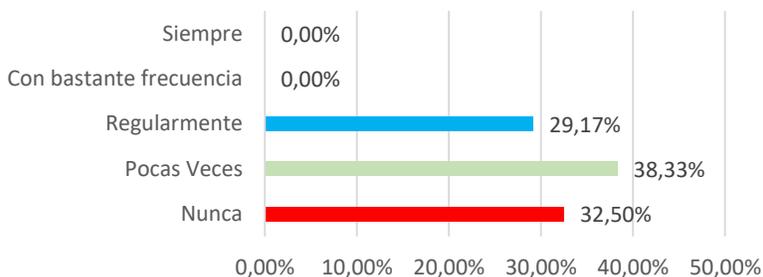


Nota. Elaboración propia.

En relación a los procesos, se refieren a la elaboración de copias de respaldo de la información más importante y su almacenamiento en sitios seguros, y a la existencia de procedimientos de contingencia, y manuales en caso de pérdida de datos, en este caso, el 36,67% de microempresas no ha considerado este aspecto, el 31,67% regularmente, y el 31,67% nunca, lo que sugiere que la mayoría de negocios no efectúa un respaldo de datos, y no dispone de opciones viables para su recuperación, así se exponen a pérdida de información contable, financiera y administrativa, que a su vez afecta el proceso de toma de decisiones (Ver Figura 41).

Figura 42

Salidas



Nota. Elaboración propia.

Finalmente, las salidas hacen referencia a la confiabilidad de los datos producidos por el sistema, que sean además oportunos, fiables y de utilidad para la gerencia, y capacidad para preparar reportes definidos por la administración, así, el 38,33% de microempresas tiene pocas veces en cuenta este aspecto, el 32,50% nunca, y el 29,17% regularmente. Se tiene entonces que la mayoría de negocios no considera este factor, lo que afecta el proceso de toma de decisiones y la gestión administrativa incidiendo en la pérdida de competitividad del modelo de negocio (Ver Figura 42).

7. Factores que definen la competitividad empresarial de los microempresarios del sector comercial Anarkos

Según la metodología aplicada, las microempresas del sector comercial Anarkos presentan un nivel de competitividad de 48,04%, el cual se califica como “Regular” acorde a los niveles de medición considerados, donde, el área de mayor relevancia en términos de competitividad es el aprovisionamiento con 63,33% que es calificado como “Bueno”. Las áreas de contabilidad y finanzas (56%), planeación estratégica (55,07%), comercialización (52,02%), sistemas de información (45,85%), y aseguramiento de la calidad (44,60%) se calificaron como “Regulares”, mientras que los recursos humanos (37,93%), y la gestión ambiental (24,19%) tienen una calificación “Baja” (Ver tabla 12).

Al revisar los aspectos considerados en cada área, se tienen factores que tienen una calificación “Buena” y determinan su competitividad, como la implementación de la estrategia (75,17%), el aprovisionamiento (63,67%), el manejo de inventarios (73,42%), la administración financiera (61,25%), y cumplir la normativa legal y tributaria (68,53%) (Ver tabla 13).

Tabla 13

Nivel de competitividad de las microempresas por áreas

Sector	Área	Puntaje	Competitividad	Nivel
1	Planeación estratégica			
a	Proceso	2,50	50,04%	REGULAR
b	Ejecución de la Estrategia	3,76	75,17%	BUENO
	Valoración de la dimensión	2,75	55,07%	REGULAR
2	Aprovisionamiento			
a	Generalidades del aprovisionamiento	3,18	63,67%	BUENO
b	Gestión de Inventarios	3,67	73,42%	BUENO
c	Localización de Infraestructura	2,13	42,50%	REGULAR
	Valoración de la dimensión	3,17	63,33%	BUENO
3	Aseguramiento de la calidad			
a	Generalidades	1,97	39,33%	BAJO
b	Sistemas	2,41	48,11%	REGULAR
	Valoración de la dimensión	2,23	44,60%	REGULAR
4	Comercialización			
a	Nacional: Marketing y ventas	2,57	51,47%	REGULAR

b Nacional: Servicios	2,57	51,44%	REGULAR
c Nacional: Distribución y comercialización	2,72	54,44%	REGULAR
Valoración de la dimensión	2,60	52,02%	REGULAR
5 Contabilidad y finanzas			
a Seguimiento de contabilidad y costos	2,10	42,06%	REGULAR
b Gestión Financiera	3,06	61,25%	BUENO
c Normativa legal y tributaria	3,43	68,53%	BUENO
Valoración de la dimensión	2,80	56,00%	REGULAR
6 Recursos humanos			
a Generalidades	1,95	39,00%	BAJO
b Promoción y capacitación	1,37	27,33%	BAJO
c Cultura Corporativa	2,23	44,53%	REGULAR
d Seguridad y salud	1,70	33,92%	BAJO
Valoración de la dimensión	1,90	37,93%	BAJO
7 Gestión Ambiental			
a Políticas Ambientales	1,14	22,75%	BAJO
b Estrategia de protección	1,27	25,33%	BAJO
c Sensibilización y capacitación	1,18	23,67%	BAJO
d Administración del desperdicio	1,31	26,17%	BAJO
Valoración de la dimensión	1,21	24,19%	BAJO
8 Sistemas de Información			
a Planificación del sistema	2,22	44,44%	REGULAR
b Ingreso	3,02	60,33%	BUENO
c Proceso	2,00	40,00%	REGULAR
d Salida	1,97	39,33%	BAJO
Valoración de dimensión	2,29	45,85%	REGULAR

Nota. Elaboración propia.

Respecto a la implementación de la estrategia, las microempresas disponen de personal que aunque presenta un nivel de escolaridad bajo, cuenta con la experiencia suficiente para ejecutar sus funciones, y contribuir a alcanzar ventas que conlleve a la unidad de negocio obtener utilidad, rentabilidad y liquidez, igualmente, los propietarios de estas empresas, disponen de experiencia y recursos financieros suficientes para lograr los objetivos propuestos y los destinan para efectuar una operación eficiente.

En cuanto al aprovisionamiento, es importante considerar que las microempresas planifican la compra de productos, disponen de un sistema de abastecimiento flexible que se

adapta a sus requerimientos, cuentan con varias opciones para el abastecimiento de mercancías, pero su determinante para proveerse de productos para la venta no es necesariamente la calidad, sino el precio, con el propósito de lograr el mayor margen de ganancia posible.

El manejo de inventarios también es un punto fuerte, donde, se coordinan los plazos con los proveedores, se conservan las existencias en un nivel óptimo para garantizar un adecuado abastecimiento de la demanda, se controlan para lograr una óptima disponibilidad de productos, y se comparan frecuentemente los saldos de la cuenta con el inventario físico.

La mayoría de microempresas realizan gestión financiera con sistemas de información, y otras con Excel, como medida para la gestión del negocio, donde, realizan presupuestos, flujos de efectivo, y estados de pérdidas y ganancias, unas de forma estructurada y otras de manera incipiente, pero que dan una idea a su propietario de la utilidad, rentabilidad y liquidez, con lo cual, tomar decisiones más acertadas. Al respecto, es importante anotar que solo un bajo porcentaje de empresas lleva la contabilidad de acuerdo a NIIF, o a dispuesto a un contador o auxiliar de contabilidad para que realice esta labor, en las demás es el propietario quien desarrolla la tarea contable.

Respecto al cumplimiento de la normativa legal y tributaria, la mayoría cuentan con el registro en Cámara de Comercio, y lo actualizan cada año, tienen Registro Único Tributario (RUT), y declaran renta, lo cual, ha traído beneficios importantes como el acceso a créditos en el sistema financiero, lograr abastecerse por medio de proveedores que les ofrecen descuentos, y lograr ventas con clientes empresariales, lo que ha permitido mejorar su posición financiera y competitiva.

Al comparar los resultados obtenidos con los indicadores de competitividad nacionales, departamentales y municipales se tiene lo siguiente.

De acuerdo al Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial (IMD) (2022) Colombia entre el 2021 y 2022 ocupó el puesto 57 entre 63 países con un índice de competitividad de 45,88%, donde los cinco primeros lugares fueron para Dinamarca (100%), Suiza (98,72%), Singapur (98,11%), Suecia (97,71%), y Hong Kong (94,89%) (Ver Figura 43).

Figura 43

Ranking de Competitividad Mundial IMD 2022



Nota. Ranking IMD de Competitividad, 2022.

Este índice clasifica como los países administran sus competencias para crear valor a largo plazo, a nivel regional Colombia se ubica cuarta superada por Chile (61,43%), Perú (49,63%) y México (49%). Así mismo, mide la competitividad de acuerdo al desempeño económico de cada país, eficiencia de negocios e infraestructura, y eficacia de cada gobierno, donde se aprecia que el nivel de competitividad del país es muy bajo ocupando así los últimos lugares del ranking mundial. Al comparar este resultado con el obtenido a través del mapa del BID, se puede establecer que el índice nacional es de 45,88%, mientras que el de las microempresas objeto de estudio es de 48,04%, apenas un 2,16% superior, es decir, que estos negocios presentan una competitividad un poco más alta al promedio, sin embargo, los dos tienen una calificación regular.

Para el 2022, el Consejo Privado de Competitividad (CPC) y la Universidad del Rosario presentaron el Índice Departamental de Competitividad (IDC) para los 32 departamentos del país y la ciudad de Bogotá, cuyos primeros puestos fueron para Bogotá D.C. (85,9%), Antioquia (69,3%), Santander (63,3%), Risaralda (63,3%), y Atlántico (62,9%) (Portafolio, 2022). Según Min Comercio, Industria y Turismo (2023) el Índice de Competitividad del departamento del

Cauca ha permanecido constante con el 44% en el 2020, 44% en el 2021 y 45% en el 2022, similar al índice nacional que es de 45,88%, así las microempresas tienen una competitividad superior al país y al departamento con el 48,04%.

Acorde con Cámara de Comercio del Cauca (2022), la ciudad de Popayán ocupa el noveno lugar en el país con un puntaje de 5,8 sobre 10 (58%), logrando su mayor puntaje en diversificación y sofisticación con una calificación de 91% debido a sus logros en la canasta exportadora en el que ocupa el sexto lugar y diversificación de mercados en el séptimo lugar. Mientras que en educación básica y media presenta el 74%, y en la adopción de TIC y salud el 72% y 73% respectivamente, en salud destaca por el indicador de médicos generales en el que ocupa el primer puesto, y en TIC sobresale el indicador de graduados en este tipo de programas ocupando el segundo lugar y tercero en la cantidad de matriculados.

Por otra parte, la ciudad de Popayán tiene los mayores desafíos respecto a la innovación en el que registra una calificación de 38%, debido a su deficiente desempeño en 9 de los 10 índices, ocupando la posición 24. Igualmente, es importante mejorar el pilar de sistema financiero, debido a su retroceso en el indicador de inclusión financiera, también en la cobertura de acueducto y alcantarillado, costo de la energía eléctrica, costo de transporte terrestre a mercado interno, ejemplares de biblioteca, museos y bienes de interés cultura en el pilar de infraestructura y equipamiento todos con un puntaje inferior al 50% (Cámara de Comercio del Cauca, 2022). Se tiene entonces que las microempresas del sector Anarkos presentan una competitividad inferior en 9,96 puntos porcentuales respecto a la ciudad de Popayán.

8. Estrategias de mejora de la competitividad empresarial de los microempresarios del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán

En la Tabla 14, se muestran las estrategias principales para el mejoramiento de la competitividad de las microempresas del sector comercial Anarkos, las cuales, se articulan en un plan de acción, donde se identifica el factor crítico, la estrategia, las actividades para su desarrollo, los indicadores de gestión de eficiencia, las metas, el tiempo de realización, y los responsables.

Tabla 14

Estrategias de mejora de la competitividad de las microempresas del sector comercial Anarkos

Factor crítico	Estrategia	Actividades	Indicadores de gestión	Metas	Tiempo	Responsable
1. Deficiente proceso de planeación estratégica.	Capacitar a los microempresarios en planeación estratégica.	1. Definir las personas o empresas que ofrecen la capacitación. 2. Recibir las propuestas para el desarrollo de la capacitación. 3. Seleccionar la propuesta que mejor B/C ofrezca. 4. Desarrollar la capacitación. 5. Evaluar los alcances de la capacitación.	Propietarios participantes / Total propietarios x 100 Relación Beneficio / Costo de la propuesta (1 - (Ventas actuales / Ventas proyectadas)) x 100	Contar con la participación de al menos el 60% de microempresarios. La relación de la propuesta escogida debe ser superior a 1,5. Incrementar las ventas en al menos un 5%.	15 días	Propietarios o Gerente Empresa o persona contratada para dictar la capacitación.
2. No se dispone de un programa para asegurar la calidad	Diseñar un programa para asegurar la calidad con la colaboración de los microempresarios que son universitarios.	1. Seleccionar a los universitarios participantes. 2. Definir los aspectos que debe contener el programa. 3. Realizar el programa. 4. Revisar si el programa cumple con los aspectos requeridos. 5. Efectuar los ajustes. 6. Socializar el programa a los microempresarios.	Universitarios participantes / Total universitarios x 100 Tiempo de realización / Tiempo estimado x 100 Ajustes realizados / Ajustes requeridos x 100 Microempresarios socializados / Total microempresarios x 100	Contar con al menos el 20% de universitarios. Cumplir con el 100% del tiempo estimado. Efectuar el 100% de ajustes requeridos. Socializar el documento al 100% de microempresarios.	30 días	Propietario o Gerente. Microempresarios con nivel de escolaridad universitario.

3. No hay un sistema para garantizar la calidad de productos.	Implementar el programa de aseguramiento.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ejecución del programa. 2. Verificar que se desarrollen cada uno de los aspectos del programa. 3. Establecer la incidencia del programa en el aumento de las ventas. 4. Socializar los resultados obtenidos con la implementación del programa. 	<p>Aspectos desarrollados / Aspectos del programa x 100</p> <p>(1 - (Ventas actuales / Ventas proyectadas)) x 100</p> <p>Microempresarios socializados / Total</p> <p>microempresarios x 100</p>	<p>Desarrollar el 100% de aspectos contenidos en el programa.</p> <p>Incrementar al menos en un 10% las ventas.</p> <p>Socializar los resultados al 100% de microempresarios.</p>	60 días	<p>Propietario o Gerente.</p> <p>Microempresarios con nivel de escolaridad universitario.</p>
4. No se elabora un plan de marketing anual.	Elaborar un plan de marketing en el que se incluyan estrategias para el posicionamiento de los negocios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar a los microempresarios que sean universitarios para elaborar el plan de mercadeo. 2. Tomar como muestra una empresa para la elaboración del plan. 3. Realizar el plan de mercadeo. 4. Socializar el plan de mercadeo y entregarlo a los microempresarios. 	<p>Universitarios participantes / Total</p> <p>universitarios x 100</p> <p>Microempresarios socializados / Total</p> <p>microempresarios x 100</p> <p>(1 - (Ventas actuales / Ventas proyectadas)) x 100</p>	<p>Contar con la participación de al menos el 30% de universitarios.</p> <p>Socializar el plan al 100% de microempresarios.</p> <p>Aumentar las ventas en el menos el 20%.</p>	45 días	<p>Propietario o Gerente.</p> <p>Microempresarios con nivel de escolaridad universitario.</p>
5. No se han diseñado herramientas para evaluar la satisfacción de clientes.	Diseñar y aplicar una auditoría externa del servicio al cliente.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar a microempresarios universitarios para el diseño de la auditoría. 2. Elaboración de la auditoría. 3. Implementación de la auditoría 4. Análisis de resultados. 5. Socialización de resultados. 	<p>Universitarios participantes / Total</p> <p>universitarios x 100</p> <p>Microempresarios socializados / Total</p> <p>microempresarios x 100</p>	<p>Contar con una participación mínima del 20% de universitarios.</p> <p>Socializar los resultados de la auditoría al 100% de microempresarios.</p>	20 días	<p>Propietario o Gerente.</p> <p>Microempresarios con nivel de escolaridad universitario.</p> <p>Recurso humano de las microempresas.</p>
6. Bajo cumplimiento de las normas laborales	Capacitar a los microempresarios sobre la normativa aplicable a sus negocios y la relevancia de su cumplimiento.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar la oferta de capacitación en el tema. 2. Escoger la oferta de capacitación más adecuada. 3. Desarrollar la capacitación. 4. Evaluar los alcances de la capacitación. 	<p>Microempresarios participantes / Microempresarios totales x 100</p> <p>Microempresarios que cumplen las normas laborales / Microempresarios totales x 100</p>	<p>Contar con la participación del 100% de microempresarios.</p> <p>Al menos el 60% de microempresarios cumplen con las normas laborales.</p>	90 días	<p>Propietario o Gerente.</p> <p>Empresa o persona que ofrece la capacitación</p>

7. La mayoría de empresas no lleva la contabilidad de acuerdo a la normativa	Capacitar a los microempresarios en la gestión de la contabilidad a través de un sistema contable financiero.	1. Estudiar la oferta para realizar la capacitación. 2. Seleccionar la oferta de capacitación más favorable. 3. Realizar la capacitación. 4. Definir los alcances de la capacitación.	Microempresarios participantes / Microempresarios totales x 100 Microempresarios que llevan la contabilidad de acuerdo a la normativa / Total microempresarios x 100	El 100% de microempresarios participan en la capacitación. Al menos el 70% de microempresarios llevan la contabilidad de acuerdo a la normativa.	90 días	Propietario o Gerente. Empresa o persona que ofrece la capacitación Contador / Auxiliar contable
8. No se da importancia a la cultura organizacional	Efectuar charlas de sensibilización a los microempresarios en el que se presenten estrategias para implementar una adecuada cultura organizacional.	1. Estudiar las personas o empresas que pueden dictar las charlas. 2. Escoger la oferta óptima desde lo económico. 3. Realizar las charlas. 4. Establecer el impacto de las charlas.	Microempresarios participantes / Microempresarios totales x 100 Microempresarios en implementar una cultura organizacional óptima / Microempresarios totales x 100	Contar al menos con la participación del 80% de microempresarios. Al menos el 60% de asistentes a las charlas manifiesta su deseo de implementar una adecuada cultura organizacional.	15 días	Propietario o Gerente. Empresa o persona que ofrece las charlas
9. No se cumplen las normas de salud y seguridad laboral.	Capacitar a los microempresarios sobre normativa de salud y seguridad laboral y la relevancia de su aplicación.	1. Analizar la oferta de capacitación sobre el tema. 2. Seleccionar la oferta óptima. 3. Desarrollar la capacitación. 4. Definir el impacto de la capacitación.	Microempresarios participantes / Microempresarios totales x 100 Microempresas que han mejorado la salud y seguridad en el trabajo / Total microempresas x 100	Contar con la participación del 100% de microempresarios. Mejorar la seguridad y salud laboral en al menos el 80% de empresas.	60 días	Propietario o Gerente. Empresa o persona que ofrece la capacitación
10. No se cuenta con una política ambiental	Diseñar una política ambiental con la colaboración de los microempresarios universitarios.	1. Definir los universitarios participantes. 2. Establecer los aspectos que deben hacer parte de esta política. 3. Diseñar la política. 4. Socializar la política ambiental. 5. Precisar los microempresarios que deseen implementarla.	Universitarios participantes / Total universitarios x 100 Microempresarios socializados / Microempresarios totales x 100 Microempresarios interesados en adoptar la política ambiental / Microempresarios totales x 100	Contar con la participación del 40% de universitarios. Socializar al 100% de microempresarios Al menos el 60% de microempresarios adoptan la política ambiental.	45 días	Propietario o Gerente. Microempresarios con nivel de escolaridad universitario.
11. No se realizan procesos de	Efectuar un análisis de los residuos	1. Designar a los microempresarios	Microempresarios participantes /	Contar con la participación del	30 días	Propietario o Gerente.

reciclaje y gestión de residuos	generados con la operación de las microempresas y cuales pueden reciclarse.	que quieran participar. 2. Escoger a los microempresarios universitarios que quieran auditar el proceso. 3. Desarrollar el análisis de residuos generados. 4. Escoger el método óptimo de reciclaje. 5. Definir las microempresas que quieran desarrollar el proceso de reciclaje.	Microempresarios totales x 100 Universitarios participantes / Universitarios totales x 100 Microempresarios que implementan el proceso de reciclaje / Microempresarios totales x 100	100% de Microempresarios. Contar con la participación de al menos el 40% de universitarios. Al menos el 60% de microempresas desarrollan el proceso de reciclaje.		Microempresarios con nivel de escolaridad universitario.
12. Los recursos tecnológicos para la gestión de información son deficientes.	Definir la factibilidad financiera para la adquisición conjunta de recursos tecnológicos de punta para las microempresas.	1. Establecer requerimientos en tecnología. 2. Definir el costo de la tecnología. 3. Precisar las fuentes de recursos para la adquisición de la tecnología. 4. Establecer las microempresas interesadas en la transformación tecnológica. 5. Determinar la factibilidad financiera.	Relación Beneficio / costo Microempresas interesadas en la transformación tecnológica / Microempresas totales x 100 Fuentes de recursos financieros escogidas / Fuentes de recursos estimadas x 100	R B/C superior a 3 Al menos el 60% de empresas están interesadas en la transformación tecnológica. Escoger al menos 40% de fuentes de recursos financieros.	45 días	Propietario o Gerente. Contador / Auxiliar contable

Nota. Elaboración propia.

9. Conclusiones

1. A través del mapa del BID fue posible medir la competitividad de las microempresas del sector comercial Anarkos de la ciudad de Popayán, que es de 48,04% para una calificación “Regular”, donde, el área con mayor puntaje es el aprovisionamiento con 63,33% y una calificación “Buena”, y la más baja es la gestión ambiental con 24,19% y una calificación “Baja”.

2. El área principal que determina la competitividad de las microempresas fue el aprovisionamiento, e igualmente pueden considerarse aspectos como la implementación de las estrategias, gestión de inventarios, administración financiera, y cumplir la normativa legal y tributaria que presenta igualmente una calificación “Buena”.

3. La Gestión ambiental es el aspecto más crítico que afecta la competitividad de las microempresas, dado que no se dispone de una política ambiental, no se han diseñado estrategias de protección para el medio ambiente, no se gestionada adecuadamente el desperdicio, y no se concientiza y capacita al talento humano para que contribuya a que los procesos sean ecoeficientes como el reciclaje de residuos.

4. Los procesos de planeación son esenciales para prever cambios que afecten al modelo de negocio, y para establecer la forma cómo mitigar su impacto y reducir la exposición al riesgo, no obstante, se pudo evidenciar que las microempresas no realizan procesos de planeación de mercado y estratégicos óptimos, lo cual, amenaza su posición financiera y competitiva, y coloca en riesgo su permanencia.

5. La toma de decisiones en las microempresas se desarrolla regularmente con base en la intuición y experiencia de los microempresarios, y no en información contable financiera de

calidad, lo cual, puede afectar el desempeño financiero de los negocios a corto o mediano plazo, esto se evidenció en las deficiencias que tienen las empresas en las salidas de datos.

6. De las estrategias propuestas, las que pueden tener mayor impacto en el mejoramiento de la competitividad son las relacionadas con la capacitación en planeación estratégica, normas laborales, contabilidad, cultura organizacional, normativa en cuanto a seguridad y salud laboral, al igual que transformación tecnológica.

Referencias bibliográficas

- Abdel, G., & Romo, D. (2004). Sobre el Concepto de Competitividad. http://cec.itam.mx/sites/default/files/concepto_competitividad.pdf.
- Aguilar, S. (2015). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 338-338. <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>.
- Berumen, S. (2016). Una aproximación a los indicadores de la competitividad local y factores de la producción. Bogotá: Cuadernos de administración, Universidad Javeriana.
- Bussines School. (2022). Competitividad empresarial: qué es, 4 claves y ejemplos. <https://retos-directivos.eae.es/cuatro-decisiones-para-mejorar-la-competitividad-empresarial/>.
- Cabrera, A., et. al. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-files/2015_competitividad_empresarial_001.pdf.
- Cámara de Comercio del Cauca. (2020). Registro de empresas matriculadas en el Cauca. Popayán.
- Cámara de Comercio del Cauca. (2022). Competitividad regional. Popayán: Comisión Regional de Competitividad e Innovación.
- Cauca Extremo. (2020). La Verdad de la Manzana 99: El Popular Centro Comercial «ANARKOS». <https://caucaextremo.com/la-verdad-de-la-manzana-99-el-popular-centro-comercial-anarkos/>
- Colegio Mayor del Cauca. (2018). Estudio socioeconómico de los propietarios y comerciantes del Centro Comercial Anarkos, manzana 99 del municipio de Popayán – Cauca. <https://www.ramajudicial.gov.co/documents/12562122/30482861/2019-861-CD.pdf/976e4dc5-e372-4019-a526-f0a2f6e49c02>
- Confecámaras. (2022). Empresas empleadoras. <https://www.confecamaras.org.co/noticias/809-307-679-nuevas-empresas-se-crearon-en-el-pais-durante-2021-un-aumento-del-10-6-con-respecto-a->

Saavedra, M. (2012). Hacia la competitividad de la Pyme latinoamericana. Macroproyecto de investigación ALAFEC.
http://www.alafec.unam.mx/docs/macroproyectos/competitividad_macro.pdf.

Sumba, R., & Santistevan, K. (2018). Las Microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 10(5), 2218-3620. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n5/2218-3620-rus-10-05-323.pdf>.

Veiga, J. et. al. (2008). Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. *Med Segur Trab*, 54(210), 81-88.
<https://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v54n210/aula.pdf>.

Anexos

Anexo A. Encuesta para determinar la competitividad de las microempresas de acuerdo a la metodología del BID.

1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

No.	Preguntas	Calificación
A. Proceso de Planeación Estratégica		
1.1	¿La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico?	
1.2	¿La empresa tiene una estrategia básica de negocios documentada 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 de su ejecución y cumplimiento?	
1.4	¿La planeación estratégica es el resultado de trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables de su ejecución y cumplimiento?	
1.5	¿Se establecen objetivos medibles y que se cumplan en un plazo determinado?	
1.6	¿Al planear se desarrolla un análisis DOFA?	
1.7	¿Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando los cambios que pudieran presentarse?	
1.8	¿Al analizar el desempeño de la empresa se realiza una comparación con el líder del sector (Benchmarking)?	
B. Implementación de la Estrategia		
1.9	¿El personal esta activamente involucrado en el cumplimiento de los objetivos?	
1.10	¿Se asignan los recursos necesarios para alcanzar los objetivos?	

PROMEDIO

2. APROVISIONAMIENTO

No.	Preguntas	Calificación
A. Aprovevisionamiento		
2.1	¿Se planifica la compra de mercancías, materiales e insumos?	
2.2	¿Existe un sistema de abastecimiento flexible y adaptable?	
2.3	¿Se dispone de un plan de contingencia para la provisión de mercancía?	
2.4	¿El criterio principal para escoger los proveedores es la calidad?	

B. Manejo de Inventarios

- 2.5 ¿Se coordina con los proveedores plazos de entrega para no tener en faltantes?
- 2.6 ¿Se cuida que los inventarios conserven un nivel óptimo para evitar pérdidas originadas por su deficiente manejo?
- 2.7 ¿El almacenamiento y control de inventarios es eficiente para lograr un adecuado nivel de productos disponibles?
- 2.8 ¿Se compara el inventario físico con los saldos contables?

C. Ubicación de Infraestructura

- 2.9 ¿La ubicación de la planta es ideal para el abastecimiento, mano de obra y distribución de productos?
- 2.10 ¿La infraestructura e instalaciones son adecuadas para atender las necesidades actuales y futuras?

PROMEDIO

3. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

No.	Preguntas	Calificación
A. Aspectos generales de la calidad		
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 están debidamente documentadas y aplicadas?	
B. Sistemas		
3.3	¿Los productos cumplen con las normas técnicas definidas 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 y se implementan acciones correctivas?	

PROMEDIO

4. COMERCIALIZACIÓN

No.	Preguntas	Calificación
A. Mercado Nacional: Mercadeo y ventas		
4.1	¿Hay un plan de mercado anual y este se encuentra documentado?	
4.2	¿Se tiene claramente definido el mercado objetivo, las estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización?	
4.3	¿Se conocen los segmentos del mercado en que compite, su participación, crecimiento y rentabilidad y desarrolla estrategias comerciales para cada uno?	
4.4	¿Se establecen 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	¿Se dispone de información de los competidores?	
4.6	¿Los precios están determinados con base en los 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 utilizan de manera eficiente?	
4.9	¿Se dispone de medios para conocer las necesidades de sus consumidores?	
4.10	¿Se evalúa periódicamente los mecanismos de promoción para fomentar las ventas?	
B. Mercado Nacional: Servicios		
4.11	¿El personal que tiene contacto con el cliente, conoce sus responsabilidades y tiene suficiente autonomía para resolver sus necesidades?	
4.12	¿Se cuenta con un sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente?	
4.13	¿Se dispone de catálogos y especificaciones técnicas de los productos?	
C. Mercado Nacional: Distribución		
4.14	¿Se dispone de una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente?	
4.15	¿El sistema de distribución permite que el producto llegue a tiempo al lugar donde se requiera?	
4.16	¿Se prefiere contratar vendedores con vínculo laboral en lugar de independientes sin vínculo laboral?	

PROMEDIO

5. CONTABILIDAD Y FINANZAS

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

PROMEDIO

6. RECURSOS HUMANOS

No.	Preguntas	Calificación
A. Aspectos Generales		
6.1	¿Se dispone de un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas?	
6.2	¿Se tienen políticas y manuales de procedimientos escritos?	
6.3	¿Existe una junta directiva o gerente que lidera la empresa?	
6.4	¿Se cumple con todos los requisitos legales vigentes respecto a prestaciones sociales y pago de parafiscales, al igual que lo relacionado con la salud y seguridad en el trabajo?	
B. Capacitación y Promoción del Personal		
6.5	¿Se tiene un programa definido para la capacitación del personal y a los trabajadores nuevos se les brinda una inducción?	
6.6	¿Las habilidades personales constituyen criterios claves para establecer una escala remunerativa y promover el personal?	
C. Cultura Organizacional		
6.7	¿Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la empresa?	
6.8	¿Se logra que el personal desarrolle sentido de pertenencia?	
6.9	¿El trabajo en equipo es estimulado por medio de todos los niveles de la empresa?	
6.10	¿Se han establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral?	
6.11	¿Se realizan actividades sociales, recreativas y deportivas y se busca vincular a la familia del trabajador en estos eventos?	
D. Salud y Seguridad Industrial		
6.12	¿Se 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	¿Se dispone de un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo y se documenta?	
6.15	¿Se lleva registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas?	

PROMEDIO

7. GESTIÓN AMBIENTAL

No.	Preguntas	Calificación
A. Política Ambiental de la Empresa		
7.1	¿En el diseño de las instalaciones, se tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de los trabajadores?	
7.2	¿Se conoce las normas ambientales que la controlan y se establecen los procedimientos y procesos para cumplirlas?	
7.3	¿La cultura y la estrategia involucran aspectos, impactos y riesgos ambientales?	
7.4	¿Se mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares previamente acordados?	
B. Estrategia para Proteger al Medio Ambiente		
7.5	¿Se consideran las regulaciones ambientales cuando se comercializan nuevos productos y servicios?	
7.6	¿Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se tienen en cuenta consideraciones ambientales?	
C. Concientización y Capacitación		
7.7	¿Se definen y documentan las tareas que aseguren el cumplimiento de las regulaciones ambientales?	
D. Administración del Desperdicio		
7.8	¿Se trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes por medio de la mejora de los procesos de comercialización?	
7.9	¿Se ha medido la cuantía de desperdicio, en qué etapa del proceso de comercialización es generado y se ha formulado planes para mitigarlo?	

PROMEDIO

8. SISTEMAS DE INFORMACIÓN

No.	Preguntas	Calificación
A. Planeación del Sistema		
8.1	¿El sistema de información 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?	
B. Entradas		

8.4 ¿Se generan y archivan adecuadamente los documentos soporte (entradas y salidas de almacén, comprobantes de egresos, recibos de caja, facturas, entre otros) en las diferentes áreas?

8.5 ¿La captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas evitando la doble digitación?

C. Procesos

8.6 ¿Cómo política, se realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y se almacenan en sitios seguros?

8.7 ¿Existen procedimientos de contingencia, o manuales en caso de pérdidas de datos por fluido eléctrico o fallas en los equipos?

D. Salidas

8.8 ¿La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es utilizada en la toma de decisiones?

8.9 ¿La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para tomar sus decisiones?

PROMEDIO