

**CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS MIPYMES
CARTAGENERAS ASOCIADAS A ACOPI.
AREA DE TECNOLOGIA**

**ANDRES EDUARDO CORONADO VILLALBA
NIZA PIEDAD MARTINEZ PADILLA**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA**

2008

**CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS MIPYMES
CARTAGENERAS ASOCIADAS A ACOPI.
AREA DE TECNOLOGIA**

**ANDRES EDUARDO CORONADO VILLALBA
NIZA PIEDAD MARTINEZ PADILLA**

**Trabajo de grado para optar al título de
PROFESIONAL EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Asesor

JAIRO DUQUE RAMIREZ

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA

2008

Cartagena, 4 de noviembre de 2008

Señores:

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

COMITE EVALUADOR TRABAJO DE GRADO

La Ciudad

Por medio de la presente, nos permitimos someter a consideración la propuesta formal del trabajo de grado titulado: **“CARACTERIZACION DE LAS EMPRESAS MIPYMES CARTAGENERAS ASOSIADAS A ACOPI. AREA DE TECNOLOGIA”**, de los estudiantes **ANDRES EDUARDO CORONADO VILLALBA Y NIZA PIEDAD MARTINEZ PADILLA.**

Muy cordialmente,

ANDRES E. CORONADO VILLALBA

NIZA P. MARTINEZ PADILLA

C.C. 1'047.370.283 de Cartagena

C.C.1'065.372.089 de Momil-Córdoba

Cartagena, 4 de noviembre de 2008

Señores:

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

COMITÉ EVALUADOR TRABAJO DE GRADO

La Ciudad

Por medio de la presente, nos permitimos someter a consideración la propuesta formal del trabajo de grado titulado: **“CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS MIPYMES CARTAGENERAS ASOCIADAS A ACOPI. ÁREA DE TECNOLOGÍA”**, de los estudiantes **ANDRÉS EDUARDO CORONADO VILLALBA Y NIZA PIEDAD MARTÍNEZ PADILLA**.

Muy cordialmente,

JAIRO DUQUE RAMÍREZ

C.C.

AUTORIZACION

Yo, **NIZA PIEDAD MARTINEZ PADILLA** identificada con C.C. 1'065.372.089 de Momil – Córdoba, autorizo la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catálogo online de la biblioteca.

ATT _____

C.C 1'065.372.089

AUTORIZACION

Yo, **ANDRES EDUARDO CORONADO VILLALBA** identificado con C.C.1'047.370.283 de Cartagena, autorizo la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catálogo online de la biblioteca.

ATT _____

C.C 1'047.370.283

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Ciudad y fecha (día, mes, año)

DEDICATORIA

Los autores dedican su proyecto de grado a los siguientes:

A Dios Todopoderoso quien ha estado con nosotros y nos ha guiado brindándonos inteligencia y entendimiento iluminando nuestro camino para salir adelante.

A nuestras familias quien nos ha apoyado en todas nuestras metas.

A la Doctora Netty Huertas docente e investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, por su experiencia y entrega.

Al Doctor Jairo Duque Ramírez decano de la facultad de ciencias administrativas, por sus concejos y comentarios.

A nuestros amigos que de una u otra manera nos apoyaron siempre.

.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por regalarme la sabiduría necesaria para la realización de este proyecto.

A mis padres por la confianza que depositaron en mí a lo largo de mi carrera.

A mis hermanas por su apoyo y constancia.

NIZA P. MARTINEZ PADILLA

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a mi querido Dios por todas las cosas lindas que me ha regalado y las venideras.

A mis padres y hermanos por estar siempre conmigo.

A los amigos que siempre me han apoyado y brindado sus consejos.

A todos los que están involucrados de una u otra manera en este trabajo y en su realización.

ANDRRES E. CORONADO VILLALBA

CONTENIDO

	pág.
0. PRELIMINARES.....	19
0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
0.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	19
0.2.1 Objetivo General.....	19
0.2.2 Objetivos Específicos:	19
0.3 JUSTIFICACIÓN.....	20
0.4 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....	21
0.4.1 Que son las MIPYMES.....	23
0.4.2 Características de las MIPYMES.....	23
0.4.3 Las MIPYMES en Colombia.....	24
1. METODOLOGÍA DEL PROYECTO	236
1.1.1 Tipo de Estudio.....	27
1.1.2 Población	28
1.1.3 Muestra.....	28
1.1.4 Fuentes y técnica de recolección de información	28
2. CARACTERIZACION Y ANALISIS DEL AREA PRODUCTIVA Y TECNOLOGICA... 30	
2.1 PRINCIPALES NECESIDADES TECNOLOGICAS DE MIPYMES.....	30
2.2 ACOPI.....	32
2.3 Caracterización general.....	33
2.4 Caracterización área producción.....	37
2.5 Caracterización área tecnológica.....	39
2.6 Fortalezas y debilidades.....	41

3. CONCLUSION.....	43
4. RECOMENDACIONES.....	45
5. BIBLIOGRAFÍA.....	46
6. ANEXOS	47

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1.....	28
Tabla 2.....	28
Tabla 3.....	41

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1.....	24
Figura 2.....	34
Figura 3.....	35
Figura 4.....	35
Figura 5.....	37

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo 1: encuesta.....	47
Anexo 2: entrevista.....	55

RESUMEN

La tecnología y las MIPYMES son temas que deben ser relacionados mas estrechamente ya que en la actualidad están muy distanciados el uno del otro y esto no puede seguir así, la verdad es que sin la tecnología no funcionan correctamente las empresas ya que es el motor que impulsa a las empresas. La tecnología se ha convertido en un tema poco usual en el vocabulario de los empresarios y prefieren hablar de cuestiones como endeudamiento a corto plazo, a largo plazo, cadena de valor y algunos ya están hablando de tasas de cambio, por la inminente globalización.

Pero aunque los empresarios conocen y saben de la existencia de la tecnología también son muy pocos los que la implementan en sus empresas debido a que esta se vuelve un poco confusa por la falta de información necesaria para tomar decisiones certeras al momento de escoger o hacer dicha innovación, por esto es de vital importancia estar informándose continuamente de las nuevas tecnologías y sobretodo las que le pueden ser útiles para sus empresas, con esta información adicional podrán estar a la vanguardia. La globalización trae consigo un sin número de especificaciones y requisitos los cuales deben ser cumplidos al pie de la letra y todo esto recae en la calidad del producto o servicio. Cumpliendo con los registros y normas de calidad que el mercado exige (normas ISO), las empresas mejoran cada vez mas sus productos, y para mejorar la calidad de los productos y la prestación de los servicios, es inexorable la entrada de nueva tecnología e innovación por parte de las empresas.

Palabras claves: innovación tecnológica, MIPYMES, cadena de valor, tasa de cambio, globalización, normas ISO.

INTRODUCCIÓN

Las MIPYMES son la principal fuente de empleo en las ciudades, son las arterias en nuestro gran cuerpo que es nuestro país, por eso es de gran importancia brindarles el apoyo necesario en su desarrollo y así mantener fluyendo de manera armoniosa la economía que tanto se necesita. En el afán de mantener este flujo continuo de la economía Colombiana se realizó este estudio que pretende mejorar la infraestructura de las MIPYMES a medida que avanzan en su crecimiento. En este trabajo se quiere conocer la empresa como tal, su nivel de tecnificación y su potencial para afrontar nueva competencia, entre otras.

Estamos en un medio muy competitivo por esto es importante el énfasis en los procesos de innovación, ya que es a través de estos que se logra la diferenciación y la creación de economías de escala que son, según Porter (1983), las claves para que una empresa genere valor y comience a sobresalir frente a la competencia. Esto se logra teniendo en cuenta el entorno global y su conocimiento en la economía del país, por esto es necesario mostrar la manera que mejor se adapte a las diferentes empresas y así continuar con el desarrollo de información ya que en la información es donde comienzan los procesos de innovación. También se tiene en cuenta que el mundo actual es un mundo globalizado lo que arrastra con ello un sin número de especificaciones y requerimientos que recae en la calidad del servicio o producto. Por lo tanto se pretende brindar una mejor formación con respecto a la absorción de nueva tecnología que es una de las principales dificultades que tienen las MIPYMES al momento de su desarrollo, como también lo es, el acceso al crédito.

La tecnología ayuda a la empresa a ser más eficiente, competitiva y es la parte fundamental para que la empresa sea solvente a nivel local sobretodo para que pueda competir con las empresas internacionales. Sin esta herramienta básicamente quedarían fuera de la competencia, ya que sin la tecnología adecuada los procesos de desarrollo se verían retrasados; esta es una

problemática ya que los empresarios dejan a un lado la innovación tecnológica y no ven de antemano lo que esta hace en la producción e inversión, que es el mejoramiento y agilidad del proceso.

Para el mejor desarrollo de las MIPYMES se realizó una encuesta y una entrevista, con el fin de obtener datos relacionados con diferentes áreas para el estudio de la caracterización de las empresas MIPYMES cartageneras asociadas a ACOPI estas áreas son: el área financiera y contable, el área de recursos humanos, el área de comercio exterior, el área administrativa y organizacional, el área de ventas y mercadeo, y el área de producción e innovación tecnológica que es la que trabajaremos en este proyecto y así poder brindar detalles específicos de cada área del estudio.

El trabajo está conformado por los siguientes capítulos: los preliminares en los que se habla del planteamiento del problema, la situación en Cartagena, los objetivos tanto generales como específicos, el por que de este trabajo, las características de las MIPYMES, entre otras. El siguiente capítulo habla de la metodología del proyecto, la forma de cómo se realizó, los instrumentos que se utilizaron, la población total y la muestra de trabajo.

En el último capítulo de caracterización y análisis del área productiva y tecnológica, se encontrarán los resultados y los análisis del estudio realizado, por lo tanto contiene muchas cifras y porcentajes, las fortalezas y debilidades de las empresas, como también el impacto que tienen en esta.

0. PRELIMINARES

0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia hay 1.343.521¹ empresas en los sectores de industria, comercio y servicios, que ocupan 2.818.430 trabajadores, en donde el 99% de estas empresas son micro con 1.653.493 trabajadores (58.67% del total de los trabajadores). Las microempresas, en su mayoría, son empresas familiares de estratos 1, 2 y 3. La pequeña empresa está conformada por 9.099 establecimientos que generan el 6.05% del empleo, con un promedio de 19 trabajadores por empresa, y la mediana con 3.111 empresas, que ocupan el 10.29% de los trabajadores (en promedio 93 empleados). Lo que deja ver la gran importancia que tiene para el país el desarrollo de este segmento empresarial.

Si se observa la situación en Cartagena, la concentración en las microempresas se ratifica, aunque en una proporción menor: “la estructura empresarial de Cartagena y los 18 municipios del norte de Bolívar... registró un total de 14.687 empresas en el primer semestre de 2007, sumando un activo total de \$11.643.721 millones de pesos. La mayor participación de las empresas se encuentran en la micro representando el 91.1%; las pymes, por su parte representaron el 8.4% y el 0.6% restante las grandes empresas, que concentran el mayor volumen de activos (81.9%)”².

Con esto podemos observar que es de tal importancia el estudio y seguimiento de estas empresas, debido a que estas influyen directamente en la economía local

¹ Casa Editorial EL TIEMPO S.A. Caja de Herramientas para PYMES., Bogotá, Edición PORTAFOLIO 2006.

² Cuadernos de coyuntura económica Cartagena de Indias. Indicadores Económicos de Cartagena. Primer semestre 2007, pagina 13.

haciendo que esta se dinamice. Es debido a esto que se debe caracterizar este tipo de empresas para poder guiarlas en su desarrollo en la economía, haciéndoles identificar cuales son las variables en las que la empresa se esta descuidando o que no toman en cuenta.

De acuerdo con el documento “Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las PYMES en Colombia” se mencionan algunos aspectos de la importancia socioeconómica de las PYMES³, como son:

- Las PYMES en Colombia generan el 37% de la producción.
- Su estructura productiva es más flexible que la de gran empresa.
- Poseen mayor capacidad de respuesta a los cambios en la demanda.
- A través de su articulación e integración a la estructura productiva generan ventajas competitivas.

Es indudable la importancia que tienen las PYMES en el crecimiento económico, sin embargo, viven enfrentadas a muchos problemas tanto internos como externos, que les impiden llevar a cabo procesos de fortalecimiento y expansión como son:

- Restricciones al crédito.
- Dificultades en la identificación y acceso a la tecnología adecuada.
- Formalización y absorción de nuevas tecnologías.
- Limitaciones técnicas y competitivas que imponen las escalas de producción.
- La deficiente infraestructura física.
- Falta de asociatividad empresarial.
- Carencia de directivos con capacidad gerencial y pensamiento estratégico.

³ Scientia et Technica Año XIII, No 34, Mayo de 2007. Universidad Tecnológica de Pereira. ISSN 0122-1701. Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las pymes en Colombia

- Dificultad de cimentar la articulación del sector con la gran empresa y con los sistemas de compras estatales.
- La inestabilidad política, la inflación, la tasa de cambio.
- La delincuencia común.
- Los impuestos exagerados.
- La corrupción en diferentes ámbitos, entre otros.

0.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

0.2.1 Objetivo General

Caracterizar el sector tecnológico de las MIPYMES afiliadas a ACOPI – Cartagena mediante el análisis de los aspectos relacionados con el área de infraestructura tecnológica de tal forma que le sirva como herramienta para formular unas estrategias en materia de innovación y desarrollo.

0.2.2 Objetivos Específicos:

- Identificar las necesidades que tienen las MIPYMES en materia de innovación con el fin que les permita formular planes de fortalecimiento de la infraestructura tecnológica a estas empresas.
- Analizar los factores influyentes del entorno en cuanto a los cambios tecnológicos de acuerdo a las necesidades y problemáticas que tienen las MIPYMES de Cartagena.
- Identificar cuáles son las principales fortalezas y debilidades que presentan las MIPYMES en razón a la tecnología en contribución o detrimento de la producción.

0.3 JUSTIFICACIÓN

Las MIPYMES ocupan un papel primordial en la vida económica y social de Cartagena y del Caribe como generadoras de empleo, ingresos y tributos entre otros, sin embargo, se enfrentan a numerosos retos y dificultades aunque compartidos con el resto del tejido empresarial nacional, que condicionan su permanencia, inciden en su desempeño y limitan su competencia.

Es por ello que se plantea hacer una discusión sobre los diferentes problemas y obstáculos que enfrentan las MIPYMES en Cartagena y las posibles perspectivas en este campo para dichas organizaciones, con el fin de articular los programas de promoción y sostenimiento por parte de asociaciones (ACOPI, etc.) a estas estructuras industriales, y que las Políticas Públicas promuevan el mejoramiento del entorno social y económico en el que se desenvuelven las MIPYMES.

Debido al gran auge que tienen las MIPYMES y su gran incidencia directa con la generación de empleo se ve la necesidad de involucrarse en la mejora de estas empresas. Para esto se estudiara el tema de la infraestructura tecnológica y mirar como esta conformada cada una de ellas creando así la forma de innovación y desarrollo para el crecimiento de cada una de estas empresas.

De esta forma se verán apoyadas a seguir produciendo con calidad y enfrentarse a un futuro aún más competente ya que el TLC es inminente y no hay que verlo con malos ojos sino como una oportunidad para mejorar, por esto es necesario el apoyo estudiando sus posibles debilidades en sus infraestructuras tecnológicas para convertirlas en fortalezas que le abran un mejor camino hacia el futuro, y de esta forma se entrara en la vanguardia.

0.4 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

En estudios anteriores se ha hablado de la importancia de estas empresas en la economía colombiana, haciendo constatar el extenso seguimiento que se le hacen a estas organizaciones, ya sea por la vulnerabilidad que estas pueden presentar o para promover el desarrollo de las mismas e incentivar así la economía colombiana.

Una de estas investigaciones es la de **SITUACIÓN Y NECESIDADES DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA**, escrita por Álvaro Cala Hederich, de la Universidad Sergio Arboleda en Bogotá, 2005.

En este documento nos habla de cómo las MIPYMES se enfrentan a la realidad de la economía colombiana y la importancia de este tipo de investigaciones y seguimiento a estas organizaciones. Un fragmento de la investigación nos evidencia lo anterior.

“La liberación de los mercados, la globalización, la necesidad de una mejor distribución del ingreso, la competitividad y todas las realidades de la nueva economía, ofrecen a las pequeñas y medianas empresas buenas oportunidades pero también grandes amenazas. Es el momento de materializar ese palpable interés del gobierno para darles mayor apoyo, de manera práctica y efectiva, para lo cual serán convenientes nuevas iniciativas en la normatividad y en la ley, La ley 590 ha sido un buen comienzo.”⁴

Con lo anterior podemos observar el sentimiento de promoción del desarrollo de estas, así como lo dice el fragmento, la ley 590 fue un buen comienzo, dictada el

⁴ Cala Hedrich, Álvaro. **SITUACIÓN Y NECESIDADES DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA**. UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA. BOGOTA 2005.

día 10 de julio de 2000, en donde se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeña y mediana empresa.

Otro estudio realizado es el de **Evaluación de la innovación tecnológica de las MIPYMES colombianas**. El cual trata de la problemática de la tecnología en las que involucra este tipo de empresas. En palabras del autor se habla sobre la innovación:

“Siendo la innovación un aspecto de suma importancia para el progreso económico, los procesos que se llevan a cabo para generar nuevas tecnologías y mejorar las existentes deben ser evaluados con el fin de establecer el estado de la cultura innovadora y las capacidades de desarrollo tecnológico. En este sentido el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para MIPYMES Innova, creado en el año 2004 con el objetivo de incentivar actividades de desarrollo tecnológico e innovación en este tipo de empresas, además de constituir una importante iniciativa del Estado para fomentar la innovación empresarial, es una fuente de valiosa información que permite establecer los mecanismos de generación de innovaciones en las empresas y el estado actual de las MIPYMES colombianas en relación con la innovación. Con el objetivo de realizar un adecuado seguimiento y análisis de los resultados del premio y de comprender la manera como este se concede e identificar los actores involucrados, en el presente artículo se estructura la cadena de valor del mismo. El análisis de la cadena identificada permitió establecer que existe desarticulación entre el Sistema Nacional de Innovación (SNI) y las empresas, además se hizo evidente la concentración geográfica y sectorial de las empresas participantes y ganadoras, presentándose contrastes entre ciudades como Bogotá, Medellín y Cali. Así mismo, se lograron identificar las características del proceso generador de innovación en las empresas participantes, las cuales en la mayoría de ocasiones desarrollaron sus productos o procesos innovadores en contextos absolutamente endógenos a la organización. Estos resultados además de

proporcionar información valiosa para el fortalecimiento del premio constituyen un insumo importante para la generación de estrategias de fortalecimiento de los procesos innovadores de las MIPYMES colombianas.”⁵

Se ve claramente el enfoque que deriva de la tecnología en las MIPYMES, y lo importante que es la innovación dentro de las empresas.

0.4.1 Que son las MIPYMES

Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana Las pequeñas y medianas empresas (PYMES, según la Ley 905 de 2004, en Colombia se considera pequeña empresa aquella con activos entre 501 y 5000 salarios mínimos legales vigentes o entre 10 y 50 trabajadores. Mediana empresa: Empresa con activos entre 5001 y 30.000 salarios mínimos legales vigentes o entre 51 y 200 trabajadores. La micro empresa es aquella con menos de 10 trabajadores) son elemento esencial para la generación de empleo y el crecimiento de los países. Sin embargo, son estas las empresas que más obstáculos afrontan para su accionar diario.

0.4.2 Características de las MIPYMES

Las principales características de las pequeñas y medianas empresas, según estudios anteriores son las siguientes:

- “La producción de la mayoría de las MIPYMES es hecha a maquina pero no con un complejo sistema de maquinaria.
- Existe una escasa división social del trabajo al interior de la unidad de producción.

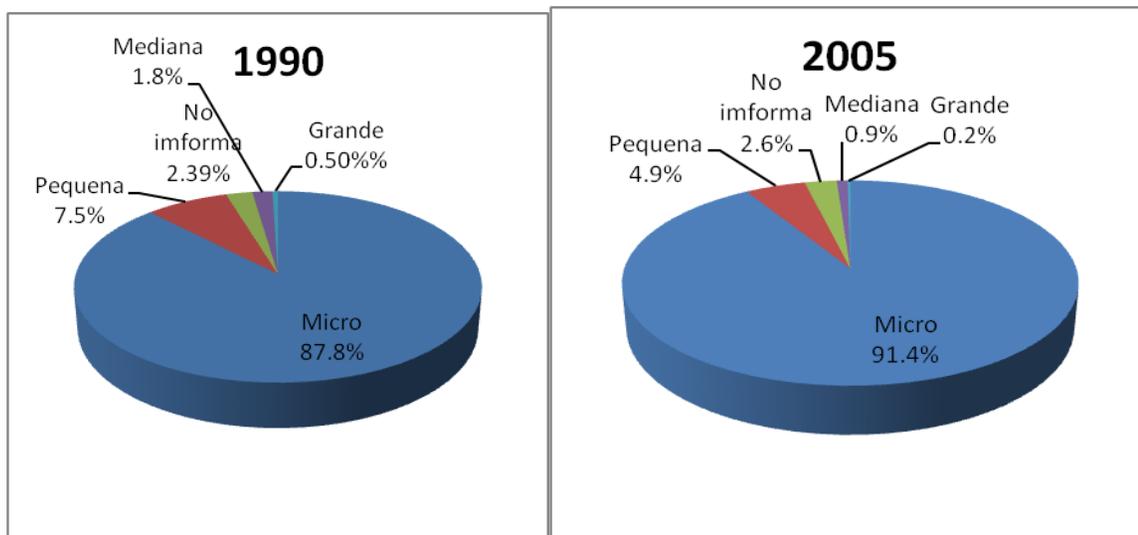
⁵ *REVISTA INGENIERÍA DE INVESTIGACIÓN VOL 27 No.2, AGOSTO DE 2007 (114-121)*

- El progreso técnico es casi nulo.
- Problemas en el financiamiento, los recursos humanos, la tecnología y el mercado.
- Ausencia casi total de una cultura administrativa y organizacional.
- El microempresario es un ser que triunfa y sobresale gracias a sus naturales habilidades de liderazgo.
- Débil organización que lleva a las MIPYMES a tener problemas de productividad y competitividad, haciéndoles más difícil su participación en el mercado nacional e internacional⁶.

0.4.3 MIPYMES en Colombia

Colombia es un país de MIPYMES, ya que en el sector económico estas ocupan la mayor porción, nuestro país cuenta con una red industrial envidiable en cuanto a calidad y cantidad que ha venido en aumento como lo muestra la figura 1.

Figura: 1 Participación por cantidad de empresas.



Fuente: DANE

⁶ <http://www.monografias.com/trabajos19/empresa-outsourcing/empresa-outsourcing.s>

Esto constituye una gran fortaleza ya que el país cuenta con grandes posibilidades, de sostenimiento a la economía.

“De acuerdo con cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, las MIPYMES representan más de 95 por ciento de las empresas del país, proporcionan cerca de 65 por ciento del empleo y generan más de 35 por ciento de la producción nacional. Ello las convierte indudablemente en motor fundamental para el desarrollo económico del país y por tanto en punto central de las discusiones de política económica. Como lo demuestra un estudio del Banco Mundial, cada día se hace más evidente el hecho de que las Pymes, lejos de estar asociadas con el atraso, se asocian con el mayor desarrollo de los países”⁷

El país ha logrado tener mejor percepción de las MIPYMES, ya que además de ser gran generadora de empleo y productora de bienes y servicios, también tienen mucha creatividad, flexibilidad y espíritu empresarial. Esto le brinda versatilidad a la hora de competir con las demás empresas.

Las MIPYMES juegan un papel crucial dentro del país con el mayor porcentaje dentro de la economía, estas empresas deben apuntar al mejor desenvolvimiento y mayor agilidad (tecnología) la cual sería una gran fortaleza con un fuerte impacto en el sector económico.

⁷ El tiempo. Com- suplementos especiales 11 nov. 2004 crecimiento y desarrollo de las PYMES

1. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

Las etapas que se vivenciaron desde el inicio hasta la culminación de la investigación, fueron las siguientes:

- Diseño de instrumento de recolección de información.
- Realización de encuestas-entrevistas.
- Procesamiento de la información.
- Caracterización en cada una de las áreas establecidas.

En una primera parte se analizó la información sobre el contexto de las MIPYMES y su situación actual, luego se procedió a formular los instrumentos de recolección de información, los cuales fueron de tipo cualitativo y cuantitativo. La encuesta (Anexo 1) se diseñó con el ánimo de caracterizar las empresas y de que los empresarios definieran las fortalezas y debilidades en las diferentes áreas de la organización. El formato de guía de entrevista se dividió en cada una de las áreas de análisis con el objeto de que el momento de realizar la entrevista, existieran unas preguntas predeterminadas para cada uno de los empresarios.

Las entrevistas y encuestas se realizaron a los directivos de las organizaciones MIPYME a través de preguntas directas que buscaban identificar oportunidades o necesidades en las diferentes áreas organizacionales de la empresa. Luego se procedió a procesar la información obtenida a través de matrices de contenido y de información estadística para finalmente poder así caracterizar a las empresas objeto de la muestra. Así, se concluye que para el proceso de analizar la información se utilizó herramientas cualitativas, y se estudiaron los resultados en conjunto con la información estadística descriptiva resultado de la información cuantitativa, y así se realizó tablas estadísticas de comparación.

Se puede decir que el proceso no fue tan sencillo, se comenzó con la asignación de las empresas a los diferentes grupos y sus diferentes áreas de trabajo, luego de tener las empresas se pidió cita previa a la entrevista con los diferentes gerentes de las empresas asignadas, aunque se presentaron algunos percances a la hora de realizarlas como la no atención por falta de tiempo e indisposición de los gerentes; una vez acordada la cita se realizaba la entrevista y se dejaba una encuesta para en días posteriores recogerla sin el menor percance.

Estos dos instrumentos serian la base de datos para dicho estudio. Una vez diligenciados ambos instrumentos se procedió al estudio de estos y así obtener los resultados para su posterior estudio.

Los principales obstáculos que se presentaron al momento de realizar las entrevistas fueron por parte de las directivas de diferentes empresas ya que algunos de los gerentes de las empresas no contaban con el tiempo disponible para atendernos y por esta razón muchos de ellos cancelaron las visitas a las empresas, lo cual repercutió en el cronograma de actividades en su retraso.

1.1.1 Tipo de Estudio

El tipo de Investigación fue **Descriptivo-Analítico** debido a que mediante la aplicación del método científico, se procuró obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento permitiendo establecer contacto con la realidad a fin de que la conozcamos mejor⁸.

⁸ William Jhoel Murillo Hernández <http://www.lafacu.com/apuntes/educacion/Metodologiadeinvestigacion/default.htm>

1.1.2 Población

La población total obtenida a través de la base de datos de ACOPI fue la que se muestra a continuación:

TIPO DE EMPRESA	CANTIDAD
EXPORTADORAS	7
NO EXPORTADORAS	55
NO HAY INFORMACION	3
TOTAL	65

TABLA 1. FUENTE PROPIA

TIPO DE EMPRESA	CANTIDAD
ALIMENTOS	3
ARTES GRAFICAS	4
COMPERCIAL	5
CONSTRUCCION	12
GAS / INDUSTRIAL COMBUSTIBLE	4
METALMECANICA	21
OTROS	6
PLASTICO - QUIMICO	2
SERVICIOS	8
TOTAL	65

TABLA 2. FUENTE PROPIA

1.1.3 Muestra

Como ya se mencionó el total de la población fue de 65 empresas de las cuales se excluyeron tres por quedar fuera de Cartagena. Aunque el proyecto inicial contemplaba trabajar con las 62 empresas, específicamente con la gerencia de la empresa, finalmente por diversas razones la muestra terminó siendo 27 empresas.

1.1.4 Fuentes y técnica de recolección de información

- ◆ **Fuentes primaria:** Entrevistas a personal administrativo de las empresas.
- ◆ **Técnica de recolección:** Visita a las empresas mencionadas en la muestra con sucursales en Cartagena, para la realizaron de las entrevistas.

- ◆ **Fuentes secundaria:** Informe de la Superintendencia de Sociedades, estudios específicos de la empresa, artículos emitidos por la empresa, artículos de revistas e Internet, tesis, material expuesto por la Cámara de Comercio de la ciudad de Cartagena.

- ◆ **Técnica de recolección:** Análisis de los informes presentados.

2. CARACTERIZACION Y ANALISIS DEL AREA PRODUCTIVA Y TECNOLOGICA

2.1 PRINCIPALES NECESIDADES TECNOLOGICAS DE LAS MIPYMES

Las MIPYMES como todas las empresas tienen varios tipos de necesidades tecnológicas cuando comienzan su vida de desarrollo y eventualmente cuando se abren a la competencia; estas empresas encuentran un mundo altamente globalizado que trae consigo mucha información que deben manejar de la mejor forma posible para así sacarle provecho, asimismo las telecomunicaciones entran para convertirse en necesidad, como también lo son las nuevas tecnologías.

“La tecnología es un aspecto muy sensible para las Pymes. Es evidente que existe un desconocimiento y limitaciones de acceso a las soluciones tecnológicas. Los empresarios Pyme no saben por dónde empezar ni qué herramientas utilizar en cuanto a tecnología se refiere. Prueba de ello son los resultados de un estudio realizado por la Agenda de Conectividad y el DANE que revela que sólo 39 por ciento de las 431.000 empresas nacionales catalogadas como Pymes cuenta con un computador, sólo 23 por ciento de esos equipos tiene acceso a Internet y, más grave aún, sólo 17 por ciento de las empresas cuenta con un sistema contable. Estos porcentajes están muy por debajo respecto de los registrados en países como Brasil y Estados Unidos. El ingreso promedio anual de una Pyme en Estados Unidos que utiliza la tecnología como herramienta de soporte para sus negocios es de tres millones de dólares, en comparación con 1.9 millones de dólares para las Pymes que no lo hacen.”⁹

⁹ eltiempo.com / suplementos especiales 11 nov. 2004. **Crecimiento Y Desarrollo De Las Pymes**

Otra necesidad a la hora de implementar nueva tecnología es la infraestructura que es el lugar donde se realizan todos los procesos tanto administrativos como los de producción en el caso de las empresas que producen bienes o servicios, ya que muchas veces no se tiene suficiente espacio para adentrar a nueva tecnología, por lo tanto el espacio destinado a la tecnología muchas veces se ve opacado por las antiguas maquinas. Tampoco se implementa software en estas pequeñas compañías, que es otra necesidad tecnológica para algunos tipos de empresas, ya que este agiliza y hace el proceso en forma más sencilla y entrega los resultados de forma tal que sea entendible, y más adecuado para su posterior análisis.

También hay necesidad de la cultura de innovación ya que no se incentiva a los trabajadores para que ellos sean proactivos y sean ellos los que den las ideas principales para mejorar las formas de producción, muchas veces son los trabajadores los que mejor conocen la forma de hacer los procesos más eficientes; Esto teniendo en cuenta que los gerentes son quienes pueden dar el ejemplo para que los empleados sean proactivos.

El entorno es un factor importante a la hora de crear empresas y también se debe tener en cuenta los cambios continuos que este trae. En un artículo publicado por la Universidad del Rosario se deja ver esta importante relación:

“La mayoría de los estudios sobre la problemática de las empresas colombianas centra su atención en el funcionamiento interno de las organizaciones; sin embargo, al hacer una minuciosa revisión se confirma que las dificultades no provienen exclusivamente de las empresas o de las prácticas de los empresarios, sino que, además, se ven determinadas por elementos del entorno nacional e internacional, los problemas que deben enfrentar las empresas colombianas son

muy diversos, y pueden ser vistos a través de diferentes niveles de análisis: global, regional, nacional y organizacional.

Un primer fenómeno tiene que ver con la revolución de las TIC, que ha generado incrementos destacados en la productividad de las empresas y, por consiguiente, aumentos en la ganancia sobre el capital, principalmente para aquellas que pertenecen a las naciones más desarrolladas. Los adelantos en las técnicas de procesamiento de la información, en la generación, transmisión y manejo de datos, imágenes y sonidos, y el auge de la biotecnología y la telemática (informática y telecomunicaciones) han planteado una sorprendente gama de posibilidades y retos para las empresas. Sin embargo, Colombia no es un actor protagónico en temas de ciencia y tecnología, pues cuenta tan sólo con el 0,01%”¹⁰

2.2 ACOPI

Como se recordara este estudio se hizo en convenio con ACOPI, la organización gremial de Colombia que agrupa a las microempresas formales y a las pequeñas y medianas empresas de los diferentes sectores productivos. Este gremio es una entidad sin ánimo de lucro, fundada el 27 de Agosto de 1951, producto de la fusión de entidades afines del orden regional que existían en ese momento en cuatro de las más importantes ciudades del país.

Las actividades de ACOPI se centran principalmente en dos grandes tareas: La primera llevar la representación de los asociados ante la opinión pública, las organizaciones privadas, las autoridades gubernamentales y los organismos internacionales. La segunda labor esta relacionada con desarrollar una serie de servicios de diferente tipo para beneficio de sus afiliados.

¹⁰ Universidad del Rosario. Programa de divulgación científica

ACOPI, como entidad gremial de carácter nacional ha asumido el papel de liderar el proceso de desarrollo sostenible y competitivo de las Pequeñas y Medianas Empresas, no sólo mediante la formulación de propuestas de política pública, sino como ejecutor directo de una serie de programas encaminados a lograr tal desarrollo y a la proyección del sector en los órdenes nacional e internacional. Y es precisamente en este marco que se conecta este proyecto de investigación.

ACOPI es una institución prestadora de servicios de capacitación, asistencia técnica, información, organización, articulación comercial, relaciones institucionales y administración de proyectos. Cuenta con más de 6.000¹¹ afiliados a nivel nacional. Los cuales se agrupan en las siguientes categorías: empresariales, asociativos, registrados e institucionales. Como se ha mencionado anteriormente ACOPI Bolívar cuenta con 65 afiliados, quienes son el objeto de nuestro estudio.

2.3 CARACTERIZACIÓN GENERAL

De acuerdo con el tamaño de la muestra y según los resultados obtenidos en la investigación, se observa que las empresas analizadas son totalmente nuevas (12 años en promedio), con pocos años de existencia y constitución en el mercado lo que representa muy poca experiencia. Con un promedio de socios menor a 4 personas, y con un promedio de 3 empleados al iniciar sus labores para luego crecer. Cabe destacar que el promedio de empleados actualmente es de 20, de los cuales 13 son empleados permanentes y 11 son empleados ocasionales.

Para crear empresas se necesita de solvencia financiera, cuando las MIPYMES cartageneras comenzaron su vida de desarrollo el 69% de estas empresas tenían

¹¹ Pagina web ACOPI

recursos propios, por lo tanto prima el capital privado al momento de financiar el negocio en segunda medida recurren a préstamos y capital propio o recursos mixtos y solo el 8% recurrió a préstamos, como se puede observar en la Fig. 2. Esto dice mucho de esta clase de negocio, dando por entendido que la mayoría de estos negocios son de familia.

FIGURA 2. FINANCIACION AL INICIO DEL NEGOCIO



FUENTE. ELABORACION PROPIA

El personal que realiza las labores de gerencia general en las diferentes empresas es un personal que se está preparando para poder manejar adecuadamente su labor, el nivel de estudio del 45% de ellos es de posgrado Fig. 3 lo cual representa la gran mayoría, el 37% alcanza un nivel de estudio de profesional, el 11% de técnico y solo el 7% tiene un nivel de estudio de bachillerato, no obstante este 7% de personal de gerencia son los que mas experiencia empírica poseen ya que le han dedicado tiempo completo a sus empresas.

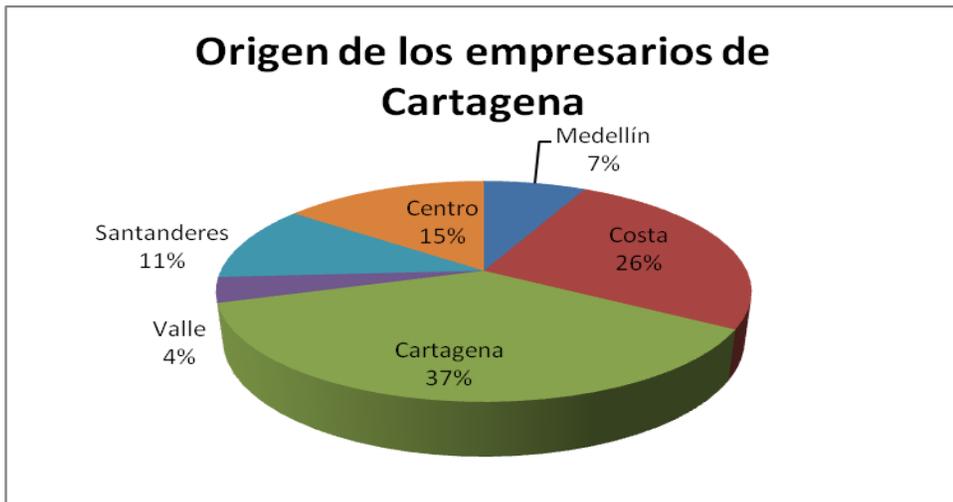
FIGURA 3. GRADO DE EDUCACION.



FUENTE. ELABORACION PROPIA.

En relación al origen de los empresarios de Cartagena Fig. 4 se manifiesta que Cartagena es una ciudad emprendedora y sus habitantes tienen iniciativas de desarrollo porque el 37% de los encuestados son de esta ciudad.

FIGURA 4. ORIGEN DE LOS EMPRESARIOS DE CARTAGENA.



FUENTE. ELABORACION PROPIA.

Estos empresarios que dan rumbo a las organizaciones han guiado correctamente a estas empresas ya que cuentan con una Misión, Visión, Objetivos y Metas claramente definidas que permiten un mejor desarrollo a la hora de ejecutar sus labores, estableciendo nuevas estrategias y planes que se efectúan periódicamente. Asimismo tienen una imagen corporativa bien definida, responsabilidad social y el uso de planes estratégicos que son tomados como grandes fortalezas para las mismas.

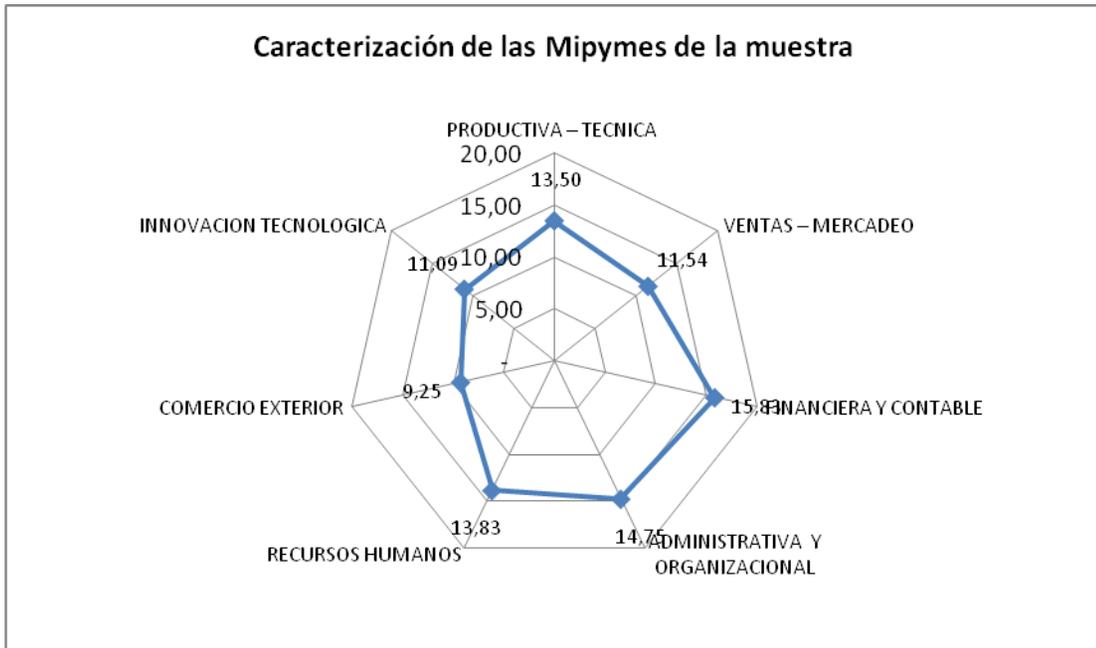
Por otra parte, con respecto a los empleados, se puede apreciar que el tipo de contrato de trabajo que tiene mayor prioridad en las MIPYMES Cartageneras asociadas a ACOPI es el contrato indefinido con un promedio de 10 empleados, le sigue el contrato por labor contratada con el promedio de 9 empleados y por último el contrato a término fijo con el promedio de 5 empleados, lo cual representan lo que son en sí las MIPYMES (medianas y pequeñas empresas).

Cuentan con personal capacitado para cada una de las distintas labores que se desarrollan, cumpliendo con los objetivos, las funciones y las responsabilidades que requiere el perfil de cada cargo, teniendo en cuenta las políticas y mecanismos para el incentivo del personal.

Los empleados tienen reconocimiento de los aportes sociales como lo son afiliaciones a EPS, ARP, sistemas de pensiones y cajas de pensiones. También cuentan con un programa de seguridad industrial.

Como podemos ver en la Fig. 5 el área mejor desarrollada en las MIPYMES cartageneras asociadas a ACOPI es el área financiera y contable seguida de la parte administrativa y luego la de recursos humanos. Dejando de último al área de comercio exterior y la parte de innovación y tecnología.

FIGURA 5. CARACTERIZACION DE LAS MIPYMES DE LA MUESTRA.



FUENTE. ELABORACION PROPIA.

Por otra parte, las MIPYMES se encuentran en su mayoría enfocadas en el área de producción, ya que por medio de esta área muestran su desempeño de acuerdo a las necesidades de producción, cumpliendo con los registros y normas de calidad que el mercado exige (normas ISO).

2.4 CARACTERIZACIÓN AREA PRODUCCIÓN

Con respecto a la producción se puede decir que es el área de mayor importancia para las MIPYMES ya que esta representa su fuente de ingresos.

El análisis de la actividad económica tomada de la muestra, da como resultado que el 42% de las empresas encuestadas tienen procesos de producción iguales (estandarizados) y manuales de procesos, en el 29% de las empresas existen

algunos procesos de producción que están unificados y el 29% restante no existen procesos de producción estandarizados, ni manuales de procesos.

Por otra parte el 71% de estas empresas producen teniendo en cuenta los requisitos técnicos de los distintos clientes, el 21% cumplen con algunos requisitos técnicos para algunos clientes y solo el 8% no diferencian requisitos para sus clientes.

Con respecto a la forma de cómo se realiza la compra de materiales o insumos se analiza lo siguiente: el 42% de estas empresas hace planeación para la totalidad las compras de insumos de acuerdo a las necesidades de producción, el 29% hacen compras en conjunto de algunos insumos, el otro 29% compra en forma individual los insumos que se requieren para la fabricación de cada producto.

Las normas de calidad son factores importantes en el análisis del área productiva y técnica del negocio ya que estas normas son las que rigen en parte el futuro de la empresa, esto se constata en este estudio ya que el resultado mostró que el 58% de las empresas cumplen con los registros y normas que exige el mercado, el 25% de estas empresas esta iniciando el cumplimiento de algunos registros y normas y el 17% respondió que el mercado que tienen no les exige requisitos ni normas.

Viendo el poco nivel de tecnificación en etiqueta, empaque y códigos de barras que mostro el estudio se analiza que el 75% de las empresas no necesitan cumplir estas exigencias técnicas para el mercado que atienden, solo el 8% no cumplen algunas de estas exigencias técnicas del mercado que atienden y el 17% cumplen con todas las exigencias técnicas del mercado especializado al que han logrado llegar.

El control de calidad es otra fase importante en el área de producción, esto se ve reflejado en el estudio ya que el 83% de las empresas tienen control de calidad y hacen seguimientos a la calidad de los productos, el 13% tienen algunos procesos

de control de calidad del producto o servicio y solo el 4% de estas empresas no controlan la calidad del producto o servicio.

Con esto podemos determinar que las MIPYMES cartageneras asociadas a ACOPI en el área productiva están en óptimas condiciones para su sostenimiento, eventual crecimiento y para enfrentar futuras competencias. Sin embargo deben mejorar en aspectos como la implementación de normas de calidad y el etiquetado.

2.5 CARACTERIZACIÓN AREA TECNOLÓGICA

La innovación y tecnología es el área que después de comercio exterior tiene el nivel más bajo de importancia para los empresarios de las MIPYMES cartageneras asociadas a ACOPI. El estudio muestra lo siguiente con relación al área de innovación y tecnología:

El 70,4% de las empresas encuestadas ha implementado alguna innovación en proceso o productos en los últimos tres años mientras el 29,6% no ha implementado ninguna tecnología.

El 74,1% de las empresas ha implementado alguna ampliación de la capacidad de producción en el mismo período de tiempo, mientras que el 25,9% no ha implementado ninguna ampliación.

Con respecto a las mejoras tecnológicas, el 88,9% de las empresas si ha mejorado su tecnología y solo el 11,1% no la ha mejorado.

En los últimos tres años el 66,7% de estas empresas ha implementado alguna adquisición de maquinaria, por lo tanto el 33,3% no adquirió maquinaria.

El 51,9% de las empresas ha implementado investigación y desarrollo y el 48,1% no la ha implementado.

El 96,3% de las empresas están dispuestas a implementar nuevas tecnologías en tanto que solo el 3,7% no están dispuestas a implementarla.

El 29% de las empresas han innovado en procesos administrativos y productivos mientras que 42% ha innovado en algunos procesos y el 25% no ha innovado, lo que los llevó a esta innovación fueron las exigencias del mercado solo el 13% de las empresas lo tenían como un proceso planeado y el 25% lo hizo por que la vida útil de las herramientas anteriores ya habían cumplido su vida útil.

La cultura de innovación en estas empresas es media-alta por que la mayoría de las empresas están involucradas con el tema, el 21% considera la cultura de innovación baja porque no piensan constantemente en el tema. Pero se puede observar que este tema ha surgido más de los requerimientos del mercado que de decisiones propias y planeadas de las organizaciones.

El área de mayor desarrollo en cuanto a tecnología es producción, con un 58%, dejando el 17% al área contable, el 21% de las empresas ha desarrollado este concepto en todas las áreas como lo son: el área de producción, contable-financiera e incluso en el mercadeo y ventas; todo este proceso de innovación en las empresas ha sido motivado principalmente por los clientes y por la gerencia, pero muy poco ha sido por parte de los empleados, ellos solo han motivado este proceso de innovación en un 13%.

De las encuestas realizadas, que en su mayoría fueron dirigidas a los gerentes y dueños de las empresas, el 54% de ellos piensa que la responsabilidad en implementar la cultura de innovación en la empresa debe ser de la gerencia únicamente porque ella es la que sabe hacia donde va la compañía, mientras que el 17% piensa que la responsabilidad debe ser de los jefes de área que son quienes se enfrentan con los problemas diarios y por ultimo, 25% de ellos piensa que la responsabilidad es de todos los empleados de la compañía.

2.6 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Las fortalezas y las debilidades de las MIPYMES cartageneras asociadas a ACOPI se pueden observar en la Tabla 4. Es de destacar que la variable **calidad del producto**, la mayoría de los encuestados la consideran como fortaleza, ya que un 95.7% la clasificaron así, además tiene un impacto alto del 88.9% lo que indica que la calidad del producto es de gran valor para estos empresarios.

Adicionalmente, la **capacidad de innovación** es una fortaleza como se puede ver en (Tabla 4) con un promedio de 73,9%, pero también se ve que el impacto alto que tiene esta variable no es superior al 34%, lo cual representa que dentro de estas organizaciones dicha variable es de impacto medio con un 44%

Por otro lado la **economía a escala**, muestra un 58.8% en fortaleza y un 42.9% en impacto bajo según (Tabla 4) lo que significa que estas empresas no prestan mucho cuidado a esta variable mas sin embargo la consideran una fortaleza.

Fortalezas y debilidades

	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	Alta	Media	Baja	Baja	Media	Alta	Alto	Medio	Bajo
Capacidad de innovación	26,1%	30,4%	17,4%	13,0%	4,3%	8,7%	33,3%	44,4%	22,2%
Nivel de Tecnología utilizado en los productos	22,7%	54,5%	9,1%	4,5%	0,0%	9,1%	58,8%	35,3%	5,9%
Fuerza de patentes y procesos	43,8%	12,5%	18,8%	18,8%	0,0%	6,3%	35,7%	21,4%	42,9%
Efectividad en los programas de entrega	50,0%	27,8%	11,1%	5,6%	5,6%	0,0%	60,0%	33,3%	6,7%
Valor agregado al producto	47,1%	29,4%	17,6%	5,9%	0,0%	0,0%	30,8%	53,8%	15,4%
Intensidad de mano de obra en el producto	66,7%	9,5%	4,8%	4,8%	0,0%	14,3%	58,8%	29,4%	11,8%
Economía de escala	23,5%	35,3%	0,0%	17,6%	0,0%	23,5%	28,6%	28,6%	42,9%
Aplicación de tecnología de computadores	50,0%	22,2%	16,7%	0,0%	11,1%	0,0%	33,3%	40,0%	26,7%
Flexibilidad de la producción	40,9%	31,8%	22,7%	4,5%	0,0%	0,0%	58,8%	29,4%	11,8%
Capacidad para satisfacer la demanda	52,2%	17,4%	13,0%	13,0%	4,3%	0,0%	72,2%	22,2%	5,6%
Estabilidad de costo	10,5%	42,1%	36,8%	0,0%	10,5%	0,0%	43,8%	43,8%	12,5%
Habilidad técnica y de manufactura	41,2%	29,4%	17,6%	0,0%	5,9%	5,9%	66,7%	20,0%	13,3%
Calidad del producto,	73,9%	21,7%	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%	88,9%	0,0%	11,1%

Tabla 3. Fuente propia

Analizando los resultados de estas fortalezas y debilidades en las empresas, podemos decir que su capacidad de innovación se encuentra en un nivel medio/bajo, lo cual quiere decir que son pobres en materia de innovación e invierten mas en la producción como tal, junto con la intensidad de mano de obra en el producto.

Se encuentran como grandes debilidades de las MIPYMES las economías de escala, el nivel de tecnología utilizada, la capacidad de innovación, la fuerza de patentes y la capacidad para satisfacer la demanda.

3. CONCLUSIONES

En el análisis de la información proveniente de las entrevistas y encuestas se analizó detenidamente que las MIPYMES asociadas a ACOPI son empresas relativamente nuevas a las que se les debe brindar mucho apoyo para que sigan creciendo en calidad, son empresas las cuales son dirigidas en su mayoría por personal altamente capacitado, que han llegado a un nivel de estudio de posgrado.

Las empresas MIPYMES asociadas a ACOPI son empresas que pueden desarrollar un buen balance en cuanto a la tecnología a pesar de que los resultados no fueron muy favorables, se puede decir que se encuentran en condiciones de competencia, pero este resultado se puede mejorar si los gerentes de las empresas prestan mas atención a la esta que tanto les puede ayudar a cumplir sus metas de manera fácil y sencilla.

También se ve que las empresas están dispuestas a reformar sus estrategias e incrementar el nivel información y de la tecnología por lo tanto, las MIPYMES asociadas a ACOPI son empresas flexibles y dinámicas, las cuales se pueden adaptar rápidamente al entorno cambiante, generado por la inminente globalización, la cual trae mucha competencia.

Esta globalización al mismo tiempo que representa una amenaza, puede convertirse en una oportunidad de nuevos mercados para este tipo de empresas, para ello se debe trabajar necesariamente en todas las variables relacionadas con la tecnología e innovación, pues aunque la flexibilidad es una fortaleza se debe ser cuidadoso con la estandarización para la entrada a mercados internacionales.

Por último, este trabajo fue una experiencia enriquecedora que sirvió para conocer como es en sí el funcionamiento de estas pequeñas y medianas empresas en la región y qué beneficios les traen al mercado, en la economía cartagenera y en la del país. Las MIPYMES son las empresas que más beneficio brinda al país, además de proveer de empleo a muchas personas ayudan para que la economía no se estanque.

4. RECOMENDACIONES

Las grandes empresas en cada ciudad del país deben brindar capacitación a las MIPYMES par así crear unión en toda la economía, de esta manera las MIPYMES vean la importancia de la tecnología ya que las grandes empresas poseen gran capacidad.

Las MIPYMES deben ser vistas desde otra perspectiva ya que son la fuente de empleo numero uno del país, por esto se les debe prestar mayor importancia y apoyarlas en todos los aspectos.

Se recomienda a los empresarios que estén atentos a toda clase de tecnologías que le puedan servir para agilizar y mejorar de forma sustancial los procesos dentro de la empresa.

Los gerentes de las MIPYMES deben sensibilizar a los trabajadores, y sean ellos los que estén en vanguardia de la tecnología y la innovación, para que de esta manera muestren sus puntos de vistas y la empresa tome un rumbo hacia la tecnificación y sofisticación.

5. BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACION COLOMBIANA DE INGENIEROS. Hay futuro para las MIPYMES de ingeniería en Colombia. Diciembre del 2007.

CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A. caja de herramientas para pymes., Bogotá, edición portafolio 2006.

CUADERNOS DE COYUNTURA ECONÓMICA CARTAGENA DE INDIAS. Indicadores económicos de Cartagena. Primer semestre 2007, pagina 13.

COLCIENCIAS SISTEMA NACIONAL DE INNOVACIÓN PÁGINA WEB. Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología .Francisco José de Caldas., 2006.

DESAFIOS ACTUALES DE LS EMPRESAS DE COLOMBIA. Universidad del Rosario. Issn 1909-0501 Fascículo 06 programa de divulgación científica TOMO II. Facultad de administración.

INVESTIGACION CENSO ECONÓMICO. 2005. Departamento administrativo nacional de estadísticas - DANE

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DECRETO NÚMERO 4490 DE 2006 19 DIC 2006.

PORTER, M. E. the technological dimension of competitive Strategy, vol. 1, 1983.

SCIENTIA ET TECHNICA AÑO XIII, No 34, Mayo de 2007 Universidad Tecnológica de Pereira. Issn 0122-1701. Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las pymes en Colombia

www.acopi.gob.com.co

www.eumed.net/libros/2007b/274/112.htm

6. ANEXOS

Encuesta

La Universidad Tecnológica de Bolívar y ACOPI Bolívar en su deseo de contribuir a mejorar la competitividad de la ciudad y del Caribe, han decidido realizar el presente estudio, cuyo objetivo es realizar la caracterización de las empresas MIPYME afiliadas a ACOPI, y establecer las necesidades que tienen en materia de innovación tecnológica, entre otras. Solicitamos a usted nos colabore con la información aquí contenida, la cual será estrictamente confidencial.

1. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA

Nombre o razón social _____

NIT _____

Teléfono _____

Número de socios _____

Año de constitución empresa _____

Numero empleados _____

Discrimine el número de trabajadores de acuerdo con:

Permanencia	Permanentes		Ocasionales			
Contrato	Indefinido		A termino fijo		Labor contratada (Destajo):	
Área	Administrativa		Producción		Comercial	

¿En qué fecha inició operaciones? _____

¿De dónde provenían los recursos? _____

¿Con cuántos empleados nació la empresa? _____

¿A qué sector económico pertenece la empresa? _____

¿Hoy en día cuáles son sus principales fuentes de financiamiento? _____

¿Qué horizonte en el tiempo tiene la planeación de su empresa? _____

El encargado de la contabilidad en su empresa es:

Persona natural vinculada por contrato Persona natural vinculada por contrato de
 laboral prestación de servicios Persona Jurídica

Las siguientes preguntas están relacionadas con la persona que realiza las labores de Gerencia General

Vinculo con la empresa: Propietario único socio empleado

Lugar de nacimiento: _____ Sexo M F

Edad Menor de 25 años De 26 a 35 años De 36 a 45 años De 46 a 55 años Mas de 55 años

Nivel de estudios: Primaria Bachillerato Técnico Universitario Posgrado Otros

En qué área de estudios? _____

Años de experiencia en el sector productivo al que pertenece la empresa _____

Lugar donde adquirió esa experiencia _____

2. EVALUACION INTERNA

Para las siguientes preguntas, determine la respuesta que más se acerca a la realidad de su empresa.

¿Está definida la Misión, Visión, los objetivos y metas de la empresa?.	SI	NO
¿Se han establecido estrategias?	SI	NO
¿Se elaboran planes periódicamente en la empresa?	SI	NO
¿Existe un organigrama para la empresa?	SI	NO
¿La estructura organizacional es adecuada para la ejecución de los planes de la empresa?	SI	NO
¿Están descritos los objetivos, las funciones, responsabilidades y perfil de cada cargo?	SI	NO
¿Existen políticas y mecanismos para motivar al personal?	SI	NO
¿Existen políticas de control de gestión?	SI	NO
¿Las decisiones las toma únicamente el gerente general?	SI	NO
¿La empresa cuenta con una Dirección Comercial con clara definición de responsabilidad, independiente y con capacidad total de decisión de su área?	SI	NO

¿Tiene la unidad o departamento de ventas la estructura adecuada para cubrir su función de ventas?	SI	NO
¿Existe en la empresa una unidad organizativa que se encargue de la investigación de mercados?	SI	NO
¿Están perfectamente definidas las funciones y tareas de los distintos responsables del área comercial?	SI	NO
¿Se brinda inducción a los nuevos empleados?	SI	NO
¿Todo el personal esta afiliado a la EPS?	SI	NO
¿Todo el personal esta afiliado a la ARS?	SI	NO
¿Todo el personal esta afiliado al sistema de pensiones?	SI	NO
¿Todo el personal esta afiliado a la caja de compensación?	SI	NO
¿Los empleados conocen de las normas de seguridad industrial a seguir?	SI	NO
¿Existe un programa de seguridad industrial?	SI	NO
¿Se trabaja con órdenes de producción?	SI	NO
¿Existe cuellos de botella en el ciclo de producción?	SI	NO
¿Cuenta la empresa con canales de distribución adecuados al mercado?	SI	NO
¿Su empresa ha exportado por lo menos una vez?	SI	NO
¿Su empresa ha importado algún recurso alguna vez?	SI	NO
¿Existe un área o persona encargada del comercio exterior?	SI	NO
¿Ha pensado participar a un programa de promoción de exportaciones?	SI	NO
¿En su empresa la contabilidad se lleva a través de software contable?	SI	NO
¿Los estados financieros son preparados de manera oportuna?	SI	NO
¿Su empresa tiene Revisor Fiscal?	SI	NO
¿La empresa tiene inversiones en negocios de otros sectores de apoyo, pero distintos a la actividad empresarial que desarrolla?	SI	NO
¿La empresa actualmente cuenta con capacidad financiera para realizar nuevos proyectos?	SI	NO
¿Conoce los costos de las diferentes opciones de financiación que le ofrece un banco?	SI	NO
¿Sabe como estimar el costo financiero de otras formas de financiación como los créditos comerciales, financiación de cuentas por pagar, financiación de inventarios, entre otros?	SI	NO

¿Conoce las ventajas y desventajas de los préstamos bancarios diseñados para micro y pequeños empresarios?	SI	NO
¿Conoce los métodos de financiación a través de Bancoldex, Fondo Nacional de Garantía, Proexport?	SI	NO
¿Se realizan análisis de indicadores financieros antes de tomar una decisión de endeudamiento?	SI	NO
¿Su empresa ha implementado alguna innovación en procesos o productos en los últimos tres años?	SI	NO
¿Su empresa ha implementado alguna ampliación de la capacidad de producción en los últimos tres años?	SI	NO
¿Su empresa ha implementado alguna mejora tecnológica en los últimos tres años?	SI	NO
¿Su empresa ha implementado alguna adquisición de maquinaria en los últimos tres años?	SI	NO
¿Su empresa ha implementado la Investigación y Desarrollo en los últimos tres años?	SI	NO
¿Estaría dispuesto a participar en proyectos que permitan la implementación de nuevas tecnologías?	SI	NO

Para la siguiente matriz cuyo objetivo es determinar las ventajas competitivas que tiene la organización, solicitamos:

1. Determinar si la variable a evaluar es una fortaleza o una debilidad.
2. Establecer la ponderación (Alto, Medio o Bajo) para la anterior clasificación (F o D).
3. Definir el impacto que esa variable tiene dentro de la organización.

	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Imagen Corporativa									
Responsabilidad social									
Uso de planes estratégicos									
Evaluación y pronóstico del medio									
Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes									
Flexibilidad de la Estructura Organizacional									
Comunicación y control Gerencial									
Orientación empresarial									
Habilidad para atraer y retener gente									

altamente creativa									
Agresividad para enfrentar la competencia									
Sistema de control									
Sistema de toma de decisiones									
Sistema de coordinación									
Evaluación de gestión									
Nivel educativo del Talento Humano									
Experiencia técnica									
Estabilidad									
Rotación									
Ausentismo									
Pertenencia									
Motivación									
Nivel de remuneración									
Accidentalidad									
Retiros									
Índice de desempeño									
Calidad del producto,									
Lealtad y satisfacción del cliente									
Participación del mercado									
Costos de distribución y ventas									
Grandes barreras en entrada de productos en la empresa									
Ventaja sacada del potencial de crecimiento del mercado									
Fortaleza del (los) proveedor (es) y disponibilidad de insumos									

Concentración de consumidores									
Administración de clientes									
Portafolio de servicios									
Programa posventa									
Capacidad para satisfacer la demanda									
Capacidad para salir del mercado									

	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Acceso a capital cuando lo requiera									
Grado de utilización de su capacidad de endeudamiento									
Rentabilidad o retorno de inversión									
Liquidez o disponibilidad de fondos internos									
Capacidad para satisfacer la demanda									
Estabilidad de costo									
Habilidad técnica y de manufactura									
Capacidad de innovación									
Nivel de Tecnología utilizado en los productos									
Fuerza de patentes y procesos									
Efectividad en los programas de entrega									
Valor agregado al producto									
Intensidad de mano de obra en el producto									
Economía de escala									
Aplicación de tecnología de computadores									

Flexibilidad de la producción									
-------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3. ALGUNAS CIFRAS

En el siguiente cuadro se preguntan algunas cifras que nos ayudarán a determinar tamaños, los montos no tienen que ser exactos, pero nos acercaría a la realidad de su empresa, por ello le pedimos nos ayude con la siguiente información que es absolutamente confidencial

	2007
Nivel de ventas	\$
Nivel de activos	\$
Nivel de deudas	\$
Nivel de crédito extrabancario	\$
Utilidades	\$
Valor de las Inversiones en maquinaria	\$
Valor del Software comprado	\$
Valor del Hardware comprado	\$
Valor de Equipos de Telecomunicaciones	\$

En la siguiente página se encuentran preguntas relacionadas con comercio exterior, si su empresa tiene importaciones o exportaciones, agradecemos pase a la siguiente hoja.

Si su empresa exporta ¿A qué regiones exporta, durante cuántos años y a través de qué canal?

REGIÓN	EXPORTA		AÑOS	Tipo de venta en el exterior			
				Vta Directa	Vta Compartida	Vta Indirecta	Otra
Norteamérica (USA - Canadá)	SI	NO					
Centro y Sudamérica	SI	NO					
Unión Europea	SI	NO					
Europeos no UE	SI	NO					

Japón	SI	NO					
China y el resto de Asia	SI	NO					
África	SI	NO					
Oceanía	SI	NO					

1. Venta Directa: A) Departamento Comercial B) Representante C) Sucursal y/o Filial Comercial D) Agente a Comisión

2. Venta Compartida: A) Joint Venture Comercial B) Consorcio de exportación C) Intercambio de redes comerciales

3. Venta Indirecta: A) Importador B) Distribuidor C) Comercializadoras (Trading Company)

4. Otra: A) Contrato de fabricación B) Licencia C) Franquicia D) Joint Venture Productivo E) Centro de producción F) Otros

Si su empresa ha tenido experiencia en importación ¿De qué regiones importa, durante cuántos años y a través de qué canal?

REGIÓN	IMPORTA		AÑOS	Tipo de compra en el exterior				Tipo de producto
				Import. Directa	Import. Compartida	A través de SIA	Otra	
Norteamérica (USA - Canadá)	SI	NO						
Centro y Sudamérica	SI	NO						
Unión Europea	SI	NO						
Europeos no UE	SI	NO						
Japón	SI	NO						
China y el resto de Asia	SI	NO						
África	SI	NO						
Oceanía	SI	NO						

Entrevista

1. SECCIÓN UNO: PRESENTACION

La Universidad Tecnológica de Bolívar y ACOPI Bolívar en su deseo de contribuir a mejorar la competitividad de la ciudad y del Caribe, han decidido realizar el presente estudio, cuyo objetivo es realizar la caracterización de las empresas MIPYME afiliadas a ACOPI, y establecer las necesidades que tienen en materia de innovación tecnológica, entre otras.

Solicitamos a usted nos colabore con la información aquí contenida, la cual será estrictamente confidencial.

Nombre de la compañía: _____

Nombre del encuestado: _____

Fecha: _____

2. SECCIÓN DOS: INFORMACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Diligencie la siguiente sección teniendo en cuenta la actividad(es) económica(s) que desarrolla la empresa

2.1. ¿En que consiste el negocio de la empresa?

3. SECCIÓN TRES: ANÁLISIS DEL AREA PRODUCTIVA – TECNICA DEL NEGOCIO

Para cada una de las siguientes preguntas, **POR FAVOR MARQUE CON UNA "X"**, y selecciones la casilla de la respuesta que más se acerque **al estado REAL y ACTUAL** de su organización:

a. ¿Cómo es la forma en que producimos, transformamos o prestamos el servicio?

- A) No existen procesos de producción iguales, ni manuales de procesos.....
- B) Existen algunos procesos de producción que están unificados.....
- C) Existen procesos de producción iguales (estandarizados) y manuales de procesos.....

b. ¿Cómo cumplimos los requisitos técnicos de distintos clientes?

- A) No diferenciamos requisitos para nuestros clientes.....
- B) Cumplicimos con algunos requisitos técnicos para algunos clientes.....
- C) Producimos teniendo en cuenta los requisitos técnicos de distintos clientes.....

c. ¿Cómo se realiza el proceso de compra de materiales o insumos?

- A) Para la fabricación de cada producto se compra en forma individual los insumos que se requieren.....
- B) Hacemos compras en conjunto de algunos insumos.....
- C) Hacemos planeación para la totalidad de las compras de insumos de acuerdo con las necesidades de producción.....

d. ¿Tenemos los registros y aplicamos las normas de calidad que exige el mercado?

- A) El mercado que tenemos no nos exige registros ni normas.....
- B) Estamos iniciando el cumplimiento de algunos registros y normas.....
- C) Cumplimos con los registros y normas que nos exige el mercado.....

e. ¿Qué nivel de tecnificación en etiqueta, empaque y código de barras tenemos de nuestros productos en el mercado que atendemos?

- A) No tenemos que cumplir estas exigencias técnicas para el mercado que atendemos.....
- B) No cumplimos algunas de estas exigencias técnicas que nos exige el mercado que atendemos.....
- C) Cumplimos con las exigencias técnicas del mercado especializado al que hemos logrado llegar.....

f. ¿Hacemos control de calidad del producto o servicio?

- A) No controlamos la calidad del producto o servicio.....
- B) Tenemos algunos procesos de control de la calidad del producto o servicio.....
- C) Tenemos control de calidad y hacemos seguimiento a la calidad de los productos.....

4. SECCIÓN CUATRO: ANÁLISIS DEL AREA VENTAS – MERCADEO DEL NEGOCIO

Para cada una de las siguientes preguntas, **POR FAVOR MARQUE CON UNA “X”**, y selecciones la casilla de la respuesta que más se acerque **al estado REAL y ACTUAL de su organización:**

a. ¿Como fijamos el precio de venta de los productos y/o servicios?

- A) El precio de venta lo fijamos de acuerdo a como lo venden mis vecinos.....
- B) Con algunos clientes podemos negociar el precio y algunas condiciones comerciales.....
- C) Podemos fijar los precios directamente con los clientes.....

b. ¿En que forma vendemos?

- A) Se vende el producto directamente a los clientes.....
- B) Tenemos algunos puntos de venta directos.....
- C) Trabajamos conjuntamente con intermediarios para atender a nuestros clientes.....

c. ¿Cómo conseguimos los clientes?

- A) Los clientes nos buscan y compran los productos.....
- B) Identificamos algunos clientes para disminuir la intermediación.....
- C) Conocemos el mercado y buscamos clientes constantemente.....

d. ¿Hemos desarrollado nuevos productos?

- A) El mercado no nos exige el desarrollo de nuevos productos.....
- B) Hemos visto la oportunidad de desarrollar nuevos productos, pero no tenemos la tecnología necesaria.....
- C) Hemos desarrollado nuevos productos solicitados por los clientes.....

e. ¿Cómo damos a conocer nuestros productos a los clientes?

- A) Les contamos a las personas conocidas sobre el producto que tenemos.....
- B) Tenemos catálogos de productos, pero falta desarrollar más material.....
- C) Hacemos promoción de los productos con diversos materiales o publicidad.....

f. ¿Cuáles son sus principales clientes?

- A) Vendemos generalmente al mercado local.....
- B) Vendemos generalmente al mercado regional.....
- C) Vendemos generalmente al mercado nacional.....

5. SECCIÓN CINCO: ANÁLISIS DEL ÁREA FINANCIERA Y CONTABLE DEL NEGOCIO

Para cada una de las siguientes preguntas, **POR FAVOR MARQUE CON UNA "X"**, y seleccione la casilla de la respuesta que más se acerque **al estado REAL y ACTUAL de su organización:**

a. ¿Como determinamos el precio de nuestros productos?

- A) No tenemos en cuenta los costos para establecer los precios.....
- B) Se tiene en cuenta los costos de producción y otros tales como los administrativos, para determinar los precios.....
- C) Se conoce la totalidad de los costos internos y externos para determinar los precios.....

b. ¿Llevamos los registros contables y sus soportes?

- A) No llevamos registros contables, ni los soporte
- B) Se llevan algunos registros contables con soportes.....
- C) Se lleva la contabilidad de acuerdo con las normas legales

c. ¿Estamos Cumpliendo con las obligaciones tributarias?

- A) No cumplimos con las normas tributarias
- B) Cumplimos con algunas obligaciones tributarias.....
- C) Cumplimos con todas las obligaciones tributarias. RUT, declaraciones, medios magnéticos, retenciones, certificados....

d. ¿Cómo planificamos el uso del dinero en nuestro negocio?

- A) No planificamos el uso del dinero, gastamos el dinero en lo urgente.....
- B) Planificamos algunas veces comprando lo que hemos decidido que es prioritario.....
- C) Planificamos el uso del dinero de acuerdo con proyecciones financieras y flujos de caja.....

e. ¿Elaboramos Estados Financieros?

- A) No elaboramos Estados Financieros.....

- B) Hacemos informes financieros sólo si es necesario, para terceros o por exigencia legal.....
- C) Hacemos Estados Financieros regularmente para cumplir la ley y ver la situación de la empresa permanentemente.....

f. **¿Vendemos con o sin factura?**

- A) Vendemos generalmente sin factura
- B) Vendemos con factura a algunos clientes que lo exigen.....
- C) Vendemos la totalidad de lo producido con factura

1. **SECCIÓN SEIS: ANÁLISIS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO**

Para cada una de las siguientes preguntas, **POR FAVOR MARQUE CON UNA "X"**, y selecciones la casilla de la respuesta que más se acerque **al estado REAL y ACTUAL** de su organización:

a. **¿Cómo tenemos organizados los papeles y documentos de la Organización?**

- A) No tenemos un archivo con los documentos del negocio
- B) Tenemos los papeles y documentos de la organización, pero sin orden.....
- C) Tenemos ordenados y archivados la totalidad de documentos de la organización.....

b. **¿Cómo realizamos las labores administrativas en nuestra Organización?**

- A) No tenemos personal administrativo.....
- B) Las tareas se reparten entre el (o la) representante legal y la Junta Directiva
- C) Se cuenta con personal administrativo que paga la Organización.....

c. **¿Contamos en la empresa con un plan de trabajo a mediano plazo?**

- A) No contamos con manuales administrativos y/o reglamentos de trabajo
- B) Están en proceso de elaboración algunos reglamentos básicos de trabajo
- C) Tenemos los reglamentos y manuales de trabajo que necesitamos.....

d. ¿Contamos en la empresa con un plan de trabajo a mediano plazo?

- A) Nuestras tareas no nos han permitido planear las actividades de nuestro negocio
- B) Se tienen planeadas algunas actividades del negocio.....
- C) Contamos con un documento escrito del plan de trabajo de nuestra organización.....

e. ¿Cómo nos repartimos las labores al interior de la empresa?

- A) No hay tareas asignadas, ni plan de trabajo
- B) Existen algunos comités de trabajo
- C) Existen funciones definidas, hay una clara definición del trabajo.....

f. ¿Nuestros empleados han tenido la oportunidad de capacitarse?

- A) Nuestro proceso empresarial es reciente y faltan programas de capacitación para los empleados.....
- B) Hemos capacitado a los empleados en algunas áreas
- C) Hemos gestionado con entidades externas programas de capacitación.....

2. SECCIÓN SIETE: ANÁLISIS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

Para cada una de las siguientes preguntas, **POR FAVOR MARQUE CON UNA "X"**, y seleccione la casilla de la respuesta que más se acerque **al estado REAL y ACTUAL de su organización:**

a. ¿Cómo realizamos el proceso de selección?

- D) Solo contratamos recomendados porque no hay un área encargada del asunto.....
- E) Se tiene en cuenta el perfil del cargo y lo comparamos con personal recomendado por lo empleados.....
- F) Se determina la necesidad, se pasa formato a la persona encargada quien hace un proceso de reclutamiento y selección

b. ¿Cuándo ingresa un nuevo personal a la empresa, qué tipo de contratación es la que comúnmente utilizamos?

- A) Todos los contratos son verbales
- B) Dependiendo del cargo algunos contratos se hacen por escrito y otros son verbales
- C) Todos los trabajadores tienen contrato escrito, respetando el período de prueba.....

c. ¿Cómo aseguramos que nuestros empleados cumplan con las normas de Higiene y seguridad industrial?

- A) La empresa no tiene riesgos de accidentes de trabajo
- B) Aunque la empresa tiene bajos niveles de accidentalidad los empleados están afiliados a la ARP.....
- C) La empresa cuenta con un Comité Paritario de Salud Ocupacional que se encarga del tema.....

d. ¿Cómo medimos si los empleados están realizando bien su trabajo y se encuentran motivados?

- A) No lo medimos porque el empleado que no nos sirve o está insatisfecho, se va
- B) Algunas veces el jefe inmediato se encarga de verificar la calidad del producto o servicio
- C) Realizamos evaluaciones de desempeño periódicamente con ese fin y de capacitación para los empleados.....

e. ¿Cómo sabemos quien se encarga de las diferentes tareas y quién es el jefe directo?

- A) Como esta es una empresa familiar los jefes directos somos los miembros de la familia
- B) Aunque somos una empresa familiar, tenemos claras las tareas, pero solo uno se encarga de las decisiones.....
- C) Existe un manual de funciones y un perfil de cargo que junto con el organigrama da claridad al respecto.....

f. ¿Qué clase de capacitaciones reciben los empleados?

- A) Cuando el empleado entra a la organización los compañeros se encargan de indicarle la tarea que debe realizar.....
- B) Cuando la ARP o ACOPI u otra organización nos ofrece capacitación enviamos a los empleados.....
- C) Con la evaluación de desempeño se determinan las necesidades de capacitación de los empleados.....

3. SECCIÓN OCHO: ANÁLISIS DEL ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR

Para cada una de las siguientes preguntas, **POR FAVOR MARQUE CON UNA "X"**, y selecciones la casilla de la respuesta que más se acerque **al estado REAL y ACTUAL** de su organización:

a. ¿Cuenta con alguna experiencia en el proceso de comercio exterior?

- A) No tenemos experiencia
- B) Se tiene experiencia en Importación únicamente
- C) Se cuenta con experiencia tanto en Exportación como en Importación.....

b. ¿Cuáles son las percepciones que se tiene sobre el proceso de internacionalización?

- Definitivamente no nos interesa por los altos costos y el riesgo implicado.....
- Podríamos exportar pero no contamos con los recursos (financieros, humanos y tecnológicos).....
- Definitivamente se requiere para el crecimiento de la organización.....

c. ¿Cómo iniciamos el proceso de exportación?

- A) Los clientes nos buscaron y compraron nuestros productos.....
- B) Identificamos algunos clientes para incrementar nuestras ventas.....
- C) Planeamos, conocemos el mercado y buscamos clientes permanentemente.....

d. ¿Cómo realizamos las labores administrativas de comercio exterior?

- A) No se cuenta con una unidad administrativa dedicada a esta actividad.....
- B) Las tareas se reparten entre el personal administrativo.....
- C) Se cuenta con personal administrativo dedicado solo a esta área.....

e. ¿Cuáles han sido los principales obstáculos para consolidar los esfuerzos hacia la exportación?

- A) Barreras internas (capacidad de producción, personal y estándares de calidad)
-

- B) Barreras externas (acceso al mercado, trámites gubernamentales y acceso al crédito)
-
- C) No tenemos barreras.....
-

f. ¿Cuáles de los siguientes factores podrían favorecer en mayor medida el proceso de internacionalización de la empresa?

- A) No tenemos conocimiento del mercado.....
- B) Contamos con el producto y hemos investigado sobre el mercado.....
- C) Contamos con conocimiento del mercado y un compromiso organizacional con el proceso de internacionalización...

4. SECCIÓN NUEVE: ANÁLISIS DEL ÁREA DE INNOVACION TECNOLOGICO

Para cada una de las siguientes preguntas, **POR FAVOR MARQUE CON UNA "X"**, y selecciones la casilla de la respuesta que más se acerque **al estado REAL y ACTUAL** de su organización:

a. ¿Qué tipo de innovación hemos implementado en los últimos 3 años?

- Ninguna innovación.....
- Innovación en algunos procesos.....
- Innovación en procesos administrativos, productivos y otros.....

b. ¿Qué nos llevo a estas innovaciones?

- Las herramientas anteriores ya terminaron su vida útil.....
- El mercado nos lo exigió por un crecimiento en la demanda.....
- Por un proceso planeado para entrar a nuevos mercados.....

c. ¿Cómo considera la cultura de innovación en su empresa?

Baja porque no pensamos constantemente en el tema.....

Mediana porque solo en algunas áreas hemos innovado.....

Alta porque toda la compañía esta involucrada en este tema.....

d. ¿En que área de su empresa se ha desarrollado más el concepto de Innovación?

Solo en el área de Producción.....

En algunas áreas producción y contable.....

En todas las áreas: producción, el área contable.- financiera e incluso en mercadeo y ventas.....

e. ¿Cómo ha sido motivado el proceso de innovación en su empresa?

Motivado por el cliente.....

Motivado por la Gerencia.....

Motivado por sus empleados.....

f. ¿Para implementar la cultura de innovación en la empresa la responsabilidad debe ser?

De la Gerencia únicamente porque ella es la que sabe hacia donde va la compañía.....

De los Jefes de Área que son quienes se enfrentan con los problemas diarios.....

De todos los empleados de la compañía porque es responsabilidad de todos.....

