



Toma de decisiones en la gestión del sector agroindustrial del bizcocho de achira en Huila (Colombia)

Decision making in the management of the agroindustrial sector of the achira biscuit in Huila

Sandra Migdonia TOVAR TRUJILLO [1](#); Gloria Liliana GONZÁLEZ GONZÁLEZ [2](#); Shyrley Rocio VARGAS PAREDES [3](#)

Recibido: 29/04/2018 • Aprobado: 14/06/2018

Contenido

[1. Introducción](#)

[2. Metodología](#)

[3. Resultados](#)

[4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

Este artículo presenta resultados de la investigación: Diagnóstico gerencial y financiero del Sector Agroindustrial del Bizcocho de Achira Precoperativa "Achiras Del Huila EBT" En Neiva, donde se identificó, cómo las decisiones gerenciales y financieras, son estrategias significativas para la estructura organizacional, la gestión del personal y la generación de valor. Se realizó un estudio de enfoque cuantitativo, tipo descriptivo, y mediante un muestreo por conveniencia se aplicaron las técnicas a los empresarios que hacen parte de la junta directiva.

Palabras clave: Competencia profesional, gestión de personal, valor, toma de decisiones.

ABSTRACT:

This article presents the results of the research: Management and financial diagnosis of the Agroindustrial Sector of the Achira Precoperativa Cake "Achiras Del Huila EBT" In Neiva, where it was identified, how the managerial and financial decisions are significant strategies for the organizational structure, management of personnel and the generation of value. A quantitative approach study was carried out, descriptive type, and by means of a convenience sampling the techniques were applied to the businessmen that are part of the board of directors.

Keywords: Professional competence, personnel management, value, decision making.

1. Introducción

El reto para las empresas es permanecer en el mercado con un producto de calidad, donde múltiples factores emergen para lograr el éxito organizacional. Uno de los factores es el talento humano, eje fundamental para la productividad de las empresas. Es así, que los procesos se gestan desde el personal, y allí radica el fortalecimiento de competencias profesionales para responder efectivamente a las exigencias globales de la sociedad; donde la toma de decisiones se articula al desempeño de los equipos de trabajo, a través de la

motivación, la comunicación asertiva, el liderazgo como estrategias para gestionar el cambio y el desarrollo organizacional.

La toma de decisiones gerenciales (Solano, 2003), y financieras son fundamentales para el desarrollo de las empresas. Éstas permiten dar respuesta efectiva a los cambios vertiginosos del mercado, mediante la adaptación, la gestión y el liderazgo. De esta forma, las empresas tienen en cuenta las exigencias sociales dejando el aislamiento local a través de estrategias, entendidas como el conjunto coherente de acciones enfocadas a ganar una ventaja sostenible sobre la competencia.

Por lo tanto, la gerencia debe generar acciones estratégicas que propendan por el desarrollo permanente del trabajo en equipo, la toma de decisiones integrales, el clima organizacional, la gestión y la cualificación del personal. Así como promover la adaptabilidad al cambio, a las nuevas tecnologías, utilizándola en la transformación de los productos actuales o generando nuevos modelos de negocio.

La gerencia en los factores financieros, debe promover la creación de valor, para profundizar la toma de decisiones con base a las actuaciones de la empresa hacia la evaluación constante de la maximización de la riqueza. Según (Tovar T., González G., & Vargas P., 2017) *"para que la gerencia logre la efectividad empresarial basada en la toma de decisiones asertivas, que se verán reflejadas en la productividad, competitividad y posicionamiento, debe alinearse con el factor financiero, que parte de la generación de valor a nivel empresarial"*

Es de resaltar que los aspectos financieros permiten a los empresarios proyectar la situación de la empresa y tomar decisiones asertivas; de acuerdo con (Tovar T., González G., & Vargas P., 2017), La maximización de valor reviste de gran importancia teniendo en cuenta el objetivo de la función de la administración financiera, que data desde la década de los sesenta y que, además, tiene enfoque analítico, tratando de responder a tres interrogantes que hacen referencia a: ¿Cómo adquiere? ¿Cómo invierte? Y ¿Cómo se financia?

1.1. Contextualización de la toma de decisiones

La toma de decisiones es un proceso significativo que determina el éxito o fracaso en las empresas, es sistemático, y en el momento de buscar estrategias y alternativas de solución a diferentes dificultades, analiza y valida aspectos que comprenden estrategias gerenciales y financieras.

Mentzberg, H, (1978) resalta su enfoque en:

El posicionamiento de los recursos y capacidades que dimensionan la dirección de la *estrategia* con los conceptos correspondientes para mantener un patrón en las decisiones, concibiendo por medio del plan el desarrollo consciente del propósito, reconociendo las acciones y las fuerzas mediadoras entre la empresa y el entorno, aplicando un patrón de conducta entre penetración en el mercado, el desarrollo del mercado y del producto, llevando un control y análisis intensivo en cuanto a los patrones de comportamiento que determinan el papel de la organización en el crecimiento y las perspectivas que orientan a la expansión o diversificación de la empresa.

Este autor, plantea estrategias necesarias para las mejoras gerenciales, cada una especializada en una etapa diferente, dependiendo la edad de la empresa identificando la más conveniente, con el fin de lograr un desempeño gerencial superior que signifique una ventaja competitiva y la flexibilidad que ameritan las situaciones en un momento determinado.

En las estrategias gerenciales, se profundizó en la importancia de la gestión del personal desde el reconocimiento de sus competencias profesionales que permiten mejor desempeño y productividad, lo conlleva una serie de ventajas. Una de esas, es la gestión de las competencias profesionales, con independencia del modelo propio que pueda activarse, según Tejada & Navío, 2005, esto permite conocer el potencial de la organización y orienta a la hora de tomar decisiones de carácter organizativo.

Según, Pozo Flórez, 2013, la competencia profesional es:

Conjunto de conocimientos y capacidades que se ponen en práctica, de forma integrada, permitiendo el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo. Un profesional es competente cuando su práctica profesional da respuesta a diferentes contextos y situaciones de trabajo de forma adecuada.

Por lo anterior, las competencias profesionales permiten el desarrollo y crecimiento personal aportando al mejoramiento de la productividad, competitividad y desempeño laboral dentro de las organizaciones. En consecuencia, los gerentes no deben desconocer la importancia de las competencias profesionales que se desarrollan con un propósito intencional desde la gestión del personal.

Ahora bien, para que la gerencia logre la efectividad empresarial basada en la toma de decisiones asertivas, que se verán reflejadas en la productividad, competitividad y posicionamiento, debe alinearse con la estrategia financiera, que parte de la generación de valor a nivel empresarial. En este sentido, varios especialistas en finanzas coinciden en asegurar que el objetivo financiero es maximizar el valor invertido por los propietarios, (García O., 2003).

Esa maximización del patrimonio, se fortalece en los sistemas gerenciales, como lo afirman: (Slater & Olson, 1996) sustenta que *"el propósito económico fundamental de una corporación es la creación de riqueza para sus propietarios; ésta se ha convertido en una motivación tan poderosa que puede decirse que 'crear valor para el accionista' constituye la filosofía gerencial de los 90"*. De igual manera, (Rappaport, 1998), señala que *"en los próximos 10 años la creación de valor para el accionista se convertirá en la norma global para la medición del desempeño de los negocios"*.

Otro referente que se considero es el (Knight, 1998) define a la VBM como *"una vía que permite al gerente concentrarse en la estrategia de la empresa, lograr una mejor alineación de funciones y una mayor creación de valor. Gerenciar el valor se traduce en la correcta utilización y combinación del capital y otros recursos para generar flujos de efectivo provenientes de las operaciones del negocio; la gerencia del valor no es un evento que ocurre una vez al año, sino que constituye un proceso continuo de decisiones operacionales y de inversión enfocadas en la creación de valor"*

Esto implica, que la organización se involucra como sujeto productor de bienes y servicios, en sus diferentes dependencias como producción, mercadeo, recurso humano, entre otras. En la actualidad conlleva al desarrollo y adopción de dispositivos y procesos integradores que benefician positivamente no solo a la organización sino a otros actores desempeño como proveedores, clientes, empleados, etc. Según (Arnold & Davies, 2000), VBM *"un sistema de gestión cuyo objetivo principal es la maximización a largo plazo de la riqueza de los accionistas. El objetivo de la empresa, sus sistemas, estrategia, procesos y técnicas analíticas, así como la medición de los resultados"*

Es decir que, para contribuir en el ámbito financiero, desde la generación de valor en la empresa; la gerencia financiera estará sometida a un proceso de transformación que alinee los objetivos de la organización con la creación de valor, para este propósito la propuesta se basa en el modelo (Rappaport, 1998), quien determina tres momentos o fases de implementación de valor de empresa.

El primero se refiere a los activos, el segundo a los fondos y finalmente a las fuentes de financiación. De alguna manera se está acentuando en la conformación de la estructura financiera del ente empresarial, dicha función financiera posteriormente se amplía a la maximización de valor del mercado para los accionistas, no solo de beneficios.

Es necesario, hacer un alto para precisar acerca de la gerencia basada en el valor económico asentado en que cada empresario busca su propia seguridad, beneficio, y habitualmente se inicia con el sistema contable que entre otras cosas solo permite establecer que sucedió y – no- que podría haber sucedido; desconociendo el riesgo de la operación, es decir el riesgo de los beneficios en cuanto al factor tiempo del dinero. Por lo tanto, se debe considerar que GBV implica el tiempo, la cantidad y el riesgo de los flujos de caja.

Además, (Mills R, Print C., & Weinstein, 2003a) hacen referencia a: *"VBM es un proceso que persigue el objetivo de maximizar la riqueza del accionista a través de la gestión de*

elementos que crean valor económico en la empresa, sean tangibles o intangibles. VBM proporciona de esta manera una perspectiva estratégica que incluye un equilibrio entre los factores (inductores) que permiten el beneficio a corto plazo con aquellos que posibilitan en el largo plazo sostener la ventaja competitiva de la compañía”

La GBV establece la creación de valor para los accionistas con una perspectiva estratégica mucho más calculada por cuanto gestiona inversiones con beneficios superiores a los producidos por el costo de recaudar fondos de la empresa, situación que desencadena inductores de competencia entre las empresas, para captar fondos y financiar sus inversiones, que atrae capital para los proyectos más rentables, beneficiando la productividad y economía, la cual se convierte en bienes, servicios y puestos de trabajo en el largo plazo.

En consecuencia, recobra valor los aportes de (Morin & Jarrell, 2001) “VBM es básicamente una filosofía que guía a la gerencia a tomar mejores decisiones y posibilita que entre las múltiples opciones estratégicas cuya ejecución es susceptible de realización se seleccionen aquellas que en mayor medida contribuyen a la riqueza de los accionistas y, en consecuencia, proporcionan una orientación clara a la misión de la gerencia y centraliza la atención en la maximización de la riqueza de los accionistas”

Por lo anterior, es indispensable precisar que la empresa generadora de mayor utilidad automáticamente no es la que genera mayor valor, por cuanto la GBV es una medida conclusiva de éxito empresarial que exige la planeación de estrategias, procesos, sistemas, organización, entre otros, los cuales se alinean con el objetivo final. Que se convierten en un sistema de valores y de métodos que involucran todos los niveles de la empresa. Por ende, se debe considerar como una cultura empresarial que ofrece un diagnóstico, sobre el cual se trabaja para mejorar el indicador de valor con una filosofía clara en cuanto a la manera de operar y medir para aumentar el capital de los dueños o accionistas.

El indicador se crea para medir el logro empresarial, lo mismo que la concentración de la atención y el esfuerzo. Según (García Serna, 2003), este se cimienta en tres vertientes dirección estratégica, gestión financiera y del talento humano que a su vez determina ocho procesos:

- Adopción de mentalidad estratégica,
- Implementación de estrategias
- Definición de inductores de valor (rentabilidad, flujos de caja libre, inductores operativos y estratégicos)
- Identificación microinductores
- Educar- entrenar – comunicar
- Compensar resultados de valor
- Valorar la empresa
- Monitorear el valor

2. Metodología

El proyecto se desarrolló bajo el enfoque mixto de investigación, de tipo descriptivo. Cabe mencionar que los métodos mixtos se refieren a un único estudio que utiliza estrategias múltiples para responder a las preguntas de investigación y a los objetivos de la misma (Morse, 2003). El tipo de investigación descriptivo plantea especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003; citado por Parra & Narváez, 2010).

Población:

En La población objeto de estudio, se tuvieron en cuenta las empresas de la ciudad de Neiva que se encuentran vinculadas a la Precoperativa de Productores de Bizcocho de Achira del Huila “Achiras del Huila EBT”, un total de 15 empresas, donde se seleccionaron 5, de acuerdo al muestreo por conveniencia. Para la muestra, se utilizó el muestreo por conveniencia, de

acuerdo con las Muestras por conveniencia: simplemente casos disponibles a los cuales tenemos acceso.

Recolección de la información:

- Las técnicas e instrumentos de recolección de la información.

En el enfoque cualitativo, la revisión documental que permitió mediante una búsqueda sistemática y de vigilancia tecnológica en la revisión de antecedentes.

En el enfoque cuantitativo, la encuesta para describir los hallazgos sobre la estructura y organización a nivel administrativo, gerencial y financiero.

2.1. Fases de la metodología

La investigación se desarrolló en tres fases, la primera profundizó en la revisión sistemática en bases de datos para conocer teorías y postulados de las variables conceptuales de: Estrategia, la gestión de personal, la competencia profesional y la generación de valor.

En la segunda fase, se desarrolló el proceso de recolectar, tabular y analizar la información de bajo el enfoque cuantitativo, de tipo no experimental ya que no se manipulan variables. En el diseño cualitativo se abordó la realidad de los empresarios de los bizcochos de achira que están vinculados a la Precoperativa, donde se analizó la situación actual del sector agroindustrial al interior de las empresas desde un ámbito gerencial y financiero.

La población objeto de estudio, son empresas de la ciudad de Neiva que se encuentran vinculadas a la Precoperativa de Productores de Bizcocho de Achira del Huila "Achiras del Huila EBT". La investigación se desarrolló con los empresarios que dirigen las empresas vinculadas.

En la Recolección de la información, se utilizó la técnica de la encuesta, mediante un instrumento de cuestionario, que permitió hacer una caracterización y evaluar la estrategia Gerencial y Financiera. En el diseño del cuestionario se hizo un proceso de revisión y evaluación por pares externos, donde se consolidaron diferentes categorías e información solicitada por la precoperativa, para validar el instrumento.

3. Resultados

Se presentan los resultados más relevantes de la estrategia gerencial, donde se profundizó en las siguientes:

Tabla 1
Variables de la Estrategia Gerencial

Estrategia Gerencial
Componente teleológico
Plan de mercadeo con base al marketing mix
Estructura organizacional
Cualificación del personal
Actividades para el personal

Fuente: Elaboración propia del autor

Se observa que el 100% de los empresarios tienen estructurado su componente teleológico de manera clara y pertinente según su actividad económica, con relación a la misión, visión, valores y principios. Referente al plan de mercadeo, se evidencia con un 80% que no diseñan estrategias para fortalecer el marketing mix, donde es fundamental fortalecer las 4p

(precios, plaza, producto y promoción).

En aspectos de estructura organizacional se encontró que un 80% de los empresarios tienen definida su estructura con los roles, funciones y competencias del personal. Quiere decir que el 20% no la tiene definida. Sin embargo, se hace necesaria una estructura organizacional definida que permita fortalecer la gestión del personal frente a sus habilidades y competencias. De acuerdo con Pereda y Berrocal (2004), "una de las ventajas de la gestión del recurso humano, que está centrada en las competencias de las personas que laboran, es fortalecer los comportamientos y los perfiles competenciales, por lo anterior, es fundamental establecer la estructura organizacional que permita dinamizar los roles, funciones y competencias de los empresarios y empleados logrando mayor productividad y competitividad.

Frente a la capacitación del personal se observa que el 100% manifiesta tener un nivel alto de cualificación y fortalecimiento de competencias de manera periódicamente. De esta manera, la gerencia debe promover el fortalecimiento del trabajo en equipo, la cualificación en competencias profesionales y el desarrollo de habilidades, así mismo propender por la innovación en el producto y en los procesos como estrategia para que la Precoperativa responda con efectividad a los retos que le exige la región.

De acuerdo con (Pereda & Berrocal, 2004), "La adopción de las competencias como base de la gestión de recursos humanos en una organización conlleva una serie de ventajas". Esa ventaja se robustece con el fortalecimiento de habilidades y competencias profesionales del personal - miembros del sector agroindustrial del bizcocho de Achira, que se debe articular y fortalecer desde el quehacer gerencial, para la gestión del personal (recurso humano) como eje dinamizador de la organización.

Una de esas ventajas, según (Pereda & Berrocal, 2004), contribuye a la predicción del comportamiento futuro de las personas sobre la base de su comportamiento pasado; y facilita la comparación entre el perfil de exigencias del puesto y el perfil competencial de las personas.

Por lo anterior, es fundamental seguir fortaleciendo los canales de comunicación formal, el trabajo en equipo donde se focalicen esfuerzos para la toma de decisiones asertivas, desde la asociación como sector agroindustrial, establecer objetivos claros que propicien el sentido de la asociatividad como un pilar para la consecución de metas.

En la estrategia financiera se establecieron las siguientes variables:

Tabla 2
Variables de la Estrategia Financiera

Estrategia Financiera
2.1 La empresa cuenta con recursos físicos y financieros para prestar sus servicios
2.2 La empresa cuenta con un mecanismo de información para manejo contable, de producción
2.3 La empresa analiza y revisa el comportamiento de ventas, las proyecciones económicas y financieras de la empresa
2.4 La empresa evalúa el comportamiento contable, económico, de mercadeo, producción, entre otros.
2.5 La empresa fija precios de los productos con criterios pertinentes para su posicionamiento y reconocimiento comercial

Fuente: Elaboración propia de las autoras

En la primera variable sobre los recursos físicos y financieros, se consideraron:

Tabla 2.1
Recursos físicos y financieros

Recursos físicos y financieros
Bienes adquiridos por sistema leasing
Bienes de consumo
Bienes devolutivos
Bienes intangibles
Mercancías en existencia para comercializar

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Se observa que, el 100% de las empresas encuestadas, cuentan con recursos físicos y financieros para prestar sus servicios, de esos recursos, encontramos: Que el 100% de los empresarios no cuenta con bienes adquiridos por leasing. El 20% tiene bienes de consumo, el 80% tiene bienes devolutivos, el 80% cuenta con mercancías en existencia para comercializar y el 100% no cuenta con bienes intangibles. Se resalta que los bienes devolutivos, están representados por la maquinaria básica, muebles y enseres.

Tabla 2.2
Mecanismo de información

Mecanismo de información para manejo contable, de producción
Sistemático
Diarios y Mensuales
Programa de excel o contador
Software Contable

Fuente: Elaboración propia de las autoras

Como precoperativa, no tienen establecido un mecanismo uniforme de manejo contable, por lo anterior, utilizan un sistema básico a través de contratación externa, solo un 20% utiliza el software contable y un 20% lo hace mediante diarios mensuales, Excel y contador.

En la variable de ventas, proyecciones económicas y financieras de la empresa, se obtiene que:

Tabla 2.3
Comportamiento de ventas, las proyecciones económicas y financieras

Ventas, las proyecciones económicas y financieras de la empresa
Junta directiva
Asesoría contable
Periodicidad (anual, mensual y semanal)

En efecto revisan el comportamiento de las ventas, sin embargo, no trabajan la proyección económica y financiera con la rigurosidad estratégica y seguimiento permanente. Se resalta que, para este proceso, el 80% analizan y revisan el comportamiento de las ventas con la asesoría contable y un 60% con seguimiento semanal.

Tabla 2.4

Evaluación del comportamiento contable, económico, de mercadeo, producción, entre otros.

Comportamiento contable, económico, de mercadeo, producción, entre otros.
De acuerdo a la competencia y producción
De acuerdo a la trayectoria empresarial y ciclos de producción
De acuerdo al reconocimiento histórico y tendencial
De acuerdo a la experticia del gerente

Fuente: Elaboración propia de las autoras

El 100% de las empresas SI evalúan el comportamiento contable, el 60% lo hace de acuerdo a la competencia y la producción, el 60% de acuerdo a reconocimiento histórico y tendencial y el 60% de acuerdo a la experticia del gerente.

En efecto, las empresas que producen bizcocho de achira, evalúa el comportamiento contable, económico, de mercadeo y de producción, según su conveniencia, adoleciendo de un software contable especializado, con uniformidad y quizás de lo más importante en la estandarización del proceso contable que recobre la importancia de la fiabilidad de la información, lo mismo que el aprovechamiento de las cifras para la adecuada planeación financiera, presupuestal, económica; capaz de aportar a las proyecciones asertivas de acuerdo al contexto. En este sentido, es difícil establecer las obligaciones y responsabilidades para encauzar todas las áreas de la empresa.

Al desconocer las obligaciones y responsabilidades, resulta imposible cumplir con las metas propuestas en el plan financiero y por ende con la perspectiva estratégica basada en valor de la empresa a corto y largo plazo de acuerdo a la necesidad de los propietarios y mucho menos de los inversionistas externo. Aspectos que están íntimamente ligados con la gestión de valor económico los cuales a su vez proporcionan y reconocen equilibrio entre los factores de las diferentes áreas de las empresas agroindustriales.

Otro aspecto, que vale la pena mencionar es la valoración de inventarios y el manejo de estos, observándose que las empresas se encuentran básicamente dotadas de maquinaria para generar el producto de manera tradicional, de acuerdo a la proyección de ventas que se estiman por la pericia del dueño del negocio, los pedidos diarios o simplemente por el conocimiento insipiente que se tiene del mercado.

Respecto a la variable, Fijación de precios con criterios pertinentes para su posicionamiento y reconocimiento comercial, se observa que:

Tabla 2.5

Fijación de precios con criterios pertinentes

Fijación de Precios
Con orientación a la demanda
Con orientación al costo

Fuente: Elaboración propia del autor

Se observa que el 80% de las empresas fijan los precios con orientación al costo, lo que significa que le hacen seguimiento al sistema de producción y el 60% los fijan con orientación a la demanda.

En el nivel financiero, se resalta un avance significativo en las empresas del sector, de acuerdo con (Tovar T., González G., & Vargas P., 2017), "se observa que manejan y controlan el área de producción. Sin embargo, como empresa agroindustrial del bizcocho de achira no han adoptado mecanismos que permitan evaluar de manera periódica, secuencial, de comparación tendencial e histórica, etc. el comportamiento de las ventas, la proyección, la competencia, entre otros", es así que la creación de valor fomenta un trabajo en equipo articulando a todos los miembros de la Precoperativa.

Según Slater y Olson (1996: 48) "el propósito económico fundamental de una corporación es la creación de riqueza para sus propietarios; ésta se ha convertido en una motivación tan poderosa que puede decirse que 'crear valor para el accionista' constituye la filosofía gerencial de los 90".

La creación de valor va mucho más allá porque se requiere de adopción de sistemas inteligentes compenetrados con la gerencia admitiendo no solo la maximización de riqueza para la empresa sino una filosofía, la comprensión y adaptación para determinar múltiples opciones estratégicas que contribuyan a la generación de valor.

4. Conclusiones

Todas las organizaciones en la actualidad, de alguna manera buscan mejorar su capacidad no solo por razones económicas sino tratando de generar valor que contribuya a la captación de clientes atraídos por la confianza de recibir beneficio adicional sin costo alguno; beneficio que se convierte en pilar fundamental para conquistar prospectos, además de fortalecer los ya existentes en el mercado en cuanto a la percepción y la diferenciación frente a la competencia.

Sin lugar a duda, valor agregado exige implementar sistemas inteligentes que administren la planeación, organización, ejecución y control de cada uno de los procesos y procedimientos que son la razón de ser del servicio o producto de la organización; para las empresas del sector agroindustrial que abarca la producción, la industrialización y la comercialización de productos; resulta determinante adoptar mecanismos, estrategias, acciones que creen diferenciación en los aspectos propios del ente y que además, admitan el aspecto gerencial basándose en la creación de valor desde dos puntos valiosos como el financiero y gerencial capaces de demostrar y soportar la aplicación de acciones efectivas para la competencia empresarial.

La competencia profesional permite al trabajador, fortalecer sus habilidades, y especializarse en su área, para aportar a la eficacia y efectividad de las empresas, de las organizaciones, con el propósito de posicionarse como los mejores de su negocio. Esto comprende y requiere gerencias deliberadas que le apuesten no solo a la competencia distintiva patrimonial de oferta de bienes y/o servicios que trae inmersas las relaciones económicas, reglas formales, tácticas, capacidad de satisfacción de los demandantes, sino con perspectiva estratégica adicional que vislumbre los inductores de corto y largo plazo comparando escenarios probables constantes que deben analizarse de acuerdo a los fenómenos y tendencias únicas de cada situación.

Por lo anterior, el sector agroindustrial debe propender por la perspectiva estratégica, como una alternativa para robustecer la capacidad de adopción empresarial frente a escenarios con incertidumbre por el cambio constante, lo cual implica una perspicaz observación y aprendizaje de las situaciones financieras de la actividad agroindustrial y de otros campos; que reconozcan con visión holística, asociación de factores, de posibles combinaciones, de marcos mentales con trascendencia, de capacidad ingente de escucha y observación de las

acciones y eventos propios y de otros. Estos, desencadenan en la fuerza impulsora para encuadrar resultados críticos, con el análisis de los indicadores claves de rendimiento - productividad, objetivos y metas, planes de acción tácticos y demás que comprenden el aspecto financiero.

Uno de los objetivos esenciales de la perspectiva estratégica financiera es la evaluación de los inductores de valor para estabilizarlos a corto y largo plazo; partiendo de los aspectos básicos, las consecuencias, entre otros; que asienta el pronóstico de fluctuación por las decisiones tomadas en el ejercicio operacional que tiene como eje la maximización de valor enmarcado en la capacidad que tiene la empresa generar rendimiento mayor en las inversiones frente al costo de capital promedio. (García, 2003 p 177)

La Precoperativa tiene un avance significativo en la ruta de la consolidación empresarial donde se fomente el trabajo conjunto en la producción y comercialización, dinamizando estrategias de marketing para lograr estructura los procesos de calidad en el futuro de la exportación de los productos con la denominación de origen.

A nivel financiero, la creación de valor y la maximización de la riqueza, deben ser motores orientadores de desarrollo empresarial donde confluyen estrategias gerenciales y de mercadeo.

Una empresa depende de las decisiones que se tomen, por lo tanto, se requiere de destrezas, habilidades para dirigir resultados efectivos tanto en los procesos, servicios, productos para responder de manera efectiva a los retos de hoy. Estas situaciones y decisiones se deben haber analizado y tomado en cuenta con anticipación, basadas en la realidad que han generado los estudios previos y la experiencia, los cuales permiten conscientemente aplicar cada una de las estrategias con la proyección, especialización y la posición para lograr los beneficios y las metas dentro del mercado que se quiera conquistar.

Uno de los compromisos esenciales, es retarse a responder a las exigencias de la sociedad actual para esto deben generar conocimiento, habilidades, valores, conductas, destrezas que marquen la efectividad gerencial y administrativa desarrollando y fortaleciendo los equipos de trabajo, de ahí la importancia de implementar modelos gerenciales que promueva el valor agregado, la competitividad, la innovación entre otros.

Para enriquecer la labor de la empresa se requiere de estrategias, gestión, conocimiento que posibilite un ambiente que genere el compromiso del personal a cargo, donde el talento humano se sienta parte de la empresa y de esta manera se comprometa con su productividad individual y del equipo.

Otros desafíos constantes a nivel empresarial, son la competencia, la dinámica de la participación del cliente, nuevos modelos de negocio, el cuidado con la información, la productividad, la imagen corporativa. En este sentido, los gerentes de hoy deben generar y aplicar nuevas ideas (estrategias) para responder a las oportunidades, es decir, la transformación permanente del negocio tanto en procesos, productos como en servicios.

Referencias bibliográficas

Arnold, G., & Davies, M. (2000). Value-Based Management: Context and Application. New York: John Wiley & Sons, Ltd.

García Serna, O. L. (2003). Valoración de empresas, gerencia del valor y EVA. Bogotá [Colombia]: Prensa Moderna.

García, E., & DNP. (14 de 03 de 2016). Departamento Nacional de Planeación. Obtenido de Desarrollo Empresarial - Propiedad Intelectual :

https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/propiedad_intelectual.pdf

González G., G. L., Tovar T., S. M., Vargas P., S. R., Cabrera, L., Mosquera, N., & Martínez, M. (2017). Diagnóstico gerencial y financiero del Sector Agroindustrial Del Bizcocho De Achira En La Precoperativa "Achiras Del Huila EBT" En Neiva. Neiva: UNAD.

Knight, J. (1998). Value Based Management: developing a systematic approach to create shareholder value. New York: McGraw-Hill.

León García, O. (s.f.). Capítulo 1 Valor del Dinero.

Milla Gutiérrez, A. (2010). Creación de valor para el accionista. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Mills R, W., Print C., F., & Weinstein, B. (2003a). "Value Based Management: Approaching a Dead End or a Promising Future". Henley Centre for Value Improvement. Discussion paper.

Mintzberg, H. (1987). El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. California Management Review: ALFAOMEGA.

Morin, R., & Jarrell, S. (2001). Driving Shareholder Value. Value-Building Techniques for Creating Shareholder Wealth. . New York: Mc Graw-Hill.

Pereda, S., & Berrocal, F. (2004). Gestión de recursos humanos por competencias. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

Rappaport, A. (1998). Creating shareholder value, a guide for managers and investors. New York: The Free Press, 2nd edition.

Slater, S. F., & Olson, E. M. (1996). A value - based management system. Business Horizons, 48-52.

Solano, A. I. (2003). Toma de decisiones gerenciales. DIALNET, 44-51.

Tovar T., S., González G., G., & Vargas P., S. (2017). Valor agregado para las organizaciones del sector agroindustrial del bizcocho de Achira, desde las decisiones gerenciales y financieras. Neiva: UNAD.

Tovar Trujillo, S. M. Retos gerenciales. Recuperado de:

<http://repositorios.rumbo.edu.co/handle/123456789/107326>

Tovar Trujillo, S. M. Generalidades gerenciales. Recuperado de:

<http://repositorios.rumbo.edu.co/handle/123456789/107323>

1. Administradora Educativa, Esp. En Administración de Empresas, Esp. En Informática para la Docencia, Esp. En Pedagógica para el desarrollo del aprendizaje autónomo, MBA. Administración de Negocios. Docente e investigadora. sandra.tovar@unad.edu.co

2. Contador Público, Esp. En Gerencia Estratégico de Mercadeo, Mag. En Mercados financieros y finanzas internacionales. Docente e investigadora. glorial.gonzalez@unad.edu.co

3. Administrador de Empresas, Esp. En Gerencia Estratégica de Mercadeo, Esp. En Educación Superior a Distancia, Mag. En Administración de Organizaciones. Docente e investigadora. shyrley.vargas@unad.edu.co

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 39 (Nº 44) Año 2018

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

©2018. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados