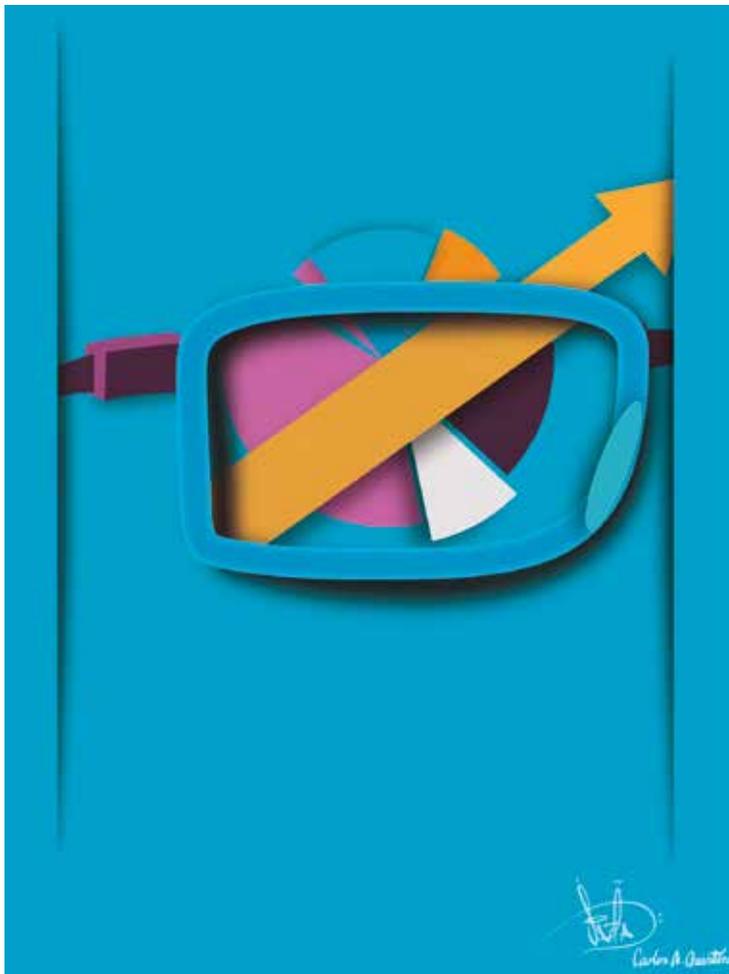


COLECTIVO TERCER SEMESTRE ADMINISTRACIÓN

Profesores: Mg. Andrés Alberto Arias Pineda, Mg. Jaime Flórez Bolaños, Mg. Nelson Londoño Pineda



LA RACIONALIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES DE EMPRESARIOS EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN PEREIRA ENFOCADO EN LA EMPRESA ÓPTICA LAS GAFAS S.A.S*

Rationality at decision making of businessmen in small and medium companies in Pereira, focused on the company Óptica Las Gafas S.A.S

*Santiago Morales Cuartas**, Tatiana Ladino Giraldo**, Valentina Pineda Monsalve***

* Este documento es producto del trabajo de investigación formativa dirigida por los docentes que integran el colectivo.

** Estudiantes de tercer semestre del programa de Administración de Empresas I-2016. Contactos: santiago1.morales@ucp.edu.co - tatiana.ladino@ucp.edu.co - valentina.pineda@ucp.edu.co

RESUMEN:

¿En momentos de Crisis qué medidas implementa usted para tomar una decisión?

Las crisis empresariales son momentos por los cuales absolutamente todos los comerciantes pasamos en algún momento del año o de la vida comercial como tal. En primera instancia y de allí depende todo lo que venga, debemos tener en cuenta cuando nos encontramos en momentos críticos a nivel financiero, a nivel de ventas o incluso a nivel del personal que manejamos, debemos tener mucha capacidad de análisis consciente y abierta para garantizar que dicho momento sea solo el inicio de un proyecto en pro de mejorar y salir adelante. En segundo lugar debemos allá de raíz el factor que nos está ocasionando la crisis y cuál está siendo realmente el problema para saber a dónde nos dirigimos para buscar la solución, no caer en el error de buscar soluciones repentinas que solo sean paños de agua tibia y no arranquen en problema de raíz, ya encontrado el foco del problema (económico, administrativo, atención al cliente, ventas) entre otros, procedemos a analizar en qué momento y porque razón entramos o se formó dicha inconformidad, y allí partimos a implementar medidas dependiendo en el campo empresarial en el cual nos encontramos. Si es de Servicio al cliente, nos dispondremos a ejecutar labores de seguimiento y auditorías constantes a los clientes externos e internos para garantizar la satisfacción de ambos, si enfrentamos un problema financiero, debemos Implementar medidas que disminuyan gastos personales no obligatorios para la empresa, para hacer así un fondo de ahorro que nos ayude a re capitalizar nuevamente la empresa y poder jugar con el flujo de caja diario... Si es un problema de ventas implementamos proyectos con empresas aliadas, revisamos nuestras listas de precio y nos apoyamos en convenios vigentes con el fin de mejorar dichas ventas, Finalmente cabe aclarar que cada sector de la empresa puede presentar dificultades en algún momento lo más importante es lograr hallar claramente la raíz del problema para así llegar a la implementación de un correcto plan de mejora (Ladino, 2016)

PALABRAS CLAVE:

empresario, toma de decisiones, racionalidad económica

ABSTRACT:

At moment of crisis, what strategies do you implement to make decisions?

The companies' crises are moments that absolutely all merchants have at any moment of the year or commercial life as it is. At first instant and from there depends all that comes, we must take in count when we are in critical moments at financial level, sells level or even at human level that we manage. We must have a lot of ability for the conscious analysis and open to guarantee that the moment is only the beginning of a project to get better and get ahead. In second place we must find the root of the factor that is occasioning the crisis and which is being really the problem to know where we head in order to look for a solution. Not falling in the mistake of looking sudden solutions that are only "warm water cloths" and don't take the problem from the roots, when it's already found the focus of the problem (economic, administrative, customer service, sells) among others, we proceed to analyze at what moment and why we got in or was formed that unconformity and there we start to implement the tools depending on the corporative field in which we are. If it's customer service we get ready to execute following plans and constant advisors to external and internal clients to guarantee the satisfaction of both. If we are facing a financial problem we must to implement strategies that lower not mandatory personal expenses for the company to make a saving found that helps us to capitalize the company again and be able to play with the daily cash flow. If it's a sells problem we implement projects with allied companies, checking our price lists and we support on current agreements with the goal to better those sells. Finally, is important to clear that every sector of the company can present difficulties at some point, but the most important is to get to know clearly the root cause of the problem, this way get to implement the correct plan of improvement (Ladino, 2016).

KEY WORDS:

businessman, decision making, economic rationality.

1. Área problémica

1.1 Descripción del problema

Por qué es importante hablar de la racionalidad en la toma de decisiones en cualquier empresa

Para que puedan funcionar y subsistir las organizaciones, se deben tomar decisiones. Los administradores en todos los niveles toman decisiones: desde el supervisor (Primer nivel directivo) hasta el gerente y presidente de la junta directiva (último nivel directivo, todos toman decisiones (...)). En general, en una organización se están tomando constantemente decisiones. La toma de decisiones es parte integral de la administración de una organización y la calidad de las decisiones tomadas es un factor vital en la eficiencia de las organizaciones.

Por otro lado, Hebert Simón, premio nobel de economía 1978, considera las organizaciones como un sistema de toma de decisiones. Simón considera que tomar decisiones es sinónimo de administración y que el elemento dinámico que activa y mantiene la administración. Además el administrador dedica una gran parte de su tiempo a tomar decisiones.

Para tomar una decisión en cualquier tipo de organización se debe tener en cuenta otro factor esencial y fundamental el cual es la racionalidad ya que esta es la que hace del ser humano una especie que busca progresar y estar en desarrollo constante, ya que hace que este se pregunte acerca de la realidad de las cosas y reflexione acerca de sus verdades y capacidades, a esta se le debe el desarrollo y el progreso logrado por la especie humana hasta ahora.

“El principio de racionalidad proporciona una buena aproximación al estudio del comportamiento de los individuos, siempre que lo interpretemos con la suficiente flexibilidad. Distintas situaciones pueden reclamar diferentes vías de modelizar el “comportamiento racional” (Villar, 2006, p. 37).

La racionalidad se define generalmente como la selección de la alternativa para la cual la compensación esperada es mayor. La compensación esperada se define aquí como el promedio de las compensaciones correspondientes a todas las consecuencias posibles, ponderado según las probabilidades de ocurrencia (March & Simon, 1977, p. 151) Asimismo, la racionalidad bajo el enfoque de Weber es considerada como sinónimo de eficiencia. (Mancebo del Castillo, 1999, p. 63).

La racionalidad puede darse de tres formas: como un proceso histórico, como método, basada en el método científico y como lenguaje que se refiere al acuerdo del lenguaje que utiliza cada área del conocimiento; en este caso habrá un interés particular por la racionalidad como un fenómeno histórico; anteriormente no se había generado el concepto como tal de racionalidad, se sabía que existían conceptos que se aproximaban a este, entre ellos, doxa que es el conocimiento que trataba de explicar el mundo a partir de la mitología y el logos o episteme que era la explicación que intenta describir de manera exacta los sucesos reales.

A partir de esto se demuestra la importancia de la racionalidad en el proceso toma de decisiones en todo tipo de empresa, las organizaciones de hoy en día toman decisiones constantemente, muchas veces los integrantes de dicha organización no son conscientes de los impedimentos que

trae dicho proceso, como ya se sabe este proceso de tomar decisiones tiene una gran trascendencia y así como puede traer éxito para la organización en muchos casos se analiza un fracaso significativo.

La toma de decisiones es un proceso en el que se identifican y eligen soluciones alternativas que puedan dar solución a un problema, proyecto o tema en específico dentro de la organización. (Simón, 1958). Esto implica que la persona que esté a cargo de realizar este proceso debe de estar en la capacidad para cumplir dicho método, como afirma Núñez (2003) definir el problema, recopilar datos, generar alternativas y seleccionar un curso de acción, de manera rigurosa y detallada.

Para concluir se denotara la importancia de la racionalidad de la toma de decisiones en las materias que componen el proyecto de investigación del colectivo: Microeconomía, Contabilidad de Costos y Epistemología para la Administración.

En primer lugar la contabilidad de costos según el departamento de ingeniería de la UNAM, es un sistema de información para predeterminar, registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar, interpretar e informar de los costos de producción, distribución, administración y financiamiento. Lo cual se relaciona con el trabajo pues estos buscan obtener la mayor calidad, producción y utilidad gastando la menor cantidad de dinero posible, por lo que es fundamental tomar las decisiones más adecuadas para cumplir con las metas fijadas.

En segundo lugar, haciendo énfasis en la materia fundamental para el desarrollo

de dicho proyecto de investigación (Epistemología) por lo visto en clase se define como una rama de la filosofía la cual se encarga de estudiar el conocimiento científico, enfocándose en la validez de las teorías y de los métodos

Por último, la microeconomía es un conjunto de modelos construidos con el propósito de ayudarnos a entender el proceso por el cual los recursos, que son escasos, son asignados entre usos alternativos, y el papel de los precios y el mercado en este proceso. Sin embargo, la comprensión normalmente viene acompañada de la habilidad de predecir y controlar, y este es el caso de la microeconomía (Gravelle & Ress, 2006, p.1)

1.2 Formulación del Problema

¿Qué tipos de racionalidades utiliza el equipo de gerencia en la empresa Óptica Las Gafas S.A.S al tomar decisiones en ambientes de incertidumbre?

Objetivo General

Determinar los criterios racionales que la empresa óptica Las Gafas S.A.S tiene en cuenta para la toma de decisiones en ambientes de incertidumbre

Objetivos Específicos

1. Identificar los sistemas de costos de la empresa y su uso en la toma de decisiones.
2. Describir la estructura de mercado de la empresa Óptica Las Gafas S.A.S
3. Identificar criterios de racionalidad utilizándolos en el proceso de toma de decisiones en la empresa Óptica Las Gafas S.A.S

Justificación

La investigación es una “práctica reflexiva, es un proceso en continua construcción y reconstrucción, y en ningún caso estático” (Rizo, 2004, p.4).

La importancia de investigar para los estudiantes de tercer semestre juega un papel muy importante para el crecimiento y construcción del conocimiento, investigar es ser consciente de las habilidades de cada estudiante para cuestionar el entorno y así dar respuesta a preguntas investigativas las cuales aportan al conocimiento individual.

A medida que la investigación avanza se involucra más el desarrollo de habilidades que van más allá de métodos y teorías de investigación es decir, se debe de obtener la creatividad y la seguridad de realizar una investigación la cual implique fortalecer el conocimiento necesario para saber cuáles son las mejores formas o técnicas para conseguir una información válida y contundente.

En el colectivo de tercer semestre es importante hablar de racionalidad, este concepto es fundamental en la toma de decisiones, puesto que la mayoría de empresas del país se encuentran dirigidas por sus dueños y asimismo se sabe que casi todas son pymes y que aplican métodos empiristas, es decir, basados en costumbres o creencias, y así se refleja la decisión tomada frente a cada problema u oportunidad de mejorar. Por otro lado, la investigación sobre la toma de decisiones ayuda a tener un pensamiento lógico frente a la inseguridad de la toma de decisiones correctas ya sea a largo o corto plazo.

Finalmente, el trabajo de colectivo le aporta a la Universidad Católica de Pereira, un crecimiento más amplio en el conocimiento investigativo de cada uno de los estudiantes, puesto que dicho conocimiento adquirido será reflejado de manera contundente y apropiada a la empresa que se ha tomado

Marco Referencial

Marco Teórico

Tomando en cuenta la crisis social que se vive hoy en día, el contexto histórico en el que se encuentran las sociedades del mundo, es un deber de los administradores no solo ejercer un cargo en cualquier tipo de organización si no que este debe de ser partícipe del desarrollo de un futuro sustentable para las próximas generaciones, es de vital importancia estudiar las decisiones que estos toman al momento de enfrentarse a situaciones cambiantes o de incertidumbre, además de esto es necesario conocer qué procesos implantan en su organización para lograr sus objetivos (Maximizar Beneficios). El impacto de tales decisiones se revela vívidamente a través del concepto de la “responsabilidad social”, el cual puede definirse como la obligación que les incumbe a quienes toman decisiones para llevar a cabo ciertos programas de acción y pugnar por las estrategias que favorecen los valores y los objetivos de la sociedad(...) Por la tanto, el proceso por el cual toman decisiones ciertos individuos que ocupan posiciones importantes, que ,si se llevan a cabo, movilizaran a nuestros valiosos y limitados recursos debe analizarse, estudiarse y programarse con la esperanza de mejorar esta habilidad fundamental y necesaria (Rheault, 1987, p.7).

Hay decisiones que no son tan difíciles de tomar como enviar un memo o una carta. Otras decisiones, en cambio, son complejas. Por ejemplo, hay diez candidatos para el cargo de gerente financiero, y si todos están calificados para ocupar ese cargo, la selección de ese candidato se vuelve una tarea compleja y la toma de esa decisión es muy difícil (Blank, 2002, p.80).

Tomando como base lo anterior, las distintas etapas por las que pasa el gerente a la hora de tomar decisiones tanto operativas como administrativas, estas dependen de la situación en la cual se encuentren, con respecto a esto existirá mayor o menor grado de facilidad para tomar una decisión, estos momentos están relacionados directamente con la cantidad de información que se tenga acerca la situación a la que se enfrente la organización y dichos momentos son: la toma de decisiones en condiciones de certidumbre.

La toma de decisiones en condiciones de certidumbre ocurre cuando el decisor conoce el estado de la naturaleza que ocurrirá con absoluta certeza. En tales situaciones de decisiones la persona que toma la decisión conoce el conjunto de sus estrategias posibles, también conoce los resultados correspondientes a cada una de las estrategias disponibles y conoce sus preferencias sobre los diversos resultados considerados (Rheault, 1987, p. 55-56)

La certidumbre es la condición que impera cuando las personas están plenamente informadas acerca de un problema, conocen soluciones alternativas y saben cuáles serán los resultados de cada solución. Esta condición significa que las personas conocen a fondo el problema y las soluciones

alternativas y que los mismos están bien definidos (Hellriegel, Jackson & Slocum, 2009, p.255).

En la toma de decisiones en condiciones de certidumbre, se debe aclarar, que en un proceso general de toma de decisiones nunca es medible y cuantificable exactamente, cuándo hay acontecimientos y consecuencias de dichas decisiones se trata, es claro que existen momentos en los cuales puede haber mayor grado de certidumbre acerca de lo que podría ser el resultado de una decisión.

La toma de decisiones en condiciones de riesgo: Cuando dos o más estados de la naturaleza sean relevantes, cuando se puedan identificar todos los estados naturales pertinentes y cuando se puedan asignar probabilidades de ocurrencia a esos estados naturales, existirá una situación de decisiones en condiciones de riesgo (...) La toma de decisiones en condiciones de riesgo es precisamente el tipo de problemas que surge más a menudo en una administración, es decir, la descomposición de máquinas, las fallas en el proceso de fabricación, cuando en un sector de la mano de obra se mide la productividad, y la distribución de los plazos de entrega a los clientes entre otras.

“El riesgo se refiere a la condición que impera cuando las personas pueden definir un problema, especificar la probabilidad de que se presenten ciertos hechos, identificar soluciones alternativas y establecer la probabilidad de que cada solución lleve a un resultado” (Hellriegel, Jackson & Slocum, 2009, p. 256). La incertidumbre es la condición que impera cuando una persona no cuenta con la información necesaria para adjudicar probabilidades en los resultados

de las soluciones alternativas. De hecho, la persona tal vez ni siquiera pueda definir el problema y mucho menos identificar soluciones alternativas y resultados posibles (p.257).

A continuación se mostrarán 2 figuras. En la figura 1 se relacionan los tipos de decisiones a tomar, y el grado de incertidumbre o certidumbre que genera cada tipo de decisión.

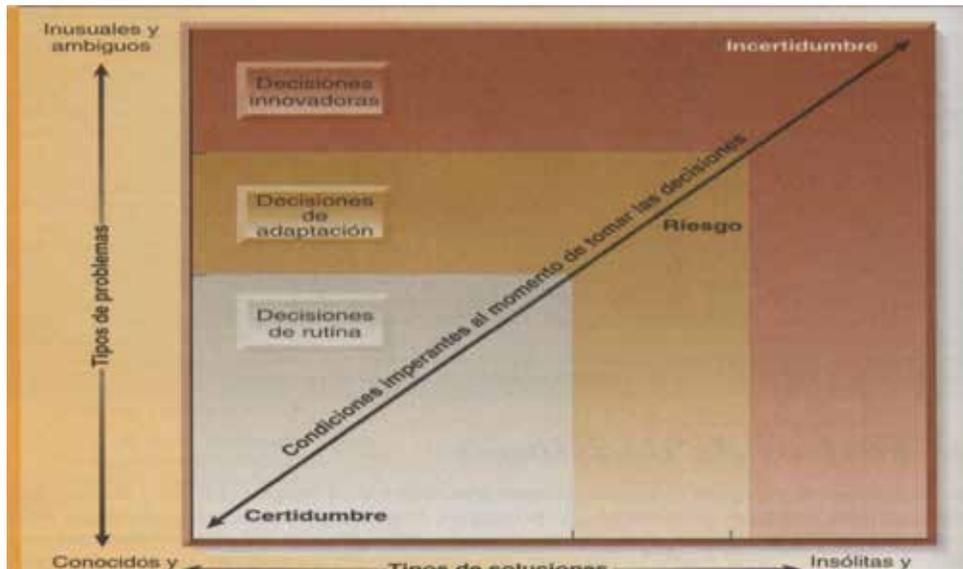


Figura 1. Marco para la toma de decisiones. Fuente Hellriegel, Jackson & Slocum, 2009, p. 260

El modelo racional prescribe un conjunto de fases que las personas o los equipos deben seguir para incrementar la probabilidad de que sus decisiones sean lógicas y óptimas(...) Por lo normal se concentra en los medios, en

el mejor camino para alcanzar una o varias metas (Hellriegel, Jackson & Slocum, 2009, p.266). A partir de esto, el modelo racional nos va a ayudar a evaluar, identificar, perseguir y alcanzar la meta fijada.

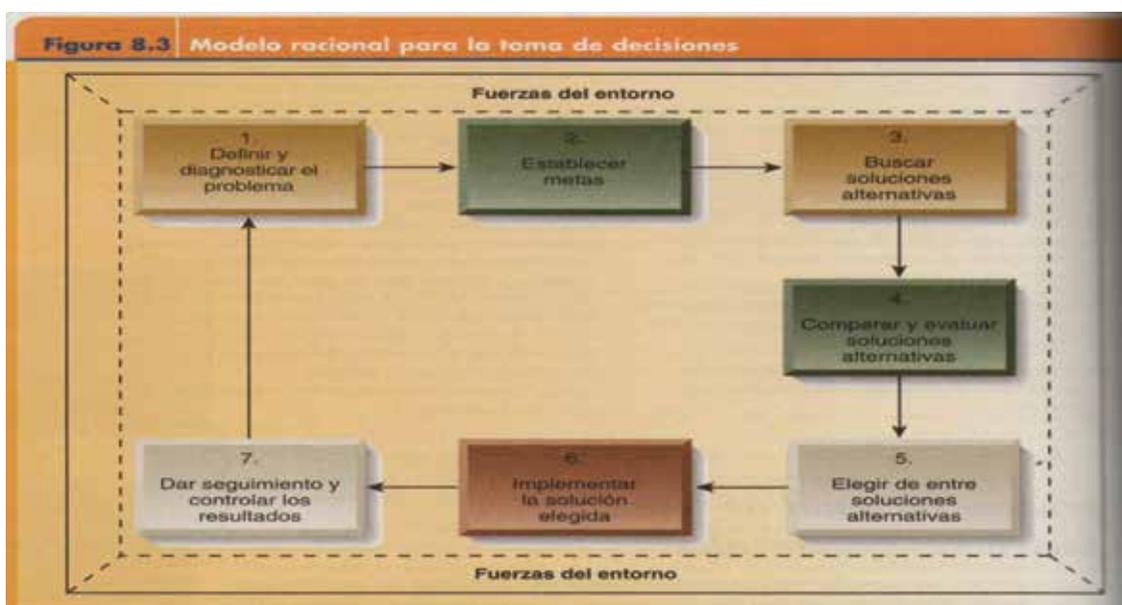


Figura 2. Modelo racional para la toma de decisiones. Fuente Hellriegel, Jackson & Slocum, 2009, p. 266

La racionalidad busca dar por resultado que el objetivo planteado se logre al máximo. En este orden de ideas se plantean varios tipos de racionalidad los cuales buscan lograr el resultado administrativo: maximizar los beneficios.

El primer tipo de racionalidad que se nombrará será la racionalidad teórica la cual se enfrenta a la pregunta: ¿cuál es el caso? ¿Cuándo una creencia es racional? Cuándo debemos aceptar una creencia como racional en base a la evidencia e información que poseemos y, por lo tanto, cómo podemos justificar racionalmente dicha creencia (Ortiz, El concepto de racionalidad, p. 3). Esto hace referencia al dominio que tiene el ser humano frente a los factores mentales e intelectuales.

Por otra parte la racionalidad práctica responde a la pregunta ¿Qué debo hacer? ¿Y Cuándo una acción, o conducta, es racional? (Ortiz, El concepto de racionalidad, p. 7). Se entiende esto como las acciones correctas que realiza el ser humano frente a situaciones de la vida cotidiana, es decir, es la manera de percibir la realidad desde una perspectiva racional.

La racionalidad instrumental es en la cual un agente decisor busca el logro de sus objetivos sin pensar en los medios a los cuales tenga que recurrir. Seguido de esto la racionalidad sustantiva constituye que un agente es racional si actúa de acuerdo a unas buenas razones y estas determinan por sí solos los fines, solo si el agente procede de una manera inteligente y sensitiva.

La racionalidad estratégica es una racionalidad de fines en la que se realiza una interacción orientada al éxito, es decir,

cuando al calcular el éxito del actor, éste puede incluir por lo menos a otro actor racional también orientado hacia un fin.

Por último en la racionalidad comunicativa, las acciones de los actores participantes no quedan coordinadas a través de cálculos egocéntricos de intereses sino a través del entendimiento (Verständigung). En la acción comunicativa los agentes no se orientan primariamente por su propio éxito sino por el entendimiento. Siguiendo esta lógica de racionalidades en las empresas es necesario hablar de incertidumbre y certidumbre a la hora de tomar decisiones racionales ya que son estos los dos conceptos claves para profundizar en de la toma de decisiones racionales asociados a los resultados y la facilidad al tomar una decisión.

A partir de esto se hará una relación de la toma de decisiones en ambientes de incertidumbre y certidumbre, los cuales se está refiriendo esencialmente a la información que se posee acerca de un tema específico sobre el cual se debe actuar; se dice que existe certidumbre en la medida que se posee más información acerca de un hecho o un proceso y menor certidumbre en la medida que no se posee información no solo acerca de un hecho sino también acerca de las posibles consecuencias de ese hecho llamado así incertidumbre

La figura 1 muestra que las condiciones de incertidumbre son las que determinan una mayor o menor facilidad a la hora de actuar frente a una toma de decisión. Entre mayor certidumbre exista será una decisión más rutinaria, pero a medida que aumente el grado de incertidumbre será una decisión que requiere un mayor grado de innovación y su riesgo será más amplio.

Partiendo de esto, Se puede decir que para poder enfrentar las situaciones y proceder a tomar cualquier tipo de decisión, es un deber de los administradores analizar a fondo la información contable y de costos ya que el objetivo principal de las organizaciones empresariales es maximizar beneficios y tener una rentabilidad posible, por lo tanto toda decisión que se vaya a tomar debe estar a fin con este objetivo para no traer ninguna dificultad a la empresa.

Asimismo, la toma de decisiones no solo es mirar datos de porcentajes y análisis de mercados, los datos requieren de un proceso de valoración mediante una categorización, contextualización con la situación requerida, asimilación, análisis y distribución con el fin de obtener información pertinente, tenemos que tener en cuenta que “los datos expresan solo una parte de la realidad” (Cabrera, 2003; citado por Castellanos, Fuquene y Ramírez, 2011).

Partiendo de lo dicho anteriormente, utilizar solo los datos para la toma de decisiones es equivocado, puesto que se debe de saber en qué momento y para que pueden servir. Utilizar la información es una de las principales maneras de tomar decisiones racionalmente y así se puede contribuir a disminuir los momentos de incertidumbre por los que pase dicha organización y así generar un progreso significativo en la innovación y evolución de la organización.

El interés de la microeconomía en el modelo de maximización de beneficios, es evidentemente, una simplificación de la realidad (...) Supone que las ganancias son

la única meta importante de la empresa y resta importancia a otras metas posibles, como ganar poder o prestigio. El modelo también supone que una empresa dispone de información completa sobre sus costos y sobre la naturaleza del mercado en el que el vende sus productos como para poder descubrir cuáles son sus verdaderas opciones para maximizar beneficios (Nicholson & Snyder, 2010, p.4).

Marco contextual

Sector comercio

Uno de los principales sectores que mueve la economía pereirana y aporta el 88% del empleo de la ciudad es el comercio, gracias a la ubicación estratégica de la ciudad de manera equidistante (200 kilómetros lineales) a los tres principales centros de consumo nacional (Bogotá, Medellín y Cali), denominados el Triángulo del Oro.

El Producto Interno Bruto de la perla del Otún es de alrededor \$6,5 billones (año 2013), lo cual representa el 0,9% de la economía nacional. Por sectores, el de comercio, restaurantes y hoteles ocupa el primer lugar con una contribución al PIB del 18,8%; le sigue el de servicios sociales y personales con 18,6% y la industria manufacturera con 17,6% respectivamente. El cuarto sector, que está en crecimiento, es el financiero e inmobiliario que representa el 15,7% del PIB. (Toro, 2016).

En el análisis realizado por la Cámara de Comercio de Pereira denominado ‘Pereira: una ciudad del comercio con crecimiento’, se reveló la influencia del sector en la ciudad en los últimos 20 años, caracterizado por

la apertura económica que tuvo lugar en la década de los años 90 y que posibilitó la llegada de nuevos formatos económicos.

Luis Alfonso Sandoval, coordinador de investigaciones socioeconómicas de la Cámara de Comercio de Pereira, señaló que la evolución del comercio en la capital risaraldense vista desde la perspectiva geográfica, revela que la actividad se desarrolló a partir de la demanda. En 50 kilómetros alrededor de Pereira hay un mercado de 2,3 millones de personas y en 30 kilómetros 1 millón, que son la potencialidad para la demanda de bienes y servicios del sector comercio.

Con base en esto, según los datos recogidos en la entrevista al señor Luis Ladino Ríos se contempla como la competitividad influye y afecta tanto en el sector económico y productivo puesto que con esto, la empresa se ve llamada a analizar y a modificar sus precios, la calidad de sus productos y su innovación pues debe entrar a competir en un mercado cambiante e inestable en el cual, si existen muchos competidores y oferentes habrá mucha oferta y mucha demanda.

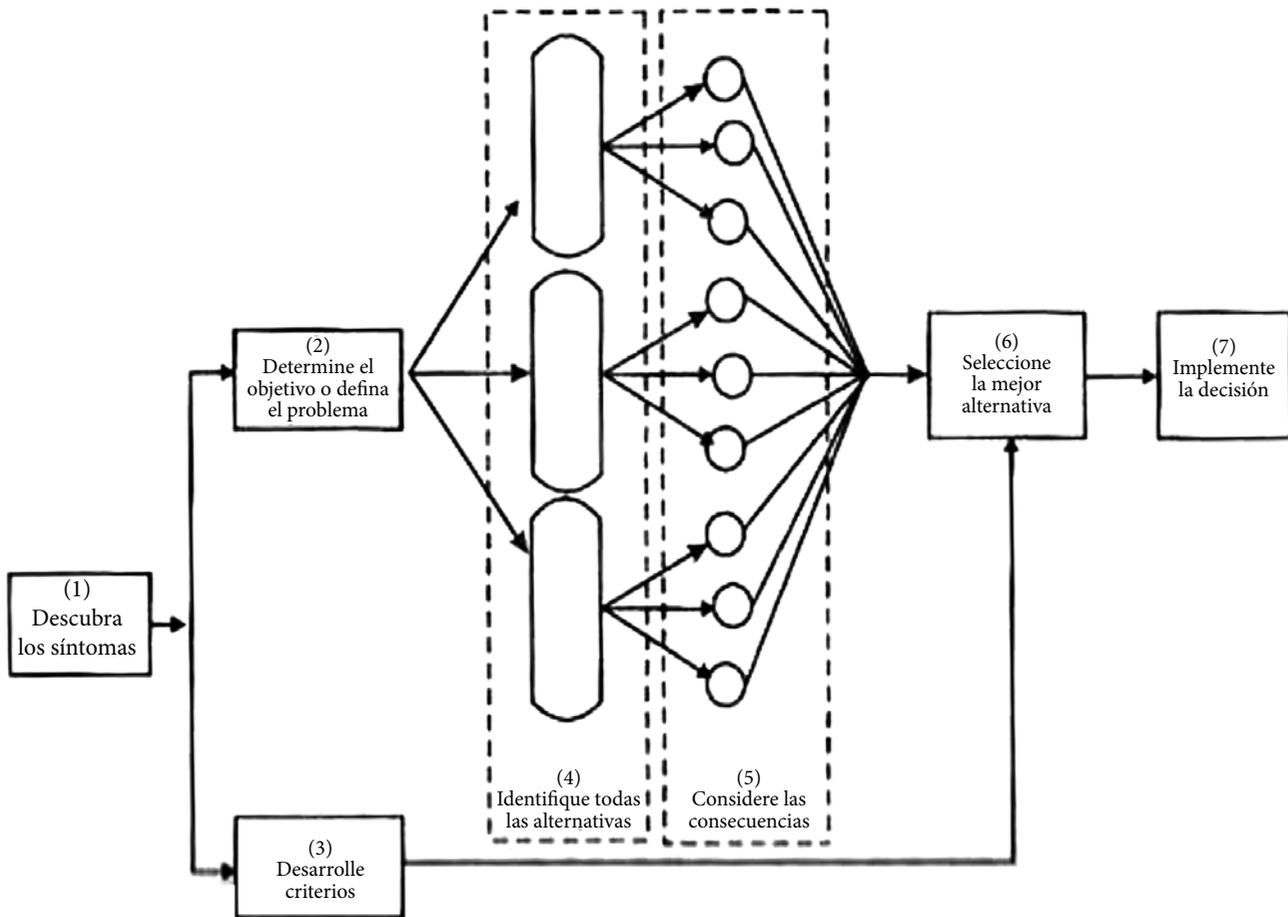
En consecuencia, se observa que el sector comercio en la región ha tenido excelentes resultados con respecto al tamaño de la población, puesto que a partir del crecimiento y desarrollo de las empresas comerciales, como se evidencia, en la región se empieza

a ver la necesidad de solicitar la mano de obra y personas que ingresen a laborar dentro de estas organizaciones, lo cual es un gran aporte y avance para la región ya que con esto se puede empezar a desarrollar la gran problemática social del “desempleo” el cual siempre ha traído efectos negativos.

La empresa óptica Las Gafas S.A.S presenta dos CIU principalmente el de comercialización (4774) este es el más fuerte y el más utilizado a diario por los habitantes de Pereira, puesto que, la comercialización de lentes, monturas y productos de optometría han llegado a un máximo nivel de efectividad, el CIU de servicios de óptica Las Gafas S.A.S (8692) con respecto a esto se identificó que 75 ópticas aproximadamente poseen el mismo CIU la óptica más fuerte es Las Gafas S.A.S la única certificada en El Eje Cafetero.

La racionalidad económica se basa en dos suposiciones: uno, asume que las personas poseen racionalidad económica. La racionalidad económica existe cuando las personas tratan de maximizar los logros, como por ejemplo obtener el máximo de utilidades o producir el máximo de unidades. Dos, asume que las personas tratan de maximizar los logros de una forma ordenada y lógica.

A continuación se mostrará los siete pasos para tomar una decisión bajo este modelo



A partir de esto, la empresa óptica Las Gafas S.A.S se ve expuesta a estar en una estructura de mercado de competencia perfecta la cual se caracteriza por la inexistencia del poder del mercado, está formada por muchas empresas, aquí no existe poder de mercado, no existe asimetrías de información, son productos homogéneos, no hay costos de transacción y hay libre entrada y salida de compradores y vendedores.

Por otro lado hay cuatro condiciones que definen la existencia de un mercado perfectamente competitivo que son:

1. Las empresas venden un producto estandarizado
 2. Las empresas son precio-aceptante
 3. Los factores de producción son perfectamente movibles a largo plazo
 4. Las empresas y los consumidores tienen una información perfecta
- (Frank, 2005, pp.345-346).

Por lo tanto este tipo de estructura de mercado aplicado a la organización óptica Las Gafas S.A.S la cual está maximizando beneficios se ve sujeta a la aplicación del teorema de LaGrange

$$\max_{k,l} Y = K^\alpha L^\beta \text{ st}$$

$$L = K^\alpha L^\beta + \lambda(rK + wL - C)$$

$$L = K^\alpha L^\beta + \lambda rK + \lambda wL - \lambda C$$

Restricción

$$cK + wL = C$$

$$rK + wL - C = 0$$

CPO

$$\frac{\partial L}{\partial K} = \alpha K^{\alpha-1} L^\beta + \lambda r$$

$$\alpha K^{\alpha-1} L^\beta = -\lambda r$$

$$\frac{\partial L}{\partial L} = \beta K^\alpha L^{\beta-1} + \lambda w$$

$$\beta K^\alpha L^{\beta-1} = -\lambda w$$

$$\frac{\partial L}{\partial \lambda} = rK + wL - C$$

$$\frac{\alpha K^{\alpha-1} L^\beta}{\beta K^\alpha L^{\beta-1}} = \frac{r}{w}$$

$$\propto L = \frac{r}{w} * \beta K$$

$$\frac{\alpha K^{\alpha-1} K^{-\alpha}}{\beta L^{\beta-1} L^{-\beta}} = \frac{r}{w}$$

$$\frac{\alpha K^{-1}}{\beta L^{-1}} = \frac{r}{w}$$

$$\propto L = \frac{r * \beta K}{w}$$

$$\frac{\alpha L}{\beta K} = \frac{r}{w}$$

$$L = \frac{r * \beta K}{\frac{w}{\frac{\alpha}{1}}}$$

$$L = \frac{r * \beta K}{w \alpha}$$

$$rK + wL = C$$

$$rK + w \left(\frac{r * \beta k}{w \alpha} \right) = C$$

$$K \left(r + \frac{r \beta}{\alpha} \right) = C$$

$$K \left(\frac{r \alpha + r \beta}{\alpha} \right) = C$$

$$K = \frac{c}{\frac{1}{\frac{r \alpha + r \beta}{\alpha}}}$$

$$K = \frac{C \alpha}{C(\alpha + \beta)}$$

$$rK + wL = C$$

$$r \left(\frac{c \alpha}{r(\alpha + \beta)} \right) + wL = C$$

$$\frac{C \alpha}{\alpha + \beta} + wL = C$$

$$wL = C - \frac{C \alpha}{\alpha + \beta}$$

$$wL = \frac{C(\alpha + \beta) - C\alpha}{\alpha + \beta}$$

$$L = \frac{C(\alpha + \beta) - C\alpha}{\frac{w}{1}}$$

$$L = \frac{C(\alpha + \beta) - C\alpha}{(\alpha + \beta)w}$$

PUNTO DE OPTIMIZACIÓN

$$PmgL = \beta K^\alpha L^{\beta-1}$$

$$\frac{r}{w} = \frac{\alpha L}{\beta K}$$

TMGST

Problema Dual

$$C = rK + wL$$

$$L = rK + wL + \lambda(K^\alpha L^\beta - Y)$$

$$L = rK + wL + \lambda K^\alpha L^\beta - \gamma Y$$

CPO

$$\frac{\partial L}{\partial K} = r + \alpha \lambda K^{\alpha-1} L^\beta$$

$$\frac{\partial L}{\partial \lambda} = K^\alpha L^\beta - Y$$

$$\frac{\partial L}{\partial L} = w + \beta \lambda K^\alpha L^{\beta-1}$$

Por ende, las empresas que maximizan el beneficio expulsan del mercado a través de un proceso de selección natural a aquellas

empresas que no lo persigan (Kreps, 1995, p.648).

Empresa Óptica Las Gafas

En el año de 1987 en la ciudad de Pereira el señor Alirio Luis Ladino Ríos en compañía de su esposa, la señora Martha Elena Giraldo González, inauguran su gran sueño, Óptica Las Gafas, como una empresa creada con el objetivo de prestar servicios de optometría, además de comercializar productos relacionados y suministros para la conservación de los mismos, todo pensado en la calidad de los usuarios a los mejores precios.

Inicialmente Óptica Las Gafas N°1, logra posicionarse como un sitio de referencia en la ciudad el cual ofrece servicio de optometría y comercialización de productos oftálmicos, al que llegan día a día personas referenciadas por clientes satisfechos que han sido atendidos por nuestro personal.

Diez años después se funda Óptica Las Gafas N°2, impulsados por la gran demanda de la ciudad y la aceptación de la empresa en la región.

Actualmente la Óptica, cuenta con tres sedes, cada una con consultorio, sala de ventas y laboratorio óptico de biselado y tallado, adicionalmente presta el servicio de talleres de Promoción y Prevención de Salud Visual a clínicas, hospitales, entidades públicas y privadas, además cuenta con un equipo de trabajo de aproximadamente 20 personas liderado por el Sr: Alirio Luis Ladino Ríos como gerente, apoyado en un S.G.C bajo la NTC ISO 9001:2008.

La razón social de la empresa es Las Gafas S.A.S su NIT es 900372372-5 está ubicada en el centro de Pereira/Risaralda, en la Cra 7 N.o 21-80 y Cra 7 N.o 22-11, su fax comercial 3341319. El contacto lo tuvimos con una integrante del grupo Tatiana Ladino Giraldo, sus padres son los gerentes y dueños de dicha empresa, la óptica cuenta con una página web www.lasgafas.com la cual en este momento está en remodelación y consta con un correo comercial: lasgafas@etp.net.co

El portafolio de productos se especializa en la prestación de servicios y comercialización de productos de optometría:

- Visiometría
- Tonometría
- Comercialización de lentes formulados oftálmicos y de contacto, monturas, gafas deportivas y suministros para la conservación de los mismos
- Montaje de lentes formulados oftálmicos
- Reparación de monturas
- Talleres de Promoción y prevención
- Extracción o remoción de cuerpos extraños (Lámpara de hendidura)

Por otro lado la empresa Las Gafas S.A.S produce 8 clases diferentes de lentes oftálmicos:

- Auto-Reflectivos
- Transitions
- Progresivos
- Policarbonato
- Drivewear
- Futurex

2. Diseño Metodológico

La investigación se caracteriza por ser de tipo descriptiva, ya que toma en cuenta lo que es, no lo que fue ni lo que será, además, busca “describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés” (Tamayo, 1999b, p.44).

El método aplicado a esta investigación, fue el método deductivo, el cual consiste en analizar lo particular a partir de lo general, en este caso, se aplicaron las teorías generales en el tema de la toma de decisiones racionales en la empresa óptica Las Gafas S.A.S.

La naturaleza del fenómeno de la investigación es cualitativa, ya que busca describir cualidades, en este caso, describir cualidades de una organización en específico, la población a la que se dirigió la investigación fue al personal que integra la alta dirección de óptica Las Gafas S.A.S, con el fin de encontrar errores estructurales en la organización.

El instrumento utilizado para la investigación es la entrevista para el gerente de la empresa, con la que se logra encontrar respuestas a las preguntas, pero esta, está abierta a cualquier observación por parte de los informantes.

El trabajo de campo aplicado a la empresa óptica Las Gafas S.A.S mediante entrevistas al gerente Alirio Luis Ladino, al subgerente Andrés Ladino y a la persona encargada del área financiera Adriana Patricia Sánchez, se pudieron identificar varios tipos de racionalidades en la toma de decisiones. Los tipos de racionalidad encontrados fueron: teórica, estratégica y comunicativa.

“En el momento de tomar una decisión en la empresa, sea posterior a haber hallado un problema interno o externo de la misma se deben tener en cuenta diferentes factores a analizar racionalmente para lograr una respuesta positiva para el entorno general de la empresa” (Ladino, 2016)

3. Conclusiones

En relación con el primer objetivo, el cual se basa en Identificar los sistemas de costos de la empresa y su uso en la toma de decisiones, se encontró que la empresa óptica Las Gafas S.A.S la parte contable tiene gran participación al momento de la toma de cualquier decisión, ya que de una u otra forma la empresa está empleando algún tipo de racionalidad y contempla aspectos que van más allá de la intuición del empresario.

En el momento de analizar algún altibajo frente al área contable de la empresa, si se observa que se redujeron los ingresos o aumentaron los costos de una manera insignificante, lo que debo de hacer es consultar con los vendedores el número de personas o clientes que hayan llegado en el semestre o trimestre para así saber por qué ocurre esto, a la empresa óptica Las Gafas S.A.S nunca le ha ocurrido pero llegando al caso se consulta con el Gerente o Subgerente y ya ellos accederían a ayudas de terceros para implementar mejoras en estas falacias (Sánchez, 2016).

En cuanto a los parámetros racionales utilizados en la empresa óptica Las Gafas S.A.S se analiza la aplicación de la racionalidad estratégica, porque “en primer lugar se debe tener en cuenta la satisfacción y el bienestar tanto del cliente interno como externo pues así estamos asegurando

que las personas que están directamente involucradas con el flujo de caja diario que tenemos se encuentran en condiciones plenas en cuanto a su propio bienestar y que tanto las ventas como la forma de atender son procesos que se encuentran con una alta calidad”. (Ladino , 2016).

En segundo lugar, se observa que la empresa utiliza la racionalidad teórica porque en el momentos de ellos tomar decisiones aplican lo siguiente: “debemos tomar decisiones que no afecten financieramente a la empresa es decir debemos buscar los recursos económicos más pertinentes a diario para cubrir obligaciones y pagar promovedores sin necesidad de alterar el normal estado financiero de la empresa allí es donde debemos pensar estratégicamente que movimientos bancarios hacer día a día incluyendo el flujo de caja diario para hacer y mantener un buen historial crediticio y confianza bancaria que ya se ha establecido, En tercer lugar en la toma de decisiones no se puede cerrar simplemente en lo que uno piensa ciegamente porque a veces por mucha experiencia que haya podemos caer en errores o estar equivocados en algún momento , en caso de no estar seguros de una decisión así se haya tomado el tiempo necesario para analizar debemos pedir segundas opiniones a terceros que sean totalmente imparciales dentro de la empresa y en los cuales se tenga plena confianza , así se garantiza q la respuesta a los problemas lleve más de una consideración y que estamos llegando a la más adecuada posible” (Ladino A. , 2016).

A continuación se mostrará cómo está la optimización en la empresa óptica Las Gafas S.A.S mediante la aplicación del teorema de LaGrange, para así saber el valor de las constantes K y L es decir, como está el capital y la mano de obra en la empresa

$$K: \text{Activos Fijos} = 37$$

$$L: \text{Número De Trabajadores} = 17$$

$$W: \text{Salario} = 690$$

$$R: 10\% = 0,1$$

$$rK + wL = C$$

$$0,1 * 37 + 690 * 17 = C$$

$$3,7 + 11,730 = C$$

$$15,43 = C$$

$$K = \frac{C\alpha}{r(\alpha + \beta)}$$

$$K = \frac{(15,43 * 0,75)}{0,1(0,75 + 0,75)}$$

$$K = \frac{3,9}{0,15}$$

$$K = 26$$

$$L = \frac{C\beta}{w(\alpha + \beta)}$$

$$L = \frac{(15,43 * 0,75)}{690(0,75 + 0,75)}$$

$$L = \frac{11,57}{1,036}$$

$$L = 11,167$$

Hallazgos

Se encontró que la empresa óptica Las Gafas S.A.S hace un uso adecuado de la toma de decisiones porque se observa que es un sistema vivo ya que cada quien está donde debe de estar y cada elemento se articula con el anterior, es decir se puede decir que es un organismo que actúa de manera sinérgica. Por otro lado la parte financiera está totalmente alienada con la toma de decisiones puesto que los factores económicos son fundamentales para el crecimiento y desarrollo de toda organización, ya que sin ellos la organización no tendría entrada ni salida de flujo de caja a diario, si se le da un mal uso a los agentes económicos, la empresa tiende a desfavorecer en un mercado comercial pero este caso no es el de la empresa óptica Las Gafas S.A.S, ya que su estado financiero se encuentra totalmente adecuado al rango de productividad y comercialización en el cual está la empresa.

Con respecto al proceso de maximización de beneficios de la empresa óptica Las Gafas S.A.S, desde el punto de vista microeconómico se observa que la empresa se está moviendo sobre el punto óptimo, es decir, su proceso de Capital y mano de obra se encuentra en un estado adecuado para el manejo diario que hace la empresa, Asimismo el proceso de maximización va en buena formación hacia lo que quiere llegar la empresa.

Con respecto a la productividad, la empresa diariamente fabrica 100 Lentes, es decir, 50 Pares de diferentes tipos de lentes, y con respecto a los marcos o estilo de gafas fabrican entre 40 y 50 marcos diarios. Los trabajadores del área de producción son 4,

cada uno se encarga de dos procesos que van en completa conexión con los siguientes procesos que hace el trabajador número 2, es decir, todos tienen una comunicación excelente ya que los procesos de fabricación deben de ir totalmente unidos. (Ladino A. , 2016)

Referencias

1. Blank Bubis, L. (2002) La administración de organizaciones un enfoque estratégico. Cali Colombia: Artes Gráficas Del valle
2. Castellanos, O.; Fuquene, A. y Ramírez, D. (2011). Análisis de tendencias de la información hacia la innovación. Bogotá. Colombia. Universidad Nacional de Colombia
3. Departamento de ingeniería UNAM. Definición contabilidad de costos, (s.f) recuperado de: <http://www.ingenieria.unam.mx/~materiafc/ccostos.html>
4. Diario Del Otún. (18 de Mayo de 2016). Obtenido de Diario Del Otún: <http://www.eldiario.com.co/seccion/ECON%C3%93MICA/el-comercio-se-transform-en-pereira1605.html>
5. Frank, R. (2005) Microeconomía y Conducta. Madrid : McGraw-Hill
6. Gianni. Vattimo(1994)Hermenéutica y Racionalidad.Bogota Colombia. Norma
7. Gravelle, H. & Rees, R. (2006) Microeconomía, 3A. ED. Madrid: Pearson Educación.
8. Hellriegel, D.; Jackson, S. E. & Slocum, J.W. (2009). Administración: Un enfoque basado en competencias, 11va Edición
9. Hugh. G. & Ray. R (2006) Microeconomía 3ª Edición. Madrid España. Pearson Prentice Hall
10. Kreps, D. (1995). curso en teoría microeconómica. Madrid. McGraw-Hill
11. March, J. G. & Simon, H. (1977). Teoría de la organización 3ª Edición. Madrid España. Ariel
12. Ortiz, R. *Concepto de Racionalidad.*
13. Rheault, J. (1987). *Teoría de las Decisiones* (8a. Ed.) México: LIMUSA S.A.
14. Rizo Moreno, H. (2004) Evaluación del aprendizaje. Revista El Hombre y la Máquina No. 23, 8-17. Cali: Universidad Autónoma de Occidente
15. Toro, J. M. (18 de mayo de 2016). *El diario de Otún.* Obtenido de <http://www.eldiario.com.co/seccion/ECON%C3%93MICA/el-comercio-se-transform-en-pereira1605.html>
16. Villar, A. (2006) Decisiones sociales. Madrid : McGraw-Hill