

PLANTILLA DE TRABAJO DE GRADO

**DISEÑO DEL PLAN DE GESTIÓN COMERCIAL, CONTABLE Y FINANCIERO PARA
LA EMPRESA UNIPERSONAL BOMBAS Y MANTENIMIENTOS DE LA CIUDAD DE
BOGOTÁ**

JOHANNA MARICELA DUQUE VARGAS

MIGUEL ENRIQUE RESTREPO LOBO

DIRECCIÓN NACIONAL UDCH

UNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA INVESTIGACIÓN Y

LA INNOVACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

28 de octubre del 2020

Tabla de contenido

Agradecimientos	5
1. Resumen ejecutivo de la propuesta	6
Abstract.....	8
Introducción	10
2. Justificación	14
3. Estado del arte.....	18
4. Objetivo general y específicos.....	25
4.1. Objetivo general	25
4.2. Objetivos específicos.....	25
5. Marco teórico	26
5.1. Importancia de la organización empresarial	26
5.2. Importancia de la gestión financiera.....	26
5.3. Importancia de la gestión comercial.....	29
5.4. Importancia de la contabilidad en las organizaciones	31
6. Metodología.....	34
7. Resultados y análisis	36
7.1. Diagnóstico del sistema comercial, contable y financiero de la empresa Unipersonal Bombas y Mantenimientos.....	36
7.1.1. Diagnóstico de escenarios comerciales.....	36
7.1.2. Diagnóstico de escenarios económico – financiero	39
7.1.3. Diagnóstico del contexto contable.....	41
7.2. Análisis de los recursos contables, comerciales y financieros que actualmente se encuentran en el mercado para la gestión operativa Mipyme.....	42
7.2.1. Plataformas de gestión comercial – marketing	43
7.2.1.1. Plataforma OpenCart	43
7.2.1.2. Plataforma WooCommerce	44
7.2.1.3. Plataforma WIX	44
7.2.1.4. Plataforma Magento	45
7.2.1.5. Plataforma Shopify.....	45
7.2.2. Plataformas de control de ventas.....	45
7.2.2.1. Plataforma Monday	46
	2

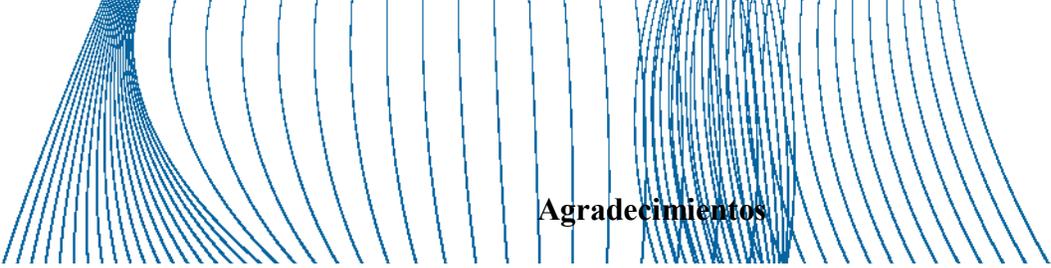


7.2.2.2. Plataforma Nubiquo.....	46
7.2.3. Plataformas de gestión contable - financiera.....	47
7.2.3.1. Sistema SIIGO.....	47
7.2.3.2. Sistema ALEGRA.....	48
7.2.3.3. Sistema WAVE.....	48
7.3. Parámetros de aplicación a nivel financiero, comercial y operativo en la empresa unipersonal Bombas y Mantenimientos.....	50
7.3.1 Parámetros financieros.....	50
7.3.2. Parámetros comerciales.....	57
8. Conclusiones y logros.....	67
8.1. Conclusión general.....	67
8.2. Conclusiones específicas.....	69
Referencias.....	72
Anexos.....	75
Anexo 1. Catálogo de servicio de la empresa unipersonal bombas y mantenimientos.....	75
Anexo 2. Encuesta: Diagnostico actual de la empresa bombas y mantenimientos.....	80
Anexo 3. Respuestas: Diagnostico actual de la empresa bombas y mantenimientos.....	87



Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de perfil competitivo a nivel financiero.....	53
Tabla 2 Matriz DOFA.....	60
Tabla 3 Matriz de factores comerciales de competitividad.....	62
Tabla 4 Plan de Medios.....	65



Agradecimientos



Mis padres me dieron la oportunidad de ayudarme a formar mi carrera profesional y ser quien soy actualmente, a ellos les debo gran parte de mi vida y la mayoría de mis logros; también, quiero agradecerle a mi esposo por su apoyo en este proceso que nos dio la oportunidad de conocernos y llegar a ser la familia que somos junto a nuestro pequeño Thomas.

El desarrollo de este trabajo fue posible gracias a la asesoría permanente de mi tutor el profesor Miguel Enrique Restrepo Lobo, quien estuvo constantemente apoyándome en este proceso.

¡Gracias a todos.!

1. Resumen ejecutivo de la propuesta

La siguiente monografía consiste en diseñar un plan de gestión contable y financiero para la empresa unipersonal bombas y mantenimientos en la ciudad de Bogotá.

Esta empresa fue creada en el año 2006 por el señor Aldemar de Jesús Duque Marín, quien, al ver una oportunidad de negocio e independencia favorable, decide crearla para prestar servicios de instalación, mantenimiento correctivo y preventivo de motobombas, tableros de control y mando, efectúa programas de limpieza e impermeabilización de tanques de reservas de agua.

Desde sus inicios presenta déficit en el manejo contable y financiero, no ha contado con las herramientas y sistemas necesarios que le permitan tener control sobre los recursos que requiere para operar y/o prestar sus diferentes servicios en la ciudad de Bogotá y posteriormente hacer las inversiones que sean necesarias para la expansión de la misma.

La empresa unipersonal bombas y mantenimientos no cuenta con un sistema económico, financiero y comercial estructurado. Por lo anterior, sus recursos económicos se mezclan con otros ingresos, dejando así un vacío monetario que no le permite determinar cuánto son sus ingresos y egresos mensuales por medio de los servicios prestados. Se presentan inconvenientes con el control de ventas por servicios y la revisión del inventario, su facturación al momento de determinar cuánto han abonado sus clientes es deficiente, el pago a los proveedores no es registrado adecuadamente, no cuenta con una inspección de las compras, del mismo modo su catálogo de servicios es poco atractivo para la prestación comercial de cara al cliente.



Tomando lo anterior en consideración se pretende diseñar un plan de gestión comercial, contable y financiero, para facilitar el diseño de estrategias internas en la empresa en mención a modo de generar una prospectiva de crecimiento a nivel de mercados en la ciudad de Bogotá.

Palabras claves: Gestión contable, gestión financiera, gestión comercial.



Abstract

The following monograph consists of designing an accounting and financial management plan for the sole proprietorship pumps and maintenance in the city of Bogotá.

This company was created in 2006 by Mr. Aldemar de Jesús Duque Marín, who, seeing a business opportunity and favorable independence, decided to create it to provide installation services, corrective and preventive maintenance of motor pumps, control and command panels, carries out cleaning and waterproofing programs for reservoir tanks.

Since its inception, it presents a deficit in accounting and financial management, it has not had the necessary tools and systems that allow it to have control over the resources it requires to operate and / or provide its different services in the city of Bogotá and subsequently make the investments. that are necessary for its expansion.

The sole proprietorship pumps and maintenance does not have a structured economic, financial and commercial system. Therefore, your financial resources are mixed with other income, thus leaving a monetary gap that does not allow you to determine how much your monthly income and expenses are through the services provided. There are problems with the control of sales for services and the review of inventory, its billing at the time of determining how much its customers have paid is deficient, the payment to suppliers is not properly registered, it does not have an inspection of purchases, In the same way, its catalog of services is not very attractive for commercial provision to the customer.



Taking the above into consideration, it is intended to design a commercial, accounting and financial management plan, to facilitate the design of internal strategies in the company in question in order to generate a growth prospect at the market level in the city of Bogotá.

Keywords: Accounting management, financial management, commercial management.



Introducción

El presente proyecto de investigación identifica las falencias presentadas por la empresa bombas y mantenimiento dirigida por el Ingeniero Aldemar de Jesús Duque Marín, nace de acuerdo a la necesidad de independencia de su propietario, hace más de 14 años, quien prestó sus servicios a diferentes empresas del gremio como lo fue para la organización Ignacio Gómez IHM, donde laboró por largo tiempo desempeñándose como técnico de dicha empresa y a muy corta edad aprendió todo lo necesario del oficio para emprender su propio negocio.

Alrededor de los treinta años el señor Duque al ver esta oportunidad y al notar que este mercado tiene gran potencial de ganancias, decide crear e inscribir su empresa en la ciudad de Bogotá en el año 2006 como una empresa unipersonal prestando servicios de instalación y mantenimiento correctivo y preventivo de motobombas, tableros de control y mando, efectuando programas de limpieza e impermeabilización de tanques de reservas de agua, un portafolio de servicios que aprovecha para seguir en pie desde su nacimiento y el cual le ha dado grandes beneficios.

En sus inicios la empresa prestaba sus servicios en la zona norte de la ciudad y en algunas zonas residenciales de la calle 185. Con el pasar del tiempo fue extendiendo su portafolio de clientes, siendo reconocido en diferentes zonas del norte, prestando sus servicios a edificaciones que implementan equipos de presión para manejo y distribución de agua de alta y mediana complejidad, como lo son las universidades y las zonas residenciales privadas en su mayoría al norte de la ciudad, así mismo, fue expandiendo sus servicios al sur, oriente y occidente de la misma; con estos clientes suscribe contratos fijos y ocasionales en todo el sector y desde hace

aproximadamente 10 años mantiene relaciones comerciales con la Universidad Konrad Lorenz, con el Hospital San José, con constructoras, con edificaciones residenciales, con embajadas, etc..

También cuenta con algunos clientes ocasionales quienes contactan a la empresa por recomendaciones, los cuales le han permitido agrandar su mercado y mantener las utilidades sobre cada uno de los servicios que presta, esto le ha ayudado a sostenerse en pie y a no ser parte de las muchas empresas que cierran a corto plazo.

La empresa bombas y mantenimiento tiene un déficit en cuanto a organización comercial, contable y financiero, no cuenta con una caja menor o mayor, ni con un sistema de recaudo de cartera, su método de facturación es muy deficiente, no lleva un control de las ventas e inventarios, no cuenta con proyecciones de ingresos, sistemas de manejo de recursos, ni con un plan de presupuesto que le permita tomar decisiones a nivel grupal o individual en ocasiones algunos clientes han dejado de pagarle y sus finanzas se han visto afectadas, lo que ha generado falta de inversión para una posible organización al interior de la empresa.

Se tiene en cuenta que sus servicios son atractivos, pero su organización interna puede reflejar inestabilidad por que la falta de herramientas contables, conocimientos y/o procesos administrativos y financieros, esta situación no le ha permitido tener control sobre los recursos generados por la operación y así determinar cuáles son sus flujos de caja, egresos e ingresos o incluso pagos recibidos por otros conceptos que a su vez se están mezclando con los ingresos

generados por la utilidad del ejercicio de la empresa, dejando así un vacío monetario que no le permite determinar de donde es cada utilidad ya sea mensual o anual.

De acuerdo a lo anterior se pretende realizar un plan de gestión donde se analice las circunstancias por las que ha atravesado el área comercial, contable y financiero en los últimos años, así mismo, esta investigación debe estar orientada a reconocer la importancia que hay frente a la pertinente organización empresarial para llevar a satisfacción los planes de negocios que se tienen planteados hasta el momento, tomando en cuenta las experiencias que hay alrededor de la historia y como otras investigaciones han servido para superar otras o las mismas problemáticas presentadas, también que pautas y beneficios se han obtenido al entorno de esas exploraciones; teniendo esto en consideración, es fundamental plantear objetivos donde se pueda evidenciar el estado actual a nivel de estas áreas tanto a nivel interno y externo por medio de herramientas que faciliten el acceso a esta información, es de gran importancia analizar los recursos que se tengan disponibles en el mercado con respecto a este tipo de empresas, es decir plataformas y demás sistemas de gestión que ayuden al manejo y control de la información, por ultimo fijar parámetros a través de indicadores y estrategias que puedan ser medibles guiando el proceso de la investigación y permitiéndole a la empresa tener mejor fluidez económica, de inversión y estrategias comerciales que le ayuden a crecer, llevando a cabalidad los registros económicos de manera eficiente para posterior toma de decisiones y seguir manteniéndose como empresa para lograr la expansión de sus servicios a nivel nacional a un mediano plazo.

Estas problemáticas afines al control del apartado comercial y económico es una situación muy común presentada en pequeñas empresas, estas no cuentan desde su creación con un plan



claro de control a nivel presupuestal, económico o comercial, por esta razón se hace necesario analizar de qué forma un esquema interno de gestión, sobre todo en estos apartados, puede facilitar el mejoramiento del espectro estratégico del negocio a futuro, mucho más en una ciudad como Bogotá en donde se expone un panorama altamente competitivo.

2. Justificación

En la actualidad es de gran importancia contar con conocimientos pertinentes que proporcionen esquemas de control comerciales contables y financieros para el inicio y seguimiento de la operación de las empresas pequeñas, esto con la finalidad que estos negocios estén enfocados en crear esquemas organizativos prósperos tanto a nivel interno como externo, demostrando ser competitivas en el mercado.

Para tener control sobre la operación empresarial se debe contar con habilidades tanto personales y técnicas en el desarrollo de los negocios, así planear efectivamente el inicio de sus compañías, llevando a cabalidad las actividades y estrategias propuestas para su posterior crecimiento. Se observa que las personas emprendedoras no cuentan con los conocimientos necesarios para lanzar sus productos y/o servicios al mercado, muchas buenas ideas quedan estancadas después de su creación y no precisamente por la falta de un mercado competitivo o capacidad económica, sino por la falta de un adecuado manejo comercial, contable y financiero.

Ante esto deben implementarse modelos de control operativo, económico, financieros, comerciales llevando a cabo todas las estrategias planteadas para el negocio, ofreciéndole al mercado mejores opciones de negociación, alianzas estratégicas y confiabilidad en la prestación del servicio, esto le ofrecerá mejor estatus empresarial y reconocimiento para su posterior crecimiento, satisfaciendo de manera efectiva a sus clientes.

Tomando esto en consideración, la presente investigación se enfocará en diseñar un plan de gestión contable, financiero y comercial, que le permita a la empresa unipersonal bombas y



mantenimientos ubicada en la ciudad de Bogotá D.C, llevar a cabalidad cada uno de los registros contables necesarios para el manejo adecuado de las finanzas que se ejecuten a través del ejercicio implementando herramientas que facilitan dicha operación. Así mismo, estas acciones le permitirán tener un manejo de estrategias comerciales internas y externas para la toma de decisiones y emprender después de aproximadamente 15 años con una operación pertinente para su organización.

De acuerdo a la preparación universitaria adquirida en la Universidad Antonio Nariño, así como teniendo en cuenta las líneas de investigación de la universidad se llevará a cabo esta investigación a través del proceso de gestión de calidad siendo esta una de las líneas de investigación de la facultad de Administración de Empresas, la cual define su importancia en llevar a cabo procesos que estén planificados adecuadamente, con este enfoque se asesorará de manera permanente y presencial al propietario de la empresa bombas y mantenimientos para que pueda adecuar su estructura financiera, económica y comercial permitiéndole liquidar deudas, invertir en su negocio o proporcionar un amortiguador contra futuros desafíos financieros, de manera ágil y segura para la toma de decisiones con respecto a sus flujos de caja, así como control de ventas, control de publicidad, control de relaciones comerciales con clientes y proveedores, manejo adecuado de los inventarios y/o por otros conceptos para tener organización y posteriormente un mejor estatus en el mercado.

La empresa unipersonal, no ha contado con una estructura organizacional clara, por ello, se realiza un diagnóstico de su composición interna y externa, identificando falencias tales como: falta de registro de ingresos y egresos, falta de manejo de caja menor o mayor, falta de registros

contables y herramientas que le permita tener claridad sobre la situación financiera actual de la empresa, falta de estrategias comerciales de ventas, control comercial, adecuado manejo de la contratación, publicidad efectiva y demás manejos organizacionales que se pretende implementar en este trabajo.

Con este estudio se proveerá de un apoyo técnico en lo que respecta al control permanente y pertinente de la estructura económica y comercial en la empresa objeto de análisis, del mismo modo esto les permitirá a otras empresas del sector a contar con herramientas y conocimientos que facilitan el trabajo organizacional en temáticas relacionadas con la gestión económico – comercial.

Al final de esta investigación se demostrará que tener un control permanente de la estructura económica y comercial le permitirá a las empresas posicionarse de una manera más eficiente en el mercado, estas acciones las dotará de herramientas que facilitaran el trabajo organizacional, desde la elaboración de planes de trabajo claros en lo que respecta al registro clientes, servicios operativos, hasta la esquematización de procesos de facturación, manejo de flujo de proveedores y controles del apartado de ingresos – costos.

Así mismo, se tendrá muy presente la verdadera importancia que ha tenido la empresa en Colombia, la cual es realmente imponente, destacando que para llevar en buen termino procesos administrativos a nivel financiero, comercial o contable, se dispone de datos efectivamente, verídicos y confiables, que el estudio realizado desde esta facultad ayuda a que estas áreas con dificultades en su interior y exterior sean cada vez mas eficientes en implementar procesos pertinentes para su evolución, es estar al tanto de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar, los diferentes procesos y que la experiencia se obtiene con el pasar de



los años, operando y corrigiendo cada uno de los inconvenientes efectuados al interior y exterior de las organizaciones.

3. Estado del arte

Inicialmente se debe tener en cuenta que la base para que las empresas puedan ser competitivas en el mercado es su organización interna y externa, los planes de mejora y las diferentes acciones están orientadas en optimizar los resultados de un proceso que le permitirá crecer y ser prosperas a corto, mediano y largo plazo.

Para ello es indispensable tener en cuenta teorías frente al suceso financiero como por ejemplo la economía política desde el punto de vista marxista leninista donde se establece que en las etapas del progreso histórico de las finanzas la gestión financiera operativa, enfocada al capital de trabajo, allí se contextualiza en dos representaciones: la disciplina técnica y la escuela del pensamiento económico a la que pertenece.

Desde la perspectiva técnica, las economías como método constituyen un cuerpo de principios, teorías y hallazgos efectivos afines con la generación y orientación de recursos financieros (lo que presume tomar medidas en correspondencia con los flujos de efectivo, sobre la base del entorno financiero, las finanzas gubernamentales y las finanzas empresariales). Es precisamente en el contexto de la organización donde se desarrolla la gestión financiera, en la cual se enmarca y se justifica la teoría de la gestión financiera operativa.

Ahora bien, desde el punto de vista de la escuela de pensamiento económico, es conveniente examinar que el instrumental avanzado para la gestión financiera operativa ha adquirido como contexto la economía de empresa y, específicamente, la ciencia financiera, las cuales se han encontrado reciamente influenciadas por la economía neoclásica surgida en la segunda mitad del siglo xix. A pesar de los cambios acontecidos desde esa época puede decirse, sin exageración, que el núcleo principal del aporte neoclásico se mantiene hasta nuestros días, habiendo pasado a formar parte integral del cuerpo teórico de la ciencia económica.

En este sentido, se debe asemejar las relaciones entre las categorías financieras y las categorías marxistas, y constituir los nexos existentes entre ellas en forma y contenido. Las cualidades financieras esenciales de la gestión financiera operativa a examinar desde la lógica marxista leninista son: capital de trabajo asociado con la inversión en activo circulante, riesgo asociado a la liquidez y, por tanto, al desarrollo del ciclo de efectivo, y rentabilidad asociada a la capacidad de generar beneficio, lo anterior fue desarrollado en la investigación nombrada “La teoría de la gestión financiera operativa desde la perspectiva marxista” desarrollada por Hernández, Espinosa, y Salazar (2014).

En cuanto a la gestión comercial se hace referencia a la teoría clásica organizacional de acuerdo a la expresado por Morejón (2016) en la investigación titulada “La teoría organizacional: análisis de su enfoque en una administración pública y su diferencia en una administración privada” quien concuerda en que el lanzamiento de la teoría clásica de la organización y su moderna aplicación consiste en sugerir que las organizaciones deben o deberían ser sistemas racionales que actúan tan eficientemente como les sea posible.

La teoría de la organización se sujeta con la conexión situada a las diversas unidades que se encuentren en una entidad que pone en conocimiento la división del trabajo, dando a conocer que ella es lo fundamental de la organización y que no es posible establecer cómo deberá ordenarse una actividad sin tomar en consideración, en el mismo momento, cómo se debe dividir la labor en cuestión. Con lo que respecta a los elementos de la administración eficaz de los asuntos públicos y de los asuntos privados, estos se relacionan con la trascendencia de la eficiencia del direccionamiento de un líder comprometido para el personal, como centro de la dirección y la administración, junto con que la organización marche como un sistema de todas las actividades. Morejón (2016).

Son innumerables los planes de mejoramiento planteados en empresas que no cuentan con estrategias, procesos y procedimientos establecidos previamente para su funcionamiento, en cuanto a una gestión comercial, contable y financiera, los cuales resultan esenciales al momento de llevar a cabo la creación de un determinado modelo de negocio.

En una primera investigación titulada “Plan de mejoramiento en la gestión financiera de la empresa rectificadora Risaralda” desarrollada por Avila Duran, Herrera Saldarriaga, Palacio Ochoa, y Mora Henao (2016) identificaron falencias financieras en la empresa colombiana. Allí se realizó el diseño de una administración financiera inteligente, para ello implementaron un plan de mejora en donde se definieron un conjunto de acciones financieras y programas para conseguir el crecimiento y expansión de la compañía desarrollando la calidad y el rendimiento de los procesos, ellos precisan que una gestión financiera eficiente significa tomar buenas decisiones, las cuales deben estar orientadas en convertir los recursos disponibles en recursos productivos, rentables y generadores, permitiéndole a la empresa tener un mejor despliegue de sus objetivos.

Estos autores a manera de conclusión, indican que para desarrollar una gestión financiera pertinente deben implementar un sistema de información que sea un soporte efectivo para proyectar, monitorear y evaluar el rendimiento de la empresa, esto implica tener sistemas contables eficientes que recopilen la información y la organice de manera adecuada para ser consultada a la menor brevedad posible. Lo anterior, le proporciona confiabilidad a la empresa

con respecto a sus procesos de gestión financiera asegurando que los ingresos cubrirán los gastos que se requieran para el debido control de los recursos económicos de la misma.

En México el 98% de las personas que inician una empresa, empiezan sin saber cómo hacerlo, con el pasar del tiempo van aprendiendo una vez inician sus negocios, por ello más del 80% de los negocios cierran en los próximos tres años, esto es por la falta de administración y procesos contables definidos, ya que operan de forma empírica. Medina (2013).

Se tiene en cuenta que para tener certeza en qué situación se encuentra la empresa, se debe contar con indicadores que proporcionen el estado actual, algunos de ellos como los precios, las finanzas públicas, el sistema financiero, con esto se identifican las debilidades y amenazas que presenta, lo cual le da una vista de la situación del ente económico permitiéndole utilizar la información contable, para observar los resultados y así llegar a una posible toma de decisiones con la información verídica de la contabilidad.

Mediante estos sistemas de gestión y control se controló la cartera, que su nivel de endeudamiento se concentró en el corto plazo, la empresa pudo adquirir nueva maquinaria, así mismo nuevas obligaciones financieras para dar continuidad a la prestación de los servicios, que los ingresos operacionales aumentaron, así mismo la rentabilidad obtuvo mejor porcentaje.

Así mismo, el contar con un flujo de efectivo, le proporcionará una vista general para la compra de mercancías o pago del financiamiento, estas transacciones son importantes tenerlas por escrito para tener un control de los saldos diarios, semanales y mensuales que va teniendo la empresa. Medina (2013)

En cuanto a la gestión comercial, se tiene la investigación realizada por los estudiantes Benjumea y Moncada (2017) quienes desarrollaron el prospecto titulado “Plan de mejoramiento para el área comercial de la empresa fusiopulpas ubicada en la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali” donde relacionan planes de mejoramiento que permita fidelizar y potenciar los clientes nuevos y actuales, logrando que siempre elijan a la compañía como primera opción cuando requieran productos y/o servicios, así mismo se requiere fidelizar a los clientes para la expansión y crecimiento en el mercado de la marca posicionándola como una buena opción de satisfacer necesidades.

Así mismo, estos investigadores concuerdan que “El área comercial es la encargada de captar y fidelizar clientes nuevos y actuales con estrategias comerciales agresivas”, también concuerdan que esta área es la encargada de “innovar los productos para ser más competitivos, en base a los gustos y preferencias de la demanda, también son los encargados de planificar y controlar acciones, analizando las tácticas de mejora constantemente de los procesos para aumentar las ventas”.

Por otra parte se tienen las indagaciones realizadas por Ramos (2011) en su investigación titulada “Diseño y ejecución de un plan de mejoramiento para la empresa creaciones las dos mm” donde plasma que las empresas empiezan funcionando empíricamente, dicha empresa al momento de esta investigación no contaba con una planeación administrativa, de producción, de mercadeo, contable y financiera, lo cual se convertía en un obstáculo para su crecimiento, así mismo la empresa no contaba con un manejo adecuado de los inventarios, no tenía controles

sobre la materia prima, del mismo modo no aplicaba estrategias de mercadeo en cuanto a diseño de marca, precio, control de las ventas y publicidad.

Después de efectuar este diagnóstico y análisis de la situación empresarial, se procedió con la realización de un plan de mejoramiento enfocado en un estudio exploratorio y descriptivo que consiste en conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos que han llevado a cabo desde la creación de la empresa, el plan de mejoramiento en esta área se relaciona con crear la misión, la visión, las políticas organizacionales, así como sus objetivos y por medio de un análisis DOFA crear estrategias que le permitan tener mejor organización interna y a nivel organizacional.

Algunas de las conclusiones resaltadas en esta investigación a nivel comercial en cuanto al área de mercadeo y ventas se refiere, fue ejecutar estrategias de comunicación como tarjetas de presentación, volantes, y un portafolio de productos buscando el reconocimiento de la marca y la atracción de nuevos clientes, así mismo, monitorearon el análisis financiero, logrando establecer los costos fijos y variables, así como el flujo de ingresos y egresos, el balance general, al igual como comprender que un negocio debe monitorear constantemente el mercado y las nuevas tendencias que en él se estén lanzando.

En cuanto a las problemáticas presentadas a nivel contable, se encuentran investigaciones como la realizada por Lopez (2016) titulada “Propuesta de plan de mejoramiento para el proceso de cuentas por pagar la cooperativa financiera del magdalena coofinag”, en esta se comotó que las las cuentas por pagar adquiridas con los proveedores, allí manifiesta que esta circunstancia no

es muy tenida en cuenta, lo cual está generando desorganización dentro de las empresas, dando como resultado estados de cuenta ficticios, no cuentan con los soportes pertinentes para la acusación de las cuentas; se evidencia que hay una sobre carga de información sobre los asientos contables que deberían ser registrados diariamente. Se considera importante que las finanzas personales no se deben mezclar con las finanzas de las Pyme, lo cual en muchas ocasiones les impide tomar decisiones más estratégicas para sus negocios y así como un banco de datos para percibir el futuro.

De lo anterior, se evidencia que las empresas Mi pyme, relacionadas con empresas pequeñas y medianas, en su mayoría presentan errores a nivel comercial, contable y financiero, por la falta de conocimientos en construir de manera eficaz y eficiente estrategias de crecimiento desde la creación de sus empresas en cuanto a sus procesos organizacionales, lo cual les permitiría ser reconocidas en el mercado.

Se tiene en cuenta que esta información es de gran importancia para esta investigación, la cual aporta datos valiosos para la creación del diseño del plan de gestión comercial, contable y financiero que se pretende realizar para la empresa unipersonal bombas y mantenimientos de la ciudad de Bogotá, con esto se tienen antecedentes probatorios que ayudan a la implementación del plan de gestión para que la empresa pueda expandir sus servicios en un corto plazo, analizando de manera profunda las faltas que se han cometido frente a la organización empresarial y organizacional.

4. Objetivo general y específicos.

4.1. Objetivo general

Diseñar un plan de gestión comercial, contable y financiero para la empresa unipersonal bombas y mantenimientos, en la ciudad de Bogotá.

4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar el estado actual de los sistemas internos de información a nivel comercial, contable y financiero de la empresa unipersonal Bombas y Mantenimientos
- Analizar los recursos contables, comerciales y financieros que actualmente se encuentran en el mercado para la gestión operativa Mipyme, que pueden ser aplicables en la empresa unipersonal Bombas y Mantenimientos.
- Diseñar parámetros técnicos de aplicación para formalizar el sistema interno de gestión financiera, comercial y operativa de la empresa unipersonal bombas y mantenimientos.

5. Marco teórico

5.1. Importancia de la organización empresarial

Se destaca que la memoria del ser humano es muy limitada y que la vida económica y la organización empresarial está plasmada históricamente desde siglos atrás, las primeras civilizaciones que surgieron debían estructurar de manera organizada sus finanzas permitiéndole esto tener una proyección de los hechos importantes con respecto al comercio y/o intercambios comerciales realizados. Los comerciantes siempre han hecho parte de la economía a gran escala, para estos ha sido importante efectuar procedimientos comerciales a modo de simplificar los esquemas de control y registro de datos, el análisis de la información disponible y la conformación de las categorías internas de gestión se han hecho indispensables buscando un mejor control sobre los procesos y estrategias de cara al cliente.

Sin duda los hechos económicos deben ser establecidos en la organización desde una óptica de planificación, debe tenerse presente las herramientas necesarias para llevar a cabo procesos de análisis de información a modo de fortalecer la disposición de datos relevantes para efectuar un correcto proceso de toma de decisiones.

5.2. Importancia de la gestión financiera

Desde la administración de empresas, se define que: la gestión financiera, está enfocada en todo el manejo de los recursos de la empresa con el fin de generar mayores beneficios, así mismo, maximizar la riqueza de los accionistas y/o en lograr la mejor utilización de los recursos para generar un bienestar propio o común.

En cuanto a la evolución de la teoría financiera a comienzos del siglo XX, se refleja un enfoque empírico o descriptivo, expresado por Flórez (2008) donde se define que:

se concentra en el exposición de semblantes afines con la formación de nuevas empresas, la determinación de los costos de elaboración para calcular un nivel de ganancias que le permitiera al ente seguir operando en los mercados y lograr una expansión hacia el futuro, la selección de información sobre títulos e instituciones participantes en el mercado financiero, funciones operativas tales como: ingresos, desembolsos, protección y custodia de fondos y valores, preparación de nóminas, supervisión de operaciones, administración de bienes inmuebles e impuestos, negociación y contratación de seguros, teneduría de libros; generalmente ejecutados por el tesorero de la empresa.

En cuanto a la teoría de los procesos estocásticos, se hace referencia a la de Black and Scholes quienes dieron origen a la ingeniería financiera y se han ocupado del diseño, mejora y puesta en marcha de modelos y productos financieros tales como títulos, valores y nuevos tipos de contratos, además se avanza en la teoría sobre instrumentos financieros derivados como opciones, forwards, futuros, swaps, investigando disminuir el riesgo en las compañías, esto de acuerdo a lo manifestado por Flórez (2008) en el libro “Evolución de la teoría financiera en el siglo XX”.

Además, y de acuerdo a lo indicado por Terrazas (2009) en el libro “Modelo de gestión financiera para una organización” define que:

La gestión financiera está enfocada en establecer los fondos para los activos corrientes y los activos fijos; es capaz de lograr la mejor mezcla de opciones de financiación y de ampliar una política de dividendos apropiada dentro del contexto de los objetivos de la institución.

En consideración de lo anterior se asemeja con lo indicado por Reyes y Briceño (2010) en el libro “Propuesta de modelo financiero para crecimiento corporativo sostenible” quien precisa que:

“La gestión financiera eficaz debe orientarse a cambiar los recursos disponibles en recursos productivos, rentables y generadores de valor, accediendo la consecución de los objetivos estratégicos de la organización y el incremento corporativo llevadero”.

En estos apartados se expone que la gestión financiera debe estar orientada a la expansión de las organizaciones mediante un buen manejo de las inversiones, de los costos, de los precios, un correcto manejo de las políticas rentables, de los recursos disponibles, permitiendo la consecución de los objetivos estratégicos.

Ahora bien, una buena gestión financiera debe contar con una financiación, la cual, se entiende como un proceso de inversión en actividades comerciales, que incluye la asignación de recursos económicos con fines productivos a través de la producción total del capital fijo, con el fin de no solo recuperar los recursos asignados.

5.3. Importancia de la gestión comercial.

En cuanto a la gestión comercial desde la administración de empresas se define como el intercambio de la empresa con el mercado, se identifica como el final del proceso productivo donde los canales de ventas suministran el producto para posteriormente ofrecerlo al cliente.

Se identificar que la gestión comercial emplea herramientas y procedimientos dirigidos a perfeccionar la proyección estratégica, para la toma de las decisiones comerciales, así mismo y de acuerdo a lo indicado por (Conde, Tristán, Castellanos, y Hernández, 2010) en el artículo “la gestión comercial en las entidades de ciencia e innovación tecnológica” que:

El logro de una destreza eficaz supone que actividades tales como: el análisis de los clientes, el diseño de oferta, estándares y beneficios de fidelización, la ilustración de los objetivos y estrategias, la implantación y el control; se realicen de manera integrada, buscando aprovechar las sinergias que su interacción produce. Sin embargo, esta simultaneidad se logrará de forma más completa en la medida en que el modelo se aplique sistemáticamente.

El área comercial es de gran importancia, en la última década las empresas han iniciado en profundizar el desarrollo y la gestión de experiencia del usuario. Se ha observado que las compañías invierten cada vez más sus presupuestos financieros en el departamento comercial ya que observan que cada vez más ésta área brinda resultados perdurables y constantes.

De esta manera, la introducción en la gestión de experiencias puede crear una ventaja duradera y producir cambios drásticos en la posición competitiva, por lo tanto, tener una proyección y estrategias sobre estas áreas es de gran aprovechamiento para los empresarios, puesto que les ayuda a tener una vista sobre cada uno de los productos y/o servicios que lanzan al mercado, las empresas están en la búsqueda de la eficiencia y la eficacia para lograr los objetivos.

Se presenta que cuando se compara la gestión comercial con los cambios que se han presentado en la tecnología, en los estilos de vida la gestión comercial parece haber evolucionado muy poco, esto de acuerdo a lo indicado por el señor Simonato (2018) en el artículo “La innovación en el área comercial a través de la gestión de las experiencias”, acá se evalúan las funciones que se deben llevar a cabo para establecer calculos, asignar objetivos de captación, evaluar desempeño y motivar al personal de marketing y de ventas (táctico) a cargo para una mejor performance buscando unos resultados perdurables en el tiempo.

Tomando como base estos planteamientos, se evidencia que la nueva realidad de los negocios implica modificar la forma con que las gerencias de marketing formalizan las relaciones con sus mercados, teniendo así una conexión constante con las demás áreas funcionales de las empresas cumpliendo con los objetivos propuestos para la realización de la actividad económica planteada, evaluando supuestos comerciales en relación con el cliente, flujos de ventas y ciclos de facturación.

En cuanto a una planeación comercial se hace necesario incluir las herramientas investigativas necesarias del entorno interno y externo de la organización, las cuales están directamente relacionadas con el marketing; es de importancia tener en cuenta que todas las estrategias planteadas no necesariamente dan buenos resultados, pero carecer de ellas sí determina su fracaso.

Se evidencia que en un escenario estructural socioeconómico; las pequeñas y medianas empresas muchas se muestran inermes ante la competitividad creciente de los mercados, se tiene en cuenta que la existencia de problemáticas relacionadas con la alineación al entorno organizacional, los clientes, grupos de interés, centros de desarrollo y escaso análisis de cuotas de mercado y accesibilidad a sectores estratégicos les proporciona una falta de desarrollo en sus actividades de acuerdo a lo indicado por Ruiz, Carralero, Tamayo, y Aguilera (2015) en el artículo titulado “Procedimiento de plan de marketing para pequeños y medianos empresarios”.

5.4 Importancia de la contabilidad en las organizaciones

De acuerdo a lo indicado por Machado (2009) el artículo Contabilidad y realidad: Una relación crítica bajo el enfoque de la representación Actualidad Contable, la contabilidad dentro de las organizaciones tiene gran relevancia dadas las complicaciones teóricas que se presentan en cada uno de los registros contables diariamente. Así mismo, se debe tener en cuenta que la misión desarrollada con base en el sentido común y la práctica acumulada, puede dar resultado en el corto plazo, pero su implementación sin mediar procesos de formación gerencial, puede redundar en desventajas competitivas y dilatar el riesgo del negocio. Ahora no basta con el

sentido común y los enfoques técnicos para tramitar una organización, especialmente cuando se ha separado la propiedad de la administración.

El principal objetivo de los procedimientos económicos y contables es producir y generar información de manera oportuna para hacer posible el conocimiento pasado, presente u futuro de la realidad económica mediante los registros necesarios para comprobar cada uno de los gastos, ingresos y egresos que ha tenido la compañía en un determinado tiempo.

En la actualidad la gestión contable está directamente relacionada con la situación actual de la empresa, hace cuenta de los resultados de la gestión empresarial mediante los informes financieros.

De acuerdo a la evolución de la contabilidad se referencia a Fray Lucea Paciolo (1974) en el artículo desarrollado por Rodríguez, De Freitas, y Zaá (2012) titulado "La contabilidad en el contexto de la globalización y la revolución teleinformática", en este se expone:

La Contabilidad desarrolló alrededor de la historia a medida que surgieron las necesidades, y los cambios en su técnica y sus conceptos ocurrieron gradualmente. Pero han sido necesarias nuevas prácticas contabilistas al nivel de instituciones y relaciones económicas cambiantes y a la misma altura de los objetivos de la contabilidad, también cambiantes. Sin embargo, continúan en uso muchas técnicas y conceptos después de haber cesado las condiciones que los hicieron necesarios.

Los autores de este artículo definen que la contabilidad no ha huido a los embates de las duras evoluciones y cambios generados en torno al mundo, lo que la ha llevado como ciencia y profesión a tener que propagar sus horizontes y partir a la internacionalización de los mercados financieros, que le accedan mantenerse a la par de las exigencias constantes de los usuarios de la información contable; por ende, la profesión del contador hoy en día, debe estar a la vanguardia de las necesidades de los usuarios de dicha información y del mundo cambiante, que gira en torno a los esquemas de eficiencia organizacional, producto del óptimo manejo e interpretación de los resultados financieros que conduzcan a la toma de decisiones asertivas.

Estos exponen que la contabilidad se ha ido perfeccionando a través de las distintas etapas históricas de las civilizaciones todo esto, ha provocado que tanto las grandes como las pequeñas y medianas entidades, manejen las tecnologías de información y la comunicación para ser profesionales en el mercado que abarcan. En tal sentido, las sociedades se han visto obligadas a utilizar programas informáticos para llevar sus contabilidades; existiendo en el mercado un abanico de programas informáticos que se pueden utilizar, e incluso muchas organizaciones cuentan con sus propios programas, es decir, elaborados por y para las propias empresas.

De acuerdo a lo referenciado anteriormente, la gestión comercial, financiera y contable están totalmente unidas para el correcto funcionamiento de los procesos y procedimientos establecidos por las empresas, la globalización de la economía, los procesos económicos, los aspectos tecnológicos, sociales y culturales, han demarcado un escenario cada vez más interdependiente, esto ha llevado a la unificación de criterios de evaluación para efectuar planes operativos adecuados que respondan a las verdaderas necesidades del mercado.

6. Metodología

La presente investigación busca crear un plan de gestión comercial, contable y financiero para la empresa unipersonal bombas y mantenimientos, identificando cada una de las falencias que presentan alrededor de estas áreas, lo cual no le ha permitido a la empresa unipersonal bombas y mantenimientos expandir sus servicios, así mismo darle un enfoque a su estructura organizacional por la falta de conocimientos frente a la adecuado manejo de los recursos y seguimiento de los procesos de una empresa.

En cuanto al tipo de investigación, se pretende realizar un modelo descriptivo, dicha investigación es la idónea para la empresa Bombas y Mantenimientos, puesto que se necesita describir las situaciones o casos bajo este estudio de investigación, las causales de que la empresa no se haya expandido, así mismo este tipo de diseño está apoyado en la teoría que se crea mediante la recopilación, análisis y presentación de los datos recopilados.

Al efectuar un diseño de investigación en profundidad como este, se proporciona información sobre el porqué y el cómo de la investigación, y la empresa necesita un tipo de diseño bajo estos parámetros metodológicos a partir de los cuales le permita conocer los esquemas de gestión a nivel comercial y económico – financiero en los cuales han estado presentando fallas, esto para crear el plan de mejoramiento que sea eficaz permitiéndole tener un mejor desempeño como empresa a futuro, tanto a nivel interno como externo.

Así mismo para esta investigación se realiza un enfoque mixto que consiste en unir un modelo cualitativo y cuantitativo para la recolección de los datos uniéndolos y vinculándolos al estudio respondiendo al problema de investigación. Es decir, que para esto se necesitan las cualidades y datos numéricos generados en estos enfoques y relacionarlos para buscar las soluciones específicas con los objetivos planteados en la investigación.

El proceso de análisis de los datos a nivel financiero, será a través de la facturación de ventas y compras emitidas durante los últimos tres meses, para tener claridad sobre la rentabilidad, los gastos, los créditos y el efectivo de modo que la organización pueda tener un control de los recursos adecuados para el buen manejo de sus objetivos, así mismo, se solicitarán los extractos bancarios y registros contables e informes que permitirán identificar los resultados obtenidos durante este periodo, de allí se analizará que tan rentable es la operación del ejercicio, las ventajas que genera tener una gestión pertinente, esto para validar la gestión comercial de la empresa durante los últimos tres meses.

Por otra parte, se hará uso de la herramienta investigativa la encuesta analítica, siendo su objetivo principal describir y explicar los por qué de la falta de gestión, con ella recolectaremos información pertinente para el diseño del plan de gestión contable, comercial y financiero que le permitirá a la empresa tomar decisiones respecto al manejo adecuado de sus recursos.

7. Resultados y análisis

7.1. Diagnóstico del sistema comercial, contable y financiero de la empresa Unipersonal Bombas y Mantenimientos.

7.1.1. Diagnóstico de escenarios comerciales

De acuerdo a la encuesta realizada al propietario de la empresa bombas y mantenimientos se evidencia que su sistema comercial, lleva de manera desorganizada el inventario de las herramientas y maquinarias que necesita para la prestación del servicio, así mismo, estas herramientas son obsoletas lo que le ha generado al dueño del negocio mayor desgaste físico y desaprovechamiento del tiempo al realizar cualquier operación como calibrar, apretar, cortar o mover cualquier elemento del circuito de las maquinas requeridas en el cuarto de bombas, proceso que realiza manualmente y el cual conlleva a la pérdida de tiempo, el cual podría emplear en otras actividades para que la prestación del servicio sea ágil y eficaz.

Ahora bien, la empresa no controla eficientemente la comercialización de los servicios que presta, puesto que al no efectuarse un soporte al área de marketing que le proporcione la planificación y/o operación de la prestación del mismo en otras ciudades o un manejo pertinente de la distribución y organización de la promoción e introducción en el mercado del servicio a los clientes, no cuenta con un catálogo de servicios definidos que le proporcione un panorama general de los servicios que presta, el Ingeniero hasta el momento ha promocionado su trabajo de manera verbal y por recomendaciones, maneja redes sociales como Facebook pero no actualiza la página constantemente con los diferentes grupos de interés, ni mucho menos muestra de manera constante

las instalaciones o clientes satisfechos que le ayude a la promoción de los servicios prestados. En cuanto a la generación de nuevos clientes potenciales, no cuenta con una base de datos, ni asesoramientos con nuevos clientes, esto es debido a que nunca se ha interesado por abrir su mercado, ni analizar las necesidades del mismo, para desarrollar nuevas alianzas o contrataciones efectivas con clientes estratégicos.

Con respecto a la contratación, la empresa no cuenta con un asesoramiento legal permanente, en ocasiones y si tienen algunas inquietudes le preguntan a familiares que pueden conocer del tema para que los asesoren, pero no cuentan con un asesoramiento permanente, sin embargo, sin tener algunos conocimientos han podido contratar con algunas empresas sin llevar el control de la contratación, es decir no cuentan con un sistema de recolección de la información, por ejemplo no tienen una base de datos que le proporcione el número de contrato, fecha de firma, fecha de finalización, valor, condiciones o restricciones del mismo, contactos, esto hace que al momento de necesitar información no sea tan accesible genere demoras en la prestación del servicio y en la consulta de la misma.

El negocio necesita con urgencia establecer estrategias de ventas que le permita mostrarle a los clientes las ventajas con las que cuenta el servicio, para ello este departamento debe contar con el material de creatividad actualizado que mejore la relación con los clientes.

La empresa tampoco cuenta con un software de gestión de ventas que le permita consultar o analizar rápidamente la información la cual debe darle un soporte de dirección operativo al área comercial y al departamento de ventas, en este momento la empresa no está analizando esta

información, no cuenta con unos objetivos que le permitan darle dirección a las ventas y al área comercial, en cuanto al análisis de la situación general de los procesos internos, la empresa gestiona este departamento de manera verbal y por fotografías a otros clientes, pero no tiene una investigación preliminar sobre el procesamiento de las transacciones, del control de los procesos del negocio o de la colaboración empresarial.

En cuanto a las ventas se cataloga como un elemento primordial de la gestión comercial para la empresa bombas y mantenimientos, dicho negocio trata de diferenciarse por su ventaja competitiva, ya que los servicios que prestan no son tan competitivos en el mercado, por ello tratan de proporcionarle a los compradores un valor excelente de los servicios que se prestan.

Por tratarse de servicios tan especializados su precio no es tan bajo, pero sí de muy buena calidad, se diferencian por ser un servicio que vale la pena pagar, y que son vitales para el funcionamiento de la infraestructura de empresas, hogares, fábricas y todo lo que tiene que ver con edificaciones.

La empresa trata de combinar precio, características, calidad de servicio, conocimientos, puntualidad etc... con esto se basa para darle precio a su trabajo, siendo competitivos y diferenciándose en el mercado.

Por otra parte, la empresa no se ha interesado por tener una figura clave como un vendedor que promocione sus servicios, siendo esto vital para el desempeño de las ventas, aun así, la empresa no ha dejado de recibir ingresos por este concepto, a pesar de que no ha contado

con una fuerza en las ventas, una gerencia o administración de las ventas, sin embargo, sin contar con todas estas herramientas, ha avanzado sin estancarse la empresa

En consecuencia, se tiende a que la presión del medio ambiente genere al interior de la organización pérdidas de tiempo en la toma de decisiones, se tiene que hay gran porcentaje de empresas que no operan en solo un área, por lo tanto la empresa debe adaptarse al mercado con nuevas tendencia, es por ello que el departamento de ventas debe expedir estadísticas diarias sobre las ventas realizadas: que cantidad, a que clientes, número de pedidos y valor, esto debe ser trasladado a informes periódicos acerca del resultado de dicha gestión.

7.1.2. Diagnóstico de escenarios económico – financiero

De acuerdo a la encuesta realizada al propietario de la empresa, a continuación se exponen los principales hallazgos a nivel financiero donde se evidencia que la empresa no ha contado con los estados financieros pertinentes tales como: estado de resultado que le facilite evidenciar un resumen de sus ingresos y gastos determinando la ganancia obtenida, una hoja de balance que le acredite verificar lo que la empresa posee o debe recibir de otros activos o lo que debe a otros pasivos, lo que ha invertido o retenido, un flujo de efectivo que le ayude a observar el efectivo que está entrando y saliendo, es necesario que la empresa cuente con un balance de prueba donde valide el saldo actual de las cuentas, así mismo, la empresa no tiene presente y claro cuáles son los ingresos pagados y no pagados por cliente, esta información la maneja el dueño de la empresa en su memoria sin hacer reporte de este elemento por medio de alguna herramienta que le facilite recordar quienes son sus deudores.

Algunos elementos como los activos, los pasivos, los ingresos, los costos, los gastos, no están definidos ni registrados concretamente en su totalidad, se evidencia que la persona encargada del registro de estas transacciones solo ha registrado los ingresos y los gastos, pero no lleva un control de los costos por la prestación de los servicios, desgaste de la maquinaria, no se evidencia algún registro de cuentas por pagar a los proveedores; sin embargo para beneficio de la empresa cuentan con los soportes de las facturas de compras y ventas, estas están organizadas por mes, así mismo separadas por estos conceptos.

Por lo tanto, no cuenta con mecanismos específicos que le permita mantener un procesos de control interno para el manejo confiable, completo y seguro, esto con el fin de proveer la posible existencia de errores, así mismo la empresa maneja el proceso de auditoría interna de una manera muy superficial, el dueño de la empresa maneja minuciosamente las transacciones que se generan en su cuenta bancaria, revisando de donde provienen estos recursos, así mismo, analiza que sus gastos estén siendo distribuidos correctamente y que las utilidades pueda invertirlas o casi siempre son depositadas en su cuenta bancaria como ahorro.

En cuanto a la facturación, la empresa cuenta con un formato de cuenta de cobro predeterminado donde especifica la información del cliente, fecha, forma de pago, descripción de los servicios, valores, garantías y demás información necesaria para la facturación así como el consecutivo, estas facturas son que utilizadas cada vez que presta un servicio, el cual es presentado a los clientes para el pago pertinente de los servicios ofrecidos y entregados a satisfacción para datar y llevar un control de lo que ha hecho en el año,

Considerando la situación anterior, la toma de decisiones no es fácil para una organización esto es importante desde el momento en que se decide crear una empresa, porque la implementación de estos conceptos no es tan fácil como es hoy por falta de conocimiento y apoyo externo.

7.1.3. Diagnóstico del contexto contable

De acuerdo a la encuesta realizada al propietario de la empresa y al diagnosticar la parte contable se observa que la empresa estuvo registrando sus operaciones contables durante un tiempo en el año 2019 con la ayuda de una herramienta contable llamada WAVE, es un instrumento que se maneja online, desde allí puede manipular, las ventas, las compras, la contabilidad, informes y demás, esta herramienta es gratuita y le permite a los emprendedores tener un control sobre sus operaciones, pero la empresa no ha sido constante con el registro de las transacciones por ello se muestran vacíos contables y falta de soportes en algunos casos, sin embargo, se evidencia que desde hace tres meses la empresa obtuvo la necesidad de tener control sobre sus transacciones y registros de sus operaciones, así que ha empezado a registrarlas en hojas de cálculo, haciendo esta operación diariamente sobre los ingresos y gastos de la empresa.

Así mismo la información contable a nivel interno está determinada por una contabilidad tributaria, puesto que se encargan minuciosamente de tener al día todos sus impuestos, por ejemplo, para la declaración de renta el representante legal contrata a un contador a quien debe suministrarle toda la información necesaria como facturas de compras, facturas de ventas, los

activos y pasivos que obtuvo en el año anterior, se evidencia que hace dos meses están manejando el impuesto del ICA con un asesor de dicha entidad, quien les está asesorando para la presentación de este impuesto que no presentó desde el año 2017, esto debido a que el representante legal no contaba con dicha información, pero en este momento se está poniendo al día con ello para tener en regla todo lo pertinente a impuestos.

7.2. Análisis de los recursos contables, comerciales y financieros que actualmente se encuentran en el mercado para la gestión operativa Mipyme.

A escala mundial, las pequeñas y medianas empresas se han convertido en un tema importante en las economías de muchos países y regiones, lo que ha generado el interés de las personas por crear y fortalecer empresas competitivas como gobiernos motores de su desarrollo.

Como consecuencia del desarrollo de las pymes, el porcentaje de empleo, producción y comercio ha aumentado sustancialmente reflejando este interés Galves y Perez (2012). De esta forma, el análisis de la gestión empresarial de estas organizaciones pasa a estar estrechamente relacionado con su incremento, progreso y sostenibilidad. Así mismo, es significativo determinar que no solo la misión personal puede contribuir al éxito empresarial, sino también a través de la organización y asociación mencionada en Lozano (2010). “La experiencia internacional y nacional demuestra que la organización conjunta de buses, pymes una forma de unificar la competencia con el mercado internacional de manera efectiva bajo el respaldo de una organización y gestión efectivas.

Como se mencionó anteriormente, las PYMES son un sector comercial importante de la economía de todos los países en todo el mundo y se necesita una investigación detallada para comprender su comportamiento, para ello se requieren de unos sistemas de control, apoyo y planificación a partir de softwares y programas operativos, permitiendo con ello formalizar los métodos operativos. Algunos de estos sistemas, teniendo en cuenta la temática investigada, se relacionan a continuación.

7.2.1. Plataformas de gestión comercial – marketing

Existen plataformas comerciales que ayudan a la organización de la información como son las siguientes:

7.2.1.1. Plataforma OpenCart

Esta plataforma ayuda al registro adecuado de las ventas, ofrece opciones de diseño que son muy visibles para los clientes, OpenCart es un sistema de comercialización electrónico de código abierto (open source) basado en PHP para tiendas de venta online. Un recurso de comercio electrónico vigorosa para comerciantes de Internet con el contenido de organizar su propio negocio en línea y obtener un comercio electrónico con un coste mínimo.

OpenCart está planteado con unas particularidades muy completas, fácil de usar, potente, rápida y con un interfaz visualmente atractivo. Su principal creador y actual desarrollador de todo el proyecto es el inglés Daniel Kerr, al cual se le debe agradecer esta magnífica tienda online que

ha puesto cortésmente al alcance de todos y hoy en día según muchas valoraciones y estadísticas que hay en Internet es quizás la mejor (o una de las mejores) de entre todas las existentes de código abierto, comparando premura, simplicidad y eficacia. Open Cards Spanish (s.f.).

7.2.1.2. Plataforma WooCommerce

Es una plataforma gratuita, la cual, le da un toque de facilidad para el diseño de las bases de datos, permite montar una tienda online pequeña con unos 50 productos., estas plataformas gratuitas son esenciales para esas microempresas que no cuentan con mucho presupuesto para invertir en estas herramientas que ayudan a llevar el control y promoción de los recursos, así mismo le van enseñando al empresario que existen herramientas esenciales para el proceso de realización y crecimiento de la organización. Perez (2017)

7.2.1.3. Plataforma WIX

Wix es una plataforma para crear páginas web, utilizando el lenguaje de programación HTML5. Su función principal es el sistema de arrastre y soltar, es muy intuitiva y adecuada para personas sin conocimientos de programación, estas personas pueden crear sitios de internet dinámicos y fáciles de manejar; esta plataforma ayuda a los emprendedores a comercializar sus productos y/o servicios de manera dinámica, atractiva y fácil de consultar, lo que generara en los clientes mayor interés de compra. (Wix, 2020)

7.2.1.4. Plataforma Magento

Esta plataforma cuenta con paquetes diseñados para empresas pequeñas, medianas y grandes, crea una experiencia de compra atractiva, para que los clientes puedan disfrutar las funciones personalizadas y atractivas para los clientes, Magento es una plataforma de comercio en línea, de código liberado (opensource), con el que se pueden llevar a cabo todo tipo de proyectos relacionados con la venta en Internet. Magento permite la construcción de un sitio totalmente a medida y tener control absoluto sobre las funcionalidades del canal de venta. Magento Commerce (s.f.)

7.2.1.5. Plataforma Shopify

ofrece un centro de entretenimiento electrónico que le ayuda al área de marketing a diseñar de manera más fácil la modalidad de comercio, cuenta con control total del diseño, con innumerables plantillas que se parametrizan de acuerdo a la necesidad de la empresa, tiene la posibilidad de aceptar pagos alrededor del mundo, así mismo, maneja un panel muy completo de seguridad de la información utilizada por las empresas. Shopify (s.f.)

7.2.2. Plataformas de control de ventas

Para efectuar el proceso de planificación de ventas, en el mercado se puede recurrir a los siguientes softwares de gestión:

7.2.2.1. Plataforma Monday

Esta plataforma permite manejar flujos de ventas, incorporación de clientes, proyectos de clientes, marketing, también se puede hacer gestión sobre los clientes, se personaliza por completo para que la empresa pueda empezar a utilizar la herramienta sin necesidad de capacitar a los empleados, es una herramienta fundamental en el crecimiento y consolidación de las operaciones y proyectos de la empresa, generando un ambiente de colaboración, eficiencia e impacto para una oportuna toma de decisiones.

7.2.2.2. Plataforma Nubiquo

Es una plataforma online que permite a las empresas de venta directa y a sus distribuidores independiente automatizar y gestionar, toda la información y procesos claves de las empresas, esto permite incrementar la productividad y reducir los costes. Se trata de un producto flexible y adaptable que, gracias a su simple setup inicial, puede ser fácilmente implementado por cualquier empresa o revendedor que utilice la venta directa. Al mismo tiempo, su interfaz intuitiva permite un rápido engagement, ya que brinda una experiencia de uso ágil y clara.

Teniendo en cuenta la investigación realizada frente a las plataformas comerciales, se evidencia que a nivel de comercialización de productos y servicios es adecuado que la empresa bombas y mantenimientos implemente o maneje la plataforma WIX, esta por ser una plataforma gratuita le ayudará al empresario a comercializar sus productos de manera eficaz creando un portafolio de servicios que le permita exponerlos de manera detallada y animada, debido a que

la idea de la plataforma es que el cliente pueda interactuar con la página mostrando atractivos de la empresa. Así mismo es pertinente que implemente una de estas plataformas a nivel de ventas como por ejemplo la plataforma Monday, puesto que esta plataforma le facilitaría manejar flujos de ventas, incorporación de clientes, proyectos de clientes, marketing etc, que es muy necesario para el manejo pertinente de los recursos a nivel de ventas.

7.2.3. Plataformas de gestión contable - financiera

Actualmente en Colombia, las pequeñas y medianas empresas pueden acceder a sistemas contables como:

7.2.3.1. Sistema SIIGO

Es un sistema integrado administrativo que permite llevar un registro minucioso de las operaciones y en general todos los aspectos afines con la empresa. La principal característica de SIIGO es un sistema basado en documentos originales (facturas, recibos de caja, cheques, etc.), que se elabora directamente en los documentos originales. En la computadora se actualizan en línea y en tiempo real todos los registros de la empresa relacionados con los siguientes rubros: cartera de inversiones, cuentas por pagar, inventarios, costos de producción, activo fijo, pedidos, compras, presupuestos, contabilidad, salarios y ventas, por lo que no existe Pide a los expertos que empiecen a usarlo.

SIIGO trabaja en torno al sistema contable y puede registrar la versatilidad en la liquidación de negocios de dos maneras: Primero, al hacer archivos directamente en la computadora, en este caso, el sistema realizará automáticamente registros contables (comprobantes) y gráficos en todas las demás áreas (transparente para los usuarios); segundo, al fusionar directamente los

comprobantes contables, garantizar de cualquier manera Todos los registros se ven afectados al mismo tiempo, por lo que proporciona una única fuente de información (comprobantes) para garantizar la total integridad y coherencia entre sus diferentes aplicaciones.

7.2.3.2. Sistema ALEGRA

Es una aplicación de contabilidad diseñada para gerentes de pequeñas y medianas empresas. Esta herramienta tiene una variedad de funciones de gestión, entre las que se destacan los informes de facturación, control de gastos, inventario y estado comercial.

Alegra permite que todos los usuarios de la empresa comprendan los datos de gestión y, al mismo tiempo, simplifica el trabajo de los consultores contables porque pueden ingresar datos de manera rápida y ordenada. Además, con Alegra, puede generar los informes necesarios para cumplir con los requisitos contables.

También este sistema cuenta con una versión apta para países de América Latina y una versión internacional que se puede configurar con impuestos locales y retenciones de impuestos, cuenta con funcionalidades especiales, simplificando así la gestión de la empresa sin perder sus principales funciones.

7.2.3.3. Sistema WAVE

Wave es una plataforma recomendada para transacciones virtuales y remotas Wave es un software de contabilidad diseñado específicamente para pequeñas empresas y autónomos y

proveedores. Su llamativo diseño e interfaz son solo el comienzo de su impresionante paquete de software, que se ha mejorado con cada versión. El software es casi gratuito porque solo necesita pagar el salario, el pago y las tarifas de soporte Premium.

Estos sistemas le dan una perspectiva a la empresa de ayuda y control de la información, teniendo una perspectiva segura de consulta y análisis para la posible toma de decisiones, así como de los procesos que se han llevado durante un tiempo determinado.

La empresa Unipersonal Bombas y Repuestos, acogiéndose a las disposiciones del mercado y a los requerimientos comerciales producto de su actividad operativa, requiere contar un amplio espectro de opciones para valorar una incorporación a futuro, buscando formalizar la actividad a nivel contable, financiero y comercial. La simplificación de las funciones que brindan estos programas, hace posible el diseño práctico de una propuesta de funciones más simplificada, estos criterios de desarrollo y ejecución se entran a valorar en el siguiente capítulo de análisis.

Teniendo en consideración lo anterior y a las facilidades que ofrece la web de manera gratuita y permanente, se observa que la herramienta Wave es un sistema completo, fácil de usar que podría favorecer y facilitar el registro de la información de esta empresa. Es de gran ayuda debido a que esta aplicación es una aplicación de entrenamiento muy completa, permite por medio de los cuadros explicativos tener un mejor manejo de la información, guiando a su usuario sobre cómo debe registrar las operaciones de maneja rápida y eficiente, generándole informes de balance, flujo de efectivo, pagos pendientes a proveedores y de clientes, libro diario etc, al instante que le permitan al interesado tener un control, así mismo le posibilita y/o facilita la toma de decisiones.

7.3. Parámetros de aplicación a nivel financiero, comercial y operativo en la empresa unipersonal Bombas y Mantenimientos

7.3.1 Parámetros financieros

En cuanto a los parámetros de aplicación a nivel operativo, comercial y estratégico es necesario tener en cuenta que la situación financiera a nivel nacional e internacional, son designadas como gestión de fondos y uso adecuado de los recursos de la empresa, por ello es necesario desarrollar estrategias financieras clave para garantizar la toma de decisiones para no caer en quiebra.

Las estrategias pertinentes para esta empresa deben estar encaminadas al desarrollo de la inversión y de la adecuada utilización de los recursos de la empresa, estas estrategias es una parte fundamental del proceso de planificación, y gestión de la organización, siendo una medida que determina el futuro de una micro y Pyme evitando el riesgo y teniendo decisiones acertadas para llegar a lograr los objetivos de la empresa.

Según Estrada y Acevedo (2019), se exponen cuatro fases de la crisis económica en las Pyme, la primera está encaminada a una fase de recuperación la cual aumenta la demanda, la productividad y los ingresos, de esta forma las Pyme empiezan a incrementar las utilidades, así mismo hay una fase de auge en donde las micro empresas tienen la capacidad de crecer y estabilizar la producción, las ventas incrementan y por ende la rentabilidad; así mismo, está la etapa de recesión, esta afecta directamente la parte de crecimiento, puesto que se debe tener mucho cuidado con las decisiones que se tomen, debido a que puede caer la demanda de los productos y el

consumo puede verse afectado, por ultimo esta la fase de expansión, aquí se tiene la posibilidad de subir los consumidores, los cuales se interesan mucho más por los servicios que ofrece la empresa.

Cabe destacar, que la empresa bombas y mantenimientos a lo largo de su desarrollo empresarial ha pasado por estas fases, lo importante de esto es que no ha sabido llevarlas a cabo con mayor desempeño, en ocasiones se ha estancado en estas sin prestarle mayor importancia, para ello debe implementar estrategias tales como:

1. Establecer los objetivos financieros a través de una proyección financiera que le proporcione una vista del futuro.

Para hacer esto tangible, se espera desarrollar un presupuesto mensual sobre los ingresos pertenecientes a la actividad y gastos operacionales ejecutados durante el periodo que se determine. Lo anterior, le proporcionará el saldo previsto, el saldo real y la diferencia que hay entre los dos ítems, con esta información la empresa puede proyectar los objetivos financieros pertinentes que deben estar enfocados a darle una vista al futuro sobre los ingresos y gastos que se tendrán en un corto plazo.

2. Crear un fondo de ahorro con las utilidades que se generen del ejercicio, como un colchón de eventualidades y otro de reinversión.

Para hacer esto tangible, se espera desarrollar un plan de ahorro mensual (margen de provisiones), es decir de las utilidades del ejercicio, establecer un porcentaje fijo que será definido para eventualidades determinadas como crisis de la empresa, las cuales están relacionadas con falta de ingresos para pago de nómina, para crisis causadas por el medio ambiente, falta de liquidez, inhabilidad para cumplir las obligaciones financieras, así mismo destinar un porcentaje que será para la inversión analizando que sea de gran beneficio para la empresa ya sea a nivel interno y/o externo permitiéndole el posterior crecimiento.

3. La inversión en publicidad efectiva que genere nuevos clientes y ventas.

Para hacer esto tangible, se espera desarrollar en gran medida un diagnóstico pertinente para la promoción y divulgación de los servicios que presta la empresa, esto mediante los medios de comunicación, siendo estos tan diversos y con tanta influencia en el público son realmente necesarios para promocionar los servicios en el mercado consiguiendo la expansión de la empresa, para ello es necesario tener una publicidad atractiva, la cual debe contener diseños modernos, llamativos, mensajes divertidos, logotipos personalizados, de buena calidad, así mismo se debe analizar el momento indicado que aporte máxima efectividad resaltando las principales características y beneficios que tiene el servicio para el mercado.

4. Tener control del estado de resultado de pérdidas y ganancias.

Para hacer esto tangible, se espera desarrollar un informe donde se muestre el panorama general de cuál ha sido el beneficio obtenido, si los activos están creciendo más que los pasivos y

si el efectivo fluye normalmente o se está atascando, con esto se pretende mostrar si se están obteniendo ganancias de acuerdo a la relación de los ingresos y los gastos, esto mediante la plataforma WAVE, la cual, permite tener una perspectiva completa de la empresa, mediante este sistema de recolección de la información.

A continuación, se muestra el estado en el que se encuentra la empresa frente a la competencia a nivel financiero mediante la siguiente matriz de calificación de factores financieros:

Tabla 1

Matriz de perfil competitivo a nivel financiero

FACTORES	PONDERACIÓN	BOMBAS Y MATENIMIENTOS	COMERCIALIZADORA IGNACIO GOMEZ		
		CALIFICACION	RESULTADO PONDERADO	CALIFICACION	RESULTADO PONDERADO
Porcentaje de Rentabilidad	0.10	4	0.4	4	0.4
Capacidad de pago a proveedores	0.09	4	0.36	4	0.36
Capacidad para adquirir nuevos sistemas de información	0.07	3	0.21	3	0.21
Inversion en publicidad	0.06	3	0.18	3	0.18
Creación de fondo de inversión	0.09	3	0.27	2	0.18
Capacidad de capital	0.08	3	0.24	3	0.24
Flujo de efectivo	0.12	2	0.24	3	0.36
Inversión en nueva tecnología	0.08	3	0.24	4	0.32

Porcentaje de Ingresos	0.07	1	0.07	3	0.21
Porcentaje de rentabilidad	0.09	3	0.27	3	0.27
Capacidad de endeudamiento	0.05	3	0.15	3	0.36
Estado del patrimonio	0.1	1	0.1	3	0.3
TOTAL	1.00		2.73		3.39

Fuente: Elaboración propia

La presente tabla o matriz, expone en qué nivel de competitividad se encuentra la empresa, esta herramienta permite analizar e identificar a los competidores más importantes, así mismo muestra sus fortalezas y debilidades frente a los factores que se identifican en la tabla, para ello se le da una ponderación la cual determina el nivel de importancia de cada factor, las empresas en mención le dan la ponderación que consideran de acuerdo a la experiencia de sus organizaciones, dicha numeración debe ir a 1 a 4 como se observa en la tabla. Ahora bien, cada empresa toma una calificación en cada elemento, el puntaje total es la suma de todos los puntajes individuales, la empresa que recibe mayor puntaje total es comparativamente más fuerte que sus competidores.

Este tipo de matrices y estrategias financieras tal como el control de los estados de resultados o estrategias de inversión, le permitirá a la empresa tener una visión general para sobreponerse a la crisis que presenta y a implementar un plan adecuado con las herramientas necesarias para la gestión pertinente de los recursos ejercidos de esta actividad para una posterior expansión.

Por otra parte, la metodología que se implemente es esencial para el aspecto general el cual está asociada con el proveedor del sistema, su importancia radica en que asegura a el desarrollo de

implementación el cual debe ser adecuado y conciso para que no se vean afectados el registro de los datos contables.

Así mismo, es parte fundamental el aspecto funcional el cual se parametriza demostrando la realidad del funcionamiento diario de la organización, para lograr que se registre fielmente los hechos económicos según la norma.

En cuanto al estado de resultados, informe con el que la empresa bombas y mantenimientos no ha contado de manera pertinente y permanente, para la verificación de los ingresos y gastos generados de la actividad empresarial, donde se determina la ganancia obtenida durante un periodo determinado. Las acciones pertinentes para este informe deben estar enfocadas en el registro diario de las operaciones, información que debe facilitar el control, revisión, supervisión y la correcta toma de decisiones.

Esta información debe estar plasmada en una plataforma de gestión contable como las recomendadas anteriormente, allí se debe organizar de manera clara cada una de las ventas, llevando este control por medio de la facturación y haciendo uso de un catalogo de cuentas a nivel de bienes, pasivos, ingresos, gastos y capital que serán llevados al estado de resultados para demostrar de manera clara cada uno de los saldos de estas cuentas en el estado de resultados.

Ahora bien, en el registro de las cuentas por pagar a los proveedores, se debe efectuar un proceso de de exploración de cada uno de los pagos con el objetivo de evitar un desembolso doble, esto debe ser chequeado y revisado mensualmente, así mismo, se recomienda hacer una

autoevaluación en el subsistema de cuentas por pagar, esta debe hacerse mensualmente teniendo una supervisión permanente de los resultados, estas acciones representará la eficiencia y eficacia de gestión financiera obteniendo los parámetros necesarios vinculados a un periodo determinado, para el análisis pertinente de estas cuentas.

De lo anterior es importante destacar lo dicho por Sousa (2010):

“Las cuentas del estado de resultado son una serie de ejercicios consistentes en dotar grandes reservas de periodos y cargar contra otros periodos subsiguientes, por ello, este informe debe reflejar todos los ingresos adecuadamente y todos los costos incurridos, con dependencia de que si son resultado de las operaciones del periodo de tal manera en que cuando se consulte esta información este plasmada la acumulación de los estados de resultados expresados en un solo documento.”

Para concluir, es de gran importancia contar con la información periódicamente, ya sea un informe donde se muestre la relación entre cuentas como el estado de resultados o el detalle de cada una de ellas como las cuentas por pagar a los proveedores, esta información debe estar disponible, debe ser de fácil acceso, verídica y confiable, la cual será utilizada para la proyección de una mejor organización empresarial, permitiendo ser competitiva en el mercado mediante indicadores y factores financieros pertinentes a su operación, así mismo diseñando estrategias financieras pertinentes que deben dar cumplimiento a los procesos indicados por la empresa.

7.3.2. Parámetros comerciales

En cuanto a los parámetros comerciales, para la efectiva gestión comercial, se debe tener en cuenta los objetivos, las estrategias, la correcta elaboración de un plan de gestión comercial, así como contar con los indicadores pertinentes de la gestión realizada, así mismo un correcto y adecuado sistema de información comercial.

Algunas de las estrategias pertinentes para la gestión comercial de la empresa bombas y mantenimientos son:

- Incremento en la satisfacción del cliente y/o mejora de calidad.

Para hacer esto tangible, se espera desarrollar una mejora en la prestación del servicio comprobando que la atención al cliente está siendo la indicada para satisfacer las necesidades del mismo, para ello se puede implementar una encuesta en donde se definan preguntas específicas que ayuden a la empresa a determinar si el cliente está siendo atendido satisfactoriamente.

Después de determinar si el cliente es satisfecho con los servicios prestados se requiere aumentar esta satisfacción, esto se puede lograr por medio de incentivos y demás beneficios que se le puedan ofrecer para aumentar la atención al cliente, así mismo esto se convierte en un valor agregado para la empresa.

- Mejora de procesos y desempeño.

Para llevar acabado esos procesos y mejorar el desempeño, se toman acciones referentes a las organizaciones modernas, puesto que están inmersas en un entorno competitivo en donde su única garantía es ser exitosas siendo más eficientes en cuanto a sus procesos, los cuales deben ser estructurados por medio de indicadores claves como:

Ser relevantes: Es un indicador apropiado para el éxito de la empresa, debido a que la empresa debe ser reconocida por aspectos como calidad, buen servicio, durabilidad etc.

Volumen de ventas: Este indicador le proporcionara información real sobre las ventas que se han tenido durante un tiempo determinado, permitiendo analizar el desempeño del proceso empleado para la venta del servicio si esto no satisface al área de ventas debe ser analizado y comprobar por que no está siendo utilizado de la mejor manera.

Ingreso de nuevos clientes: Tener una cartera de clientes es esencial para las organizaciones, esto le permite ofrecer diariamente sus servicios y que estos clientes puedan pasar el voz a voz ayudándole a la empresa a fortalecer esa cartera por medio de recomendaciones.

- Innovación y desarrollo para la prestación de nuevos servicios.

Para hacer esto tangible, se espera desarrollar un análisis del mercado explorando sectores alternos, así mismo diseñar estrategias en cada uno de ellos para generar una cadena de

compradores, esto para demostrar que la prestación de un servicio de mantenimiento preventivo y correctivo de las bombas de agua en edificaciones es esencial para el suministro y distribución de la misma, esto abrirá generalmente el mercado de manera satisfactoria para que la empresa pueda prestar y beneficiar a muchos más clientes.

- Mayor control interno y una buena administración de riesgos.

Para hacer esto tangible, se espera priorizar las amenazas que se tengan en el momento de realizar la gestión pertinente, se debe implementar un programa de garantía de calidad en donde la atención al cliente es la clave del éxito, así mismo se debe tener en cuenta el método de prueba y análisis para mantener la organización actualizada sobre los ajustes necesarios a realizar en el área correspondiente para mitigar el riesgo que se tenga identificado y gestionando una buena administración.

La estrategia anteriormente mencionada le permite a la empresa bombas y mantenimientos tener un horizonte sobre los procesos que deben llevar y tener en cuenta en la operación y prestación de los servicios, así mismo, se debe implementar un sistema de información direccionado desde un nivel directivo, este sistema debe ser alimentado con datos sobre las ventas efectuadas, generando informes que son de utilidad al momento de forjar acciones sobre la gestión comercial.

Por otra parte, es pertinente la elaboración de un plan de marketing, para ello se debe recolectar información a nivel interno y externo de la información necesaria y las expectativas que tiene los clientes y la empresa sobre el mercado, para ello se analiza las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas a nivel comercial con las características que cuenta la empresa de la siguiente manera:

Tabla 2
Matriz DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa Bombas y Mantenimientos, se caracteriza por brindarle a los clientes garantía sobre los servicios ofrecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa no cuenta con un proceso de marketing definido.
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa ha mantenido un estándar de calidad, el cual ha sido reconocido por sus clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa no cuenta con publicidad adecuada para vender sus productos.
<ul style="list-style-type: none"> • La puntualidad en la prestación de los servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa no cuenta con un adecuado proceso logístico, ni tiene planteado un procedimiento en el lugar de trabajo.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa se destaca por su excelente servicio y puntualidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa cuenta con grandes competidores en el mercado.

<ul style="list-style-type: none"> • La empresa ofrece excelente calidad, durabilidad y garantía sobre sus servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa al no contar con una publicidad adecuada no han llegado a crecer y hacer reconocida exitosamente en el mercado.
<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de nuevos mercados para vender sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuentan con una red logística adecuada que le proporcione mejor control del tiempo.
<ul style="list-style-type: none"> • Exclusividad en la prestación del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Que la competencia copie sus servicios y los vendan a menor valor

Fuente. Elaboración Propia

De acuerdo a la tabla presentada anteriormente se denota que la empresa tiene grandes fortalezas en cuanto a la prestación del servicio, lo cual debe aprovechar enormemente para no caer ante las amenazas que puede generar el mercado ante la adecuada atención al cliente, siendo este factor un de sus grandes beneficios ante los clientes, así mismo, es de importancia tener presente las debilidades con las que cuenta la empresa a nivel comercial, financiero y contable, lo cual le puede estar afectando en cuanto a las oportunidades que se generen en un comercio tan cambiante como este, la exclusividad, la calidad o durabilidad en la prestación del servicio no lo es todo en un negocio, se debe tener riguroso cuidado con el proceso interno de la empresa para que las situaciones externas no derrumben lo construido.

En consideración, es importante tener en cuenta que, para el manejo de la información, es necesario contar con indicadores que guíen el proceso comercial, estos indicadores los podemos observar en la siguiente matriz de calificación de factores comerciales:

Tabla 3

Matriz de factores comerciales de competitividad

INDICADORES	PONDERACIÓN	CALIFICACION	PROMEDIO
Valor agregado de los productos	0.08	4	0.32
Satisfacción del cliente	0.09	2	0.18
Clientes nuevos	0.11	2	0.22
Participación en el mercado	0.05	1	0.05
Conocimiento de los procedimientos	0.07	4	0.28
Clientes perdidos contra clientes nuevos	0.08	2	0.16
Servicio al cliente	0.07	3	0.21
Toma de decisiones	0.08	2	0.16
Motivación a los empleados	0.07	3	0.21
Desarrollo virtual	0.1	1	0.1
Publicidad	0.08	1	0.08
Posicionamiento de la marca	0.12	3	0.36
TOTAL	1.00		2.33

Fuente: Elaboración propia

Esta ponderación clasifica de manera estratégica a la empresa y le da una visión hacia donde desea llegar y como esta en este momento, estos indicadores son específicamente internos y se determinan para identificar las fortalezas y debilidades de un área como la comercial, permitiendo tener una visión general de dichos factores. En cuanto a esta tabla se puede notar que

la suma entre la ponderación y la clasificación es inferior a 2.5 lo que caracteriza a la empresa bombas y mantenimientos como un negocio débil en cuanto a sus indicadores comerciales internos, esto le da una oportunidad de mejorar la capacidad de cada uno de estos indicadores en donde denota debilidad para fortalecer las perspectivas estratégicas de los mismo en el largo plazo.

En cuanto a la alimentación del sistema de información comercial software CRM el cual está orientado a brindar información pertinente sobre el área comercial y al departamento de ventas, como lo menciona Arce (2010) es significativo que la base de datos sea sustentada a diario con todas las ventas ejecutadas en la empresa de una manera real sin alejarse de la realidad”

Como se ha identificado anteriormente la empresa en mención no ha organizado esta información fidedignamente sobre una base de datos que se pueda obtener ordenadamente, así mismo debe ser una herramienta fácil de utilizar, el cual debe ser alimentado por todos los niveles organizativos y todas las áreas funcionales, de manera que sirvan a cada parte de la organización para su labor.

Ahora bien, se deben tomar acciones pertinentes a la creación de un catálogo de servicios, esto es de gran importancia puesto que por medio de este tipo de portafolios la persona encargada de ofrecerlos le será más fácil la explicación de la actividad que se ejerce, mostrando el producto terminado y/o explicando la manera en que se presta el servicio, esta acción la puede diseñar la persona encargada del área de mercadeo de la empresa.

En un mundo globalizado como este se tienen herramientas online que le permite a los emprendedores diseñar sus propios prospectos, como por ejemplo el pequeño catalogo diseñado para bombas y mantenimientos que está plasmado en los anexos de este trabajo.

Por otra parte, la divulgación en redes sociales no es cuestión de un solo día, el negocio debe tener contacto directo con los grupos de interés, es decir páginas y/o enlaces que puedan compartir la información que comparto para que muchas más personas puedan observar el servicio y los beneficios que se tienen para satisfacer a los clientes. Se debe tener en cuenta que las tecnologías de la información y las comunicaciones, junto con las redes sociales como Facebook, Instagram, son herramientas útiles para que las organizaciones mejoren su comunicación y fortalezcan las relaciones con su público, para ello se deben elegir estrategias de socialización, no solo a nivel externo sino también a nivel interno, como nos afirma Sullivan (2012) “ Debemos pensar que los medios de comunicación y de divulgación interno y externo son como una orquesta. Se tiene una gran variedad de músicos con diferentes instrumentos para utilizar”.

Por lo anterior, se diseña un plan de medios que es de gran utilidad para el manejo de la comunicación:

Tabla 4

Plan de Medios

medio	acción	presupuesto	meses												
			ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	
Redes sociales	Realizar publicaciones 3 veces al día sobre las ventajas, y trabajos realizados.	Sin costo													
Prensa	Por medio del periódico anunciar los servicios que ofrece la empresa.	\$ 30.000													
Externo	Diseñar folletos donde se muestren los servicios que presta la empresa, estos serán	\$ 500.000													

	entregados en porterías y a personas que puedan repartir esta información.												
Directos	Por medio de correo electrónico difundir información acerca de los servicios que se prestan.	Sin costo											

Fuente: <https://www.roastbrief.com.mx/2017/12/como-hacer-un-plan-de-medios-exitoso/>

VIGILADA MINERÍA

8. Conclusiones y logros.

8.1. Conclusión general

De acuerdo al objetivo de la investigación que fue: Diseñar un plan de gestión comercial, contable y financiero para la empresa unipersonal bombas y mantenimientos, en la ciudad de Bogotá, se llega a la conclusión de que se cumple con los objetivos establecidos, los cuales, hacen referencia a la importancia que se tiene frente a la pertinente gestión comercial, financiera y contable.

Se determina que desarrollar operaciones comerciales, financieras y contables a modo de simplificar los esquemas de control y registro de datos, el análisis de la información disponible y la conformación de las categorías internas de gestión se han hecho indispensables para cualquier organización que se esté formando o que este en constante cambio. Se tiene que con el pasar del tiempo y teniendo un mundo tan globalizado como este donde el mercado está en constante cambio, se hace mucho más compleja la investigación, pero se nota que los proyectos con respecto a estos temas de mejoras son cada vez más atractivos, debido a que las empresas necesitan mucha más información externa que les permita adecuar de manera ágil y segura sus áreas funcionales.

En cuanto a la gestión realizada se reconoce que la aplicación y buen manejo de las herramientas en una administración en empresas pymes genera grandes beneficios a un corto,

mediano y largo plazo, en donde precisamente se hace un enfoque en los ingresos, gastos y costos a nivel financiero, así mismo, a nivel comercial el trabajo trata de enfocarse en la correcta gestión de las ventas, de la utilización de herramientas para la promoción y divulgación de las ventajas que se tienen al momento de prestar los servicios, así como la creación de un plan de medios y no menos importante de un catálogo de servicios que es esencial para el ofrecimiento del mismo, en cuanto a la gestión contable el uso de plataformas, de informes y de datos que referencien los registros diarios de la empresa bombas y mantenimientos, esto se constituye como un hecho importante, el cual, es lograr la estabilidad y crecimiento de esta microempresa.

Se demuestra que el ser una empresa pequeña, no es impedimento para ser competitivo y emprender con conocimientos y capacidades necesarias para crear una gestión de mejora que se ajuste a todas aquellas dificultades que puedan presentarse, por ello el diseño de un plan de gestión en cualquier área, ayuda a resolver y a sacar a flote todos aquellos proyectos que se tienen para expandir la organización.

En consideración de lo anterior cabe destacar que, tener acceso permanente de la información es muy importante, que contar con dicha facilidad hace que la toma de decisiones sea mucho más efectiva, que la importancia de la gestión comercial, contable y financiera, radica en gestionar las relaciones con el mercado, teniendo una correlación constante a nivel interno y externo diagnosticando cada uno de los escenarios propuestos por cada área, analizando las necesidades de cada una, teniendo en cuenta las restricciones y necesidades del negocio, esto se logra estableciendo metas, objetivos y estrategias acorde a las áreas en consideración, así pueden

llevar todas estas buenas acciones al mercado generando el interés por las personas para crear y fortalecer empresas competitivas.

Durante el trabajo se tuvieron limitaciones relacionadas con los registros contables de años anteriores, puesto que la empresa no llevaba de manera organizada esta información, lo cual, no le permitía tener un control sobre los ingresos y gastos de la empresa, pero de acuerdo a la investigación y a la orientación que se le ha dado a los procesos que deben llevar no solo a nivel financiero, el representante legal ya tiene un buen soporte para continuar y hacer sus registros contable por medio de plataformas que le permiten tener acceso inmediato a información pasada, así mismo se evidenció que la empresa ya había tenido algunas experiencias con investigaciones que se habían hecho sobre los procesos que llevaba, pero no había tenido éxito por la falta de orientación pertinente.

Este tipo de investigaciones ayudan a los empresarios a tener más confianza sobre sus negocios, les ayuda a seguir procesos y/o a mejorarlos, por lo tanto, se cree pertinente en un futuro realizar investigaciones en relación al asesoramiento que presta el gobierno si este es pertinente y si realmente se le ayudan al empresario a llevar a cabo sus metas y objetivos.

8.2. Conclusiones específicas

La importancia que ha tenido la empresa en Colombia es realmente imponente, se destaca que muchos autores concuerdan en que llevar a cabo procesos administrativos a nivel financiero, comercial o contable, se debe disponer de datos realmente, verídicos y confiables, que el estudio

hecho desde la administración de empresas ayuda a que estas áreas con dificultades en su interior sean cada vez más capaces en desarrollar procesos pertinentes para su crecimiento, es saber planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar los procesos y que la experiencia se adquiere con el pasar de los años, manejando y solucionando cada uno de los inconvenientes efectuados al interior y exterior de la empresa.

Teniendo en cuenta los distintos planteamientos alrededor de la investigación se evidenció que la realidad de los negocios está en replantear la forma en como las gerencias gestionan las relaciones con su exterior e interior utilizando las diferentes herramientas que nos da el mercado para fusionar todas las dificultades y convertirlas en una estructura que proporcione escenarios más independientes y capaces de llevar procedimientos que transformen las necesidades de las empresas.

Por otra parte, es fundamental en un estudio contar con un modelo de investigación que oriente al investigador a dar solución a la problemática que le pueda proporcionar esquemas de gestión en los que se hayan estado presentando fallas y que afecten el desempeño futuro de la misma.

En consecuencia, de todo lo anterior, se tiene presente que los objetivos planteados en esta investigación se llevaron a un buen término, se cumplieron a cabalidad todas las expectativas que se tenían sobre los mismos, en cuanto a nivel comercial se logra diseñar un pequeño catálogo de servicios donde principalmente se le desglosa al cliente los principales servicios que presta con imágenes, dándole un mejor plus al momento de ofrecerlo a nuevos

clientes y un plan de medios para promocionarlo. Así mismo, tenemos un gran avance en la parte financiera y contable, se dieron las pautas que debe llevar la empresa para realizar el registro de sus operaciones, dándole a conocer herramientas, plataformas y procesos que puede adquirir para mejorar o implementar procesos que le permitirá tomar mejores y adecuadas decisiones frente a las dificultades.

En cuanto a los objetivos se dio cumplimiento a cada uno de ellos diagnosticando el estado actual de los procesos y procedimientos que se llevaban a cabo en la empresa y los que se llevarán después de la investigación, así mismo se analizaron los recursos, plataformas y herramientas que se tienen disponibles para el aprovechamiento de la información, así como los parámetros que se deben tener en cuenta para el desempeño de la gestión en cada una de las áreas investigadas.

En conclusión, se evidencia que esta investigación ha sido de gran ayuda para el crecimiento de la empresa, seguramente se seguirán estos avances para sacar a flote muchos procesos y procedimientos que se tenían pendientes y así convertirse en una de las empresas pioneras en el sector.

Referencias

- Arce, C. (2010). *Análisis y propuesta de mejora de la organización comercial de una empresa de venta de productos infantiles de ocio*. Obtenido de Universidad Carlos III de Madrid
- Avila Duran, L. J., Herrera Saldarraga, C., Palacio Ochoa, J., & Mora Henao, J. F. (2016). *Plan de Mejoramiento en la gestión financiera de la empresa rectificadora risaralda*. Obtenido de Plan de Mejoramiento en la gestión financiera de la empresa rectificadora risaralda.
- Benjumea, A. F., & Moncada, L. D. (2017). *Plan de mejoramiento para el área comercial de la empresa fustopulpas ubicada en la comuna 17 de la ciudad de santiago de cali*.
- Conde, R., Tristán, J., Castellanos, G., & Hernández, N. (2010). La gestión comercial en las entidades de ciencia e innovación tecnológica. *Ciencia en su PC. Fuente: Redalyc, 17-30*.
- Flórez, L. S. (2008). Evolución de la Teoría Financiera en el Siglo XX. *Ecos de Economía Fuente: Redalyc, 145-168*.
- Galves, E., & Perez, D. (10 de enero de 2012). *Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la Mi Pyme. Un estudio empirico en colombia. Fuente: Redalyc*.
- Lopez, M. M. (2016). *Propuesta de plan de mejoramiento para el proceso de cuentas por pagar la cooperativa financiera del magdalena coofimag*.
- Lozano, M. (2010). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. *Revista EAN. Fuente: Redalyc, 178*.
- Machado, M. (2009). Contabilidad y realidad. Una relación crítica bajo el enfoque de la representación. *Actualidad Contable Faces. Fuente: Redalyc, 38-55*.

Magento Commerce. (s.f.). *Plataforma Líder de eCommerce*. Obtenido de Plataforma Líder de eCommerce.

Medina Medina, G. G. (2013). *Administración básica para microempresas*. Obtenido de Administración básica para microempresas.

Open Cards Spanish. (s.f.). *Feedback y feedforward: Fuente Redalyc*.

Perez, M. (9 de abril de 2017). *Postedin: Fuente: Redalyc*. Obtenido de ¿Que es y como funciona woocommerce?: <https://www.postedin.com/blog/que-es-y-como-funciona-woocommerce/>

Ramos, D. M. (2011). *Diseño y ejecución de un plan de mejoramiento para la empresa creaciones las dos mm*.

Reyes, G., & Briceño, A. (2010). Propuesta de modelo financiero para crecimiento corporativo sostenible. *Revista Finanzas y Política Económica*, 57-64.

Rodríguez, J., De Freitas, S., & Zaá, J. (2012). La contabilidad en el contexto de la globalización y la revolución teleinformática. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*. Fuente: *Redalyc*, 161-183.

Ruiz, A. D., Carralero, L., Tamayo, M., & Aguilera, A. (2015). Procedimiento de plan de marketing para pequeños y medianos empresarios. *Ciencias Holguín*, 1-11.

Shopify. (s.f.). *Vende por internet con shopify*. Obtenido de Vende por internet con shopify: https://www.shopify.com.co/prueba-gratis?gclid=EA1aIQobChMlpLGvs87a7AIVCUWGCh2I3wjYEAAYASAAEglaSPD_BwE

Simonato, F. R. (2018). La innovación en el área comercial a través de la gestión de las experiencias. *Ciencias Administrativas*. Fuente: *Redalyc*.



Sousa, F. (2010). El declive del estado de resultados tradicional ante la irrupción actual del excedente limpio. Perspectiva histórica y conceptual. *Contaduría y Administración*, 47-76.

Terrazas Pastor, R. A. (2009). Modelo de gestión financiera para una organización. *Perspectiva Fuente: Redalyc*, 55-72.

Wix. (2020). *Líderes en creación de páginas web. Fuente Redalyc*. Obtenido de <https://es.wix.com/about/us>

Anexos

Anexo 1. Catálogo de servicio de la empresa unipersonal bombas y mantenimientos.

Cuando pensamos en distribución de agua no logramos imaginar todas las acciones correctivas que se deben realizar en este tipo de sistemas que impulsan el agua en nuestros conjuntos, fincas, empresas o casas.

En cualquier momento puede ocurrir un problema de plomería. Nadie está a salvo de una fuga, taponamiento o falta de presión en el agua. Sin embargo, cuanto mayor sea el mantenimiento que le hagamos a las tuberías, griferías y elementos hidrosanitarios los problemas ocurrirán con menor frecuencia.

BOMBAS Y MANTENIMIENTOS.

Es una empresa que presta el servicio de:

- Instalación y mantenimiento de elementos hidrosanitarios.
- Localización de fugas y filtraciones.
- Destaponamientos.
- Cambio de tuberías.
- Reparación de griferías.
- Impermeabilización de tanques.
- Lavado y desinfección de tanques.
- Montajes de equipos de presión.
- Mantenimiento correctivo y preventivo.
- Instalación y reparación de tanques hidroacumuladores.
- Instalación y reparación de motobombas.

CONTÁCTANOS

Ingeniero: Aldemar Duque Marin
Telefono Celular: 3127068434
bombasymantenimientos@hotmail.com
Facebook: Bombas y Mantenimientos
Instagram: @Bombas-mantenimientos

SERVICIO ESPECIALIZADO

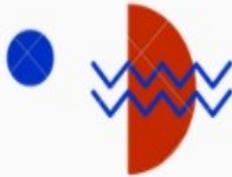
DESDE EL AÑO 1997



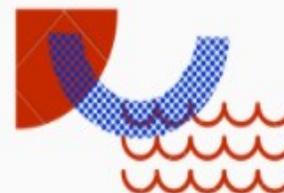
LAVADO Y DESINFECCIÓN DE TANQUES AGUA POTABLE



INSTALACIÓN DE EQUIPOS



INSTALACIÓN DE TABLEROS



MANTENIMIENTO CORRECTIVO Y PREVENTIVO



Anexo 2. Encuesta: Diagnostico actual de la empresa bombas y mantenimientos

DIAGNOSTICO ACTUAL DE LA EMPRESA BOMBAS Y MANTENIMIENTOS

AREA COMERCIAL

¿Usted como propietario, ha implementado procesos de Marketing que le permita comercializar sus servicios de manera más efectiva?.

- Sí
- No

¿Maneja un sistema de inventario para el registro y control de sus herramientas y/o maquinarias?

- Sí
- No

¿Cuenta con un catalogo de servicios para ofrecer sus servicios?

Tu respuesta

¿La empresa cuenta con redes sociales?

- Facebook
- Instagram
- Whatsapp
- Otra

¿Usted actualiza las redes sociales con información referente a la empresa?

- Sí
- No

¿La empresa cuenta con asesoría legal para suscripción de contratos ?

Tu respuesta _____

¿La empresa cuenta con asesoría legal para suscripción de contratos ?

Tu respuesta _____

¿La empresa cuenta con un sistema de recaudo de la información a nivel de las ventas?.

Elige

Seleccione ¿Cuál es el indicador más fuerte para su empresa?

- Calidad
- Precio
- Conocimientos
- Puntualidad

AREA FINANCIERA

¿La empresa lleva mensualmente los estados financieros pertinentes para el análisis de los procesos realizados durante un periodo determinado?

- Sí
- No

¿La empresa realiza el registro diario de los ingresos y gastos?

- Sí
- No
- Ocasionalmente

¿La empresa lleva el control del flujo de efectivo?

- Sí
- No

¿La empresa factura cada vez que presta un servicio?

- Sí
- No

¿La empresa maneja el registro de las cuentas a pagar a proveedores?

- Si
- No

¿La empresa al iniciar el año plantea objetivos y estrategias que se deben cumplir durante un periodo determinado?

Tu respuesta

Desde hace 3 años hasta ahora ¿Cree que su empresa ha estado estancada por la falta de asesoramiento?

- Sí
- No

AREA CONTABLE

¿La empresa maneja un sistema para el registro de las operaciones diarias?

- Sí
- No

De que manera la empresa maneja el registro de las operaciones:

- Fisica
- Magnetica

¿Alguna vez ha utilizado un sistema contable?

- Sí
- No

¿Alguna vez ha utilizado un sistema contable?

- Sí
- No

¿Conoce los sistemas contables gratuitos y de pago para el registro de las operaciones?

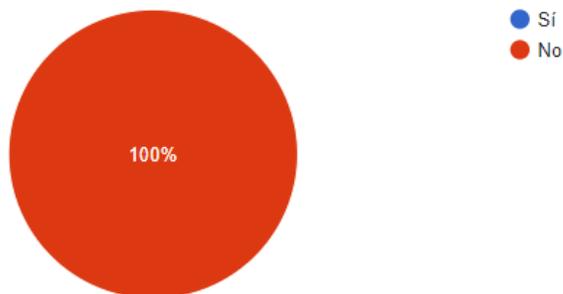
- Sí
- No

Anexo 3. Respuestas: Diagnostico actual de la empresa bombas y mantenimientos

AREA COMERCIAL

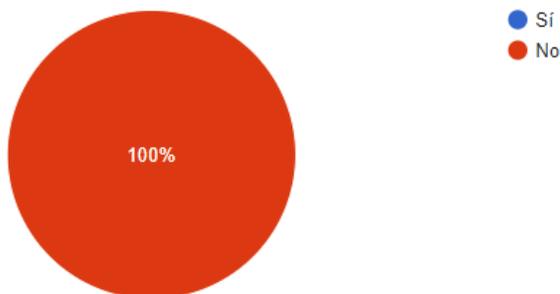
¿Usted como propietario, ha implementado procesos de Marketing que le permita comercializar sus servicios de manera más efectiva?.

1 respuesta



¿Maneja un sistema de inventario para el registro y control de sus herramientas y/o maquinarias?

1 respuesta



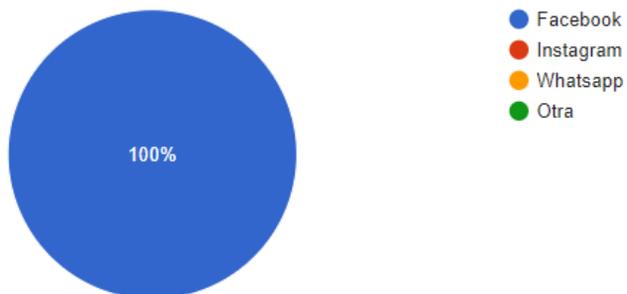
¿Cuenta con un catalogo de servicios para ofrecer sus servicios?

1 respuesta

No, pero he tratado de diseñar un prototipo pero no ha sido efectivo.

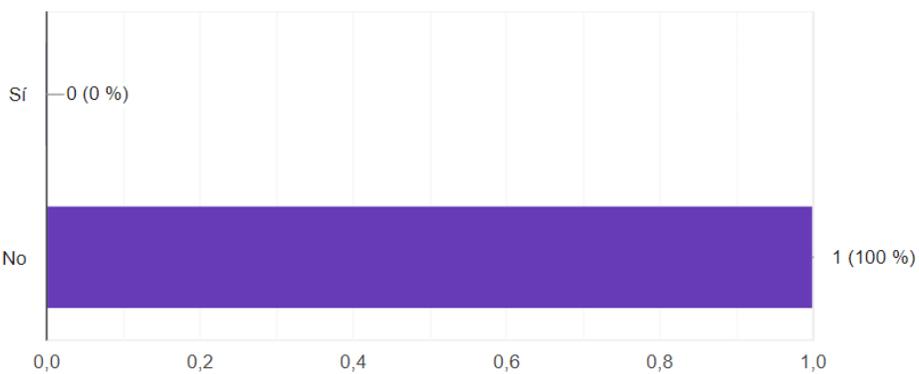
¿La empresa cuenta con redes sociales?

1 respuesta



¿Usted actualiza las redes sociales con información referente a la empresa?

1 respuesta



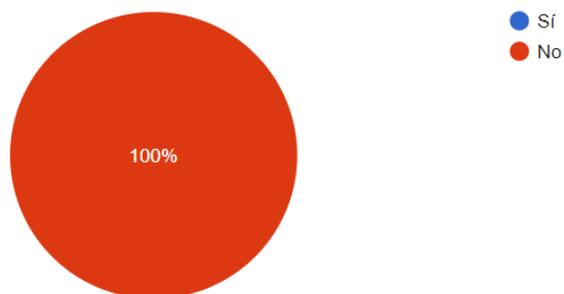
¿La empresa cuenta con asesoría legal para suscripción de contratos ?

1 respuesta

No, la suscripción de los contratos se hace de acuerdo a la experiencia que he tenido hasta el momento.

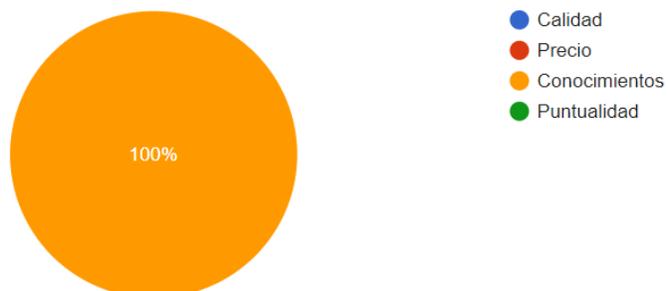
¿La empresa cuenta con un sistema de recaudo de la información a nivel de las ventas?.

1 respuesta



Seleccione ¿Cuál es el indicador más fuerte para su empresa?

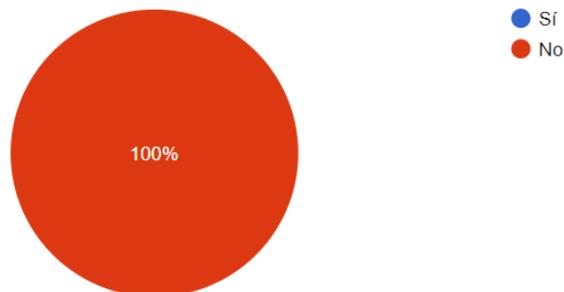
1 respuesta



AREA FINANCIERA

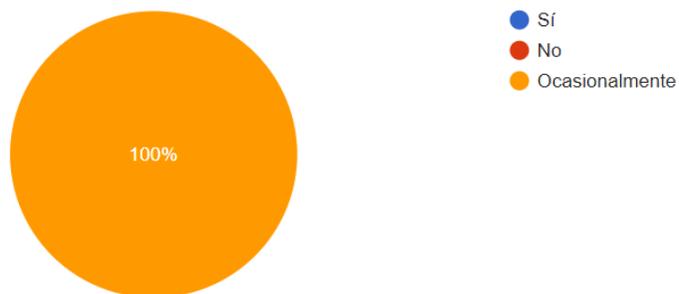
¿La empresa lleva mensualmente los estados financieros pertinentes para el análisis de los procesos realizados durante un periodo determinado?

1 respuesta



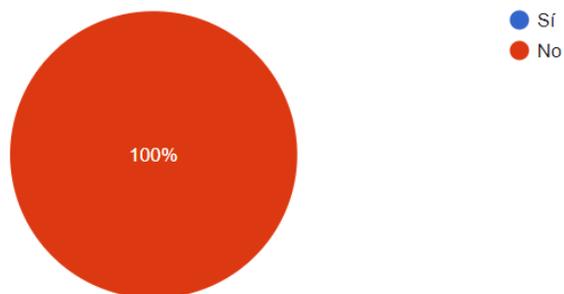
¿La empresa realiza el registro diario de los ingresos y gastos?

1 respuesta



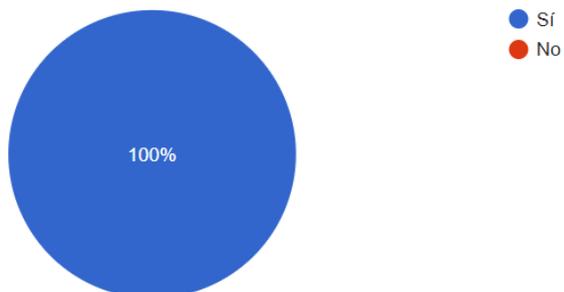
¿La empresa lleva el control del flujo de efectivo?

1 respuesta



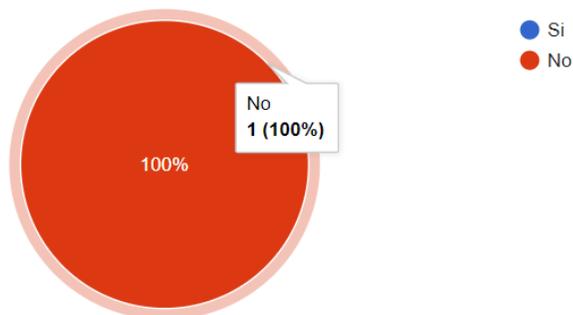
¿La empresa factura cada vez que presta un servicio?

1 respuesta



¿La empresa maneja el registro de las cuentas a pagar a proveedores?

1 respuesta



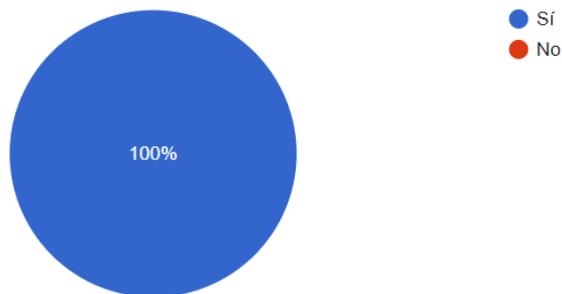
¿La empresa al iniciar el año plantea objetivos y estrategias que se deben cumplir durante un periodo determinado?

1 respuesta

No, no tengo mucho conocimiento sobre este tema

Desde hace 3 años hasta ahora ¿Cree que su empresa ha estado estancada por la falta de asesoramiento?

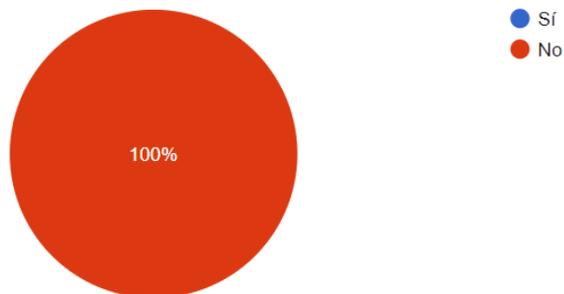
1 respuesta



AREA CONTABLE

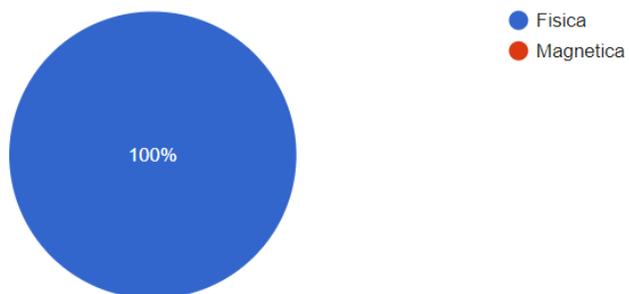
¿La empresa maneja un sistema para el registro de las operaciones diarias?

1 respuesta



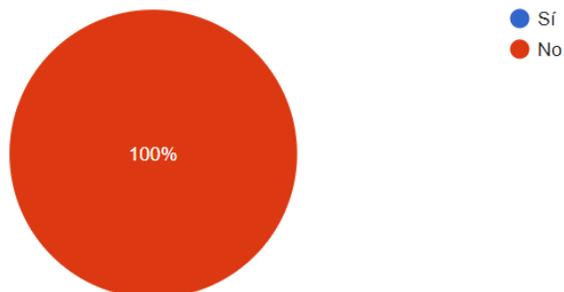
De que manera la empresa maneja el registro de las operaciones:

1 respuesta



¿Alguna vez ha utilizado un sistema contable?

1 respuesta



¿Conoce los sistemas contables gratuitos y de pago para el registro de las operaciones?

1 respuesta

