

**ACCIONES PARA MEJORAR LA GESTION CONTABLE Y DE MERCADO EN
LAS ORGANIZACIONES EN LA ZONA DE FRONTERA: COLOMBIA -
ECUADOR**

ANGIE STEPHANY CÓRDOBA ACHICANOY

**UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
SAN JUAN DE PASTO
2024**

**ACCIONES PARA MEJORAR LA GESTION CONTABLE Y DE MERCADO EN
LAS ORGANIZACIONES EN LA ZONA DE FRONTERA COLOMBIA -
ECUADOR**

ANGIE STEPHANY CÓRDOBA ACHICANOY

**Trabajo de trabajo de grado, bajo la modalidad de monografía, presentada
como requisito para optar al título de Contador Público**

Asesora

Mg. MARLENY CECILIA FARINANGO VIVANCO

**UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
SAN JUAN DE PASTO
2024**

Nota de aceptación

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto 15 octubre de 2024

Nota de exclusión de responsabilidad intelectual

El pensamiento que se expresa en las obras publicadas o divulgadas por la Universidad CESMAG es de exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete la ideología de la Universidad.

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico de manera especial a Dios, a mis padres que en el transcurso de mi vida me han inculcado valores y depositaron su entera confianza en cada reto que se presentaba si dudar de mi capacidad, y a todas las personas que con amor han estado presentes en cada uno de mis logros.

RESUMEN ANALÍTICO DE ESTUDIO

Programa académico: ciencias administrativas y contables.

Fecha: 15 octubre 2024

Autores de la investigación: Angie Stephany córdoba Achicanoy.

Asesor (a): Marleny Cecilia Farinango Vivanco

Jurados: Diana Villota – Diego David

Título: acciones para mejorar la gestión contable y de mercado en las organizaciones en la zona frontera Colombia – ecuador.

Palabras claves: Organización frontera, gestión contable, gestión de mercado, estrategias.

DESCRIPCIÓN

La presente investigación estudio la importancia de la gestión contable y de mercado en la frontera Colombia – Ecuador, con el fin de conocer el desarrollo empresarial, las oportunidades de empleo, la capacidad competitiva, el comportamiento en cuanto a productividad, liderazgo, innovación, normatividad, tecnología entre otros. Además, por su condición fronteriza el comercio ocupa un lugar importante por el intercambio de productos y mercancías con otras regiones económicas. De esta manera se pudieron conocer debilidades y fortalezas que enfrentan las organizaciones, teniendo en cuenta los ámbitos contables y mercado, en cuanto al manejo de sus actividades mercantiles, administrativas, logística innovación y desarrollo.

CONTENIDO

Problema de la investigación

Frente al desarrollo contable y de mercado, el municipio de Ipiales en los últimos años, ha demostrado un bajo nivel empresarial, frente a la competitividad, productividad y el empleo manifestando la falta de emprendimiento estructural económico de las empresas en el municipio. De acuerdo a ello se desarrollaron tres objetivos fundamentales con el fin de analizar las características organizacionales y de contribuir en los esquemas de toma de decisiones que ayuden y fomenten el buen desarrollo económico.

MARCO REFERENCIAL

a. Marco antecedentes:

- Polo de competitividad en la cuenca hidrográfica Carchi Guitara.
- Gestión administrativa y contable “creando empresa con funsea”
- Procedimiento de gestión contable y administrativa del almacén de repuestos “cooperativa de transportes del pacifico”

b. Marco contextual:

- La necesidad de globalización o internacionalización de la contabilidad: Un sistema contable global facilita la comparación entre los estados financieros de las empresas locales con las del exterior y permite comparar rentabilidades, productividades y competitividad,
- En el ámbito Nacional: Las organizaciones a nivel nacional se han desarrollado como microempresas o medianas empresas, pero hay que resaltar que las nuevas exigencias de competitividad de mercado y organización contable van más allá de generar ingresos.
- Las PYMES colombianas: En Colombia en cifras, las pequeñas y medianas empresas contribuyen en el desarrollo de la economía en términos de inversión ingresos y empleo la clasificación de los establecimientos según la composición empresarial.
- Mercado en Colombia: La baja profundidad del mercado y la poca educación financiera de la población colombiana crean obstáculos significativos al crecimiento y consolidación de un mercado de capitales ampliamente desarrollado.

c. Micro contexto:

- Caracterización comercio fronterizo: A nivel regional el municipio de Ipiales cuenta con el Plan de Desarrollo Municipal: Ipiales 2020-2023, donde establece el contexto económico y señala: la situación de frontera con la República del Ecuador, condiciona las dinámicas comerciales a las constantes variaciones de la economía.
- El mercado en la zona transfronteriza: Con la globalización, la oferta de productos prohibidos crece en magnitud y los mercados ilegales se amplían. En este proceso se produce una mutación importante de los actores centrales de la frontera.
- Clasificación empresarial del municipio de Ipiales: participación sectores económicos, clasificación de empresas, sociedades en jurisdicción.

d. Marco Legal:

- Constitución política de Colombia.

- ley 1314 2009, ley 1819 2019, ley 2155 2021, decretos y leyes reglamentarias NIIF, código de comercio.
- e. Matrices de diagnóstico:**
- Análisis DOFA, análisis MEFI, análisis MEFE, análisis PESTEL, información gestión contable y gestión de mercado.
- f. Marco conceptual:**
- Definición de conceptos utilizados en el presente trabajo: competitividad, competencia, consumidor etc.

METODOLOGIA

El paradigma positivista representa el modelo de conocimiento Cartesiano, la investigación se acoge al enfoque cuantitativo, el método de investigación planteado es empírico analítico, la investigación que se aplico es descriptivo, la población se enfocó en la zona fronterá, municipio de Ipiales donde se encuentran las organizaciones empleadas para la investigación, respecto a la muestra, se obtuvo información mediante encuestas que fueron el objeto de estudio de la presente investigación.

CONCLUSIONES

La importancia de la contabilidad de gestión contable, como herramienta administrativa para las pequeñas y medianas empresas del municipio de Ipiales. Esta investigación permitió concluir que: La gestión contable ha sido, una herramienta útil para la administración de las organizaciones. Sin embargo, se pudo evidenciar en los encuestados que, si bien se tiene algo de conocimiento acerca de ésta, es poca o nula la aplicación en sus empresas, debido a que, por la excesiva normatividad, la contabilidad sólo se realiza para cumplir con las normas tributarias que se exigen.

En cuanto a la gestión de mercados es importante generar capacitación para conocer el sentido empresarial que les hace falta desarrollar, para que así sean competitivos. Las medianas empresas presentan limitantes en cuestión empresarial, desde la parte organizativa, hasta la fase de comercialización, ello debido a la falta de capacitación y modelos de negocios que permitan tener una ruta estratégica acorde a sus necesidades y alcances.

RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta la importancia que tiene la gestión contable en una organización como herramienta útil para tomar decisiones razonables que permitan transmitir una mayor concienciación sobre las ventajas que tiene su aplicación, es necesaria seguir las siguientes recomendaciones:

- Aplicar los instrumentos de control de la gestión de forma que permitan a la gerencia de la organización planificar y evaluar todas las actividades al interior de la empresa.
- Apoyarse en los indicadores de gestión como elementos necesarios para medir la eficiencia y eficacia de las actividades que desarrollan cada una de áreas de la organización
-
- Considerar un sistema de contabilidad adecuado Seleccionar un software contable que se adapte a las necesidades de la empresa y capacitar al personal para su uso.
- Definir el público objetivo: Identificar las características demográficas, y de comportamiento de los clientes ideales.
- Analizar la competencia: Estudiar a los competidores directos e indirectos, sus fortalezas, debilidades y estrategias.
- Investigar el mercado: Recolectar información sobre el tamaño del mercado, las tendencias, las oportunidades y los desafíos.

REFERENCIAS

ALAVAREZ LOPEZ, JOSE y AMAT SALAS, Joan. Contabilidad de Gestión Avanzada. Madrid, 1996.

ACTUALICESE. Costos y gastos contables que no son deducibles. (en línea). En: (Colombia), 2023. (Consultado 25, abril,2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://actualicese.com/costos-y-gastos-contables-que-no-son-deducibles/>

ASOCIACION DE ACADEMIAS. Estrategias. (en línea). En: (España), 2014. (consultado 5, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: estrategia | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE

BBVA. Inversión. BBVA (en línea). En: (Argentina), 2022. (consultado, 5, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: Atención a los gastos de diciembre para que las deudas no lo sorprendan (bbva.com)

CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES. Estudio económico e informal de Ipiiales. (en línea). En: (Ipiiales, Nariño), 2011. (consultado 2, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3_ESTUDIO_ECONOMICO_E_INFORMAL_DE_IPIALES%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3_ESTUDIO_ECONOMICO_E_INFORMAL_DE_IPIALES%20(2).pdf)

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	7
1. PROBLEMA DE INVESTIGACION	9
1.1 TEMA DE INVESTIGACION	9
1.2 LINEA DE INVESTIGACION	9
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.3.1 Descripción del Problema	9
1.3.2 Formulación del Problema	11
1.4 OBJETIVOS	11
1.4.1 Objetivo general.....	11
1.4.2 Objetivos específicos	11
1.5 JUSTIFICACION	12
1.6 VIABILIDAD.....	12
1.7 DELIMITACION.....	13
2. MARCO REFERENCIAL	14
2.1 MARCO DE ANTECEDENTES	14
2.2 MARCO CONTEXTUAL	17
2.2.1 Macro contexto	17
2.2.2 Micro contexto	19
2.3 MARCO LEGAL	23
2.3.1 Constitución Política de Colombia	23
2.3.2 Leyes	24
Ley 1314 de 2009	24
Ley 1819 de 2016	25
Ley 2010 de 2019	25
Ley 2155 de 2021	25
2.3.4 Decretos y leyes reglamentarias de NIIF	25
2.4 MARCO TEORICO.....	27
2.4.1 Matrices de diagnóstico	27
2.4.2 Análisis Pestel	33
2.4.3 Información Contable.....	33
2.4.4 Gestión de mercados.....	35
2.5 MARCO CONCEPTUAL.....	41

3. METODOLOGÍA	44
3.1 PARADIGMA	44
3.2 ENFOQUE.....	44
3.3 METODO.....	44
3.4 TIPO DE INVESTIGACION	45
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	45
3.5.1 Población	45
3.5.2 Muestra.....	46
3.6 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	46
4. RESULTADOS	47
4.1 Diagnóstico de la gestión contable y de mercado en las organizaciones en la zona de frontera.	47
4.1.4. Análisis PESTEL.....	60
Estrategias de crecimiento intensivo	69
Estrategias de crecimiento integrativo	71
Estrategias de crecimiento diversificado.....	72
Estrategias de liderazgo de mercado	72
Estrategias de reto de gestión de mercado	73

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
1 Ejemplo Análisis DOFA.	27
2 Contexto organizativo e industrial	34
3 Objetivos de la gestión de mercado.	34
4 Tareas definición del problema.	35
5 Etapa 3. Diseño de la investigación	36
6 Estructuras de Mercado	39
7 Problemas que le impiden determinar los resultados financieros	45
8 Desempeño de una buena gestión contable	46
9 Actividades que desarrolla para el buen desempeño de la gestión contable	47
10 Estrategias que desarrolla para el buen desempeño de la gestión contable	48
11 Etapas de la gestión contable	50
12 Aspectos que la gestión contable aportan a la organización y a la sociedad	50
13 Dificultad o problema observa en cuanto a la gestión de mercado	51
14 Actividades que realiza la empresa	52
15 Mercadeo para el desarrollo comercial de la empresa	53
16 Aspectos en que la gestión de mercados puede aportar a la organización y a la sociedad.	53
17 Estructura de mercado	56
18 Infraestructura del Polo de Competitividad.	61

LISTA DE CUADROS

	Pág.
1 Participación sectores económicos municipio Ipiales.	20
2 Participación empresas municipio Ipiales.	21
3 Número de sociedades en jurisdicción municipio de Ipiales.	22
4 Matriz evaluación de factores internos.	28
5 Matriz evaluación de factores externos.	30
6 Análisis Pestel.	32
7 Clasificación empresas municipio de Ipiales.	43
8 Informativa de encuesta objeto de estudio	44
9 Encuestas por tamaño de empresa municipio de Ipiales.	44
10 Estructura de mercado en la que se desarrolla su organización.	52
11 Matriz DOFA aspectos de mercadeo.	54
12 Análisis PESTAL	55
13 Matriz DOFA aspectos contables	59

INTRODUCCIÓN

La presente investigación estudio la importancia de la gestión contable y de mercado en la frontera Colombia – Ecuador, (municipio Ipiales) con el fin de conocer el desarrollo empresarial, las oportunidades de empleo, la capacidad de competitividad, y el comportamiento de consumo que exista, contado con la participación de la investigación profesoral del modelo de Polo de Competitividad como herramienta de Gestión Comercial.

Además, el estudio permitió conocer los sectores económicos en los cuales el municipio se desenvuelve y para tal efecto se involucraron, temas en cuanto el consumo y producción, la adquisición de bienes y servicios, la oferta y demanda, entre otras variables que puedan existir a partir de algunas matrices que se desarrollan en la investigación.

También la gestión contable ayudo a conocer el desarrollo organizacional en cuanto a las estrategias, de planificación y control que ejecutan las empresas, y de esta manera, como también como se obtiene y se brinda la información económica y financiera para que contribuya en la toma de decisiones y estas faciliten el alcance y desarrollo de los objetivos.

Por otro lado, la gestión de mercado contribuyo en el conocimiento del mercado donde se involucran las organizaciones, y a partir de esto se estudió las características demográficas, geográficas y socioeconómicas, que ayudaron a conocer los objetivos de las empresas, en cuanto a la competencia o clientes potenciales, que generen rentabilidad e inversión.

Posteriormente se aplicó el instrumento de la encuesta con la recolección de datos, la cual se estableció teniendo en cuenta los objetivos del presente trabajo, que facilitaron conseguir resultados que evidencian las debilidades y fortalezas de las empresas del municipio de Ipiales, dentro del ejercicio de cada actividad. Además, de conocer algunos factores comerciales que a aluden a la gestión contable y de mercado dentro del marco regional como zona frontera.

Frente al diagnóstico de la gestión contable la implementación de la contabilidad es importante en la mayoría de las empresas, el desconocimiento de esta área no les permitido conocer algunas situaciones económicas para obtener modelos financieros, que determinen estadísticas que evidencie la situación de cada organización por tanto expresan la necesidad de asesorías y conocimientos en esta área para mejorar y obtener éxito en sus actividades.

En cuanto a la gestión de mercado las empresas encuestadas comercializan productos tanto alimenticios como de comercio al por mayor y menor, y con ello buscan un crecimiento financiero, para implementar procesos que apoyen su

desarrollo en cuanto a integración y competitividad regional que genere reconocimiento de sus actividades comerciales como zona frontera del departamento de Nariño.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1 TEMA DE INVESTIGACION

Gestión Contable

1.2 LINEA DE INVESTIGACION

Gestión Contable y de organización

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.3.1 Descripción del Problema. El municipio de Ipiales está situado en el extremo del suroccidente del país en la frontera con la República del Ecuador y “la cuenca hidrográfica Carchi-Guátara. La presente investigación se fundamenta en la zona urbana del municipio de Ipiales para el respectivo análisis.

Frente al desarrollo contable y de mercado, el municipio de Ipiales en los últimos años, ha demostrado un bajo nivel empresarial, frente a la competitividad, productividad y el empleo manifestando la falta de emprendimiento estructural económico de las empresas en el municipio.

A nivel de informalidad se observa que existe una gran dependencia de la Venta al por menor de alimentos en comercios especializados (19,3%), seguido de Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (16,4%), Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercados (11,5%) y Actividades de telecomunicaciones inalámbricas (9,9%); en su conjunto aglomeran el 57,2% de las actividades informales de Ipiales, lo cual permite observar que existe una tendencia similar a la estructura productiva del sector formal, donde predomina el sector comercio. Sin embargo, como las actividades informales se tornan de subsistencia existe un predominio de comercialización en la venta de frutas, legumbres, comidas rápidas, venta de ropa traída del Ecuador, y la masiva aparición de venta de minutos en los barrios y zona céntrica de la ciudad.

El 51,4% de estas empresas llevan en el mercado más de 6 años, reflejando un problema a nivel estructural en la economía fronteriza y que necesita inmediatamente la atención por parte del sector público de Ipiales.¹

¹ CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES. Estudio económico e informal de Ipiales. (en línea). En: (Ipiales, Nariño), 2011. (consultado 2, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica:
[file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3_ESTUDIO_ECONOMICO_E_INFORMAL_DE_IPIALES%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3_ESTUDIO_ECONOMICO_E_INFORMAL_DE_IPIALES%20(2).pdf)

Dentro de los aspectos contables de las empresas del municipio de Ipiales se evidencia la informalidad, que pueden surgir por el desconocimiento de las normas o porque la evasión de impuestos les resulte rentable, pero se debe tener en cuenta que el incumplimiento de las obligaciones tributarias puede generar estancamiento en el desarrollo económico del municipio como el empresarial.

En muchas ocasiones puede no existir un contrato de trabajo, por ende, la afiliación a seguridad social en muchas ocasiones no es resuelto “9 de cada 100 empleados tiene afiliación solo el 1 pertenece a régimen contributivo y aparece como cotizante ²”.

Hay que tener en cuenta que el contrato laboral es la base fundamental en cualquier empleo, ya que este permite que el trabajador observe su bienestar en la empresa a futuro; Las consecuencias legales de la inexistencia de un contrato laboral para sus empleados, se manifiesta cuando la empresa no está pagando los impuestos por cada trabajador que se haya contratado, y tampoco se realiza la retención de impuestos correspondiente, además de que los empleados no se benefician de aspectos como la cotización a pensión, licencias de maternidad o paternidad entre otras.

Las empresas contablemente no han encontrado afinidad o establecerse en su totalidad por que no existe un apoyo financiero o no se cuenta con el capital suficiente para su constitución “Del total de personas que no han pedido crédito bancario, el 73,2% no lo han hecho porque no tienen un codeudor, el 16,1% porque no tiene respaldo comercial, y el 10,7% debido a que no cuenta con los ingresos adecuados para ir a una entidad financiera”³

Ahora bien, tanto las empresas informales como las formales deben estar constituidas legalmente, es por eso que, si la organización no está bajo un esquema formal concreto contable y expuesto bajo la norma, puede incurrir en problemas financieros de altos costos, la inadecuada elaboración de la situación financiera de las organizaciones, puede llevar también a la adquisición de créditos informales, o en la evasión de impuestos que a su debido tiempo demandaran una gran inversión.

De esta manera a raíz de la gestión contable también es fundamental tener en cuenta que, si la empresa no se encuentra contablemente bien, o constituida legalmente de acuerdo a su naturaleza y a su capital, no puede existir una buena estructura de mercado. Las empresas del municipio de Ipiales además de estar expuestas informalmente y no llevar una gestión contable adecuada, no se dan a conocer de la forma correcta en el Mercado.

En cuanto al mercado “un 5,7% de las empresas que cuenta con registro mercantil, el restante 94,3% argumenta no tenerla debido a factores como son el costo

² CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES. Estudio económico e informal de Ipiales. (en línea). En: (Ipiales, Nariño), 2011. (consultado 2, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica:

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3_ESTUDIO_ECONOMICO_E_INFORMAL_DE_IPIALES%20(2).pdf

³ CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES. Estudio económico e informal de Ipiales. (en línea). En: (Ipiales, Nariño), 2011. (consultado 2, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica:

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3_ESTUDIO_ECONOMICO_E_INFORMAL_DE_IPIALES%20(2).pdf

(33,8%), la no obligatoriedad (34,9%), el desconocimiento (13,9%) y por los tramites complicados (7,4%), existe un 10,1% que argumenta no tener registro mercantil debido a que no se miran los beneficios de la matricula⁴ .

La importancia frente al registro mercantil y la constitución empresarial es importante frente al mercado, el reconocimiento del establecimiento comercial o negocio, teniendo en cuenta su razón social, o marca es significativo; de manera que, si se encuentran informalmente o la estructura de mercado no está bien establecida, estas empresas no pueden comunicar, crear o dar valor a su empresa y de esta manera no se genera un vínculo con el consumidor o el cliente.

Aspecto fundamental de mercado que las empresas del municipio de Ipiales a un no estiman y no apropian para un mejor desarrollo en el mercado es los temas del precio, producto, plaza y promoción, esta mezcla de mercado permitiría que las organizaciones promuevan un mejor desarrollo económico.

Frente al precio cuando no existe una estrategia adecuada de precios no se puede establecer una base sólida de utilidad y rentabilidad en la organización, además si la empresa no cuenta con un plan adecuado de promoción no puede dar a conocer su negocio o actividad, de este modo si las empresas no conocen las buenas estrategias de mercado no podrán surgir y establecerse.

1.3.2 Formulación del Problema

¿Cuáles son las acciones necesarias para mejorar la gestión contable y de mercado en las organizaciones en la zona de frontera: Colombia - Ecuador?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general proponer las acciones necesarias para mejorar la gestión contable y de mercado en las organizaciones en la zona de frontera: Colombia - Ecuador

1.4.2 Objetivos específicos

- ✓ Realizar el diagnóstico de la gestión contable y de mercado en las organizaciones en la zona de frontera
- ✓ Diseñar las estrategias de mejoramiento de la gestión contable en las organizaciones de la zona de frontera Colombia Ecuador.

⁴ CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES. Estudio económico e informal de Ipiales. (en línea). En: (Ipiales, Nariño), 2011. (consultado 2, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3_ESTUDIO_ECONOMICO_E_INFORMAL_DE_IPIALES%20(2).pdf

- ✓ Diseñar las estrategias de mejoramiento de la gestión de mercado en las organizaciones de la zona de frontera Colombia Ecuador.

1.5 JUSTIFICACION

La investigación contribuirá en los aspectos contables y además de mercado, como también en el aporte de un objetivo de la investigación profesoral denominado Polo de Competitividad dentro del entorno real del municipio de Ipiales característico por ser fronterizo, además, la investigación podrá fortalecer algunas debilidades organizacionales del municipio.

El presente trabajo se centra en plantear acciones para mejorar la gestión contable y de Mercado en el municipio de Ipiales, esto con el fin de analizar las características organizacionales de las empresas y de contribuir en los esquemas de toma decisiones que ayuden y fomenten el buen desarrollo económico en el municipio.

Es importante resaltar que la gestión contable les permitirá a las empresas planificar y mantener la contabilidad de su negocio al día conforme a la norma brindando seguridad a la información, además de satisfacer las expectativas empresariales y la de sus empleados pueden mejorar la rentabilidad y utilidad a su negocio.

Además, en el municipio de Ipiales se puede observar que son muchas las empresas que todavía no tienen un modelo establecido de contabilidad de gestión por considerar que los beneficios que aporta son menores, de ahí nace la importancia de realizar un aporte significativo e investigativo que aporte y ayude al sector empresarial a mejorar continuamente.

También el mercado es una parte fundamental de las organizaciones en Ipiales con el análisis se podrá impulsar estrategias que ayuden a las empresas frente a la competencia y la incertidumbre que muchas veces genera el mercado. Con el estudio del mercado se logrará determinar cuáles son los factores que aún no se implementan en cuanto a la innovación de la oferta o las relaciones frente al cliente y el consumidor y de esta manera brindar estrategias que puedan aprovecharse en el municipio de Ipiales.

1.6 VIABILIDAD

La viabilidad en la presente investigación se desarrolla teniendo en cuenta el conocimiento adquirido en la carrera profesional; a esto se suma que se cuenta con los recursos requeridos, en aspectos como papelería, o la utilización de tecnología que se incluirán en el presupuesto, es de vital importancia resaltar que se cuenta con el tiempo necesario para la elaboración de la investigación, y así mismo existe concordancia con lo estipulado por las directrices del programa de Contaduría

Pública, además se cuenta con la asesoría y el apoyo especializado de docentes comprometidos en la profesión de la Contaduría Pública.

1.7 DELIMITACION

La presente investigación se desarrollará en el Municipio de Ipiales, localizado en el Departamento de Nariño, se elaborará durante el año 2023, donde se realizará el avance y entrega final de la investigación.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO DE ANTECEDENTES

A continuación, se presenta una serie de antecedentes que se han visto afines para el desarrollo del presente trabajo.

1. Título: Polo de competitividad en la cuenca hidrográfica Carchi Guaitara

Autores: Marley Cecilia Farinango Vivanco, Ana Lucia Casanova Guerrero, Claudia Magali Solarte, Gloria Alicia Rivera Vallejo, Patricia Rodríguez Hernández y Sandra Lucia Bolaños Delgado.

Año y lugar de publicación: Ciudad Pasto 2020

Institución: Universidad Cesmag⁵

Objetivo general: Estructurar el Polo de Competitividad en la cuenca Carchi - Guaitara como instrumento para fortalecer las capacidades de investigación científica y generar conocimientos orientados a obtener información hacia la toma de decisiones de política pública en la zona de frontera con el Ecuador, en pro de la construcción de la paz

Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico PESTAL (político, económico, social, tecnológico, Ambiental y Legal) de la frontera con el Ecuador en su cuenca hidrográfica Carchi – Guaitara.
- Diseñar estrategias que armonicen las capacidades de la universidad, sector productivo y gobierno en su cuenca hidrográfica Carchi – Guaitara estructurando el Polo de Competitividad.
- Formular el modelo conceptual del Polo de Competitividad.

Conclusiones: Los municipios de Ipiales, Cumbal, Potosí, y el contadero tiene una excelente ubicación geográfica, riquezas en recursos naturales, facilidad de transporte, la constancia del campesino por su territorio ya que permanecen en sus tierras, cultivando los productos además se utilizan semillas propias, facilidad de acceso a los servicios públicos e implementación de proyectos productivos a nivel regional.

⁵ FARINANGO, Cecilia Marleny. Polo de competitividad en la cuenca hidrográfica del Carchi. Pasto: Universidad Cesmag, 2020. 3p

Aporte: es la base fundamentalmente del presente estudio, tanto para el desarrollo de gestión en el municipio de Ipiales frontera con el Ecuador como, observar el impacto de desarrollo económico de la región.

2. Título: gestión administrativa y contable “creando empresa con funsea”

Autores: Víctor Alfonso López Vargas

Año y lugar de publicación: Bogotá 2017

Institución: Universidad de la Salle

Objetivo general: El objetivo del curso “Gestión administrativa y contable “creando empresa con funsea”, es diseñar y desarrollar conceptos básicos en administración y contabilidad con énfasis en creación de empresa y desarrollo de ideas innovadoras, para la comunidad vinculada a la fundación Semillas de Amor

Objetivos específicos:

- Motivar una cultura de emprendimiento, desarrollo y organización de su micro empresa externa e interna (Hogar), en la que puedan obtener beneficios económicos a su familia.
- Brindar conocimientos básicos administrativos y contables en donde uno complementa al otro, y así el estudiante comprenderá el concepto de negocio en marcha.
- Diseñar clases dinámicas y motivacionales en las cuales los estudiantes puedan seguir su proceso de estudios y que culminen con carreras que brinden una mejor calidad de vida para ellos y su entorno
- Brindar apoyo continuo dentro del proceso de capacitación a cada uno de los estudiantes identificando necesidades individuales y dando solución a ellas.

Conclusiones: son el resultado de una serie de capacitaciones realizadas a un grupo de estudiantes conformados por mujeres cabeza de hogar, adultos mayores, jóvenes estudiantes de jornada nocturna y personal de la fundación SEMILLAS DE AMOR FUNSEA quienes facilitaron personal e instalaciones en convenio con el colegio de Kennedy y en donde se desarrolló el curso “GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTABLE CREANDO EMPRESA CON FUNSEA”.⁶

Aporte: Se destaca la importancia del profundo análisis de los sectores económicos, como también el desarrollo de la población y nivel de productividad,

⁶ GESTION ADMINISTRATIVA Y CONTABLE CREANDO EMPRESA CON FUNSEA. (en línea). En: Ciencias administrativas y contables, marzo del 2017. (consultado el 24, abril, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=administracion_de_empresas

tomando como base fundamental la administración, los análisis FODA, y los principios básicos de contabilidad.

3. **Título:** procedimiento de gestión contable y administrativa del almacén de repuestos “cooperativa de transportes del pacifico”

Autores: Quiñónez Torres Mirna Lissette

Año y lugar de publicación: Esmeraldas Ecuador 2017

Institución: Pontifica Universidad Católica del Ecuador

Objetivo general: Normalizar el proceso para la adquisición de mercadería a través de acciones establecidas que permitan la consecución de la compra.

Conclusiones: Según las entrevistas se conoció la importancia de los manuales para la cooperativa y los procedimientos contables y administrativos que realiza el almacén, información que permitió levantar los procedimientos de gestión para elaborar el manual, el cual describe las actividades que se derivan de las compras y las ventas.⁷

Aporte: Es importante resaltar la trascendencia de la gestión contable en el antecedente ya que sirven para los procedimientos de documentación, inventarios, talento humano en los que las organizaciones de hoy en día se ven envueltas.

⁷ ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA. Procedimiento de gestión contable y administrativa del almacén de repuestos cooperativa de transportes del Pacífico. (en línea). En: contabilidad, 2017. (consultado el 24, abril, 2021). Disponible en la dirección <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1044/1/QUI%C3%91%C3%93NEZ%20TORRES%20MIRNA%20LISSETTE.pdf> electrónica:

2.2 MARCO CONTEXTUAL

2.2.1 Macro contexto

La necesidad de globalización o internacionalización de la contabilidad.

En un mundo cada vez más abierto, en el que los flujos de capital van y vienen, las empresas tienen la posibilidad de acceder a los **mercados** de capital externos para financiar sus empresas; ello es posible si se manejan esquemas contables universales. El esquema de globalización o internacionalización de los **esquemas contables** conlleva la búsqueda de alianzas estratégicas, tanto locales como extranjeras para lograr esquemas de **información financiera transparente y confiable**.

Un sistema contable global facilita la comparación entre los estados financieros de las empresas locales con las del exterior y permite comparar rentabilidades, productividades y competitividad, lo cual es siempre una buena estrategia para evaluar la posición relativa de las empresas⁸

Es importante tener en cuenta que la contabilidad es necesaria cuando se establece una empresa o una organización, conocer los estándares internos y externos, permiten que la empresa avance financieramente, y no pierda el enfoque organizacional.

La contabilidad además de brindar información, les permite a las empresas estudiar y evaluar los diferentes mercados donde pueden invertir; el avance de las empresas debe estar acompañada de la evolución y la aplicación de una buena gestión contable que les permita ser competitivas y a su vez eficaces y eficientes, de esta manera la gestión será útil para la solución de problemas y para aquellas metas y objetivos trazados para el buen desarrollo empresarial.

En el ámbito Nacional.

Las organizaciones a nivel nacional se han desarrollado como microempresas o medianas empresas, pero hay que resaltar que las nuevas exigencias de competitividad de mercado y organización contable van más allá de generar ingresos; según las caracterizaciones de los grupos empresariales colombianos de cara a la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera - NIIF “una economía moderna que pretenda sobresalir a nivel internacional, requiere de un sector empresarial robusto, en el que las entidades cada vez se hagan más

⁸ LA GLOBALIZACION Y LA CONTABILIDAD. La necesidad de la globalización internacionalización de la contabilidad. vlex. (en línea). En Colombia 2023 (Consultado 15 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://vlex.com.co/vid/globalizacion-contabilidad-57840463>

grandes, sólidas y amplíen sus relaciones con el entorno, en busca de alianzas estratégicas que contribuyan a mejorar los resultados de su operación.”⁹

De acuerdo a lo descrito anteriormente el plan de desarrollo municipal, describe las empresas en algunas ocasiones presentan problemas en su estructura en cuanto a la gestión en su etapa de conformación, donde se desprende la buena gestión contable y la de mercado para mantener una organización sólida como lo expresa a continuación.

Las PYMES colombianas.

Las mipymes colombianas enfrentan retos que no siempre están relacionados con aspectos económicos. En sus etapas tempranas, requieren de apoyo para constituirse legalmente y formalizarse, de modo que puedan insertarse en el ecosistema empresarial.

Luego necesitan de acompañamiento en diferentes temas financieros y de mercado para consolidar sus negocios, y posteriormente en innovación, para generar productos y servicios sofisticados que, además, les permitan competir en **mercados** internacionales.¹⁰

En Colombia en cifras, las pequeñas y medianas empresas contribuyen en el desarrollo de la economía en términos de inversión ingresos y empleo la clasificación de los establecimientos según la composición empresarial.¹¹ Como lo indica a continuación:

Grande: 0.4 %

Mediana: 1.1 %

Pequeña: 5.6%

Micro: 92.9 %

La gestión contable y de mercado son importantes porque estas: primero: permiten conocer la estructura financiera para llevar a cabo las funciones de una organización, segundo: cuál es el mercado al cual se enfrenta competitivamente y tercero tener una buena gestión de ambos puede brindar a la organización estabilidad y rentabilidad empresarial.

⁹ CARACTERIZACION DE LOS GRUPOS EMPRESARIALES COLOMBIANOS DE CARA A LA APLICACIÓN DE LA NIIF. Universidad de Antioquia. (en línea). En 2015. (consultado 1, octubre,2021). Disponible en la dirección electrónica: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/26665-Texto%20del%20art_culo-105287-1-10-20160501.pdf

¹⁰ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE IPIALES. Contexto económico. Observatorio de gestión educativa. (en línea). 2020 – 2023 Ipiiales Nariño. (Consultado 25 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://obsgestioneducativa.com/download/plan-de-desarrollo-municipal-ipiales-2020-2023/>

¹¹ Ibid.<https://obsgestioneducativa.com/download/plan-de-desarrollo-municipal-ipiales-2020-2023/>

Mercado en Colombia

La baja profundidad del mercado y la poca educación financiera de la población colombiana crean obstáculos significativos al crecimiento y consolidación de un mercado de capitales ampliamente desarrollado. Como respuesta a eso, la digitalización del mercado de capitales ha tomado un rol protagónico al facilitar el ingreso de nuevos participantes que disponen el terreno para una mayor profundización y diversificación de la oferta de servicios y productos en el sistema financiero.

El Crowdfunding y el e-trading son una muestra de ello. En primer lugar, el Crowdfunding es un mecanismo de recaudo colectivo de recursos a través de herramientas digitales que permite financiar emprendimientos e impulsar su crecimiento. Si bien en países más desarrollados la figura cuenta con mayor recorrido, en Colombia la adaptación del mecanismo es relativamente reciente. El sistema cuenta con beneficios tanto para inversionistas como para las empresas que participan de las rondas de financiamiento. Los inversionistas minoristas cuentan con una manera de invertir su dinero con retornos importantes **y las empresas, en su gran mayoría Pymes**, logran conseguir recursos a bajo costo para sus proyectos¹²

2.2.2 Micro contexto

Caracterización comercio fronterizo:

Para hablar acerca de las rutas que marcan los países en la zona de frontera que las empresas deben seguir dado que son planes de políticas públicas se habla de los planes de desarrollo nacional de ambos países, donde una de las políticas es la economía, en la cual se involucran el mercadeo y la contabilidad de las empresas. Córdoba (2014) señala que los planes “son un instrumento donde se expresan los resultados de un proceso de planeación concertadas entre los diversos rectores, y que sirve de guía para la acción de las instancias públicas y privadas tanto en el ámbito nacional como territorial” (p. 47).

A escala internacional, a través de los Ministerios de Relaciones Exteriores de Colombia y Ecuador, se creó la Zona de Integración Fronteriza, Zifec, integrada por los Departamentos de Nariño y Putumayo en Colombia, y las provincias de Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos en Ecuador.

La Zifec cuenta con el Plan Binacional De Integración Fronteriza Ecuador-Colombia para los territorios fronterizos, en pro de la vinculación, coordinación y articulación de los ejes de equidad, cohesión social y cultural, seguridad integral y movilidad

¹²MERCADO DE CAPITALES COLOMBIANO. Reflexiones sobre el mercado de capitales y derivados. Aso bancaria https://asobancaria.com/wp-content/uploads/Caracterizacion_Mercado_de_Capitales_Colombiano.pdf

humana, complementariedad productiva y comercial, conectividad e infraestructura y sustentabilidad ambiental.

La Comunidad Andina – CAN en la Decisión 501, establece la Zona de Integración Fronteriza (ZIF), cuya finalidad es “generar condiciones óptimas para el desarrollo fronterizo sostenible y para la integración fronteriza entre los Países Miembros de la Comunidad Andina”, y en sus artículos 2 al 7, se describen cuatro ZIFs, de las cuales se destacan dos y sus dimensiones son:

a) Dimensión del desarrollo social: estimular y promover acciones orientadas a la satisfacción de las necesidades básicas de los pobladores de las zonas fronterizas

b) Dimensión del desarrollo económico: fomentar el crecimiento, modernización y diversificación de la base productiva de las zonas fronterizas, aprovechando las posibilidades que habilitan los mecanismos de la integración y las ventajas de la ubicación de dichas zonas respecto de los mercados subregional, regional e internacional.

En la misma decisión, en su artículo 12, establece que “los Países Miembros adoptarán las previsiones necesarias para incorporar en sus respectivos Planes Nacionales de Desarrollo, Presupuestos de Inversión, y como parte de sus Políticas Nacionales de Fronteras, los planes, programas y proyectos de desarrollo que acuerden para las ZIF.

Por lo anterior, a continuación, se menciona el Plan Nacional de Desarrollo De Colombia (2022-2026 “Colombia Potencia Mundial de la Vida”), el cual decreta en su Artículo 3: los ejes de transformación del Plan Nacional de Desarrollo y que a su vez se materializa en cinco ejes. Profundizando en su eje número cuatro, se encuentra la Convergencia regional, mediante el cual se pretende reducir las brechas sociales y económicas y lograr garantizar un acceso adecuado a oportunidades, bienes y servicios. Y en su artículo 4: Ejes transversales del Plan Nacional de Desarrollo, en su literal tercero se habla de la Estabilidad macroeconómica, cuyo objetivo en materia económica busca garantizar la disponibilidad de los recursos públicos que permitan financiar las transformaciones, enmarcadas en la coyuntura económica global, nacional y regional.

A nivel regional el municipio de Ipiales cuenta con el Plan de Desarrollo Municipal: Ipiales 2020-2023, donde establece el contexto económico y señala: la situación de frontera con la República del Ecuador, condiciona las dinámicas comerciales a las constantes variaciones de la economía. (p.36)

Ortiz, I. (2012), resalta que la subregión andina del suroccidente colombiano, es un territorio que cumple con las condiciones económicas e industriales y es apta para la emancipación de los sectores económicos y su contacto externo es de acceso rápido por frontera seca y húmeda al entorno internacional, dado que cuenta con los elementos económicos básicos para enfrentar los retos que la internacionalización de productos y servicios en la economía de mercado.

El mercado en la zona transfronteriza

Con la globalización, la oferta de productos prohibidos crece en magnitud y los mercados ilegales se amplían. En este proceso se produce una mutación importante de los actores centrales de la frontera.

La economía de frontera es parecida a una “economía de enclave”, sin explotar productos, sino que es un complejo diversificado de intercambios comerciales, legales e ilegales, que tienen enlaces superiores a los territorios transfronterizos. Se trata de una economía invasiva que en ocasiones desarrolla prácticas delictivas.

La economía de frontera integra dos o más economías asimétricas -por ser funcionales entre sí- debido a que lo que puede ser legal en Colombia es ilegal en Ecuador y viceversa, igual comportamiento tiene el precio sobre los productos; por ello hay un flujo mercantil que genera un sistema de ilegalidades donde la economía traspasa fronteras. La anterior situación, genera la imposición de factores diferenciadores como muros de seguridad y aranceles, que no han apoyado a los mercados, dado que ocasionan por lo general incremento de precios¹³.

Clasificación empresarial del municipio de Ipiales

En cuanto a la clasificación de la empresa, el comercio, mercado y algunos aspectos de la **contabilidad** y **mercado** el municipio de Ipiales la cámara de comercio señala:

a. “La economía local del municipio de Ipiales se fundamenta en la actividad agropecuaria, comercial, de transporte, micro industrial, microempresaria y artesanal, turística, de servicios, y la economía informal, etc..”¹⁴ como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 1 Participación sectores económicos municipio Ipiales.

SECTOR ECONÓMICO	PARTICIPACIÓN
Sector Servicios	14%
Comercio al Detal	46%
Agricultura	31%
Industria (Carpintería, Ebanistería, artesanía, elaboración de calzado, etc.)	9%

¹³ ECONOMÍA DE FRONTERA. (en línea) Ecuador, 2011. (consultado 03, marzo,2024). disponible en la dirección electrónica: <https://www.flacso.edu.ec/portal/files/docs/fronteras7.pdf>

¹⁴ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE IPIALES. Contexto Económico. (en línea). En Observatorio gestión educativa. (consultado 3, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: Plan de Desarrollo Municipal: Ipiales 2020-2023 - Observatorio a la gestión Educativa (obsgestioneducativa.com)

Fuente: <file:///C:/Users/Administrador/Downloads/PDM%20Ipiales%202020-2023.pdf>

El comercio de Ipiales tiene como actividades económicas de mayor importancia la agricultura, la ganadería y el comercio. Los recursos naturales son abundantes y adecuados en todo su territorio. Sin embargo, por su condición de Distrito fronterizo en el Casco Urbano el comercio ocupa un lugar de importancia por el intercambio y tránsito de productos y mercancías con otras regiones económicas.

b. La clasificación de empresas corresponde a información secundaria, obtenida en la cámara de comercio de Ipiales validada para el año 2019 y con base en los lineamientos legales existentes¹⁵, donde se observa que en el municipio se encuentran conformadas cuatro tipos de empresas conformadas en Microempresa, pequeña empresa, Mediana empresa y Gran empresa para un total de 5978 empresas activas para el año 2019, donde mayor fuerza tienen las Microempresas que a su vez están conformadas por unidades familiares o se consideran empresas familiares con el 84.64% y existen en menor cantidad las Grandes empresas cuya representación es del 0.03%, como se indica en el siguiente cuadro:

Cuadro 2 Participación empresas municipio Ipiales.

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Microempresa	5.060	84.64 %
Pequeña empresa	814	13.62 %
Mediana empresa	102	1.71 %
Grande empresa	2	0.03 %
TOTAL	5.978	98.34 %

Fuente: cámara de comercio de Ipiales¹⁶. <https://ccipiales.org.co/>

c. En la siguiente imagen se describe el número de sociedades en jurisdicción por tipo de sociedad según el estado de matrícula correspondientes al año 2021 y 2022

¹⁵ CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES. Participación empresarial. (en línea). En: (Ipiales, Nariño), 2023. (Consultado 25, mayo, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://ccipiales.org.co/>

¹⁶ Ibíd., <https://ccipiales.org.co/>

Cuadro 3: Número de sociedades en jurisdicción municipio de Ipiales.

TIPO DE SOCIEDAD	2021	2022	2021	2022	2021	2022
	Recuent o	Recuent o	Recuent o	Recuent o	Recuent o	Recuent o
Persona Natural	4983	5317	1292	1192	1051	1004
Establecimiento de comercio	5669	6137	1400	1303	968	952
Sociedad limitada	77	80	3	2	5	3
Sociedad Anónima	100	95	0	2	4	1
Sociedad Colectiva	0	0	0	0	0	0
sociedad comandita simple	3	2	0	0	0	0
Sociedad comandita por acciones	1	1	0	0	0	0
Sociedad Extranjera	9	9	0	0	0	0
Empresa asociativa de trabajo	3	3	0	0	0	0
Sociedad Civil	0	0	0	0	0	0
Empresa unipersonal	13	13	0	1	0	0
Entidad sin ánimo de lucro	750	750	68	54	16	20
Entidad económica Solidaria	3	5	0	1	0	0
Empresa Industrial y Comercial	0	0	0	0	0	0
Sociedad por Acciones Simplificadas	654	725	168	133	41	41
Agrarias de transformación	1	1	0	0	0	0
Otras (personas jurídicas)	0	0	0	0	0	0
Total	12,266	13,138	2,931	2,688	2,085	2,021

Fuente: <https://ccipiales.org.co/2023/01/31/estimado-potencial-de-comerciantes-cci-2023/>

2.3 MARCO LEGAL

2.3.1 Constitución Política de Colombia

Como norma de normas se encuentra la Constitución Política de Colombia, en donde se consagran los principios en materia de impuestos los que dan pautas al legislador para crear, modificar o suspender tributos; los artículos 1 y 2 son el pilar para el desarrollo normativo, que afirma, que Colombia es un Estado social de derecho organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, lo cual introduce al ciudadano a hacer parte activa de la política social y económica del país, y a cumplir con sus fines garantizando la efectividad de los principios y deberes constitucionales.

Por lo anterior, se contemplan el artículo 95, numeral 9, que establece el deber de “contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de

conceptos de justicia y equidad”, principio que se traduce en la obligación de todos los ciudadanos de aportar de acuerdo con la capacidad económica o contributiva, en los gastos del estado con fundamento en los principios de justicia y equidad tributaria.

Otro de los principios es el de reserva de legal, artículo 338 que establece que sólo el Congreso de la República, las Asambleas Departamentales y los Concejos Municipales, están facultados para imponer los tributos, mediante leyes, ordenanzas o acuerdos que fijen la tarifa, el hecho generador, el sujeto activo y pasivo, la base gravable de los mismos.

2.3.2 Leyes

Ley 1314 de 2009

Esta ley se crea con el fin de apoyar la internacionalización de las relaciones económicas, y para hacer la convergencia a las normas de contabilidad de información financiera y de aseguramiento de la información, con estándares internacionales de aceptación mundial. Se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento”.¹⁷ Todo lo anterior, mediante tres aspectos principales:

1. “La ley señala las autoridades que regularán la contabilidad en Colombia, el procedimiento para expedición de las normas y determina las autoridades responsables de vigilar su cumplimiento. Reforma, además, el Consejo Técnico de la Contaduría Pública y le asigna nuevas funciones.
2. Regula los principios y normas de contabilidad, de información financiera, y de aseguramiento de la información, dando la definición para cada uno de ellos; amplía la responsabilidad.
3. Clasifica en tres categorías la contabilidad: la de grandes empresas, la de pequeñas y medianas empresas y la de régimen simplificado, escenarios en que actúa el Contador Público. Además, eleva a categoría legal, es decir obligatoria, la auditoría integral”¹⁸.

El artículo 2. Faculta a las personas naturales y microempresas obligadas a llevar contabilidad, como también a los contadores públicos y demás funcionarios que preparen estados financieros deberán aplicar estas normas de convergencia.

¹⁷ LEY 1314 2009. Legis xperta (en línea). En (Colombia) (Consultado 10 mayo, 2023). Disponible en la dirección electrónica:

https://xperta.legis.co/visor/estatuto2/estatuto2_f7c5e5871b4c42089de7501299c01cb2/estatuto-tributario/ley-1314-de-2009

¹⁸ FACTORES DE INCIDENCIA DE LA LEY 1314 DE 2009 EN LA EDUCACIÓN CONTABLE COLOMBIANA. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-FactoresDeIncidenciaDeLaLey1314De2009EnLaEducacion-3302896.pdf

Artículo 3. Define las normas de contabilidad y de información financiera. Los recursos y hechos económicos deben ser reconocidos y revelados de acuerdo a la realidad.

El artículo 4, separa las normas contables de las fiscales y afirma que las declaraciones tributarias se prepararán según la legislación fiscal.

Ley 1819 de 2016

Reforma tributaria estructural, esta ley reglamento beneficios tributarios para las entidades entre ellos encontramos que el Impuesto Predial y el ICA son deducibles del Impuesto de Renta en su totalidad, exoneración de aportes, deducciones por contrataciones laborales, deducciones en la declaración de Renta y sus complementarios.

Ley 2010 de 2019

“Ley de crecimiento económico”, esta ley se caracterizó por incluir beneficios para las empresas por ejemplo la disminución gradual de renta presuntiva, beneficios tributarios para aquellas empresas que contraten jóvenes sin experiencia laboral entre otros.

Ley 2155 de 2021

“Ley de inversión social”, con la cual se modificaron las tarifas del IVA y del impuesto sobre la renta y complementarios, como también se crearon algunos beneficios y exenciones para los contribuyentes de estas obligaciones.

2.3.4 Decretos y leyes reglamentarias de NIIF

1. **Decreto 2420 de 2015:** "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de Aseguramiento de la Información y se dictan otras disposiciones"¹⁹
2. **Decreto 2706 de 2012:** Se establece un régimen simplificado de contabilidad de causación para las microempresas, será aplicable a las microempresas descritas en el capítulo 1° del marco técnico normativo de información financiera el cual señala:
 - Art. 2: el ámbito de aplicación se atenderá según el volumen de sus activos, de sus ingresos, número de empleados, a su forma de organización jurídica o de sus circunstancias socio-económicas, el Gobierno autorizará de manera general que ciertos obligados lleven contabilidad simplificada, emitan estados financieros y revelaciones

¹⁹ DECRETO 2420 DE 2015 (en línea). En: Función Pública, Colombia, 09 de diciembre 2021. (Consultado 03, diciembre 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76745>

abreviados o que estos sean objeto de aseguramiento de información de nivel moderado”.

- Art. 3: El Gobierno establecerá normas de contabilidad para las microempresas que cumplan los requisitos establecidos en los numerales del artículo 499 del Estatuto Tributario” (ET).

- **3019 de 2013**

- Art. 1: Requisitos para aplicar a microempresas: *a)* contar con una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores; *b)* poseer activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV) y *c)* Tener ingresos brutos anuales inferiores a 6.000 SMMLV.
- Si una microempresa que no cumple con los requisitos mencionados anteriormente decide utilizar esta norma, sus estados financieros no se entenderán como en conformidad con la norma para las microempresas, debiendo ajustar su información con base en su marco regulatorio correspondiente.

Código de Comercio:

Ley 1340 de 2009

Art.1: La presente ley tiene por objeto actualizar la normatividad en materia de protección de la competencia para adecuarla a las condiciones actuales de los **mercados**, facilitar a los usuarios su adecuado seguimiento y optimizar las herramientas con que cuentan las autoridades nacionales para el cumplimiento del deber constitucional de proteger la libre competencia económica en el territorio nacional.²⁰

2.3.5 CONPES 3805 Este documento tiene como principal objetivo el “sentar las bases de una Política Pública de Prosperidad para las Fronteras, fomentando su desarrollo sostenible con base en el pleno aprovechamiento de sus potencialidades endógenas”; y centra su labor en áreas tales como: fortalecer la institucionalidad, reducir las brechas socioeconómicas con el interior del país, promover el crecimiento sostenible, integrar las zonas de frontera con el interior del país y los países vecinos, y fortalecer la identidad de los grupos étnicos de frontera²¹, especificando lo siguiente:

²⁰ LEY 1340 DE 2009. ley 1340 de 2009. En: normatividad y leyes julio, 21, 2009 Bogotá. (Consultado 30 abril, 2023). Disponible en la dirección electrónica:https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/2009/Ley_1340_2009.pdf

²¹ PROSPERIDAD PARA LAS FRONTERAS DE COLOMBIA. Conpes. (en línea). En: Fronteras innd, 2016. (Consultado el 1, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/conpes_3805_fronteras.pdf

- **Capitulo II: Reducir las brechas socioeconómicas de los territorios fronterizos con relación al resto del país:** buscan superar la inequidad social y económica que presentan los territorios de frontera en relación con el resto del país y que se expresan en indicadores desfavorables en materia de pobreza, empleo, vulnerabilidad social y calidad de vida.
- **Capitulo III: Promover condiciones que permitan el crecimiento sostenible de las regiones de frontera:** disminuir los mayores costos de producción y transacción en las zonas de frontera y la incidencia del contrabando en la economía y las finanzas de los territorios fronterizos, de modo que sea posible mejorar la productividad y competitividad, incrementar la inversión pública y privada, interna y externa, y dinamizar el mercado laboral.

2.4 MARCO TEORICO

Para la presente investigación es necesario abarcar el desarrollo de tres objetivos importantes, donde el diagnostico contable y de mercado permite la recopilación de información para establecer un análisis de las organizaciones con el fin de comprender su funcionamiento, así como poder identificar las debilidades y fortalezas presentes. Para ello es necesario analizar los siguientes temas como: planes de desarrollo, matrices y teorías que ayudaran al tema de estudio.

2.4.1 Matrices de diagnóstico

a. Análisis DOFA

“El análisis DOFA en conjunto con otros estudios complementarios como son el perfil de amenazas y oportunidades en el medio, el perfil de competitivo, el perfil de capacidades y fortalezas internas, y si es posible, una base de referencia del medio entre otros métodos de diagnóstico empresarial, permiten presentar un panorama general de la empresa dentro del medio en el cual se debe mover”²².

Elementos del análisis DOFA

“Se centra en cuatro elementos que forman parte de su acrónimo, pero el formato que se utilice, varía dependiendo de la profundidad y complejidad de su iniciativa o esfuerzo. El objetivo del análisis DOFA es revelar fuerzas positivas que están trabajando en conjunto, así como problemas potenciales que necesitan ser tratados

²² EI METODO DOFA, UN METODO MUY UTILIZADO PARA DIAGNOSTICO. Análisis Dofa. (en línea). En: Word, 2004. (consultado 11, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: El método DOFA.doc (live.com)

o al menos reconocidos, antes de aplicar un análisis FODA se debe decidir qué formato o diseño se utilizara para comunicar claramente el tema”²³

Figura 1 Ejemplo Análisis DOFA.



FUENTE: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Procedimiento

1. Hacer una lista de las oportunidades externas clave de la empresa.
2. Hacer una lista de las amenazas externas clave de la empresa.
3. Hacer una lista de las fuerzas internas clave de la empresa.
4. Hacer una lista de las debilidades internas clave de la empresa.

²³ SECCION 14. Análisis Foda. (en línea). En: Caja de herramientas comunitarias, 1994, 2021. (Consultado el 11, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/valoracion/valorar-las-necesidades-y-recursos-comunitarios/FODA-analisis/principal>

5. Adecuar las fuerzas internas a las oportunidades externas y registrar las estrategias FO resultantes en la celda adecuada.
6. Adecuar las debilidades internas a las oportunidades externas y registrar las estrategias DO resultantes en la celda adecuada.
7. Adecuar las fuerzas internas a las amenazas externas y registrar las estrategias FA resultantes en la celda adecuada.
8. Adecuar las debilidades internas a las amenazas externas y registrar las estrategias DA resultantes en la celda adecuada.

El análisis DOFA es importante, ya que permite analizar a profundidad las organizaciones del municipio de Ipiales, dentro de la misma se evaluar las acciones y comportamientos que la entidad desempeñe como amenazas o fortalezas y de esta manera obtener información importante que le permita la toma de decisiones para beneficio de la empresa.

b. Matriz de evaluación de factores internos.

“La matriz EFI (Evaluación de factores internos) es un recurso usado por las empresas para analizar las cuestiones que influyen negativa o positivamente en su crecimiento y sustentabilidad en el mercado.

La matriz EFI es un instrumento extremadamente útil que permite entender la situación real de una empresa ayudando a comprender sus fortalezas y debilidades de forma clara.”²⁴

Cuadro 4 Matriz evaluación de factores internos.

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS				
FACTORES INTERNO CLAVES		Peso	Calificación	Resultado
Fortalezas				
Debilidades				
TOTAL				

FUENTE: Plan Estratégico de Mercadeo y Plan Anual de Marketing para la Heladería Santiago en la ciudad de Pasto para el periodo 2020 – 2022.pdf

CALIFICACION	
1	Debilidad Mayor
2	Debilidad Menor

²⁴ EVALUACION DE FACTORES INTERNOS. Matriz EFI. (en línea). En. Rockcontent, 2013, 2021. (consultado 30, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://rockcontent.com/es/blog/matriz-efi/>

3	Fortaleza Mayor
4	Fortaleza Menor

Fuente: Plan Estratégico de Mercadeo y Plan Anual de Marketing para la Heladería Santiago en la ciudad de Pasto para el periodo 2020 – 2022.pdf

✓ Procedimiento

1. Se realiza una lista de los factores de éxito identificados mediante el proceso de investigación. Se usará entre cinco y diez factores internos en total, que incluyan tanto fuerzas como debilidades. Primero anotamos las fortalezas y después las debilidades. Usando porcentajes, razones y cifras comparativas.
2. Asignaremos un valor entre 0.0 (no importante) a 1.0 (absolutamente importante) a cada uno de los factores. El valor adjudicado a un factor dado indicando la importancia relativa del mismo para alcanzar el éxito en las organizaciones. Independientemente de que el factor clave represente una fortaleza o una debilidad interna, los factores que se considere que repercutirán más en el desempeño de la organización deben llevar los valores más altos. El total de todos los valores debe sumar 1.0
3. Se asignará una calificación entre 1 y 4 a cada uno de los factores a efecto de indicar si el factor representa una debilidad mayor (calificación =1), una debilidad menor (calificación =2), una fuerza menor (calificación =3) o una fuerza mayor (calificación =4). Así, las calificaciones se refieren a la compañía, mientras que los valores del paso 2 se refieren a la industria.
4. Multiplicamos el valor de cada factor por su calificación correspondiente para determinar una calificación ponderada para cada variable.
5. sumamos las calificaciones ponderadas de cada variable para determinar el total ponderado de la organización entera.

Independientemente de los factores que se incluyan en la matriz MEFI, el total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Los totales ponderados muy por debajo de 2.5 indican que las organizaciones son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerte. La matriz MEFI debe incluir entre cinco y diez factores clave. La cantidad de factores no incluye en la escala de los totales ponderados porque esos valores siempre suman 1.0

Además de involucrar un análisis que abarque la situación actual de la empresa la matriz MEFI le permite a la organización obtener de manera detallada información de algunos departamentos de la organización si así los tuviera, con el fin de mejorar

esas amenazas y fortalezas y de esta manera proporcionar nuevas o mejores estrategias que le permitan avanzar y competir en el mercado.

C. Matriz EFE.

“La matriz es una herramienta de diagnóstico que permite realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de una marca, dentro del instrumento facilita la formulación de diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos.”²⁵

Cuadro 5 Matriz evaluación de factores externos.

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS				
FACTORES CLAVES		Peso	Calificación	Resultado
Oportunidades				
Amenazas				
TOTAL				

Fuente: [Plan Estratégico de Mercadeo y Plan Anual de Marketing para la Heladería Santiago en la ciudad de Pasto para el periodo 2020 – 2022.pdf](#)

CALIFICACION	
1	Respuesta Mala
2	Respuesta Media
3	Respuesta Superior a la media
4	Respuesta Superior

Fuente: [Plan Estratégico de Mercadeo y Plan Anual de Marketing para la Heladería Santiago en la ciudad de Pasto para el periodo 2020 – 2022.pdf](#)

✓ **Procedimiento**

1. Se realiza una lista de los factores de éxito que se identifiquen mediante el proceso de la investigación. Se usará entre cinco y diez factores internos en total, que incluyan tanto oportunidades como amenazas. Anotando primero a las

²⁵ MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS. Matriz EFE. (en línea). En. Yiminshum, 2021. (consultado, 30, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/>

oportunidades y después las amenazas, con porcentajes, razones y cifras comparativas.

2. Se asignará un valor entre 0.0 (no importante) a 1.0 (absolutamente importante) a cada uno de los factores. El valor indica la importancia que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa. Las oportunidades suelen tener los valores más altos que las amenazas, pero también, pueden tener valores altos si son graves o amenazadoras. Los valores adecuados se pueden determinar comparando a los competidores que tienen éxito con los que no lo tienen o analizando el factor en grupo y llegando a un consenso. La suma de todos los valores asignados a los factores debe sumar 1.0.
3. Después una calificación entre 1 y 4 a cada uno de los factores con el fin de indicar si el factor representa, donde 4= una respuesta superior, 3= una respuesta superior a la media, 2= una respuesta media y 1= una respuesta mala.

Las calificaciones se basan en la eficacia de las estrategias de la empresa. Así, las calificaciones se refieren a la compañía, mientras que los valores del paso 2 se refieren a la industria.

4. Multiplicamos el valor de cada factor por su calificación correspondiente para determinar una calificación ponderada para cada variable.
5. Suma de las calificaciones ponderadas de cada variable para determinar el total ponderado de la organización entera.

Sea cual fuere la cantidad de factores que se incluyen en la matriz MEFE, el total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Un promedio ponderado de 4.0 indica que la organización está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en su industria. En otras palabras, las estrategias de la empresa están aprovechando con eficacia las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas. Un promedio ponderado de 1.0 indica que las estrategias de la empresa no están aprovechando las oportunidades ni evitando las amenazas externas.

Además, la matriz MEFE permite analizar el entorno de las organizaciones del municipio de Ipiales, como influyen o afectan a la entidad, en el reconocimiento de su marca o negocio, ya sea económicamente, cultural, social, ambiental, competitivamente, entre otras, la aplicación de esta matriz facilita la formulación de estrategias y de esta manera se logrará aprovechar mejor las oportunidades que le permitan sobresalir a la empresa.

2.4.2 Análisis Pestel

“Una matriz PESTEL es una herramienta utilizada para identificar las fuerzas macro (externas) que afectan a una organización. Las letras representan políticas, económicas, sociales, tecnológicas, del entorno y legales, de ahí su importancia para el plan financiero de una empresa o el plan de negocio de un startup.”²⁶

Cuadro 6 Análisis Pestel.

ANALISIS PESTEL		
Factores Políticos <ul style="list-style-type: none">• Gobierno• Políticas gubernamentales• Regulación de la competencia	Factores Económicos <ul style="list-style-type: none">• Políticas monetarias• Impuestos	Factores Sociales <ul style="list-style-type: none">• Imagen Corporativa• Hábitos de consume• Satisfacción del cliente
Factores Tecnológicos <ul style="list-style-type: none">• Cambios tecnológicos• Nivel de innovación• Ciclo de vida tecnológica	Factores Ecológicos <ul style="list-style-type: none">• Riesgos naturales• Normas de reciclaje	Factores Legales <ul style="list-style-type: none">• Protección del consumidor• Reglas Sanitarias• Protección de datos.

Fuente: Análisis Pestel - Búsqueda de Google

A fin de darle un enfoque compacto y completo el análisis Pestel ofrece la ventaja de acoplar todos los datos que se puedan obtener de una organización en cuanto aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos ecológicos, legales entre otros para que la empresa pueda conocer cuáles son las ventajas o riesgos a los que se puede enfrentar en medio de su entorno y de esta manera mitigarlos y mejorar la gestión contable y de mercado continuamente.

2.4.3 Información Contable

“La contabilidad financiera es una técnica que se utiliza para producir sistemática y estructuradamente información cuantitativa expresada en unidades monetarias de las transacciones que realiza una entidad económica y de ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, con el objeto de facilitar a

²⁶ EN QUE CONSISTE. Análisis Pestel. (en línea). En. EAE Bussiness School, 4, de mayo, 2017. (Consultado 30, octubre 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://retos-directivos.eae.es/en-que-consiste-el-analisis-pestel-de-entornos-empresariales/>

los diversos interesados a tomar decisiones en relación con dicha entidad económica.”²⁷

Cualidades de la Información Contable.

- “La información es comprensible cuando es clara y fácil de entender.
- La información es útil cuando es pertinente y confiable.
- La información es pertinente cuando posee valor de realimentación, valor de predicción y es oportuna.”²⁸

La contabilidad es la pieza fundamental que le abre paso a la gestión contable, ya que esta controla los procedimientos que llevan a cabo las organizaciones con su establecimiento ya sea de comercio o en la prestación de un servicio, dando lugar al control y análisis de las operaciones realizadas del negocio con el fin de tomar decisiones.

Gestión contable

“La contabilidad de gestión es un sistema de información para la dirección que, a través de la realización del proceso contable, suministra información económica relevante para la gestión. Su utilización, por consiguiente, puede contribuir notablemente a facilitar y mejorar las decisiones empresariales.”²⁹

La gestión contable se realiza siguiendo tres etapas:

- “Registro de la actividad económica
- Clasificar información
- Resumen de la información.”³⁰

Objetivos de la gestión contable

- “Predecir el flujo de efectivo
- Apoyo a la dirección de la empresa
- Fijar los precios de nuestros productos o servicios³¹

Es importante resaltar la participación de la gestión contable dentro de las organizaciones del municipio de Ipiales, en primera instancia porque facilita la toma de decisiones a todas las empresas, y también porque es una rama que se rige bajo unos principios y normas contables concretas.

²⁷ PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS. México. Instituto mexicano de contadores públicos, 1996. 19p

²⁸ MARTINEZ FIERRO, Ángel María. Contabilidad general. Bogotá D.C. Eco e ediciones, 2007. 27p

²⁹ ALAVAREZ LOPEZ, JOSE y AMAT SALAS, Joan. Contabilidad de Gestión Avanzada. Madrid, 1996.

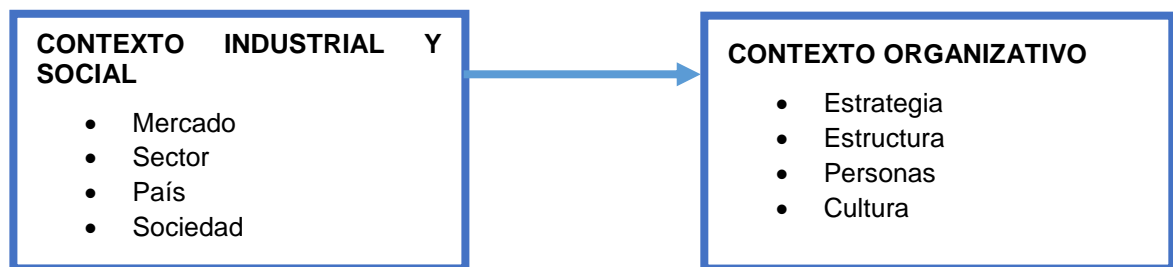
³⁰ GESTION CONTABLE. Gestión contable. (en línea). En: Delsol, 2021. (Consultado, 30, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sdelsol.com/blog/contabilidad/gestion-contable/>

³¹ Ibíd. GESTION CONTABLE, <https://www.sdelsol.com/blog/contabilidad/gestion-contable/>

También la gestión contable mejora la capacidad de conseguir los objetivos de las organizaciones haciendo que sea más fácil alcanzarlos, además de ayudar a observar el comportamiento de cada área y además permite la evaluación del interés de las personas que participan en el desarrollo empresarial.

Por otro lado, la gestión contable analiza los siguientes aspectos dentro del contexto social y organizativo.

Figura 2 Contexto organizativo e industrial.



Fuente: Contabilidad de Gestión Avanzada. Madrid 1996.

Esta estructura amplía la forma en la cual pueden desempeñarse las organizaciones en el municipio de Ipiales, la cultura organizacional es una de ellas, dando espacio al personal que forma parte de la entidad, como también su comportamiento y desempeño; el entorno empresarial es otro factor importante ya que las empresas en ocasiones no se adaptan a los cambios y de esta manera se les dificulta enfrentar nuevas condiciones, es ahí, donde la gestión contable contribuye en la mejora del rendimiento de acuerdo a su capacidad y conocimientos.

2.4.4 Gestión de mercados.

Son el conjunto de técnicas, herramientas y estrategias que se utilizan en las organizaciones y negocios en general para lograr un objetivo común: vender o crear alianzas.³²

Objetivo de la gestión de mercados:

- ✓ **Objetivo social:** su propósito es recopilar, organizar y procesar información.
- ✓ **Objetivo económico:** sirve para aclarar alternativas de beneficio utilidad o rentabilidad.

³² GESTION DE MERCADO. Importancia en los negocios. (en línea) En: área andina 40 abril, 21 2022. Consultado 10 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.areandina.edu.co/blogs/gestion-de-mercadeo-su-importancia-en-los-negocios>

- ✓ **Objetivo administrativo:** como instrumento de planeación ejecución y control.

Figura 3 Objetivos de la gestión de mercado.



Fuente: Investigación de mercados Eco ediciones, 2013.

La gestión de mercados es importante dentro de las organizaciones ya que permitir la creación de estrategias, apoya la toma de decisiones de la entidad, observa y analiza de manera objetiva la competencia entre muchos aspectos como la calidad del servicio, el producto, su precio y marca, además de mejorar la imagen empresarial.

Ahora bien, las organizaciones deben adaptarse al cambio constantemente de los mercados, para ello la gestión de mercados ha desarrollado una serie de etapas a continuación.

Etapa 1. Definición del problema: “Consiste en enunciar el problema general de investigación e identificar sus componentes específicos”

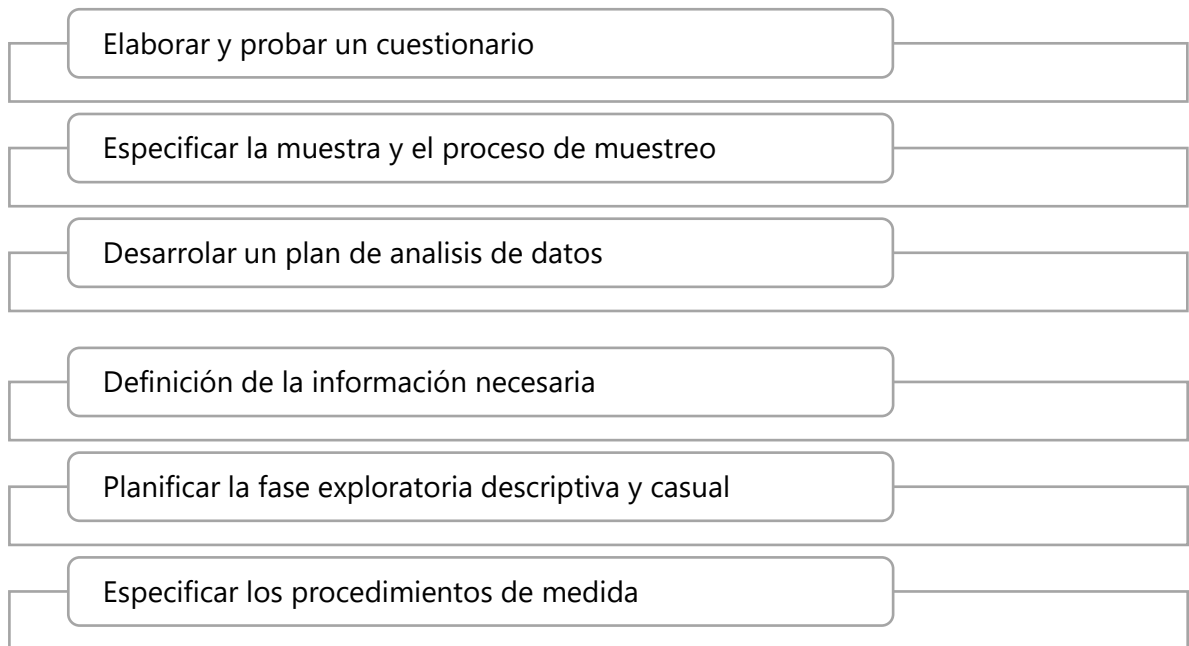
Figura 4 Tareas definición del problema.



Fuente: Investigación de Mercados Madrid España. ESIC EDITORIAL 2014.

Etapa 2. Método para resolver el problema: “fórmula un marco teórico un modelo analítico, las preguntas de investigación y la hipótesis.”³³

Figura 5. Etapa 3. Diseño de la investigación: “donde se detallan los procedimientos necesarios para obtener la información.”³⁴



Fuente: Investigación de Mercados. Madrid España ESIC EDITORIAL 2014.

Etapa 4 Trabajo de campo o recogida de datos: lo forma el personal responsable de la recogida de datos donde se da paso a los siguientes pasos³⁵

- ✓ Selección
- ✓ Formación
- ✓ Supervisión
- ✓ Evaluación

³³ TALAYA, Esteban y MOLINA, Arturo. Investigación de Mercados. Madrid España. ESIC EDITORIAL, 2014. 20p

³⁴ Ibíd. Investigación de Mercados. 2014. 20, p

³⁵ Ibíd. Investigación de Mercados. 2014. 21, p

Etapa 5. Preparación y análisis de datos: se realiza la revisión y corrección de los cuestionarios, la asignación y códigos y tabulación de datos para que puedan ser analizados.³⁶

2.4.5 Teorías económicas y de mercado

Las **teorías económicas** y las **teorías de mercado** se relacionan con el crecimiento empresarial, y se definen a continuación.

Teorías Económicas

- ✓ **Teorías neoclásicas:** “Uno de los aportes más importantes de la economía neoclásica fue el desarrollo del cálculo económico. El cálculo económico es una técnica matemática que se utiliza para analizar y comprender los fenómenos económicos. El cálculo económico permite a los economistas examinar de manera más precisa y detallada cómo funcionan los **mercados** y qué factores afectan a los precios y la producción”.³⁷

- ✓ **Teoría de pen rose:** Para Edith Pen rose, la empresa es un conjunto de recursos organizados administrativamente que crece y trata de sobrevivir en un entorno de competencia. Distingue entre los recursos y los servicios que se pueden obtener de éstos: "Los servicios que producen los recursos dependen de la forma en que son usados. Exactamente el mismo recurso puede proveer diferentes servicios según la forma en que se use o se le combine con diferentes tipos o cantidades de otros recursos"³⁸

Frente a las dos teorías expuestas cabe decir que estas pretenden que de una u otra manera se lleve a cabo una estructura de organización, planeación, dirección y control de la empresa, ahora con la gestión contable y de mercado se pueden complementar estas dos teorías ya que la intensión de la gestión contable es cumplir con estos estándares de gestión que le permitirán a la organización conocer y analizar los movimientos financieros y la teoría neoclásica da conocer ese análisis económico y además examinarlo, y frente a la teoría Pen rose la administración de los recursos e información sean de utilidad, y además ordenada que sirva para la

³⁶Ibíd. Investigación de Mercados. 21, p

³⁷ ESCUELA ECONOMICA NEOCLASICA. Características de la escuela neoclásica. (En línea) Gerencie, 23 septiembre 2022. (consultado 25 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://antecedentes.policia.gov.co:7005/WebJudicial/index.xhtml>

³⁸ LA ECONOMIA DE MERCADO. Edith Pen rose (1914-1996). (En línea) Junta de andalucía. (consultado 25 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/14002996/helvia/aula/archivos/repositorio/250/271/html/economia/economistas/Penrose.htm>

toma de decisiones en caso de que la información se desee usarla para el análisis de mercado al cual la empresa se enfrenta.

Teorías del mercado

a. Teoría de la ventaja comparativa: Esta teoría no destaca la capacidad de un país de generar un bien o servicio a precio bajo por unidad, sino de generarlo a un coste de oportunidad. Es decir, especializarse en producir un determinado bien o servicio a un precio más bajo que el de su producción en otros países.³⁹

b. Teoría de la ventaja absoluta: La ventaja absoluta es la capacidad de producir más que nadie a un menor costo. Esta habilidad puede ser ejercida por algún individuo, empresa, región o país que produzca una mayor cantidad de bienes o servicios con la misma cantidad de insumos por unidad de tiempo o haciendo uso de una menor cantidad de insumos que sus competidores.

En comparación con otras regiones del país, Nariño es uno de los departamentos que se caracteriza por la cosecha y cultivos de diferentes productos como tubérculos y hortalizas que hacen de la región más autónoma en cuanto a productos.⁴⁰

c. Teoría del coste y oportunidad: El coste de oportunidad en finanzas también se le conoce como costo alternativo o valor de la mejor opción no seleccionada. Se define como el monto de los recursos que de forma imaginaria dejamos de percibir al tomar una decisión entre dos o más opciones. Se descarta la que posiblemente representaba la mejor de las alternativas presentadas cuando se cuenta con recursos limitados. En pocas palabras, es el beneficio que se deja de percibir al elegir una alternativa sobre otra.⁴¹

d. Modelo de la competencia Monopolista: La competencia monopolística es un tipo de competencia imperfecta, donde existen muchos vendedores (u oferentes) de productos similares, pero no homogéneos. Estos vendedores tienen cierto poder para influir sobre el precio de su producto, pero no el mercado.⁴²

El mercado es importante cuando una empresa busca expandirse, la búsqueda de un mercado le permite avanzar y crecer, y de esta manera crear nuevas

³⁹ VENTAJA COMPARATIVA. Teoría de la ventaja comparativa. (en línea). En: Valencia, España. (consultado, 25 abril, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://economia3.com/ventaja-comparativa-definicion/>

⁴⁰ ESTRUCTURAS DE MERCADO. Universidad de la república. (en línea). En (Uruguay), 2020. (Consultado 25, abril, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://cienciassociales.edu.uy/wp-content/uploads/2020/11/Nota15.pdf>

⁴¹ Ibíd. Economía 3. El coste de oportunidad y por qué se hace importante. <https://economia3.com/costo-oportunidad-importancia/>

⁴² COMPETENCIA MONOPOLISTA. (en línea). (consultado 25 abril, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://ayudaleyprotecciondatos.es/2020/07/02/competencia-monopolistica/>

expectativas de mercado que generen estrategias que contribuyan en la situación económica y financiera de la organización.

En cuanto a las teorías de mercado la búsqueda adecuada de estrategias se puede lograr más fácil, ya que estas pueden ayudar a determinar el mercado potencial de la empresa, así como a identificar, si se logra identificar de manera adecuada la forma de competitividad es posible que una empresa aumente su productividad y ganancias, alcanzar nuevos clientes y generar empleo mejorando la calidad de vida de algunas personas.

Estructuras de Mercado

Existe una amplia variedad de tipos de mercados, donde los agentes económicos que participan, oferentes y demandantes, pueden tener comportamientos muy diferentes. Hasta ahora se han realizado análisis en base al modelo de mercado de competencia perfecta que es sólo uno de los distintos tipos de mercado que existen. Se suelen definir distintas estructuras de mercado según el número de compradores y vendedores que participen en él. Ferre y Rossi. et.al. (2020).

Figura 6. Estructuras de mercado

Cantidad de oferentes	Cantidad de demandantes		
	Uno	Pocos	Muchos
Uno	Monopolio bilateral	Monopolio parcial	Monopolio
Pocos	Monopsonio parcial	Oligopolio bilateral	Oligopolio
Muchos	Monopsonio	Oligopsonio	Competencia perfecta

También las teorías de mercado ayudan a dinamizar el mercado mediante ese intercambio de acuerdo a las necesidades que exijan los consumidores y de esa misma manera lograr los objetivos de esa organización.

Estrategias competitivas

Porter ⁴³describe tres estrategias competitivas genéricas, que se diferencian en función de la ventaja competitiva que generan y el ámbito en el que compiten: liderazgo en costos, liderazgo en diferenciación, y segmentación de mercado.

⁴³LAS ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE MICHAEL PORTER Y EL PLAN DE MARKETING. Las estrategias genéricas de Michael Potter. (en línea). En: (Buenos Aires Argentina), 2022. (Consultado 25, abril, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing>

Liderar en costos supone para una empresa la capacidad de reducir costos en todos los eslabones de su cadena de valor, para luego transferir este ahorro al precio final del producto.

Liderar en diferenciación implica generar un producto exclusivo por el que los clientes estén dispuestos a pagar más.

El enfoque o segmentación tiene que ver con la audiencia a la que está dirigido un producto o servicio. Con esta estrategia, una empresa se concentra en satisfacer segmentos bien definidos según el tipo de población, la ubicación, o sus hábitos de consumo.

2.5 MARCO CONCEPTUAL

Competitividad: la competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores.⁴⁴

Competencia: Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio ⁴⁵

Control: proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización. ⁴⁶

Consumidor: Toda persona física que actúe, de forma ajena a su actividad comercial empresarial, oficio u profesión. ⁴⁷

Diagnóstico: El diagnóstico financiero es básicamente la evaluación financiera que se hace a una organización, a fin de determinar el estado real financiero con el cual se puede establecer el tiempo de vida restante para la empresa, y las posibilidades de inversión y financiación a las que se pueden acceder.⁴⁸

⁴⁴ COMPETITIVIDAD. Econopedia (en línea). En:(España), 2021. (Consultado 28, abril,2024) Disponible en la dirección electrónica: Competitividad - Qué es, definición y significado | Economipedia

⁴⁵ ASOCIACION DE ACADEMIAS. Estrategias. (en línea). En: (España), 2014. (consultado 5, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: estrategia | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE

⁴⁶ CONCEPTO DE CONTROL. Control. (en línea). En: Zona Económica, 2022. (consultado 5, marzo 2022). Disponible en la dirección electrónica: Concepto de Control | Zona Económica

⁴⁷ QUE ES EL CONSUMIDOR. (en línea). En: Comunidad Madrid septiembre 2022 (consultado 5 marzo 2022). Disponible en la dirección electrónica:

<https://www.comunidad.madrid/servicios/informacion-atencion-ciudadano/accesibilidad-web>

⁴⁸ EL DIAGNOSTICO FINANCIERO. Diagnostico. (en línea). En: Actualícese, 2021. (consultado el 20, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: El diagnóstico financiero | Actualícese (actualicese.com)

Estrategia: es un proceso regulable, conjunto de las reglas que buscan una decisión óptima en cada momento.⁴⁹

Frontera: Es la delimitación exacta del territorio de un Estado; zona intermedia entre dos países, franja donde un Estado colinda con otro.⁵⁰

Gestión: “Es la acción y el efecto de gestionar y administrar. De una forma más específica, una gestión es una diligencia, entendida como un trámite necesario para conseguir algo o resolver un asunto, habitualmente de carácter administrativo o que conlleva documentación”⁵¹

Gestión contable: La contabilidad de gestión es una modalidad basada en el aprovechamiento de los datos económicos obtenidos mediante otras herramientas contables financieras y de costes para la posterior toma de decisiones en una empresa.⁵²

Gestión de mercado: implica unos procesos específicos para su efectividad; entre estos procesos los resaltantes son la planeación, el proceso de organización, el control y la dirección del trabajo, con un objetivo propuesto por parte de la organización.⁵³

Inversión: Es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que se genere ese proyecto empresarial⁵⁴

Mercado: El mercado como concepto en economía se define como uno de los diversos sistemas, instituciones, procedimientos, relaciones sociales, e infraestructuras en la que las partes, participan en el intercambio. Los mercados son importantes pues determinan el tipo de economía.⁵⁵

Polo de competitividad: Un polo de competitividad es la asociación de empresas, centros de investigación e instituciones educativas que, en un territorio dado, participan en partenariados (estrategia común de desarrollo) para desplegar

⁴⁹ ASOCIACION DE ACADEMIAS. Estrategias. (en línea). En: (España), 2014. (consultado 5, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: estrategia | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE

⁵⁰ DEFINICION FRONTERA. Frontera. (en línea). En: (Colombia), 2021. (consultado 20, octubre, 2021). Disponible en la dirección: FRONTERAS DE COLOMBIA - Fronteras: Definición de Frontera (sogeocol.edu.co)

⁵¹ COELHO, Fabián. Significado de gestión (en línea), 2019. (consultado: 01, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.significados.com/como-citar/>

⁵² CONTABILIDAD DE GESTION. Definición técnica. (en línea). En: Econopedia, 2021. Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/contabilidad-de-gestion.htm>

⁵³ GESTION DE MERCADOS. (en línea). En (Argentina), 2018. (consultado, 1, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: ¿Qué es gestión de mercados? (argentapatrimonios.com)

⁵⁴ BBVA. Inversión. BBVA (en línea). En: (Argentina), 2022. (consultado, 5, marzo, 2022).

Disponible en la dirección electrónica: Atención a los gastos de diciembre para que las deudas no lo sorprendan (bbva.com)

⁵⁵ QUE ES EL MERCADO Y LOS TIPOS DE MERCADO. Actividades económicas. (en línea). En (Barcelona), 2018. (consultado 03, diciembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.actividadeseconomicas.org/2014/06/que-es-el-mercado-y-sus-tipos.html>

sinergias en torno a proyectos innovadores realizados en común y dirigidos hacia ciertos mercados.⁵⁶

Organización: convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.⁵⁷

Planeación: acción de la elaboración de estrategias que permiten alcanzar una meta ya establecida.⁵⁸

⁵⁶ POLO DE COMPETITIVIDAD. (en línea). En: (Francia), 2021. (consultado, 1, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: ¿Qué es un polo de competitividad? - Ministerio para Europa y de Asuntos Exteriores (diplomatie.gouv.fr)

⁵⁷ SIGNIFICADO DE ORGANIZACIÓN. Organización. (en línea). En: Significados, 2013,2022. (consultado 5, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: Significado de Organización (Qué es, Concepto y Definición) - Significados

⁵⁸ PLANEACION. (en línea). En: Concepto y definición, 2011, 2022. (consultado, 5, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: ¿Qué es Planeación?» Su Definición y Significado [2022] (concepto definición)

3. METODOLOGÍA

3.1 PARADIGMA

“El paradigma positivista representa el modelo de conocimiento Cartesiano. Este también representa el método clásico o positivista. El paradigma positivista postula la existencia de una realidad objetiva que es posible conocer empíricamente a través de métodos cuantitativos, construyendo modelos que permiten explicar y predecir fenómenos similares (generalizar a partir de experiencias fraccionadas)”.⁵⁹

“El Paradigma de investigación Interpretativo es una perspectiva o modo de concebir la realidad. Desde esta perspectiva, entre el investigador y el hecho que se estudia se construye una relación dialéctica. No obstante, en todas se busca una coherencia entre teoría y método, en la cual se asocia la elaboración teórica a la vinculación existente entre el investigador, su problemática y la concepción ética de la investigación.”⁶⁰

Teniendo en cuenta lo anterior en este trabajo se analizó reviso e identifico los elementos para lograr diseñar las estrategias de mejoramiento en cuanto a la gestión contable y de mercado y así se verifico aspectos importantes para llevar a cabo la investigación.

3.2 ENFOQUE

“La investigación se acoge al enfoque cuantitativo porque parte de un problema, para lo cual se define este enfoque como: “La investigación cuantitativa tiene mucho valor en validez externa, debido a que con una muestra representativa de la población se puede inferir los resultados del estudio en esa muestra a la población de donde proviene”⁶¹

3.3 METODO

El método de investigación planteado es empírico analítico, partiendo de datos estadísticos que puedan ser la base de información certera que contribuya y apoye

⁵⁹ PARADIGMAS DE LA INVESTIGACION. Paradigmas e investigación. (en línea). En: (Venezuela), 2006. (consultado, 01, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: paradigmas.pdf

⁶⁰ DISEÑO Y DIANMICA DE LA INVESTIGACION. Perspectiva paradigmática donde situamos la investigación. (en línea), 2002. (consultado 30 abril 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8900/ZSCapituloIVDef.pdf>

⁶¹ Ibíd. Paradigmas e investigación. (en línea). En: danifparadigmas, 2006. (consultado, 01, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: paradigmas.pdf

la problemática, así mismo buscar e indagar minuciosamente los detalles que involucran a las organizaciones contablemente y en el mercado.

3.4 TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación que se aplicará es descriptivo.

Descriptiva: “la investigación descriptiva se refiere al diseño de la investigación, creación de preguntas y análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema. Se conoce como método de investigación observacional porque ninguna de las variables que forman parte del estudio está influenciada.”⁶²

De acuerdo a lo anterior el trabajo inscribe este tipo de investigación principalmente porque da a conocer cómo se desarrollaría el diagnóstico organizacional de las empresas en el municipio de Ipiales, así como también el diseño de las estrategias teniendo en cuenta la gestión contable y de mercado.

En relación con el trabajo de investigación se trata de conocer cómo se desarrollan las organizaciones en el municipio de Ipiales y así poder desarrollar de manera satisfactoria la problemática abordada siempre teniendo en cuenta el cumplimiento de los objetivos.

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1 Población

Para el desarrollo de la investigación, la población se enfoca en la zona frontera, municipio de Ipiales donde se encuentran las organizaciones empleadas para la investigación. La cámara de comercio de Ipiales informa que el municipio cuenta con 5.978 empresas registradas, clasificadas como se indican en el siguiente cuadro:

Cuadro 7 Clasificación empresas municipio de Ipiales.

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Microempresa	5.060	84.64 %
Pequeña empresa	814	13.62 %
Mediana empresa	102	1.71 %
Grande empresa	2	0.03 %
TOTAL	5.978	98.34 %

⁶² INVESTIGACION DESCRIPTIVA. (en línea). En: (Colombia), 2021. (consultado 01, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: ¿Qué es la investigación descriptiva? (questionpro.com)

Fuente: cámara de comercio de Ipiales base de datos 2019 <https://ccipiales.org.co/>

3.5.2 Muestra

Respecto a la muestra, se obtendrá información mediante encuestas que serán el objeto de estudio de la presente investigación.

Cuadro 8: Informativa de encuesta objeto de estudio

n = Tamaño de la muestra
N = Población (5278 empresas del municipio de Ipiales)
Z = Grado de confianza 90% (1,645)
p = Probabilidad de éxito 50% (0,5)
q = Probabilidad de error 50% (0,5)
e = Margen de error 5% (0,1)

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q} \quad n = \frac{(1,645)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (5.273)}{(0,1)^2(5.273 - 1) + (1,645)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = 66,80 \approx 67 \text{ encuestas}$$

Cuadro 9 Encuestas por tamaño de empresa municipio de Ipiales.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Microempresa	57	84,64%
Pequeña empresa	9	13,62%
Mediana empresa	1	1,71%
Grande empresa	0	0,03%
TOTAL	67	100%

Para el desarrollo de la investigación, la población se enfoca en las microempresas del municipio de Ipiales, que, según el cuadro 8, la encuesta se aplicará a 67 microempresas que corresponderá al 100% de la población.

3.6 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

“Se denomina a la serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado⁶³”. De acuerdo a lo anterior la investigación, como medio de recolección de información realizara encuestas con una serie de preguntas puntuales que aportaran de manera significativa el desarrollo de dicha investigación.

⁶³ QUE ES UNA ENCUESTA. (en línea), 2021. (consultado 7, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: ¿Qué es una encuesta, para qué sirve y cómo se elabora? - Infobae

4. RESULTADOS

4.1 Diagnóstico de la gestión contable y de mercado en las organizaciones en la zona de frontera.

En el desarrollo del trabajo investigativo se lograron aplicar 63 encuestas de las 67 especificadas en la muestra, correspondientes a microempresas, pequeña empresa, mediana empresa y gran empresa. Estos resultados se analizaron obteniendo la siguiente información.

La encuesta aplicada se organizó en dos ejes temáticos: I. GESTION CONTABLE y II. GESTION DE MERCADO, y los resultados se describen a continuación:

4.1.1. Gestión Contable

1. ¿En su organización ha presentado dificultades o problemas que le impiden determinar los resultados financieros? De qué tipo:

En la figura 7, se observa que el 24% de los encuestados concuerdan que las empresas no cuentan con información contable y el otro 24% consideran que en la toma de decisiones la empresa falla en el momento de aplicar sus recursos, adicionalmente, con el 8% las empresas manifestaron que se podría agilizar los procesos, y, con igual porcentaje (8%) establecen que ninguna de las respuestas se ajusta a sus dificultades o no presenta dificultad alguna.

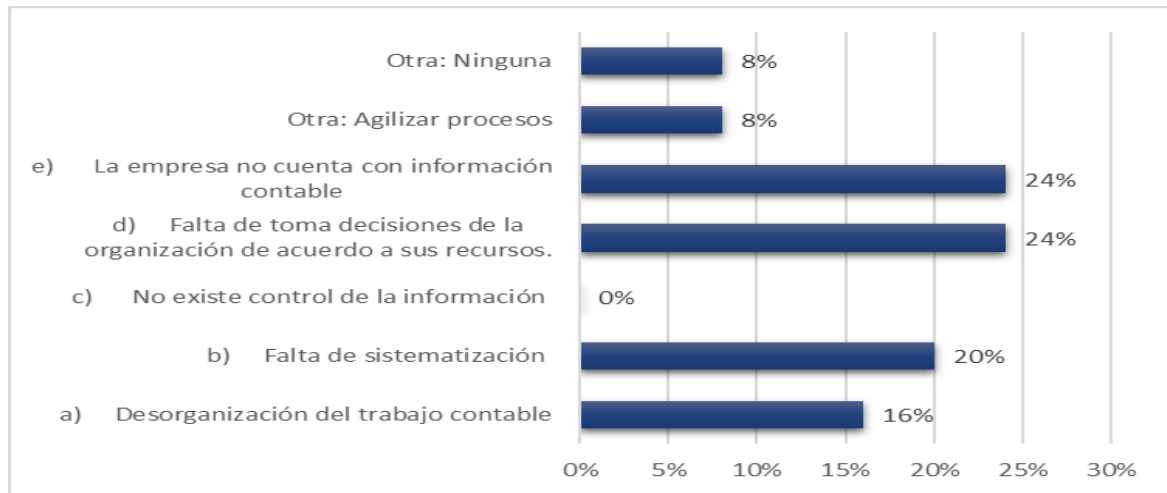
Lo anterior, en relación con las dificultades que señalan los encuestados al respecto de no poder determinar los resultados financieros se cataloga como contabilidad desorganizada, al respecto, Cuellar, señala que:

“Es la ausencia de registros contables o su realización cronológicamente confusa; la omisión de soportes y comprobantes de contabilidad, omisión de libro diario, libro de inventarios, libro de caja, registros atrasados, con tachones o sin orden cronológico, que impiden conocer la situación financiera del ente económico de forma clara, confiable y fidedigna, por lo tanto, impide la toma de decisiones acertadas”.⁶⁴

⁶⁴ ERASMU 1. Factores que inciden en la contabilidad desorganizada en las tiendas de barrio. (en línea). En (Huila, Neiva), 2017. (Consultado 6, junio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://journalusco.edu.co/index.php/erasmus/article/view/2290/3952#:~:text=La%20contabilidad%20desorganizada%20es%20la.que%20impiden%20conocer%20la%20situaci%C3%B3n>

Figura 7

Problemas que le impiden determinar los resultados financieros



2. ¿Para desempeñar una buena gestión contable, en que opción tiene mayor dificultad su organización?

Porporato señala que: “la teoría de costos de transacción sostiene que los sistemas de la contabilidad de gestión (SCG) cumplen 2 propósitos, uno es coordinar entre agentes y principales, y el otro es ser usados por el principal para controlar las acciones del agente.”⁶⁵ al analizar esta situación con la que ocurre en los resultados de investigación, en la figura 5, se observa que el 24% señala presentar mayor dificultad en dos situaciones: No contar con información contable y no poder tomar decisiones en la organización porque desconocen los recursos financieros que poseen, adicionalmente, con el 20% se observa falta de sistematización.

En el desarrollo o revisión de teorías financieras se observa “que la dificultad empresarial es un asunto de importancia económica, que no obedece exclusivamente a problemas de recesión en los países”, (Martínez 2020, citando a Rodríguez, Piñeiro y De Llano, 2015). por el contrario, se requiere implementar modelos financieros en las organizaciones que se desarrollan a partir de la información contable, con ellos es posible “detectar desbalances económicos, que eviten desembocar en crisis financieras” (Martínez 2020⁶⁶).

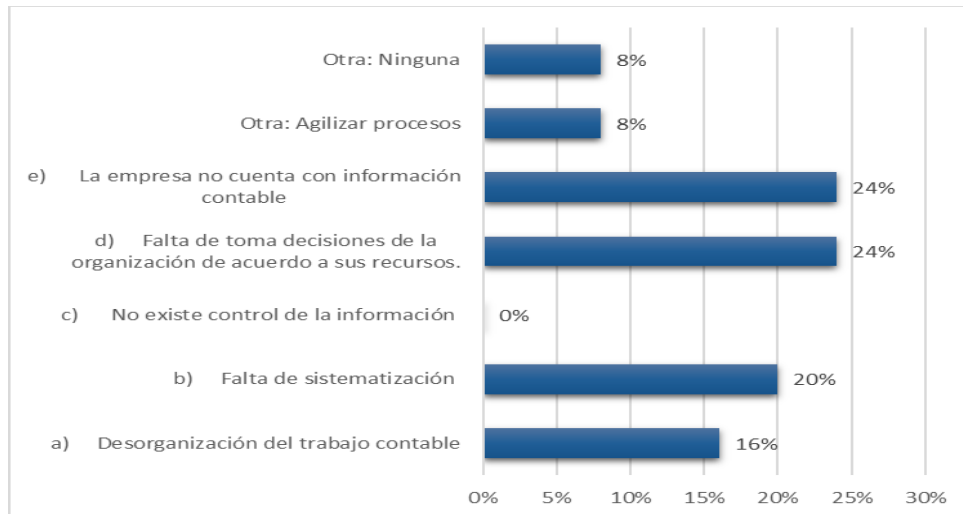
⁶⁵ PORPORATO. Contabilidad de gestión para controlar o coordinar en entornos turbulentos: su impacto en el desempeño organizacional. (México, Estado de México), 2015. (Consultado 6, junio, 2024). Disponible en la dirección electrónica:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000091>

⁶⁶ MARTÍNEZ, Hugo, CAZALLO, Ana, MEÑACA, Indira y URIBE Carlos. Desempeño financiero de las empresas minoristas de alimentos y bebidas en Barranquilla – Colombia. (2020).

Figura 8

Desempeño de una buena gestión contable



3. Actividades que desarrolla para que se lleve a cabo una buena ejecución de la gestión contable.

En la figura 9, se observa que el 33% de los encuestados afirma corroborar el RUT, al momento de realizar compras o pagos de servicios así como también cuando reciben ingresos por ventas realizadas, cumpliendo así con el artículo 555-2 del Estatuto Tributario, que señala que el Registro Único Tributario -RUT, constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la U.A.E. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN.⁶⁷ Cumpliendo así con una actividad importante dado que la norma señala que las empresas y personas naturales que ejercen actividades comerciales o de servicios, deben inscribirse en el RUT, más aún cuando están obligadas a declarar el Impuesto de Renta y Complementarios.

De otra parte, se observa con gran preocupación que el 40% de los encuestados No elaboran informes que les permitan conocer y mejorar las condiciones económicas, cifra preocupante porque este desconocimiento de la cartera y de los proveedores en cuanto a las cuentas por cobrar y por pagar, así como también el

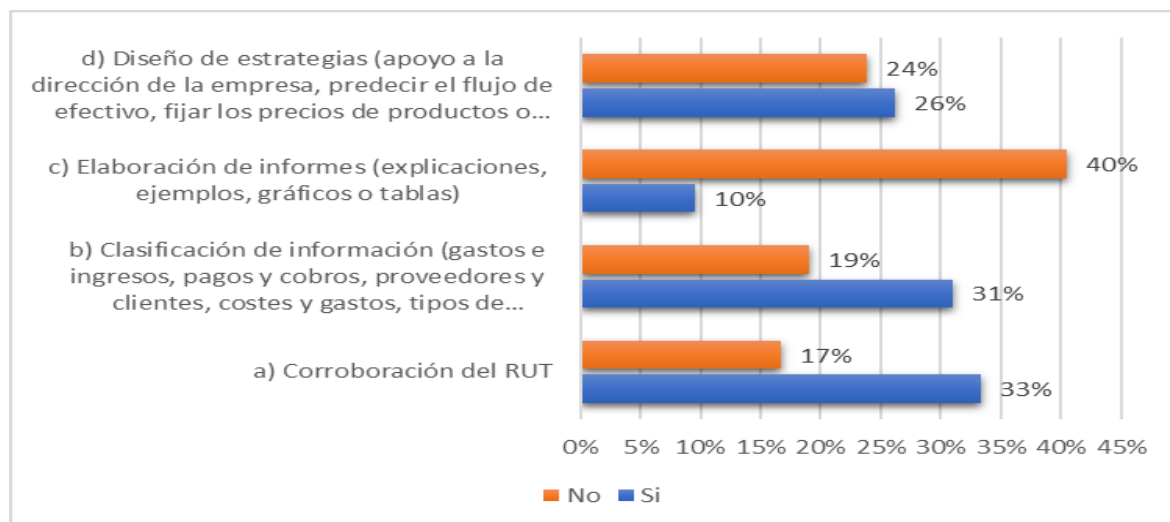
⁶⁷ Decreto 2460 de 2013. (en línea). En: (Colombia), 2013. (consultado 06, junio, 2024). Disponible en la dirección electrónica:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=59604>

no medir los gastos, dado que no cuentan con presupuestos que les permitan no gastar más de lo estimado, tampoco conocen si están llegando a las ventas mínimas para poder crecer en el negocio, lo cual finalmente les acarrea a los inversionistas pérdidas de dinero por concepto de la inversión.

Figura 9

Actividades que desarrolla para el buen desempeño de la gestión contable



4. ¿Qué estrategia considera más importante para mejorar la gestión contable de su organización?

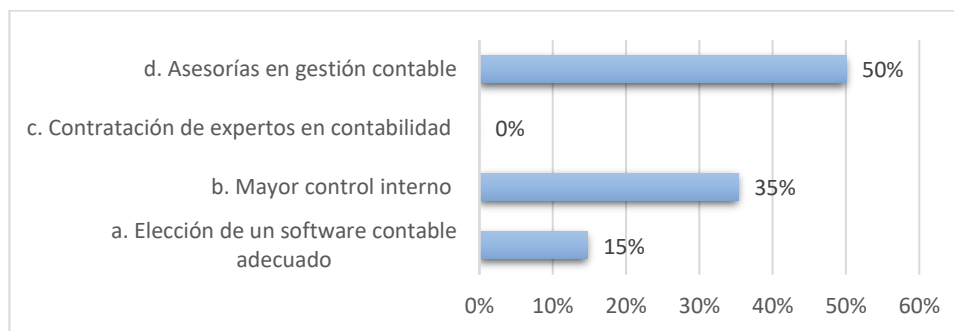
En la figura 10, el 50% de las empresas encuestadas considera importantes las Asesorías de la gestión contable, cuyo proceso se desarrolla en cabeza de un profesional contable, quien después de un análisis de la situación económica de las empresas, propone y recomienda las mejores opciones contables para que los propietarios corrijan de ser el caso, la forma como se lleva la contabilidad y los procesos financieros y hagan prospero su negocio, brindando confianza, tranquilidad y legalidad en su gestión promoviendo el crecimiento empresarial y asegurando que las cuentas, productividad y acciones estén enfocadas en el desarrollo del negocio.⁶⁸

⁶⁸ SIIGO. Qué es una asesoría contable y cuál es su importancia dentro de las pymes. (en línea). En (Colombia), 2023. (Consultado 10, junio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.siigo.com/blog/que-es-una-asesoria-contable/>

A la respuesta de la mitad de los encuestados se observa que las asesorías en la gestión contable es una de las estrategias que estiman los propietarios para mejorar la situación contable de las empresas y con ello la gestión financiera; según Pico y Pulgar señalan que “es parte fundamental de la gestión empresarial ya que todos los aspectos de la actividad de las empresas se ven reflejados en sus resultados y en su estructura financiera y son una medida de su desempeño” ⁶⁹

Figura 10

Estrategias que desarrolla para el buen desempeño de la gestión contable



5. De las siguientes etapas que abarca la gestión contable ¿Cuál mejoraría o incorporaría en su organización?

En la figura 11, el 53% de los encuestados considera que incorporando el proceso de: resumen de la información una vez analizada, para ser aprobada esta será comprensible y razonable para la toma de decisiones y mejoraría su organización.

Así mismo, Álvarez manifiesta que existen tres etapas de la gestión contable que inicia con el registró de la actividad económica, para lo cual se establece la creación empresarial en cámara de comercio y RUT inicialmente, seguido de la clasificación de la información contable, que obedece a registrar la contabilidad utilizando libros contables o software que unifiquen toda la información y, por último, el resumen de la información se compila en los estados de situación financiera.” ⁷⁰Esta operación

⁶⁹ GESTIÓN FINANCIERA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE CAPITALES A TRAVÉS DEL ASESOR DE INVERSIONES. Actualidad contable faces. (en línea). En: (Caracas Venezuela), 2006. (Consultado 10, junio, 2024). Disponible en la dirección Electrónica: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701311.pdf>

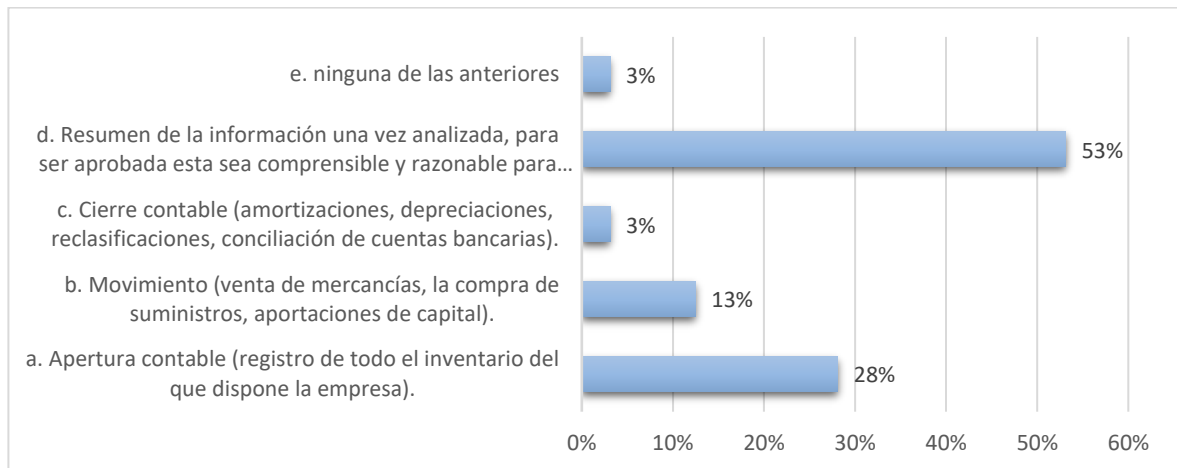
⁷⁰ Ibíd. Contabilidad de Gestión Avanzada. Madrid, 1996.

las empresas encuestadas, actualmente no desarrollan estos procesos ni tampoco realizan análisis financieros que les permitan crecer y establecerse en el mercado.

En cuanto a los objetivos de la gestión contable que son: “Predecir el flujo de efectivo, apoyo a la dirección de la empresa y fijar los precios de los productos o servicios⁷¹, se observa que, como actualmente no desarrollan de manera eficaz las etapas, tampoco se logran los objetivos establecidos.

Figura 11

Etapas de la gestión contable



6. ¿En qué aspectos considera usted que la gestión contable aporta a su organización y a la sociedad?

En la figura 12, el 37% de los encuestados considera que la toma de decisiones contables y financieras le aportan a la organización en el “estudio de las relaciones que existen entre información contable y toma de decisiones, centrándose en los aportes de la contabilidad en la construcción de confianza en las organizaciones y los mercados” (Suarez. 2013)⁷²

⁷¹ Ibíd. GESTION CONTABLE, <https://www.sdelsol.com/blog/contabilidad/gestion-contable/>

⁷² INFORMACIÓN CONTABLE Y TOMA DE DECISIONES: EL APORTE DE LA CONTABILIDAD EN LA CONSTRUCCIÓN DE CONFIANZA EN LAS ORGANIZACIONES. Universidad nacional de Colombia. (en línea). En: (Bogotá D.C Colombia), 2013. (consultado 02, julio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/47129/80130629.2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

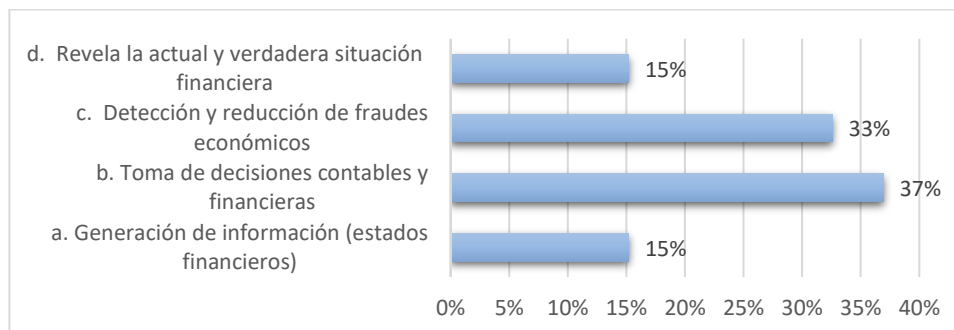
Adicionalmente los encuestados consideran que le aportan a la sociedad mediante el pago de impuestos, por cuanto el artículo 95 de la Constitución Política, señala que los colombianos tienen la responsabilidad de contribuir con los gastos e inversiones del Estado dentro de los conceptos de justicia y equidad.

Esto para que la Nación obtenga por una parte los ingresos necesarios para cubrir los gastos que la ciudadanía requiere.⁷³

De otra parte, el 33% de la población manifiesta que aporta mediante la detección y reducción de fraudes económicos, lo cual es importante porque como se ha mencionado anteriormente, la buena organización es crucial para conocer el estado real financiero de las empresas y aporta a la sociedad mediante la calidad empresarial, dado que si se conoce como se encuentra la empresa, se pueden implementar acciones de mejora para el crecimiento empresarial.

Figura 12

Aspectos que la gestión contable aportan a la organización y a la sociedad



4.1.2. II Gestión de mercado

7. ¿De acuerdo al desarrollo empresarial de su organización que dificultad o problema observa en cuanto a la gestión de mercado?

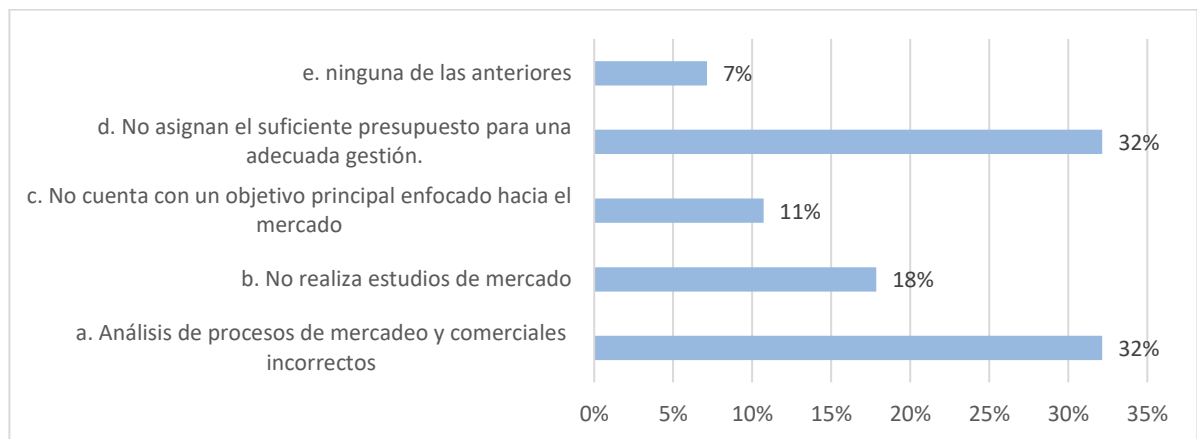
En la figura 13, el 32% de la población manifiesta presentar dos dificultades con este mismo porcentaje en cuanto a la gestión de mercado, 1) Análisis de procesos

⁷³ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 95. (en línea). En: (Colombia), 2024. (Consultado 02, julio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-5/articulo-95>

de mercadeo y comerciales incorrectos y 2) No asignan el suficiente presupuesto para una adecuada gestión.

Figura 13

Dificultad o problema observa en cuanto a la gestión de mercado



8. ¿De acuerdo al desarrollo empresarial de su organización que dificultad o problema observa en cuanto a la gestión de mercado?

En la figura 14 se muestra que se cumple con los objetivos de la gestión de mercado, sin embargo, no se cumple al 100% en cada uno de ellos dado que el aspecto social se estima en un 32%, el administrativo en un 29%, el económico en un 32% y el 7% de las empresas no desarrolla ningún objetivo.

En cuanto a las actividades que desarrollan las empresas se encuentran: a. Análisis de mercado (es una visión general o descripción del mercado en el que se va a operar) con el 17%, b. Definir la estrategia de segmentación (tipo de cliente para los productos que la empresa ofrece) con el 36%, en cuanto al c. Análisis de la competencia (investigar a las empresas con las que competirá por los clientes) (25%), y d. Establece proyecciones financieras (evaluar el potencial de ingresos de la empresa) llega al 11%, así mismo, no realiza ninguna de estas operaciones el 11% de los encuestados.

Figura 14

Actividades que realiza la empresa



Fuente: Investigación de mercados Eco ediciones, 2013.

9. De las siguientes opciones. ¿Cuál considera que es la estructura de mercado en la que se desarrolla su organización?

En el cuadro 10, se observa que las empresas encuestadas predominan el desarrollo del Oligopsonio (existen unos pocos compradores, pero muchos vendedores) con el 62%, el Oligopolio (varios compradores, pero existen pocos vendedores) con el 24% y el Monopolio (varios compradores, pero solo un vendedor) para la población objeto de estudio corresponde al 10%.

Lo anterior indica que los propietarios de los establecimientos no conocen acerca de la pregunta o no la comprenden dado que la respuesta oligopolio y oligopsonio se contradice, y son los porcentajes más altos existentes. Al respecto, Ferre y Ros señalan que las estructuras de mercado se establecen a partir de la cantidad de oferentes y su selección depende de la cantidad de demandantes.⁷⁴

En el cuadro se encuentran los oferentes que para el caso de todos los encuestados se refiere a muchos, seguidamente, organizando la cantidad de demandantes se encuentra que hay pocos, esto derivado de la situación económica actual, encontrando que las empresas encuestadas, así lo afirma Hernández quien extrayendo datos del DANE, señala que "En el total de los 12 meses, según este

⁷⁴ Ibíd. Estructuras de mercado (2020). <https://cienciassociales.edu.uy/wp-content/uploads/2020/11/Nota15.pdf>

informe, el crecimiento económico alcanzado por Colombia fue de apenas 0,6%” cifra realmente baja para la economía del País.⁷⁵

Cuadro 10

Estructura de mercado en la que se desarrolla su organización.

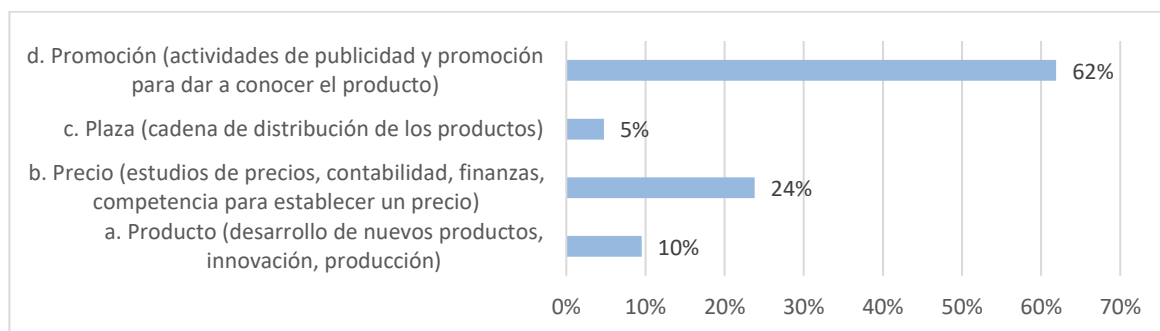
cantidad de oferentes	Cantidad de demandantes
	Pocos
Muchos (63)	Oligopsonio

10. De las siguientes opciones de mercadeo. ¿Cuál o cuáles toma en cuenta para el desarrollo comercial de su empresa?

En la figura 15, se observa que en las empresas encuestadas predomina la *Promoción* (actividades de publicidad y promoción para dar a conocer el producto) con el 62% y la *Plaza* (cadena de distribución de los productos) corresponde al 5%, para la población objeto de estudio.

Figura 15

Mercadeo para el desarrollo comercial de la empresa



⁷⁵ECONOMIA COLOMBIANA. Portafolio. (en línea). En (Colombia), 2024. (Consultado 1, julio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.portafolio.co/economia/crecimiento/la-desaceleracion-de-la-economia-colombiana-llego-a-su-punto-mas-fuerte-en-24-anos-598512>

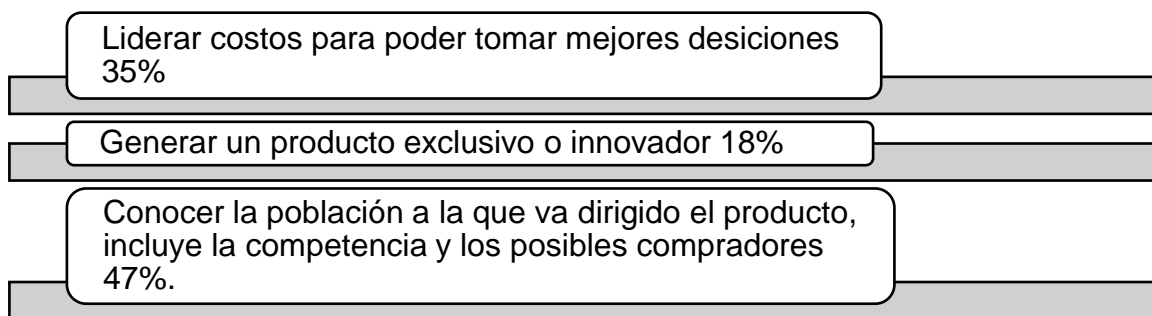
11. ¿En qué aspectos considera usted que la gestión de mercados puede aportar a su organización y a la sociedad?

En la figura 16, la población encuestada manifiesta que en los aspectos en los cuales la gestión de mercados puede aportar a la organización y a la sociedad predomina en que ayuda a la toma de decisiones con el 35%, seguida del conocimiento de la competencia con el 33%, quedando en última evaluación las oportunidades para la organización y el consumidor con el 14%.

Teniendo en cuenta el concepto de Porter, respecto a la gestión de mercados, menciona que las competencias se diferencian según el ámbito en el cual se desarrollan, a su vez, estas estas compiten en tres áreas: liderar costos, generar un producto exclusivo y conocer la población.

Figura 16

Aspectos en que la gestión de mercados puede aportar a la organización y a la sociedad.



4.1.3. Análisis del diagnóstico.

4.1.3.1 Diagnostico

Para desarrollar este análisis se hace necesario realizar el diagnostico de las Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Debilidades, encontradas en las organizaciones de la zona de frontera Colombia Ecuador.

Cuadro 11

Matriz DOFA aspectos contables

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Personal capacitado y con criterio técnico en el área contable de zonas francas.• Interés personal de los propietarios en aplicar los nuevos marcos técnicos y contables.	<ul style="list-style-type: none">• No llevan contabilidad• Desconocimiento contable de los Gastos.• No tienen Responsabilidad Social Empresarial• No cuentan con información financiera como estados financieros que permita la toma de decisiones y por ende el análisis de los mismos• Análisis inadecuados
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Implementación de beneficios tributarios que permitan disminuir la carga tributaria.• Crecimiento empresarial regional• Destinar un presupuesto para mejorar el proceso contable	<ul style="list-style-type: none">• Imposición de multas y sanciones por parte de la Administración tributaria. Porras (2020), citando a Soler Ramos (1999, pág. 146) señala que “incluye las pérdidas que se puedan generar por imposición de multas”⁷⁶• Afectación financiera sobre las empresas por posibles multas económicas

Fortalezas y debilidades: Se observa que las empresas cuentan con personal capacitado para el desarrollo de las actividades contables, sin embargo al momento su gran debilidad es que no aplican contabilidad en las empresas y por lo tanto no conocen la realidad económica de los negocios, sin embargo, los propietarios consideran importante aplicar contabilidad en sus empresas y señalan que esta es una herramienta importante que les permitirá el crecimiento financiero, dado que a partir de la información contable y financiera se conoce cuál es su utilidad y cuál es la cifra porcentual de crecimiento del patrimonio.

Oportunidades y amenazas: Los propietarios señalan que saben que deben pagar impuestos y que al hacerlo aplican una cultura fiscal adecuada, señalan que

⁷⁶ *Ibíd.* Propuesta de un modelo de gestión. (2022) pg18.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/23817/Porras_Condori_Riesgo_legal_%20y%20c%C3%B3mo%20afrontarlo1.pdf?sequence=1

desconocen acerca de los beneficios tributarios y que no los han implementado hasta el momento, en cuanto a las amenazas se estiman las multas por sanciones tributarias, que pueden acarrear gastos financieros adicionales, sin embargo, estudiar adecuadamente las finanzas permite determinar el crecimiento del negocio y la rentabilidad obtenida de cada uno de los activos de las empresas, consideran también importante estructurar un presupuesto que permita mejorar la situación contable sea con capacitación al personal, adquirir software o contratar personal idóneo para el manejo contable.

4.1.3.2 Gestión de mercado

Para desarrollar este análisis se hace necesario elaborar una matriz DOFA, en la cual se concentran las respuestas de los encuestados presentadas anteriormente, donde

A continuación, a partir de los resultados de la matriz DOFA, se extraen las acciones necesarias para mejorar la gestión de mercado en las organizaciones en la zona de frontera Colombia – Ecuador. (Ver cuadro 12).

Cuadro 12

Matriz DOFA aspectos de mercadeo.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Expansión de mercados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con tecnología suficiente que permite implementar opciones de mercado digitales • Según su actividad económica existe la segmentación de clientes. 	<p>Implementar el comercio electrónico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No lograr absorber clientes debido a que no se realiza un análisis adecuado de mercadeo
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Campaña de marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar las ventas, generar empleo por la entrega a domicilio. • Analizar la competencia para mejorar y crecer en el número de clientes atendidos 	<p>Amplia competencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de presupuesto para realizar este estudio de mercado. • Escaso presupuesto para mercadeo y publicidad.

-
- Requiere ampliar e implementar oportunidades de mercado presenciales y digitales
-

En cuanto a las *fortalezas y debilidades*, se observa que las empresas objeto de estudio presentan deficiencia en la expansión de mercados a pesar de contar con la envergadura tecnológica suficiente que les permite incrementar la rentabilidad de los activos, se observa una segmentación de clientes, por cuanto no se está llegando al 100% del público objetivo, para lo cual, se requiere ampliar el comercio en otra línea que puede ser el comercio electrónico, sin embargo se observa la falta de inversión en publicidad y mercadeo para lograr implementar estas opciones de mercado, así mismo.

De otra parte, las *oportunidades y amenazas* de las empresas encuestadas, se orientan a mejorar e implementar campañas de marketing para incrementar los ingresos por el aumento de los clientes atendidos mediante la opción de entrega a domicilio, lo cual generaría empleo; la amplia competencia, la cual en el momento del estudio el 33% de los encuestados señala que requiere conocer la competencia y el 62% señala que requiere que se conozca el producto, reflejando la importancia de trabajar en estos aspectos. En cuanto a las amenazas, no se cuenta con un presupuesto adecuado que permita ejecutar gastos en mercadeo y publicidad.

4.1.4. Análisis PESTEL.

Cuadro 13

Análisis PESTEL.

Factores Políticos	Factores económicos legal
<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad política derivada de las reformas tributarias • Leyes laborales • Leyes de protección al consumidor • Regulaciones de Estructura de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de crecimiento de la economía • Factores fiscales y legales • Costos laborales • Ingreso disponible del promedio de clientes
Factores socioculturales	Factores Tecnológico

-
- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Libertad de mercado laboral• Empleo• Estilo de vida• Valores sociales• Tabús sociales | <ul style="list-style-type: none">• Nuevas tecnologías• Disponibilidad de internet• Costos de Innovación, tecnología y Comunicación• Regulaciones de transferencias de tecnología |
|---|--|
-

Se observa que existen unas fuerzas externas que afectan a las empresas de la zona de frontera, que derivan cuatro factores principales que son: Político, económico, sociocultural y tecnológico, que permitió determinar la siguiente evaluación:

Factor Político:

Aunque se observa un panorama político cambiante, que se ajustan a las normativas de los nuevos gobiernos, también existen leyes que no han cambiado como las leyes laborales y la protección al consumidor que se encuentra regulado por la Ley 1480 de 2011⁷⁷ y vigilado por la Superintendencia de Industria y Turismo.

Chalapud manifiesta que “las políticas públicas juegan un papel fundamental en la obtención de nuevos procesos y tipos de instituciones que puedan transformar la economía y las dinámicas de crecimiento” de los sectores empresariales para aplicarlas y obtener a partir de ellas beneficios de crecimiento del mercado y del negocio.⁷⁸

De otra parte, aunque no existen regulaciones de oligopsonio en Colombia cabe decir que se observa confusión por parte de la población encuestada, dado que, un 62% de las empresas afirma que desarrollar el Oligopsonio, sin embargo:

- El 24% practican el Oligopolio, que consiste en varios compradores.
- Monopolio con el 10% (varios compradores, pero solo un vendedor).
- Y el 5% el Monopsonio (existe solo un comprador, pero muchos vendedores).

Con lo anterior algunas empresas desconocen el termino de estructura de mercado descrita anteriormente para dar respuesta al desarrollo comercial al que pertenecen.

También teniendo en cuenta la actividad económica que desarrollan se observa que existen varias opciones de respuesta, como es el caso de los hoteles, quienes consideran que desarrollan el Oligopsonio, pero también el Monopolio. (Ver figura

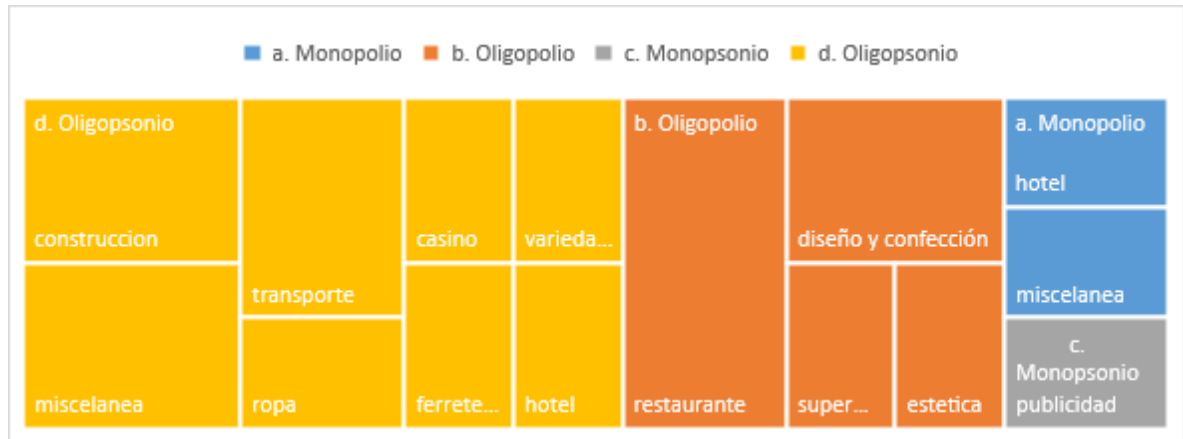
77 LEY 1480 DE 2011. Estatuto del Consumidor. (en línea). En: (Colombia). (consultado 15, julio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sic.gov.co/estatutos-consumidor>

78 PROSPECTIVA TERRITORIAL PARA EL DESARROLLO REGIONAL SOSTENIBLE DE LA ZONA DE FRONTERA COLOMBO – ECUATORIANA. Revista del desarrollo territorial. (en línea). En: (ecuador), 2023. (Consultado 15, julio,2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/5920/4626>

16) donde se ve reflejado varias opciones en cuanto al desarrollo de su actividad comercial.

Figura 17

Estructura de mercado



Nota: la figura muestra la estructura con varias opciones de respuesta, indistinto de los servicios o comercio que ejerzan, como es el caso de los hoteles. Fuente: elaboración propia

Factor económico y legal:

En la economía se observa que la inflación, el aumento de la tasa de interés ha impactado en los dos últimos años en las tarifas de los servicios y los productos de comercio lo cual ha generado estabilidad financiera en las empresas, sin embargo, cuando baja el consumo se disminuyen los ingresos afectando la sostenibilidad de las empresas.

También factores que más impactan las empresas son: tasa de crecimiento de la economía, costos laborales, competitividad, regulaciones gubernamentales cambiantes entre otros ámbitos.

En cuanto a los aspectos legales, el impacto principal va relacionado con los factores fiscales, dado los cambios presentados con las reformas tributarias implica cambios en la forma de contabilizar y pagos de impuestos que varían por lo general considera que se trata de una pérdida por la no ejecución de una operación por “incapacidad de una de las partes para cumplir los compromisos asumidos, no existir formalización clara o no ajustarse a), I marco legal establecido” ⁷⁹(p.18), así

⁷⁹ PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN. Pontificia universidad católica del Perú. (en línea). En: (Lima, Perú), 2022. (Consultado 15, julio, 2024). Disponible en la dirección en la electrónica:

entonces este riesgo se genera por los cambios regulatorios y cuando la legislación afecta los contratos con terceros.

Factores socioculturales:

Para Soca los valores socioculturales son un conjunto de valores que se reconocen en el comportamiento social como las creencias, idioma, costumbres, tradiciones relacionadas con la cultura de la sociedad. Al relacionar los factores socioculturales empresariales se encuentran aspectos como el mercado laboral, el empleo con sus niveles jerárquicos, los gustos y estilos de vida.

En el presente estudio se encontró que las empresas desarrollan sus actividades económicas teniendo en cuenta aspectos socioculturales de la región, que incluye la alimentación, el turismo y el desarrollo empresarial de las empresas constructoras, ferreterías, misceláneas, etc., Cabe resaltar que la importancia económica radica en los precios de venta que se derivan de la zona de frontera, que por esta cercanía y por el cambio de moneda existe gran afluencia de la población del exterior que viene y comercializa productos o servicios.

Se observa que las empresas encuestadas presentan dificultades relacionadas al desarrollo empresarial de su organización y específicamente a la gestión de mercado. Esto porque no han definido estrategias de mercado dirigidas de forma directa a los clientes o alcanzar mayor participación en el mercado; concluyendo que, existe en las empresas una posición pasiva en cuanto al esfuerzo porque ocurra el crecimiento financiero de los negocios que permita incrementar los ingresos. De la Rosa⁸⁰ (2004), y esto se puede derivar de: “un estado débil, mercado estrecho, falta de innovación, pobre educación, carencia de seguridad y justicia, actitud negligente, corrupción, carencia de instituciones sólidas”.

Factor tecnológico:

Jiménez, et.al., (2013). Citando a (Hitt et al., 1991). “La innovación en productos y procesos, fruto de la inversión en I+D, puede ayudar a las empresas no solo a mejorar su nivel de competitividad en el mercado doméstico, sino que también juega un rol crítico en la internacionalización de las empresas (Hollenstein, 2005, Ito y Pucik, 1993), ayudándolas a aprovechar las oportunidades que se les presentan en los mercados internacionales”⁸¹

https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/23817/Porras_Condori_Riesgo_legal_%20y%20c%C3%B3mo%20afrontarlo1.pdf?sequence=1

⁸⁰ De la Rosa Mendoza, J. R. Algunos factores que inhiben el crecimiento y condiciones para un buen desempeño en el largo plazo.

https://scholar.google.com/scholar?q=related:Ky5BCNUZfh4J:scholar.google.com/&scioq=&hl=es&as_sdt=0,5

⁸¹ Jiménez C. D Estrella R. M. Ruiz R.J, Sánchez P.M. (2013) Análisis de los efectos moderadores de la inversión en I+D y la experiencia exportadora sobre la relación entre barreras a la exportación e intensidad exportadora bajo distintos niveles de turbulencia ambiental percibida, Cuadernos de

En la tecnología, en cuanto al acceso a las Tics, cada vez se expande más para satisfacer las necesidades, sin embargo, las empresas objeto de estudio están con intención de promocionar las actividades de mercadeo para que se reconozcan los productos y servicios ofertados, ampliando sus estrategias de mercadeo, tan solo el 10% de la población considera importante realizar innovación en producto sea este nuevo o mejorado, y considera el 24% que el precio es el que debería de estudiarse con la competencia para competir, lo cual es diferente a implementar estrategias innovadoras en los productos que incentive al posible comprador a adquirir el nuevo producto.

Este análisis de los efectos moderadores de la inversión en I+D muestra que no hay barreras de conocimiento lo que se percibe, no es un deseo de cambio y de mejoramiento del sector, sino por el contrario, se observa que los propietarios están cómodos en su posición y desean obtener más ingresos con los mismos productos, sin realizar ninguna inversión adicional que mejorar sus opciones financieras.

4.2 Diseño de estrategias de mejoramiento de la gestión contable en las organizaciones de la zona de frontera Colombia Ecuador.

4.2.1. Procesos contables que permitan la disminución de los gastos que no se pueden descontar en declaración de renta.

Respecto al diseño de estrategias de mejoramiento en la gestión contable, se encuentran en la norma tributaria las siguientes:

4.2.1.1. Deducción de impuestos:

Existen partidas de costos y gastos, que, aunque afectan el estado de resultados antes de impuestos, estos, fiscalmente no son deducibles:

- **Intereses de mora en obligaciones tributarias:** (artículo 11 del Estatuto Tributario), indica que no son deducibles los intereses corrientes o moratorios pagados por concepto de impuestos, tasas, contribuciones fiscales o parafiscales, por no tener relación de causalidad con la renta.
- **Multas o sanciones pagadas y/o causadas a entidades como la DIAN, ICBF, SENA, Cajas de Compensación y entidades de la Seguridad**

Social: la sanción no hace parte de la obligación y no se originan en actividades productoras de renta. (Sentencia 543 de mayo 23 de 1978).

- **Aportes parafiscales y de seguridad social:** (artículo 114 del Estatuto Tributario), los gastos que no estén pagados efectivamente sino causados.
- **Retenciones asumidas en renta, IVA, ICA y otros:** (artículo 107 del Estatuto Tributario), representan las retenciones no practicadas y que se genera en un gasto.
- **Gastos con trabajadores independientes que no cotizan a seguridad social:** (artículo 27 de la Ley 1393 de julio de 2010), para que el contratista pueda deducir en renta estos gastos pagados, el trabajador deberá soportar los pagos sobre las bases correspondientes al IBC del 40% del valor contratado en seguridad social.
- **Costos y Gastos sin retención en la fuente:** (artículos 177 y 632 del Estatuto Tributario), las retenciones en la fuente se deben practicar cuando se supere 4 UVT para servicios o 27 UVT para compras, por lo cual, cuando habiendo obligación a practicar retenciones en la fuente no se aplican, estos gastos no serán deducibles.
- **Compras a proveedores ficticios:** (artículo 671 del Estatuto Tributario), si en el momento de la compra el proveedor resulta ser una persona natural o jurídica engañosa o falsa, los pagos efectuados a estos no serán deducibles⁸².

4.2.1.2. Planeación tributaria:

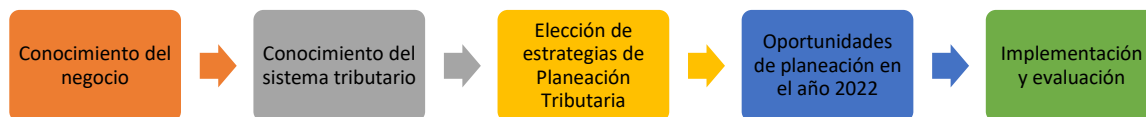
Es importante para las empresas elaborar una planeación tributaria para el pago de los impuestos, mediante este las empresas buscan mejorar la carga impositiva, mejorar el flujo de caja, y aumentar la rentabilidad de sus operaciones. Para llevarse a cabo, se deben seguir cinco importantes pasos⁸³:

⁸² ACTUALICESE. Costos y gastos contables que no son deducibles. (en línea). En: (Colombia), 2023. (Consultado 25, abril, 2024). Disponible en la dirección electrónica:

<https://actualicese.com/costos-y-gastos-contables-que-no-son-deducibles/>

⁸³ 5 PASOS PARA UNA PLANEACIÓN TRIBUTARIA EXITOSA. Marketing digital (en línea). En: (Colombia), 2022. (Consultado 30, abril, 2024). Disponible en la dirección electrónica:

<https://russellbedford.com.co/5-pasos-para-una-planeacion-tributaria-exitosa/>



a) *Conocimiento del negocio*: se debe conocer muy bien el negocio y el segmento de mercado, las características, riesgos y situación financiera de los contribuyentes.

- Las características de la compañía, composición del capital, los riesgos estratégicos del negocio, regulaciones especiales, los planes de inversión, transacciones con vinculados económicos, y las expectativas de los inversionistas.
- Identificar los aspectos fundamentales en relación a activos, pasivos, patrimonio, ingresos, costos y deducciones y conocer el sector económico se recomienda para este macro sector realizar controles de los gastos y costos y tener presente la relación costo beneficio.
- Recolectar la información financiera actual y presupuestada.

b) *Obligaciones tributarias*: se recomienda revisar las obligaciones impositivas y revisar los procedimientos tributarios realizados como son: presentación y pago de las declaraciones, reporte de información exógena y demás relacionados con las empresas, cumplir con la normativa del artículo 615 al 619 del E.T., dando cumplimiento a la facturación y Resolución 000013 de 2021, nomina electrónica, con el fin de cumplir con el requisito para la solicitud de costos y deducciones en la declaración de renta e impuestos descontables.

c) *Estrategias de Planeación Tributaria*: Como estrategias se encuentran los beneficios tributarios y tratamientos fiscales se encuentran.

- Manejo oportuno y adecuado de la devolución de saldos a favor
- Utilización del ICA pagado como descuento tributario o como deducción (Art. 115 ET)
- Utilización eficiente de las pérdidas fiscales (Art. 147 ET)
- Deducciones por inversiones en proyectos de ciencia, tecnología e innovación (Art. 158-1 ET)
- Deducciones por inversiones en Control y Mejoramiento del medio ambiente (Art. 158-2 ET)

- Descuentos en el Impuesto de Renta por Donaciones (Art. 125 ET)
- Gastos en el exterior (Art. 122 ET)
- Aportes de pensiones realizados por el empleador (Art. 126-1 ET)

d) *Oportunidades de planeación*: tener en cuenta las alternativas de ahorros de impuestos en las operaciones que realiza la empresa, esto para mejorar la situación financiera, mejorando así el flujo de efectivo.

Cuadro 14.

Tipo de empresa	Normativa fiscal
Zonas Francas	Tarifa única del impuesto sobre la renta del 20%.
Rentas hoteleras	Rentas gravadas a la tarifa del 9%
ZOMAC	La tarifa del impuesto de renta para las micro y pequeñas empresas será de 0% entre 2017 y 2021, 25% entre 2022 y 2024, 50% entre 2025 y 2027 y 100% del 2027 en adelante. Para las medianas y grandes empresas, la tarifa será del 50% entre 2017 y 2021, del 75% entre 2022 y 2027 y del 100% de 2027 en adelante.
Régimen ZESE	La tarifa del impuesto sobre la renta aplicable a los beneficiarios será del cero por ciento (0%) durante los primeros cinco (5) años a partir del año gravable 2020 y del cincuenta por ciento (50%) de la tarifa general para los siguientes cinco (5) años.
Empresas tarifa %	Tarifa del 15 %, a las editoriales dedicadas a la edición de libros.
Régimen Holding	Los dividendos y participaciones distribuidos por entidades no residentes en Colombia a una CHC, estarán exentos del impuesto sobre la renta.
Contratación de Trabajadores Jóvenes	El artículo 108-5 del Estatuto Tributario, permite a los contribuyentes el beneficio de una deducción por primer empleo, del 120 % de los salarios de empleados menores de 28 años si es su primera vez en el mundo laboral.

- e) *Implementación y evaluación*: es importante después de conocer el comportamiento de la empresa y del sector, se procede a:
- Diseñar e implementar la planeación tributaria
 - Analizar financieramente la situación de las empresas.
 - Determinar el impacto fiscal si se aplica planeación, realizando una proyección a 5 años con su respectivo análisis.

- Diseñar un plan de acción alineado con los objetivos del contribuyente.
- Evaluar los impactos financieros de inversión.
- Evaluación y seguimiento y los resultados obtenidos según informe fiscal y financiero.

4.2.1.3 Capacitación.

El Ministerio de Comercio exterior, industria y Turismo, señala que se han desarrollado capacitaciones y Taller VUCE a empresas entre el 8 de agosto de 2022 y diciembre de 2022, se realizaron 6 capacitaciones sobre la Ventanilla Única de Comercio Exterior - VUCE con una asistencia de aproximadamente 400 Usuarios.

En 2023, se han realizado 13 capacitaciones en diferentes regiones del país como lo son: Buenaventura, Bucaramanga, Barranquilla, Cali, Cartagena, Ipiales, Medellín y Pereira, donde han participado más de 700 usuarios⁸⁴. Lo anterior indica que las empresas del municipio de Ipiales están interesadas en participar de capacitaciones de comercio exterior.

4.3 Diseño de estrategias de mejoramiento de la gestión de mercado en las organizaciones de la zona de frontera Colombia Ecuador.

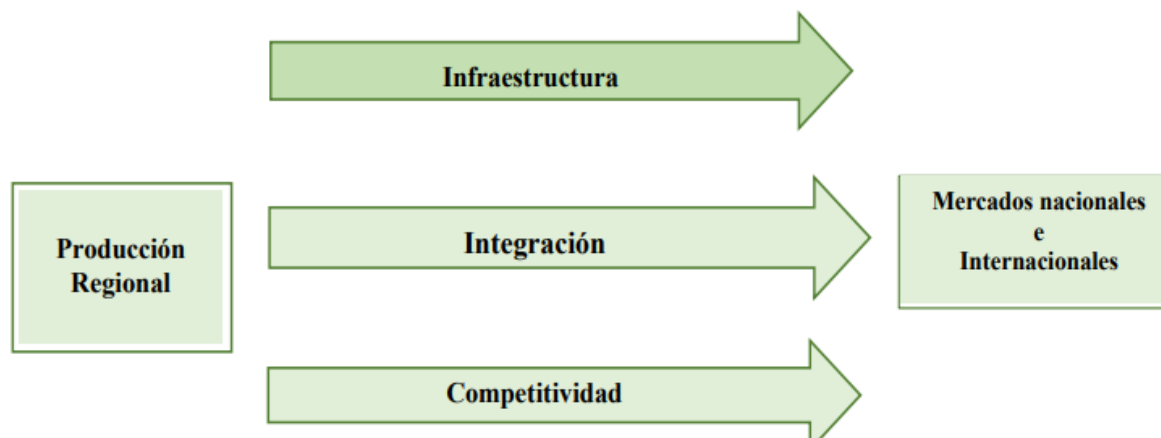
Teniendo en cuenta la investigación desarrollada por Farinango ⁸⁵, se considera que las empresas que buscan mejorar las estrategias de mercado, inicialmente deberán estudiar tres situaciones básicas que son: su infraestructura en redes de internet, indagar si los departamentos de las empresas están integrados y verificar si se han adelantado estrategias competitivas. p.233 (ver figura 14), Según Kupfer y Haguenaer (1996), la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible

Figura 17

Infraestructura del Polo de Competitividad.

⁸⁴ MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, Industria y Turismo. (en línea). En: (Colombia), 2023. (Consultado 28, abril,2024). Disponible en la dirección electrónica: Informe de gestión sector Comercio, Industria y Turismo 2022-2023. P.62.

⁸⁵ FARINANGO, Cecilia Marleny. Et.al. Polo de competitividad en la cuenca hidrográfica del Carchi. Pasto: Universidad Cesmag, 2020. 233p



Fuente: Farinango et al. Polo de competitividad.

Con lo anterior se interpreta los siguiente en el presente estudio:

En primera instancia las empresas encuestadas comercializan productos tanto alimenticios como de comercio al por mayor y menor, y con ello buscan un crecimiento financiero, para lo cual, se deben implementar unos procesos: *i)* se necesita una infraestructura adecuada que para el caso sería de internet, dado que la mayor comercialización que se desarrolla actualmente es mediante el comercio electrónico, *ii)* la integración que para el caso se entiende como la unificación adecuada de todos los departamentos de las empresas, que unidos busquen el cumplimiento de los objetivos, por último, *iii)* para que exista un interés por parte de los compradores en adquirir un producto, se deben desarrollar estrategias de mercado como lo señala Krentze⁸⁶ (2018), todo parte gracias a la tecnología, dentro de las estrategias de competitividad están:

Estrategias de crecimiento intensivo

- *Estrategia de desarrollo de mercado:* pone el enfoque en atraer nuevos miembros de otros mercados a los que todavía no llega, para ello, es necesario saber cuáles son las necesidades que el cliente ideal tiene y como la empresa puede llegar a satisfacerlas, y con el ánimo de acercarse al cliente se considera realizar algunas actualizaciones de los perfiles empresariales en las plataformas como, por ejemplo:
 - Rango de Edad, Sexo y Ubicación Geográfica

⁸⁶ KRENTZEL, George. Hopper Marketing Estrategias de mercado. España. RA-MA EDITORIAL, 2018.

- Profesión y Experiencia y Ocupación Actual
 - Estado Civil y si tiene hijos, dado que esta es una particularidad importante dado que los padres desean mucho su bienestar.
 - Estrato socio económico y Social, así como también conocer su nivel de ingresos y promedio de gastos mensuales.
 - Hábitos y hobbies.
 - Principales problemáticas, puntos de dolor y necesidades
- *Estrategia de desarrollo del producto:* implica la creación de nuevos productos o servicios, o se enfoca en mejorar los que ya son parte de la oferta para dar más beneficios a los clientes, para lo cual es necesario tener las mejores ideas y hacer las investigaciones necesarias para encontrar el producto adecuado para el mercado, y luego planificar y probar para lograr la viabilidad y rentabilidad del producto en el mercado.

Figura 18

Estrategia de desarrollo del producto



1. El objetivo es utilizar los datos para evaluar si el producto que estás desarrollando tiene alguna posibilidad de éxito, mediante una investigación exhaustiva y análisis de los recursos existentes, como informes del sector, estadísticas o artículos

de noticias, además de indagar acerca de la demanda de producto. Posteriormente se agrupan los datos encontrados y se utilizan herramientas como hojas de ruta para priorizar las ideas seleccionadas como interés por parte del consumidor.

2. Esta etapa se puede desarrollar mediante la aplicación de encuestas, comentarios a los productos actuales, entrevistas, grupos focales, análisis y pruebas de muestras de posibles productos nuevos; a partir de estos se estima recibir comentarios para el desarrollo de nuevos productos o nuevas mejoras, con ello se validan ideas con clientes potenciales.
3. Las pruebas de productos son necesarias porque se puede verificar si hay errores y garantizar el funcionamiento antes de lanzar el producto, para ello se debe tener en cuenta los comentarios de los usuarios en su orden de realización de las indagaciones, posteriormente se prueban continuamente los nuevos resultados y posteriormente se adecua según las últimas adecuaciones.
4. Para el lanzamiento del producto, todo el equipo empresarial debe participar, en el desarrollo y marketing de productos, posteriormente los equipos de ventas estudian y conocen a profundidad acerca del nuevo diseño y por último organizar eventos dinámicos⁸⁷.

Estrategias de crecimiento integrativo

- Consiste en aprovechar la fortaleza que tienen las empresas de forma individual para lograr un control sobre los proveedores, distribuidores, o competidores. Para ello, las empresas se mueven hacia atrás, adelante u horizontalmente.
 - *Crecimiento integrado horizontal*: desean ser propietarias o tener mayor control sobre los competidores, para ello dependiendo del sector las empresas desearan comprar a la competencia más pequeña.
 - *Crecimiento integrado hacia atrás*: las empresas desean ser propietarias de sus sistemas de distribución o tener mayor control sobre ello, para ello dependiendo del sector las empresas desearan

⁸⁷ Atlassian. Estrategia de desarrollo de productos: cómo crear una estrategia ganadora. <https://www.atlassian.com/es/agile/product-management/product-development-strategy#:~:text=Una%20estrategia%20de%20desarrollo%20de%20productos%20es%20el%20proceso%20de,cambiantes%20necesidades%20de%20los%20clientes.>

contactar con los distribuidores mayoristas evitando así disminuir los costos financieros.

- *Crecimiento integrado hacia adelante:* las empresas desean ser propietarias o tener mayor control sobre sus proveedores, para ello las empresas podrían adquirir los productos base central de la venta. Si es el caso y son distribuidores de alimento podrían disminuir costos si colocan ranchos de cría de pollos, cerdos o res.

Estrategias de crecimiento diversificado

- Diversificación concéntrica: Sucede cuando los nuevos productos o servicios son parecidos a los que ya oferta la empresa, pero pueden atraer a nuevos mercados.

En las organizaciones la diversificación concéntrica se puede llevar a cabo mediante

- a. La definición de los objetivos de crecimiento análisis de mercado.
- b. Con la ejecución de un plan que permitan medir los recurso y capacidades de la empresa para lograr dentro de ello ampliar ya sea una **gama de productos o servicios** en el mercado que se asemeje al de su organización (ferretería, hoteles, diseño, estética etc.)
- c. Logrando el desarrollo de nuevas actividades, nuevas inversiones, soporte a los clientes, y de esta manera reducir costos y mejorar eficiencia y posición en el mercado.

Estrategias de liderazgo de mercado

- Estrategia competitiva: la empresa invierte sus recursos en atraer la clientela de la competencia mediante publicidad, relaciones públicas y promociones atractivas.
 - a. Definir la propuesta de valor de la organización de manera innovadora que agregue valor a la empresa.
 - b. En segunda instancia conocer y estudiar las necesidades y deseos del cliente.
 - c. Desarrollo del talento, inversión en la formación y desarrollo de los empleados donde se estudie la creatividad y colaboración
 - d. Por ultimo tener claro los objetivos de la organización, conocer las competencias centrales de la empresa, prioridades y metas a futuro.

Estrategias de reto de gestión de mercado

- Ataque frontal: las estrategias se concentran en impactar todo (producto, precio, distribución y promoción de quienes son líderes). Es necesario tener una posición fuerte como competidor. Las organizaciones lo pueden desarrollar mediante
 - a. Establecerse como líder en su industria, a través de diferentes medios como la tecnología.
 - b. Mejorar la imagen de la marca estableciendo objetivos, midiendo resultados, reforzando cualidades.
 - c. Fomentar la innovación, promoviendo la investigación, estudiar el mercado, desarrollo de un ambiente adecuado.

- Ataque en los costados: es la estrategia que se utiliza cuando no se cuenta con los recursos necesarios o la fuerza de un competidor importante. Se enfoca en el aspecto más débil del líder del mercado como el precio, su distribución o variedad, por ejemplo.
 - a. Atacar el precio de competencia, distribución o variedad mediante el estudio de mercado en cuanto a la competencia, estadísticas que permitan detectar el desarrollo de las organizaciones en el mercado.

- Estrategias de derivación: Ocurre al detectarse una oportunidad que el líder de mercado todavía no aprovecha mediante:
 - a. Aprovechamiento de recursos, mediante el análisis de datos, conocimiento del presupuesto, definición de necesidades y prioridades.
 - b. Creación de sinergias estableciendo canales de comunicación claros, tener en claro los objetivos, desarrollo de propuestas de valor de la organización.
 - c. Adaptación de las ofertas, estudio del consumidor, análisis del producto o servicio, referencias, valoración.

Con lo anterior, **al implementar algunas de estas estrategias** se espera que las empresas puedan crecer, lo cual se identificara plenamente en los estados financieros de los negocios dado que, al analizar la situación contable a partir de los Estados Financieros de las empresas del macro sector comercial en el municipio de Ipiales, suministrados por la Superintendencia de Sociedades. (Ver cuadro 14 y 15).

Cuadro 15.**Empresas del macro sector comercial en el municipio de Ipiales**

NIT	EMPRESA	MACROSECTOR
891201428	AGROGANADERO SAS	G4664 - Comercio al por mayor de productos químicos básicos, cauchos y plásticos en formas primarias y productos químicos de uso agropecuario
837000983	COMERFRONT SAS	G4620 - Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias; animales vivos
837000715	CASA DEL GRANJERO S.A.	G4664 - Comercio al por mayor de productos químicos básicos, cauchos y plásticos en formas primarias y productos químicos de uso agropecuario
900482169	DISTRIBUIDORA SURTIGRANOS DE NARIÑO SAS	G4690 - Comercio al por mayor no especializado
891222371	SERVISUR SAS	G4731 - Comercio al por menor de combustible para automotores
900411057	IDIMERCO SAS	G4631 - Comercio al por mayor de productos alimenticios
901112849	FERREANDINA S.A.S. ZOMAC	G4663 - Comercio al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas, productos de vidrio, equipo y materiales de fontanería y calefacción

La información financiera suministrada a la superintendencia de sociedades, correspondiente a los años 2020 y 2021 (Ver cuadro 15).

Cuadro 15**Estados financieros macro sector comercial en el municipio de Ipiales**

	TOTAL EMPRESAS 2021	TOTAL EMPRESAS 2020	DIFERENCIA COMPARATIVA
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 203.677.536	\$ 214.997.509	(\$ 11.319.973)
GANANCIA (PERDIDA)	\$ 4.550.243	\$ 4.380.873	\$ 169.370
TOTAL ACTIVOS	\$ 84.858.717	\$ 70.123.788	\$ 14.734.929

TOTAL PASIVOS	\$ 45.483.770	\$ 34.441.965	\$ 11.041.805
TOTAL PATRIMONIO	\$ 39.374.947	\$ 35.681.823	\$ 3.693.124

Fuente. Superintendencia de sociedades 2020-2021.

En el Estado de Resultados, se observa una disminución en los ingresos operaciones de -\$11.319.973, lo cual genera una leve utilidad del ejercicio en \$169.370, resultado muy bajo dado que se analiza siete empresas del sector comercio. De otra parte, en el Estado de Situación Financiera se observa un incremento en el Activo de \$14.734.929, así como también un incremento en el pasivo de \$11.041.805, esto puede derivarse de solicitudes de créditos financieros.

CONCLUSIONES

Con la realización del estudio acciones para mejorar la gestión contable y de mercado en las organizaciones en la zona de frontera: Colombia – Ecuador se llegó a las siguientes conclusiones.

La importancia de la contabilidad de gestión contable, como herramienta administrativa para las pequeñas y medianas empresas del municipio de Ipiales. Esta investigación permitió concluir que: La gestión contabilidad ha sido, una herramienta útil para la administración de las organizaciones. Sin embargo, se pudo evidenciar en los encuestados que, si bien se tiene algo de conocimiento acerca de ésta, es poca o nula la aplicación en sus empresas, debido a que, por la excesiva normatividad, la contabilidad sólo se realiza para cumplir con las normas tributarias que se exigen.

Un buen porcentaje de las medianas y pequeñas empresas encuestadas, son manejadas directamente por sus propietarios, que a su vez han manejado sus negocios de manera empírica, por lo tanto, el proceso administrativo es llevado de esa misma manera.

También se pudo constatar que las organizaciones a menudo tienen menos recursos para invertir en sistemas contables sofisticados y personal especializado. Esto puede causar ausencia de contabilidad detallada, falta de información financiera precisa y actualizada y se expone a la empresa a un mayor riesgo financiero. Sin conocer la situación real de la empresa, es difícil tomar decisiones acertadas y evitar problemas como la insolvencia.

Como también las obligaciones legales en muchos países, las empresas están obligadas a llevar una contabilidad adecuada y presentar estados financieros. De esta manera las organizaciones del municipio de Ipiales al organizarse contablemente de acuerdo con el estudio realizado podrían determinar un mejor funcionamiento si se llevara a cabo una mejor gestión que determine

Sector de actividad: Algunos sectores, como el informal, pueden tener regulaciones contables y beneficios tributarios.

Cultura empresarial: valorización de la información financiera y la toma de decisiones basadas en datos puede ser una característica de la cultura empresarial.

Implementación de Recursos: presupuesto para contratar personal contable o adquirir software puede ser de gran ayuda

En cuanto a la gestión de mercados las empresas, deben de realizar acciones gerenciales y de mercadeo que les permita identificar su nivel de posicionamiento y ubicación en el mercado, para ello es importante los análisis de mercado para que les permita a partir de ello identificar sus fortalezas y sobre todo sus áreas de oportunidad.

Es importante generar capacitación para conocer el sentido empresarial que les hace falta desarrollar, para que así sean competitivos. Las medianas empresas presentan limitantes en cuestión empresarial, desde la parte organizativa, hasta la fase de comercialización, ello debido a la falta de capacitación y modelos de negocios que permitan tener una ruta estratégica acorde a sus necesidades y alcances.

Además, la falta de un análisis de mercado adecuado es un obstáculo para el crecimiento de cualquier negocio. Al invertir tiempo y recursos en comprender a los clientes y al mercado, las empresas pueden aumentar significativamente sus posibilidades de éxito.

Finalmente, es importante la gestión de mercados con todas sus variables, la identificación del comportamiento del consumidor, de igual manera con sus diversos elementos, para, a partir de ello, poder desarrollar acciones y estrategias de mercado que tengan un impacto positivo en la comercialización, ventas y posicionamiento de sus productos o servicios.

RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta la importancia que tiene la gestión contable en una organización como herramienta útil para tomar decisiones razonables que permitan transmitir una mayor concienciación sobre las ventajas que tiene su aplicación, es necesaria seguir las siguientes recomendaciones:

- Aplicar los instrumentos de control de la gestión de forma que permitan a la gerencia de la organización planificar y evaluar todas las actividades al interior de la empresa.
- Apoyarse en los indicadores de gestión como elementos necesarios para medir la eficiencia y eficacia de las actividades que desarrollan cada una de áreas de la organización
- Considerar un sistema de contabilidad adecuado Seleccionar un software contable que se adapte a las necesidades de la empresa y capacitar al personal para su uso.
- Utilizar la gestión contable, como herramienta indispensable para verificar que las cifras que refleja la contabilidad financiera son razonables y más cercana a la realidad del ente económico.
- Fomentar una cultura de datos, promover la importancia de la información financiera y la toma de decisiones basadas en datos dentro de la organización.
- Cumplir con las obligaciones legales, asegurarse de que la empresa cumple con todas las regulaciones contables y fiscales aplicables.

Por otro lado, en cuanto a la gestión de mercado se hace necesario estudiar y analizar el mercado, identificando las necesidades de sus consumidores, permitiéndole a la organización del municipio de Ipiales adaptarse a las demandas del mercado mejorando las estrategias de competitividad mediante una segmentación de mercado el cual les permitiría conocer los siguientes ámbitos:

- Definir el público objetivo: Identificar las características demográficas, y de comportamiento de los clientes ideales.
- Analizar la competencia: Estudiar a los competidores directos e indirectos, sus fortalezas, debilidades y estrategias.

- Investigar el mercado: Recolectar información sobre el tamaño del mercado, las tendencias, las oportunidades y los desafíos.
- Analizar las necesidades del cliente: Identificar los problemas que el cliente busca resolver y los beneficios que espera obtener.
- Desarrollar una propuesta de valor única: Crear una oferta que se destaque de la competencia y satisfaga las necesidades del cliente.
- Obtención de datos e información que ayuden a la organización a avanzar en el mercado
- Competir en el mercado de manera ágil y dinámica de acuerdo a al desarrollo de la región

BIBLIOGRAFIA

ALAVAREZ LOPEZ, JOSE y AMAT SALAS, Joan. Contabilidad de Gestión Avanzada. Madrid, 1996.

ACTUALICESE. Costos y gastos contables que no son deducibles. (en línea). En: (Colombia), 2023. (Consultado 25, abril,2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://actualicese.com/costos-y-gastos-contables-que-no-son-deducibles/>

ASOCIACION DE ACADEMIAS. Estrategias. (en línea). En: (España), 2014. (consultado 5, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: estrategia | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE

BBVA. Inversión. BBVA (en línea). En: (Argentina), 2022. (consultado, 5, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: Atención a los gastos de diciembre para que las deudas no lo sorprendan (bbva.com)

CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES. Estudio económico e informal de Ipiales. (en línea). En: (Ipiales, Nariño), 2011. (consultado 2, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3 ESTUDIO ECONOMICO E INFORMAL DE IPIALES%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/3%20ESTUDIO%20ECONOMICO%20E%20INFORMAL%20DE%20IPIALES%20(2).pdf)

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 95. (en línea). En: (Colombia), 2024. (Consultado 02, julio,2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-5/articulo-95>

COELHO, Fabián. Significado de gestión (en línea), 2019. (consultado: 01, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.significados.com/como-citar/>

COMPETENCIA MONOPOLISTA. (en línea). Ayudaley, (consultado 25 abril, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://ayudaleyprotecciondatos.es/2020/07/02/competencia-monopolistica/>

COMPETITIVIDAD. Econopedia (en línea). En:(España), 2021. (Consultado 28, abril,2024) Disponible en la dirección electrónica: Competitividad - Qué es, definición y significado | Economipedia

DECRETO 2420 DE 2015 (en línea). En: Función Pública, Colombia, 09 de diciembre 2021. (Consultado 03, diciembre 2022). Disponible en la dirección electrónica:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76745>

Decreto 2460 de 2013. (en line). En: (Colombia), 2013. (consultado 06, junio, 2024). Disponible en la dirección electrónica:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=59604>

DEFINICION FRONTERA. Frontera. (en línea). En: (Colombia), 2021. (consultado 20, octubre, 2021). Disponible en la dirección: FRONTERAS DE COLOMBIA - Fronteras: Definición de Frontera (sogeocol.edu.co)

DISEÑO Y DINAMICA DE LA INVESTIGACION. Perspectiva paradigmática donde situamos la investigación. (en línea), 2002. (consultado 30 abril 2023). Disponible en la dirección electrónica:
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8900/ZSCapituloIVDef.pdf>

EN QUE CONSISTE. Análisis Pestel. (en línea). En. EAE Bussiness School, 4, de mayo, 2017. (Consultado 30, octubre 2021). Disponible en la dirección electrónica:
<https://retos-directivos.eae.es/en-que-consiste-el-analisis-pestel-de-entornos-empresariales/>

Economía 3. El coste de oportunidad y por qué se hace importante. *Ibíd.*
<https://economia3.com/costo-oportunidad-importancia/>

ECONOMIA COLOMBIANA. Portafolio. (en línea). En (Colombia), 2024. (Consultado 1, julio, 2024). Disponible en la dirección electrónica:
<https://www.portafolio.co/economia/crecimiento/la-desaceleracion-de-la-economia-colombiana-llego-a-su-punto-mas-fuerte-en-24-anos-598512>

ECONOMÍA DE FRONTERA. (en línea) Ecuador, 2011. (consultado 03, marzo, 2024). disponible en la dirección electrónica:
<https://www.flacso.edu.ec/portal/files/docs/fronteras7.pdf>

EL DIAGNOSTICO FINANCIERO. Diagnostico. (en línea). En: Actualícese, 2021. (consultado el 20, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: El diagnóstico financiero | Actualícese (actualicese.com)

EVALUACION DE FACTORES INTERNOS. Matriz EFI. (en línea). En: Rockcontent, 2013, 2021. (consultado 30, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://rockcontent.com/es/blog/matriz-efi/>

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA. Procedimiento de gestión contable y administrativa del almacén de repuestos cooperativa de transportes del Pacífico. (en línea). En: contabilidad, 2017. (consultado el 24, abril, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1044/1/QUI%C3%91%C3%93NEZ%20TORRES%20MIRNA%20LISSETTE.pdf>

EI METODO DOFA, UN METODO MUY UTILIZADO PARA DIAGNOSTICO. Análisis Dofa. (en línea). En: Word, 2004. (consultado 11, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: El método DOFA.doc (live.com)

ERASMU 1. Factores que inciden en la contabilidad desorganizada en las tiendas de barrio. (en línea). En (Huila, Neiva), 2017. (Consultado 6, junio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://journalusco.edu.co/index.php/erasmus/article/view/2290/3952#:~:text=La%20contabilidad%20desorganizada%20es%20la,que%20impiden%20conocer%20la%20situaci%C3%B3n>

ESCUELA ECONOMICA NEOCLASICA. Características de la escuela neoclásica. (En línea) Gerencie, 23 septiembre 2022. (consultado 25 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://antecedentes.policia.gov.co:7005/WebJudicial/index.xhtml>

FARINANGO, Cecilia Marleny. Polo de competitividad en la cuenca hidrográfica del Carchi. Pasto: Universidad Cesmag, 2020. 3p

FERRE, Zuleika y ROSSI, Lanina. ESTRUCTURAS DE MERCADO (2020). <https://cienciassociales.edu.uy/wp-content/uploads/2020/11/Nota15.pdf>

GESTION CONTABLE. Gestión contable. (en línea). En: Delsol, 2021. (Consultado, 30, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sdelsol.com/blog/contabilidad/gestion-contable/>

GESTIÓN FINANCIERA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE CAPITALES A TRAVÉS DEL ASESOR DE INVERSIONES. Actualidad contable faces. (en línea).

En: (Caracas Venezuela), 2006. (Consultado 10, junio, 2024). Disponible en la dirección Electrónica: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701311.pdf>

GESTION DE MERCADOS. (en línea). En (Argentina), 2018. (consultado, 1, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: ¿Qué es gestión de mercados? (argentapatrimonios.com)

GESTION DE MERCADO. Importancia en los negocios. (en línea) En: área andina 40 abril, 21 2022. Consultado 10 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.areandina.edu.co/blogs/gestion-de-mercadeo-su-importancia-en-los-negocios>

GESTION ADMINISTRATIVA Y CONTABLE CREANDO EMPRESA CON FUNSEA. (en línea). En: Ciencias administrativas y contables, marzo del 2017. (consultado el 24, abril, 2021). Disponible en la dirección electrónica: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=administracion_de_empresas

INVESTIGACION DESCRIPTIVA. (en línea). En: (Colombia), 2021. (consultado 01, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: ¿Qué es la investigación descriptiva? (questionpro.com)

INFORMACIÓN CONTABLE Y TOMA DE DECISIONES: EL APOORTE DE LA CONTABILIDAD EN LA CONSTRUCCIÓN DE CONFIANZA EN LAS ORGANIZACIONES. Universidad nacional de Colombia. (en línea). En: (Bogotá D.C Colombia),

KRENTZEL, George. Shopper Marketing Estrategias de mercado. España. RA-MA EDITORIAL, 2018.

LA ECONOMIA DE MERCADO. Edith Pen rose (1914-1996). (En línea) Junta de andalucía. (consultado 25 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/14002996/helvia/aula/archivos/repositorio/250/271/html/economia/economistas/Penrose.htm>

LA GLOBALIZACION Y LA CONTABILIDAD. La necesidad de la globalización internacionalización de la contabilidad. vlex. (en línea). En Colombia 2023 (Consultado 15 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://vlex.com.co/vid/globalizacion-contabilidad-57840463>

LEY 1314 2009. Legis xperta (en línea). En (Colombia) (Consultado 10 mayo, 2023). Disponible en la dirección electrónica:
https://xperta.legis.co/visor/estatuto2/estatuto2_f7c5e5871b4c42089de7501299c01cb2/estatuto-tributario/ley-1314-de-2009

LAS ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE MICHAEL PORTER Y EL PLAN DE MARKETING. Las estrategias genéricas de Michael Potter. (en línea). En: (Buenos Aires Argentina), 2022. (Consultado 25, abril, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing>

LEY 1480 DE 2011. Estatuto del Consumidor. (en línea). En: (Colombia). (consultado 15, julio, 2024). Disponible en la dirección electrónica:
<https://www.sic.gov.co/estatutos-consumidor>

LEY 1340 DE 2009. ley 1340 de 2009. En: normatividad y leyes julio, 21, 2009 Bogotá. (Consultado 30 abril, 2023). Disponible en la dirección electrónica:https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/2009/Ley_1340_2009.pdf

MERCADO DE CAPITALES COLOMBIANO. Reflexiones sobre el mercado de capitales y derivados. Aso bancaria https://asobancaria.com/wp-content/uploads/Caracterizacion_Mercado_de_Capitales_Colombiano.pdf

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS. Matriz EFE. (en línea). En. Yiminshum, 2021. (consultado, 30, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/>

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, Industria y Turismo. (en línea). En: (Colombia), 2023. (Consultado 28, abril, 2024). Disponible en la dirección electrónica: Informe de gestión sector Comercio, Industria y Turismo 2022-2023. P.62.

MARTINEZ FIERRO, Ángel María. Contabilidad general. Bogotá D.C. Eco e ediciones, 2007. 27p

PARADIGMAS DE LA INVESTIGACION. Paradigmas e investigación. (en línea). En: (Venezuela), 2006. (consultado, 01, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: [paradigmas.pdf](#)

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE IPIALES. Contexto económico. Observatorio de gestión educativa. (en línea). 2020 – 2023 Ipiales Nariño. (Consultado 25 mayo 2023). Disponible en la dirección electrónica:

<https://obsgestioneducativa.com/download/plan-de-desarrollo-municipal-ipiales-2020-2023/>

PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS. México. Instituto mexicano de contadores públicos, 1996. 19p

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE IPIALES. Contexto Económico. (en línea). En Observatorio gestión educativa. (consultado 3, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: Plan de Desarrollo Municipal: Ipiiales 2020-2023 - Observatorio a la gestión Educativa (obsgestioneducativa.com)

PASOS PARA UNA PLANEACIÓN TRIBUTARIA EXITOSA. Marketing digital (en línea). En: (Colombia), 2022. (Consultado 30, abril, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://russellbedford.com.co/5-pasos-para-una-planeacion-tributaria-exitosa/>

POLO DE COMPETITIVIDAD. (en línea). En: (Francia), 2021. (consultado, 1, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: ¿Qué es un polo de competitividad? - Ministerio para Europa y de Asuntos Exteriores (diplomatie.gouv.fr)

PROSPECTIVA TERRITORIAL PARA EL DESARROLLO REGIONAL SOSTENIBLE DE LA ZONA DE FRONTERA COLOMBO – ECUATORIANA. Revista del desarrollo territorial. (en línea). En: (ecuador), 2023. (Consultado 15, julio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/5920/4626>

PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN. Pontifica universidad católica del Perú. (en línea). En: (Lima, Perú), 2022. (Consultado 15, julio, 2024). Disponible en la dirección en la electrónica: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/23817/Porras_Condori_Riesgo_legal_%20y%20c%C3%B3mo%20afrontarlo1.pdf?sequence=1

PORPORATO. Contabilidad de gestión para controlar o coordinar en entornos turbulentos: su impacto en el desempeño organizacional. (México, Estado de México), 2015. (Consultado 6, junio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000091>

QUE ES EL MERCADO Y LOS TIPOS DE MERCADO. Actividades económicas. (en línea). En (Barcelona), 2018. (consultado 03, diciembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.actividadeseconomicas.org/2014/06/que-es-el-mercado-y-sus-tipos.html>

QUE ES UNA ENCUESTA. (en línea), 2021. (consultado 7, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: ¿Qué es una encuesta, para qué sirve y cómo se elabora? - Infobae

PROSPERIDAD PARA LAS FRONTERAS DE COLOMBIA. Conpes. (en línea). En: Fronteras innd, 2016. (Consultado el 1, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica:
https://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/conpes_3805_fronteras.pdf

SECCION 14. Análisis Foda. (en línea). En: Caja de herramientas comunitarias, 1994, 2021. (Consultado el 11, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/valoracion/valorar-las-necesidades-y-recursos-comunitarios/FODA-analisis/principal>

SIIGO. Qué es una asesoría contable y cuál es su importancia dentro de las pymes. (en línea). En (Colombia), 2023. (Consultado 10, junio, 2024). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.siigo.com/blog/que-es-una-asesoria-contable/>

TALAYA, Esteban y MOLINA, Arturo. Investigación de Mercados. Madrid España. ESIC EDITORIAL, 2014. 20p

VENTAJA COMPARATIVA. Teoría de la ventaja comparativa. (en línea). En: Valencia, España. (consultado, 25 abril, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://economia3.com/ventaja-comparativa-definicion/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CONTADURIA PÚBLICA

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE IPIALES EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO.

Objetivo: la siguiente encuesta se dirige a usted con el fin de solicitar información importante para realizar la investigación que busca proponer las acciones necesarias para mejorar la gestión contable y de mercado en las organizaciones en la zona de frontera: Colombia - Ecuador

I. GESTION CONTABLE

“Teniendo en cuenta que la gestión contable es necesaria para dar seguimiento a todas las transacciones llevadas a cabo por una empresa, por tanto, le permite determinar los resultados financieros producidos en un periodo determinado.”⁸⁸

1. ¿En su organización ha presentado dificultades o problemas que le impiden determinar los resultados financieros? De qué tipo:
 - a) ___ Desorganización del trabajo contable
 - b) ___ Falta de sistematización
 - c) ___ No existe control de la información
 - d) ___ Falta de toma decisiones de la organización de acuerdo a sus recursos.
 - e) ___ La empresa no cuenta con información contable

⁸⁸ GESTIÓN CONTABLE COMO BASE FUNDAMENTAL PARA LAS DECISIONES GENERALES. Elizalde. L. <http://fade.esPOCH.edu.ec/docs/contauditar/Articulo3.pdf>

2 De las siguientes opciones para desempeñar una buena gestión contable. ¿En cuál tiene mayor dificultad su organización?

- a) ___ Calidad de la información para la toma de decisiones
- b) ___ El suministro de información pertinente, con el suficiente detalle y oportunidad.
- c) ___ El desarrollo o revisión de los sistemas de información vigentes de manera que cumplan con el plan estratégico de la gestión contable.
- d) ___ Todas las anteriores

2. Para que se lleve a cabo una buena ejecución de la gestión contable, la organización realiza alguna de las siguientes actividades:

Actividad	Si	No
a) Corroboración del RUT		
b) Clasificación de información (gastos e ingresos, pagos y cobros, proveedores y clientes, costes y gastos, tipos de productos),		
c) Elaboración de informes (explicaciones, ejemplos, gráficos o tablas)		
d) Diseño de estrategias (apoyo a la dirección de la empresa, predecir el flujo de efectivo, fijar los precios de productos o servicios).		

4. ¿Qué estrategia considera más importante para mejorar la gestión contable de su organización?

- a. Elección de un software contable adecuado ___
- b. Mayor control interno ___
- c. Contratación de expertos en contabilidad ___
- d. Asesorías en gestión contable ___

5. De las siguientes etapas que abarca la gestión contable ¿Cuál mejoraría o incorporaría en su organización?

- a. Apertura contable (registro de todo el inventario del que dispone la empresa).
- b. Movimiento (venta de mercancías, la compra de suministros, aportaciones de capital).

- c. Cierre contable (amortizaciones, depreciaciones, reclasificaciones, conciliación de cuentas bancarias).
- d. Resumen de la información una vez analizada, para ser aprobada esta sea comprensible y razonable para la toma de decisiones.

6. ¿En qué aspectos considera usted que la gestión contable aporta a su organización y a la sociedad?

- a. Generación de información (estados financieros)
- b. Toma de decisiones contables y financieras
- c. Detección y reducción de fraudes económicos
- d. Revela la actual y verdadera situación financiera

II. GESTION DE MERCADO

La investigación de mercados es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor⁸⁹

7. ¿De acuerdo al desarrollo empresarial de su organización que dificultad o problema observa en cuanto a la gestión de mercado?

- a. Análisis de procesos de mercadeo y comerciales incorrectos
- b. No realiza estudios de mercado
- c. No cuenta con un objetivo principal enfocado hacia el mercado
- d. No asignan el suficiente presupuesto para una adecuada gestión.

8. De las siguientes actividades señale ¿Cuál o cuáles realiza su empresa?

- a. Análisis de mercado (es una visión general o descripción del mercado en el que se va a operar)
- b. Definir la estrategia de segmentación (tipo de cliente para los productos que la empresa ofrece)
- c. Análisis de la competencia (investigar a las empresas con las que competirá por los clientes)

⁸⁹ INVESTIGACION DE MERCADOS. Introducción a la investigación de mercados. En: Questionpro 17 diciembre del 2020, estados unidos. (Consultado 15, mayo, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>

d. Establece proyecciones financieras (evaluar el potencial de ingresos de la empresa)

9. De las siguientes opciones. ¿Cuál considera que es la estructura de mercado en la que se desarrolla su organización?

- a. Monopolio (varios compradores, pero solo un vendedor)
- b. Oligopolio (varios compradores, pero existen pocos vendedores)
- c. Monopsonio (existe solo un comprador, pero muchos vendedores)
- d. Oligopsonio (existen unos pocos compradores, pero muchos vendedores)

10. De las siguientes opciones de mercadeo. ¿Cuál o cuáles toma en cuenta para el desarrollo comercial de su empresa?

- a. Producto (desarrollo de nuevos productos, innovación, producción)
- b. Precio (estudios de precios, contabilidad, finanzas, competencia para establecer un precio)
- c. Plaza (cadena de distribución de los productos)
- d. Promoción (actividades de publicidad y promoción para dar a conocer el producto)

11. ¿En qué aspectos considera usted que la gestión de mercados puede aportar a su organización y a la sociedad?

- a. Conocer mejor la competencia
- b. Ayuda a la Toma de decisiones
- c. Innovación
- d. Oportunidades para la organización y el consumidor

Gracias por su atención y colaboración

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

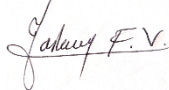
San Juan de Pasto, 17 de noviembre de 2024

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto


Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado ACCIONES PARA MEJORAR LA GESTION CONTABLE Y DE MERCADO EN LA ZONA FRONTERA COLOMBIA – ECUADOR presentado por la autora Angie Stephany Córdova Achicanoy del Programa Académico Ciencias Administrativas y contables al correo electrónico trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesora, que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,




MARLENY FARINANGO VIVANCO
C.C. 59.816.446
Programa: Contaduría Pública
Teléfono de contacto: 3008162774
Correo electrónico: mcfarinango@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Angie Stephany Córdoba Achicanoy	Documento de identidad: 1233188885
Correo electrónico: A3219750550@hotmail.com	Número de contacto: 3014422181
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor: Marleny Cecilia Farinango Vivanco	Documento de identidad: 59.816.446
Correo electrónico: mcfarinango@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3008162774
Título del trabajo de grado: ACCIONES PARA MEJORAR LA GESTION CONTABLE Y DE MERCADO EN LA ZONA FRONTERA COLOMBIA – ECUADOR	
Facultad y Programa Académico: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLE	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el termino en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación</p>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.

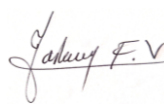
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permito(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 17 días del mes de noviembre del año 2024

<i>Angie Cordoba Achicanoy</i>	
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor:	Nombre del autor:
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor:	Nombre del autor:
 <hr/> Marleny Farinango Vivanco asesora	