

**MEMORIA METODOLÓGICA**  
**LA INFORMACIÓN CONTABLE COMO FUENTE PARA MEJORAR LA**  
**COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES**

**JULIETH CRISTINA ARCILA**

Estudiante Contaduría Pública  
Universidad de Antioquia  
cristina.828@hotmail.com

**KELLY JOHANNA PÉREZ ROJAS**

Estudiante Contaduría Pública  
Universidad de Antioquia  
libel831@hotmail.com

**JHON FREDY LOPERA GAVIRIA**

Estudiante Contaduría Pública  
Universidad de Antioquia  
Jhonfredy\_622@hotmail.com

**LUIS FERNANDO GÓMEZ MONTOYA**

Asesor temático  
Universidad de Antioquia  
fernandogomez@economicas.udea.edu.co

## **Tabla de contenido**

EL PROBLEMA .....	3
RESPUESTAS TENTATIVAS .....	5
LAS VARIABLES.....	6
LOS INSTRUMENTOS .....	8
Encuesta maquiladores.....	10
Encuesta para los empresarios.....	14
FUENTES.....	17
LAS FASES Y LOS PROCEDIMIENTOS.....	17
Planteamiento del problema, objetivos y justificación .....	20
Diagnóstico bibliográfico .....	20
Diseño metodológico.....	21
Diagnóstico bibliográfico .....	21
Aplicación de los instrumentos.....	21
Análisis e interpretación de la información.....	21
Redacción del artículo y construcción de la memoria metodológica.....	22
Población y muestra.....	22
Trabajo de campo .....	22
Análisis de la información y conclusiones .....	23
LECTURA Y ESCRITURA.....	24
LOS ASESORES .....	25
Asesor metodológico.....	25
Asesor temático .....	25
CONCLUSIONES.....	26
ANEXOS .....	27
Anexo 1. Anteproyecto de investigación .....	27
Anexo 2. Respuestas y tabulación de Encuestas .....	27
Anexo 3. Fichas bibliográficas .....	27
Anexo 4. Encuestas manuales.....	27

## EL PROBLEMA

---

Muchas son las vertientes que el comercio y la participación en el mercado contraen, la competencia y la hostilidad de los agentes, es un asunto de alta tensión y por ende de total atención, pues cuando el juego de competencia aparece entran las empresas partícipes a apostar su permanencia y consolidación en el mercado y sólo sobreviven aquellas que a través de unas buenas estrategias competitivas logren superar las adversidades del medio y las arremetidas de sus rivales. Esta dinámica mercantilista toma con el tiempo más fuerza junto con el fenómeno de globalización, dado que las empresas no sólo se enfrentan a sus rivales nacionales, sino a los que incursionan desde el extranjero con costos de producción y calidad diferentes; esta realidad es cada día más latente en todas las economías del mundo y en este caso la colombiana tras la firma de tratados de libre comercio con potencias mundiales como Estados Unidos, refleja dentro de sus industrias un cambio evidente, sea por las desventajas obtenidas o por el aprovechamiento de las circunstancias, sea cual fuere el caso. La pregunta estaba entonces desde antes de firmar los tratados, de cómo las empresas del país estaban preparadas para afrontar esta nueva situación con los problemas de infraestructura, de apoyo estatal a ciertos sectores, de costos de producción elevados, de especialización de mano de obra y algunos más; sin embargo estos interrogantes se vieron ligeramente resueltos y ahora hacen parte de las cargas que sobrellevan las empresas colombianas para competir de par en par con las incursiones extranjeras, pues los tratados hoy en día son una realidad.

Los precios bajos por parte de los oferentes extranjeros representan uno de los mayores problemas para las industrias colombianas que no logran igualarlos tras el elevado costo de sus factores productivos, y la ausencia de estímulos gubernamentales. Los costos de producción bajos o ante la imposibilidad de ellos, otros factores competitivos efectivos, implican una constante búsqueda de métodos, herramientas y medios adecuados para lograrlos.

En un escenario de competencia perfecta y de libre mercado en Colombia con las limitaciones inherentes a las empresas del país, aparecen las mipymes con obstáculos ya contraídos antes de la entrada en vigencia de los tratados; más precisamente desde su aparición en la economía colombiana. La informalidad de las unidades económicas, significa una gran limitante para el desarrollo adecuado de la industria en variados aspectos y la inexperiencia de los nuevos empresarios que gozan del desconocimiento en asuntos económicos, administrativos y contables, todos estos factores sumados con otro, se combinan obstaculizando el progreso de las mipymes en la economía colombiana.

Escudriñar alternativas de competencia no sólo es válido, sino que se torna absolutamente necesario para las mipymes colombianas enfrentadas ante esta realidad agresiva, en la cual por sus condiciones iniciales permanecen en desventaja ante las grandes empresas nacionales y extranjeras. La contabilidad, enmarcada dentro de la inexperiencia empresarial de las mipymes como algo necesario con fines meramente legalistas, hace parte de la ciencia económica y del mundo que rodea la actividad productiva, es entonces como se llega a la pregunta de cómo ésta, como parte indisoluble de la dinámica económica, contribuye al desarrollo de factores competitivos que favorezcan a las organizaciones que emplean a parte de la población colombiana.

Si bien las características descritas aplican para la mayoría de mipymes en Colombia, se hace hincapié en las pertenecientes al sector textil-confección que especialmente afrontan una grave crisis, ahora no sólo por las prendas de contrabando, sino por la incursión de productos chinos al mercado nacional. Las micro, pequeñas y medianas empresas objeto de estudio en el presente trabajo serán las pertenecientes al departamento de Antioquia; especialmente de la ciudad de Medellín, ciudad insignia en la historia textilera colombiana.

## RESPUESTAS TENTATIVAS

---

Con el desarrollo de la investigación, en una búsqueda de la significancia del término competitividad se pretende llegar al cauce de la hipótesis, planeando que la información contable proporciona herramientas que permiten desarrollar habilidades competitivas en las mipymes del sector textil-confección ubicadas en el departamento de Antioquia. La contabilidad de gestión y la planeación financiera se han constituido en el pilar base para las grandes empresas en la toma de sus decisiones, contribuyendo no sólo a la oportunidad de las mismas si no a su asertividad en momentos específicos, de esta manera explorar en éstas y otras propuestas que la contabilidad ofrece como la gestión tributaria, la gestión de inventarios justo a tiempo, los presupuestos, se vuelve el punto de partida para encontrar en el camino conjeturas como el decir que lo anterior no sólo contribuye a un mero sistema de información, sino que su utilización encaminada a propósitos u factores de competencia, juega un papel fundamental en la gestión empresarial.

Tras una reflexión de lo investigado hasta el comienzo del trabajo de campo, la hipótesis toma un giro al identificarse que la información contenida en los estados financieros no genera por sí sola competitividad, si no que ésta sirve para la creación de herramientas como las mencionadas anteriormente que van a permitir el desarrollo de factores competitivos. Consecuente con lo anterior, de la contabilidad se extraen los datos para la creación de una buena gestión de facturación que le produce a la empresa el factor liquidez, la implementación de sistemas de costos que permiten la optimización del factor precio, y así sucesivamente en este orden de ideas. La identificación de estas importantes diferencias que aclaran las trabas de la hipótesis planteada en un principio, son el resultado de la aproximación cercana al término de competitividad que resultaba muy complejo de sintetizar en un principio.

Cuando se obtuvo más claridad acerca del tema específicamente contable dentro del marco del trabajo, se pudieron conciliar aspectos confusos en la relación de contabilidad y competencia, encaminando de manera más concreta la investigación hacia su finalidad.

Partiendo del supuesto de que algunos de los empresarios emprendedores no cuentan con una educación superior en ciencias económicas o administrativas posiblemente, la causa de la ausencia de una buena gestión y la toma de decisiones asertivas es la exclusión de la contabilidad como herramienta estratégica de administración.

## LAS VARIABLES

Para abordar el tema de investigación con sus objetivos correspondientes se acoge las siguientes variables que sirven para lograr resolver la formulación planteada en un principio. La formulación de las variables atravesó por momentos de crisis siendo varias veces replanteadas en la primera parte del trabajo, sin embargo se logró identificar los principales factores a tener en cuenta para desarrollar lo que se pretendía y dar conclusión a cada uno de los objetivos específicos.

VARIABLES	DEFINICIÓN	FORMA DE MEDICIÓN	POSIBLE RESULTADO
<b>FACTORES DE COMPETITIVIDAD</b>	Son los ítems o componentes que determinan la competitividad a nivel general en las empresas textil-confección, ya sea a nivel externo o interno, y que estén bajo la influencia o no de la organización.	¿Qué factores considera que ayudan a la competitividad de una mipyme del sector textil-confección?	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Precio</li> <li>✓ Costos</li> <li>✓ Diferenciación de producto</li> <li>✓ Buen nombre</li> <li>✓ Publicidad</li> <li>✓ Prácticas operativas y/o administrativas</li> <li>✓ Otros</li> </ul>
<b>PROCESOS GENERADORES DE COMPETITIVIDAD INTERNA</b>	Establece para la mipyme los segmentos empresariales o procesos de la compañía donde se generan puntos estratégicos de competitividad.	¿Cuál de estos procesos empresariales; gerencia, administración o producción concentran los focos estratégicos de competitividad en la empresa?	<p>Proceso Gerencial</p> <p>Proceso Administrativo</p> <p>Proceso de Producción</p>
<b>RIESGOS DEL MERCADO</b>	Establece los riesgos que significa para una empresa el estar en un mercado altamente influenciado por un sin número de organizaciones fuertemente competitivas.	¿Cuáles son los riesgos que afrontan las empresas para lograr posicionarse en el mercado y su nivel de influencia en la obstaculización de competitividad empresarial?	<p>Hay riesgos y son altamente obstaculizadores</p> <p>Hay riesgos y son medianamente obstaculizadores</p> <p>Hay riesgos y son poco obstaculizadores</p> <p>No hay riesgos</p>

<p style="text-align: center;"><b>GRADO DE CONTRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN CONTABLE</b></p>	<p>Muestra el impacto y el nivel de contribución de la información contable en la toma de decisiones y en la generación de competitividad empresarial.</p>	<p>¿Cuál es el nivel de contribución de la información contable en la toma de decisiones y en la generación de competitividad empresarial?</p>	<p>Contribución alta: La información contable en la mayoría de casos genera competitividad y apoya de manera considerable la toma de decisiones en la organización.</p> <p>Contribución media: La información contable en algunos casos genera competitividad y apoya ocasionalmente la toma de decisiones en la organización.</p> <p>Contribución baja: La información contable en pocos casos genera competitividad y apoya en muy pocas ocasiones la toma de decisiones en la organización.</p> <p>No es relevante: La información contable no genera competitividad y no apoya la toma de decisiones en la organización.</p>
--	--	--	--

## LOS INSTRUMENTOS

---

Los instrumentos y técnicas empleados para la obtención y recolección de la información llevados a cabo durante el proyecto de investigación fueron la encuesta, la observación y el análisis documental, las cuales facilitaron el desarrollo de la investigación.

En primer lugar se había decidido por parte del equipo de investigación tomar como instrumentos la encuesta y la entrevista conjuntamente, tal como quedó reflejado en el anteproyecto, sin embargo a medida que avanzaba la investigación, este último instrumento se debió cancelar en la medida que se le solicitó a empresarios del sector textil-confección llevarles a cabo una entrevista, pero en su mayoría se negaban por el alto flujo de operaciones y labores que les impedían abrir un espacio en su agenda. De esta manera al ver la negativa, el equipo de investigación en común acuerdo decidió elaborar una encuesta adicional, por lo tanto, se aplicó el mismo instrumento tanto a empresarios como a empresas maquiladoras, pero con un enfoque de preguntas diferente.

Una vez elaboradas las encuestas y aprobadas por el asesor, el equipo de investigación quiso darle agilidad y automatización al proceso de trabajo de campo para la recolección de la información, por tal motivo hizo uso de la tecnología brindada por google drive que proporciona un servicio de almacenamiento de archivos en línea. De esta manera las encuestas fueron articuladas en dicha herramienta y a través del correo electrónico [contaduría.investigacionesudea@gmail.com](mailto:contaduría.investigacionesudea@gmail.com), previamente creado por el grupo de investigaciones, se les remitió el siguiente link a las empresas maquiladoras [https://docs.google.com/forms/d/17gIAZ42RpdTgKUIHSCcErBxL0fzWK8s\\_Heenu6QX2Tc/viewform](https://docs.google.com/forms/d/17gIAZ42RpdTgKUIHSCcErBxL0fzWK8s_Heenu6QX2Tc/viewform) y a los empresarios el siguiente <https://docs.google.com/forms/d/1XaO-mInOrY6xAag6XT2SZJJas7kO2mOEPqZPWTD5BqY/viewform>.

Ahora el problema radicaba a quienes se les remitía las encuestas, dado que el equipo de investigación no tenía información de las empresas ni de los empresarios, de esta manera luego de muchas investigaciones se visualizó una ayuda importante a través del Clúster textil-confección, diseño y moda, pero luego de muchos intentos de comunicación y acercamiento a esta entidad, para servir de puente de enlace entre los agentes buscados y los investigadores, los esfuerzos fueron en vano ya que no se recibió respuesta alguna.

Sin embargo, se continuaron con las investigaciones y luego de algunos intentos, se logró tener comunicación con FENALCO ANTIOQUIA, Federación Nacional de comerciantes, a los cuales se les dio a conocer la investigación y muy



amablemente les remitieron la encuesta a empresas y empresarios que de alguna u otra manera tenían relación con el objeto de estudio y que se encontraban en sus bases de datos.

Los investigadores no satisfechos con esto, siguieron en busca de nuevos mecanismos, fue así como haciendo búsqueda de nuevas empresas, lograron a través de internet compilar, luego de muchos esfuerzos, su propia base de datos con un considerable número de empresas y empresarios, a los cuales posteriormente les fue remitida la encuesta vía electrónica.

Adicional a lo anterior, el equipo investigativo logró establecer relaciones con la Alcaldía del municipio de Donmatías, municipio ubicado al norte de Antioquia conocido como la fábrica de confecciones más grande de Colombia, dado su potencial en el sector textil por sus procesos de maquila, en donde se encuentran actualmente ubicadas más de 120 empresas dedicadas a esta actividad y que constituye la principal fuente de ingresos de la economía municipal. Allí se dio a conocer el proyecto investigativo y luego de algunos encuentros, accedieron a brindar la base de datos de las empresas, siempre y cuando fuera para uso exclusivamente académico y con la mayor reserva posible; una vez obtenidos los datos, se les procedió igualmente a enviarles las encuestas vía electrónica.

Sin embargo, luego de esperar un tiempo considerable, los resultados no fueron los esperados, dado que las respuestas obtenidas no eran suficientes. Por lo tanto, luego de reunirse el equipo de investigación, tomó la decisión de personalizar el proceso, fue así como se procedió a llamar telefónicamente una por una a las empresas que se tenía la información disponible. Sin lugar a dudas, las respuestas fueron aumentando debido a que muchos de los empresarios y maquiladores confirmaron el trabajo investigativo y la seriedad del mismo y se motivaron a realizar la encuesta; por otro lado muchos de ellos no quisieron realizar el ejercicio porque pensaban que posiblemente se trataba de un fraude o de una forma para acceder a la información confidencial de las compañías.

No obstante, al ver el problema anterior y otros adicionales manifestados por las personas cuando se les hizo la llamada telefónica, como el no contar con internet en las empresas y por lo tanto no acceder a las encuestas fácilmente, condujo a los investigadores a implementar una nueva forma para acceder a nuevas respuestas, para ello se hizo uso de la encuesta manual, la cual fue repartida a empresas maquiladoras. Los resultados no se hicieron esperar y gracias al trabajo conjunto entre tecnología y manualidad se logró obtener un número importante de respuestas que de alguna u otra forma fueron la base para el desarrollo del trabajo investigativo

Los modelos de las encuestas son los siguientes:

## Encuesta maquiladores



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES

### ENCUESTA

Encuesta enmarcada en el proyecto de Investigación “La información contable como fuente de Competitividad para las Mipymes del sector textil-confección”

#### Preguntas previas

Empresa

Cargo

Si está interesado en conocer los resultados de la presente Investigación, por favor escribir su correo electrónico.

Por favor contestar las siguientes preguntas de acuerdo con las experiencias dadas en su empresa.

1. ¿Qué factores consideran que ayudan a la competitividad del sector textil?

2. Desde su punto de vista ¿Qué factores hacen que una mipyme se consolide y permanezca en el mercado durante el tiempo dado el contexto actual del comercio?

3. ¿Qué medidas ha tomado la empresa actualmente para blindarse ante sus competidores nacionales y extranjeros dadas las condiciones actuales del mercado?

4. ¿La empresa lleva Contabilidad de acuerdo con las normas legales o simplemente lleva un registro de entradas y salidas de efectivo?



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES

5. ¿Cree que llevar la Contabilidad de acuerdo con las normas legales y los Principios de Contabilidad generalmente aceptados, influye para que una marca o empresario elija a una empresa maquiladora?

SI  NO

6. ¿Qué factores cree que tienen en cuenta los empresarios a la hora de elección de una empresa maquiladora?

8. Para ser elegido maquilador de una marca o de un empresario en particular ¿Le han solicitado en alguna ocasión información financiera tal como estados, informes o indicadores financieros?

SI  NO

9. Identifique el nivel de contribución de las siguientes herramientas contables para mejorar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas?

	Contribución alta	Contribución media	Contribución baja	No es relevante
Implementación de un Sistema de Costos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sistema de facturación adecuado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sistemas de Inventarios Justo a tiempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planeación tributaria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contabilidad financiera al día	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planeación Financiera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Implementación de un ERP que permita tener la Información en Línea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Presupuestación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES**

10. De los siguientes informes indicar la frecuencia con que los realiza la empresa

	Semanal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual	Nunca
Balance General	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estado de Resultados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estado de Cambios en el patrimonio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estado de cambios en la situación financiera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planeación tributaria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Presupuesto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proyecciones financieras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Indicadores financieros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Factores competitivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Indicadores de gestión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. De los siguientes sistemas indicar cuáles tiene implementado la organización

	Implementado	No implementado
Sistema de Costos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sistema de facturación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sistemas de Inventarios Justo a tiempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sistema ERP que permita tener la información en línea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES

12. ¿Utiliza la información contable para fines diferentes a los requerimientos legales?

SI  NO

13. ¿La empresa toma como base los Estados Financieros para la toma de decisiones?

SI  NO

14. ¿Qué riesgos afronta su empresa para lograr posicionarse en el mercado?

15. Dentro del sector textil confección hoy en día ¿Cuáles son los factores con los que se compete en el mercado?

16. En cuanto al manejo de costos ¿la empresa para realizar la maquila de un producto, acepta el precio ofertado por el cliente o tiene metodologías de costeo para calcular dicho valor?

**Muchas gracias por su amable colaboración que es vital para nuestro  
proceso investigativo**

## Encuesta para los empresarios



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES

### ENCUESTA

Encuesta enmarcada en el proyecto de Investigación "La información contable como fuente de Competitividad para las Mipymes del sector textil-confección"

#### Preguntas previas

---

Empresa

Cargo

Si está interesado en conocer los resultados de la presente Investigación, por favor escribir su correo electrónico.

Por favor contestar las siguientes preguntas de acuerdo con las experiencias dadas en su empresa.

---

1. ¿Hace un estudio previo que determina la elección de las empresas que le maquilan?

SI

NO

2. ¿Qué factores toma en cuenta para la elección de una empresa que confecciona o hace el proceso de maquila?

3. De los anteriores ¿Cuáles considera que son los factores prioritarios y fundamentales para la elección de la empresa maquiladora?



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES

4. Han observado en alguna ocasión los Estados financieros o los han tenido en cuenta para el proceso de elección de la empresa maquiladora?

SI  NO

5. Desde su punto de vista ¿Qué factores hacen que una mipyme se consolide y permanezca en el mercado durante el tiempo?

6. Al analizar la información contable cuantitativa y cualitativa ¿Para la elección de una empresa maquiladora, cuál cree más importante y relevante analizar?

7. ¿Qué factores considera que ayudan a la competitividad de una mipyme del sector textil-confección?

8. Desde su punto de vista ¿Cuáles considera que son las nuevas necesidades del mercado que son insatisfechas por las mipymes del sector textil?



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABLES

9. Identifique el nivel de contribución de las siguientes herramientas contables para mejorar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.

	Contribución alta	Contribución media	Contribución baja	No es relevante
Implementación de un Sistema de Costos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sistema de facturación adecuado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sistemas de Inventarios Justo a tiempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planeación tributaria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contabilidad financiera al día	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planeación Financiera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Implementación de un ERP que permita tener la Información en Línea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Muchas gracias por su amable colaboración que es vital para nuestro proceso investigativo**



## FUENTES

---

### **Referentes bibliográficos**

- Acevedo, M. L., & Rocha Ramirez, E. F. (2011). *Importancia de un sistema de costos para la competitividad de las empresas peruanas*. Lima.
- ANDI. (2012). *Sector textil, confecciones y moda en Colombia*. Recuperado el 25 de 05 de 2012, de <http://www.andi.com.co/pages/comun/infogeneral.aspx?Id=26&Tipo=2>
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2007). *Sistemas de Información Integrados (ERP)*. Madrid: Graficas ORMAC.
- Brachfield, P. J. (s.f.). *Pere J. Brachfield*. Recuperado el 23 de junio de 2013, de <http://www.perebrachfield.com/>
- Cabrera, A. M., López, P. A., & Ramírez, C. (2011). *La competitividad Empresarial, un marco conceptual para su estudio*. Bogotá: Ediciones Fundación Universidad Central.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (1999). *La ventaja competitiva de la actualidad empresarial antioqueña hacia el siglo XXI*. Medellín.
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2006). *Cluster una estrategia para crear ventaja competitiva*. Medellín .
- Casalnovi, J. M. (s.f.). *Proyecto de facturación*. Recuperado el 02 de 07 de 2013, de <http://proyectedefacturacion.blogspot.com>
- Castaño, C. E. (2008). *El carácter estratégico de la contabilidad en las mipymes. El contexto colombiano*. Recuperado el 26 de 07 de 2012, de Revista Adversia : <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/adversia/article/viewFile/1976/1623>
- CEPAL. (2007). *Serie estudios y perspectivas N° 16. Escalafón de la Competitividad de los Departamentos en Colombia*. Bogotá.
- DANE. (2005). *Estadísticas de competitividad Industrial*. Recuperado el 02 de 06 de 2013, de [www.dane.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=98&Itemid=59](http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=98&Itemid=59)

- Diccionario de la Real Academia española Vigésima segunda Edición.* (s.f.). Espasa.
- Enciso, C. E., & Porras Jimenez, J. A. (2011). La gestión del talento humano ante el desafío de organizaciones competitivas. *Gestión & Sociedad*, 167-183.
- Filippo, E. (1978). *Principios de administración personal*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Florez, J. G. (2008). El mundo a partir de lo contable. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 243-256.
- Foro Económico Mundial. (2012-2013). *Índice de Competitividad Global*.
- Garay, L. J. (2004). *Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996*. Recuperado el 22 de 03 de 2013, de Biblioteca Virtual del Banco de la República:  
<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/246.htm>
- Gómez, Á. R., Bañuelos Bernal, K. F., Rubio Lajas, B. P., & Chávez Meléndez, J. (2010). Factores internos que afectan la competitividad en las empresas de la zona sur de Tamaulipas. *Revista de Ingeniería Industrial*, 1-3.
- Gonzalez, C. d. (2003). *El Presupuesto*. Cengage Learning.
- Gonzalez, P. (2010). *Aproximación al modelo de toma de decisiones usado por los gerentes de las pymes en Cali, Colombia*. CALI: Universidad del Valle.
- Greiner, O. (2001). *Importancia del control presupuestario en el contexto de la implementación estratégica: reflexiones y resultados empíricos*. Recuperado el 30 de 05 de 2013, de  
<http://webdelprofesor.ula.ve/economia/guacaran/Oliver%20Greiner.pdf>
- International Institute for Management Development IMD. (2013). *The World Competitiveness Scoreboard*. Recuperado el 01 de 06 de 2013, de  
<http://www.imd.org/uupload/IMD.WebSite/wcc/WCYResults/1/scoreboard.pdf>
- International Institute for Management Development IMD. (2013). *World competitiveness center (WCC)*. Recuperado el 31 de 05 de 2013, de  
<http://www.imd.org/wcc/wcc-pdf-country-profiles/>
- Muñiz, L. (2009). *CONTROL PRESUPUESTARIO: Planeación, elaboración y seguimiento del presupuesto*. PROFIT Editorial.

- Porter, M. (1993). *La ventaja competitiva de las Naciones*. Buenos aires: Ediciones Javier Vergara .
- Porter, M. (1998). *Cluster and the New Economics of Competition*. Recuperado el 22 de 05 de 2013, de Harvard Business Review:  
[http://biblioteca.fstandardbank.edu.ar/images/d/de/Clusters\\_1.pdf](http://biblioteca.fstandardbank.edu.ar/images/d/de/Clusters_1.pdf)
- Porter, M. (2009). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Piramide.
- Puerto, M. E. (2006). ¿Es la contabilidad administrativa una herramienta útil para desarrollar la competitividad de las empresas? *Contaduría y Administración*, 146-166.
- Rodríguez, A. G. (Septiembre de 2013).  
<http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1241969270.pdf>.  
Recuperado el 20 de 08 de 2012, de  
<http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1241969270.pdf>:  
<http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1241969270.pdf>
- Romero, B. F., & González Santoyo, F. (2009). La competitividad de las pymes morelianas . *Cuadernos del CIMBAGE N° 11*, 85-104.
- Smith, A. (2010). *La riqueza de las Naciones*. Buenos aires: Aguilar.
- Soto, H. (1 de 4 de 2011). *Importancia del presupuesto dentro de la empresa*. Recuperado el 23 de 05 de 2013, de The european business school:  
<http://blog.iedge.eu/direccion-finanzas/planificacion-financiera/presupuestos/homero-soto-la-importancia-del-presupuesto-dentro-de-la-empresa/>
- Valencia, G. S. (2006). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

## **LAS FASES Y LOS PROCEDIMIENTOS**

---

### **Planteamiento del problema, objetivos y justificación**

En esta etapa, el equipo de investigación se planteó diferentes opciones frente a los temas a tratar, sistemas de costos, competitividad y Tratado de Libre Comercio TLC; tras una ardua deliberación se concluyó que el tema más apropiado teniendo como base el sistema actual de mercado, debía integrar la competitividad tras la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos.

Sin embargo, el asesor metodológico no veía muy clara la relación que se planteó de estos dos temas y la contabilidad, por lo que hubo una gran discusión de pensamientos frente al tema, razón por la cual se optó por reducir el campo investigativo a las herramientas que brinda la contabilidad para generar mayor competitividad.

En este espacio, se concluyó además que el planteamiento se encontraba muy abierto y abarcativo y que se debía cercar aun más, es de resaltar que esta fue la dificultad más grande durante el desarrollo investigativo, ya que a pesar de que el trabajo se delimitó sólo a las mipymes del sector textil-confecciones, los temas a tratar seguían siendo muy extensos, puesto que son múltiples las herramientas que se pueden establecer a partir de la información contable y por ende se hacía necesario profundizar en cada una de ellas.

### **Diagnóstico bibliográfico**

Uno de los asuntos importantes exactamente en esta parte del trabajo, fue la incursión de una nueva integrante al grupo; Julieth Cristina Arcila, la cual llega en la fase de la construcción teórica del trabajo de grado I.

Con el tema y los objetivos ya definidos, se procedió a realizar la consulta bibliográfica para obtener referentes hacia el objeto de estudio, momento en el cual se evidenció que la contabilidad y la competitividad han sido abordados de diversas maneras, planteando la importancia de la evaluación de cada uno, pero no se encontró relación entre los mismos, lo que motivó más al equipo investigativo a seguir en pie con el tema propuesto.

Allí cada uno de los integrantes del grupo, investigó sobre los temas abordados sintetizando las ideas para luego ser discutidas en grupo, lo que contribuyó a que se obtuviera una visión más clara de lo que se pretendía plantear.

## **Diseño metodológico**

La investigación se vale del método deductivo para encontrar el cauce de los objetivos y la relación coherente de la temática de competitividad con asuntos contables, es por esto que se hace necesario ir de lo general, en este caso de la economía, a lo particular, culminando con las herramientas de tipo contable. Los atributos del texto en esencia son de tipo cualitativo, pues se recurre a la teoría administrativa, económica y contable para dar respuesta a la formulación del problema; sin embargo, asuntos de tipo cuantitativo como la encuesta y su tabulación representan buena parte del trabajo.

## **Diagnóstico bibliográfico**

- Revisión y depuración de la bibliografía
- Recolección de nuevas fuentes bibliográficas
- Análisis de la contribución de cada una de las fuentes bibliográficas obtenidas.

## **Aplicación de los instrumentos**

Para el desarrollo de la investigación se procedió con la revisión documental de las características de las mipymes del sector textil-confecciones de Antioquia, en especial del Valle de Aburrá, para así generar una visión más amplia de las empresas que se iban a tratar, logrando de esta manera una selección de cuales se debían tener en cuenta para aplicarles la respectiva encuesta, tal como se dio a conocer anteriormente.

Ahora bien, para generar una visión más amplia de la competitividad de dicho sector, se planteó la necesidad de encuestar a los empresarios que hacen uso de las mipymes para los procesos de maquila, logrando así evidenciar qué características debían cumplir para que fueran elegidas o no por dichas empresas

## **Análisis e interpretación de la información**

En este espacio se procedió con la tabulación de los datos obtenidos con las encuestas y a la construcción de gráficos que permitieron analizar de una forma más dinámica cada una de las respuestas obtenidas, concluyendo así en una interpretación tanto cualitativa como cuantitativa de la información recolectada.

Tras este hecho se procedió a plantear las conclusiones y confrontar con la hipótesis planteada al inicio de la investigación.

## **Redacción del artículo y construcción de la memoria metodológica**

En este paso se evidenció una gran dificultad para avanzar en dicho proceso, ya que las actividades diarias de cada integrante debido a las prácticas académicas, hizo que fuera complicado concretar los espacios en que el grupo se reuniría para confrontar sus ideas, por lo cual se procedió a que cada uno se planteara que información debía ser utilizada y que enfoque se le quería dar al artículo, de esta manera tras varias reuniones se logró concatenar cada una de las ideas, y así se hizo más fácil la redacción grupal del artículo en tiempos disponibles por el grupo investigativo, en especial los fines de semana, adicionalmente cuando se presentaba falta de espacios físicos, los integrantes procedieron a hacer uso de herramientas como Skype, donde por medio de una comunicación constante en línea se realizaron algunos acuerdos en la realización del artículo y la memoria. Se resalta que tras la redacción del artículo, se filtraron apartes que podían ser incluidos en la memoria metodológica y que permitieron ir avanzando en las dos herramientas a la vez.

## **Población y muestra**

Con las finalidades del trabajo era claro que las mipymes resultaban el nicho de estudio y por ende el objetivo de las encuestas, sin embargo a lo largo de la investigación los empresarios resultaron de gran importancia para los objetivos de contraste del trabajo y entraron a hacer parte de la población y muestra. Es así como se delimita la población a las mipymes de sector textil y a los empresarios contratistas de las mismas. A su vez la muestra constó de 21 maquilas textiles confeccionistas, y 17 contratistas de las anteriores mipymes.

## **Trabajo de campo**

Tras la ardua recolección de información bibliográfica, se procedió a realizar el trabajo de campo, en el cual cada uno de los integrantes procedió a ponerse en contacto con las mipymes y empresarios seleccionados.

En este paso se vio frustrada un poco la investigación porque el trabajo se veía retrasado, ya que al inicio fue muy complicado que las encuestas fueran respondidas, pues los empresarios argumentaban no tener tiempo o peor aún que la información era confidencial, sin embargo, se insistió en tal medida que al fin se logró obtener la información deseada, lo que generó nuevamente motivación al grupo y cada vez que se recibía una respuesta era una gran satisfacción.

Como se planteó anteriormente, se procedió a encuestar a los empresarios usuarios de las mipymes, y a los dirigentes de maquilas, lo que contribuyó para

realizar un análisis de la información teórica planteada, permitiendo obtener las conclusiones.

### **Análisis de la información y conclusiones**

Con la información recolectada a través de la revisión documental y las encuestas, se procedió a realizar un amplio análisis, en esta medida, se evidenció que la información suministrada por las encuestas permitían analizar el problema planteado desde tres puntos de vista, la parte interna, que es representada con las necesidades que las mipymes plantearon a lo largo de su resolución, una parte externa que fue proporcionada por los empresarios al brindar un análisis desde un enfoque y una parte de relación mutua que permitió integrar las necesidades de ambos enfoques.

Concluyendo en que son innumerables los factores considerados, tanto por las mipymes como por los empresarios, que contribuyen a que una empresa sea competitiva o no dentro de un mercado globalizado; dando como resultado que la calidad es el factor principal para dicho objetivo; tras esta conclusión se procedió a analizar cómo las herramientas contables, como lo son sistemas de costos, sistema de facturación, ERP, presupuestación, entre otros, ayudan a que esos factores sean mejorados y lograr así satisfacer las necesidades actuales, resaltando que la contabilidad por sí sola no genera competitividad sino que se debe realizar una buena implementación de sus herramientas basada en la información que la contabilidad les suministra.

## LECTURA Y ESCRITURA

---

Al inicio de la investigación, la lectura planteada era a manera individual buscando bases sólidas para plantear de manera adecuada el problema a tratar a lo largo de ésta, después cuando ya todo estaba definido, la lectura se hizo de forma grupal para así lograr concatenar las ideas para ser transcritas en el artículo.

Nuevamente como se mencionó antes, la lectura volvió a ser individual tras la difícil comunicación que se presentaba en el grupo por las prácticas académicas, lo que ayudó a que las ideas estuvieran más claras cuando el grupo pudiera reunirse a analizarlas; en este punto la escritura se tornó más dinámica puesto que todos los integrantes tenían claro en que se debía hacer énfasis y cuál era el enfoque a darle al artículo.

Sin embargo, se resalta que en ocasiones fue difícil concatenar las ideas y ponerse de acuerdo frente a qué términos utilizar para desarrollar cierto escrito, lo que retrasó un poco su redacción.

A pesar de todos los inconvenientes en esta etapa, ya se genera una satisfacción con lo concluido porque se logró formalizar las ideas expuestas y concluir de manera coherente con lo planteado. Además, en cuanto a la redacción, al releer el artículo se evidenció que el enfoque deseado se había logrado en gran medida, lo que permitió que el lector se interese en continuar su lectura y no se vuelva monótona este hecho, dejando resaltadas varias ideas importantes que dan resolución al problema planteado.



## **LOS ASESORES**

---

### **Asesor metodológico**

**Carlos Mario Ospina Zapata**

Contador Público y docente de la Universidad de Antioquia. Fue el encargado de brindarle al equipo de investigación las bases para la construcción del Trabajo de grado a través de su acompañamiento y orientación en el proceso de construcción de la planeación. Fue el motor y guía para definir delimitadamente el problema de investigación y la construcción de los objetivos, al igual que el marco teórico. Representó una fuerte guía para la estructuración metodológica del trabajo, sus pertinentes conocimientos, permitieron vislumbrar el enfoque que posteriormente en la segunda fase de la investigación se llevaría a cabo

La relación entre el asesor y los investigadores siempre fue muy cordial, lo que permitió que el acercamiento fuera fructífero a la hora de atender las inquietudes planteadas por los integrantes del grupo. Es de resaltar, que el asesor fue pieza fundamental en el momento en que el tema de investigación se veía confuso, y gracias a sus aportes se logró aclarar el panorama y concluir en un tema más conciso y de gran importancia que permitiera realizar un análisis más profundo.

### **Asesor temático**

**Luis Fernando Gómez Montoya**

Contador Público y docente de la Universidad de Antioquia, Magister en Administración. Fue el encargado de brindar acompañamiento al equipo de investigación durante la parte de ejecución y finalización del trabajo de investigación, fue el motor y guía durante la definición y construcción de los instrumentos a utilizar durante el proceso, de la estructura de la investigación y la delimitación temática. Sus aportes fueron muy valiosos dado la experticia del docente en temas de gestión empresarial, siempre mantuvo las puertas abiertas para orientar a los investigadores en cualquier instante y ante cualquier inquietud, predominó el respeto, amabilidad y cordialidad por parte de él hacia los investigadores. De igual manera, el asesor fue pieza fundamental en el momento en que el tema de investigación se veía confuso, y gracias a sus aportes se logró aclarar el panorama.

## CONCLUSIONES

---

El trabajo de investigación en sus dos fases fundamentales, permitió al equipo desarrollar y concretar habilidades investigativas cultivadas a lo largo de la carrera profesional, que fueron de gran importancia y generaron una propicia antesala para la ardua tarea del desarrollo completo y adecuado del trabajo de grado. Por las características de la temática abordada fue posible la interacción de múltiples elementos y conocimientos no sólo en las diferentes ramas contables, sino también en las bases administrativas y sobretodo económicas que fueron características en el peso académico a lo largo de los semestres, esto permitió afianzar en cada uno de los integrantes del grupo la visualización de las ciencias económicas como un conjunto indisoluble e indispensable en cualquier tipo de entorno económico. Además de esto, fue de gran importancia identificar completamente la contabilidad en temas como la competitividad empresarial, desenmarcándola del estigma legalista para muchos en Colombia, esto si bien es una realidad para muchos, el trabajo representa una puerta abierta para que ante la realidad del país frente a la problemática planteada, se voltee la mirada hacia un elemento por naturaleza inexcluíble como lo es la contabilidad.

En el desarrollo investigativo fue fundamental el trabajo en equipo que a través de la distribución apropiada de tareas y la coordinación entre éstas mismas, posibilitaron la satisfactoria culminación del trabajo final. Es importante resaltar además el fortalecimiento de los integrantes del equipo en habilidades tanto interpersonales con el manejo de encuestas y su gestión; como profesionales por medio de la profundización teórica que fue necesaria a lo largo del trabajo.

## **ANEXOS**

---

**Anexo 1. Anteproyecto de investigación**

**Anexo 2. Respuestas y tabulación de Encuestas**

**Anexo 3. Fichas bibliográficas**

**Anexo 4. Encuestas manuales**