

**RETOS DE LA PYME COLOMBIANA FRENTE A LA
INTERNACIONALIZACIÓN**

Minor:

Negocios Internacionales

Presentado por:

JHON JAIRO QUINTERO RODRIGUEZ

Tutor:

Augusto Alean Pico

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARTAGENA**

INDICE

Resumen.....	3
Abstract.....	3
Palabras Clave.....	3
1. Introducción.....	4
2. Marco Teórico-Conceptual.....	6
3. Desarrollo del Tema.....	12
4. Conclusión.....	19
Bibliografía.....	23

RESUMEN

Hoy día es considerado muy importante la acción de la pyme en la economía colombiana. La mayoría de países en el mundo han impulsado al crecimiento de este sector para el desarrollo de su aparato productivo y que el crecimiento de su PIB pueda generar mas beneficios a todos sus habitantes. Las oportunidades y retos son muchos para las pequeñas economías como la colombiana, pero solo el trabajo conjunto del gobierno, la empresa y la academia se podrán llevar a cabo mejores prácticas que le permitan a las pymes mejorar su dinámica nacional e internacional.

ABSTRACT

Today, it is considered very important the action of the small business in the Colombian economy. Most countries in the world have driven the growth of this sector for the development of the productive apparatus and GDP growth to generate more benefits to all people. The opportunities and challenges are many for small businesses in Colombia, but only the joint efforts of government, business and academia can be carried out best practices that enable SMEs to improve their national and international dynamics.

Palabras claves: *Globalización, internacionalización, pymes, exportación, productividad, competitividad.*

1. Introducción

La globalización es un proceso que avanza a grandes pasos e incluirá a todos los países del planeta, en todos los campos, especialmente en el económico. Es indispensable que cada país pueda contar con las herramientas necesarias para asumir con eficiencia y eficacia su nuevo papel en el contexto internacional, participar activamente en él y no quedar rezagado ante la inminente apertura mundial.

La estructura económica de los países, especialmente en América Latina está conformada en su mayoría por pequeñas y medianas empresas que son el eje fundamental de la actividad económica; alrededor de ellas se debe crear un entorno empresarial dinámico, donde las empresas crezcan e innoven y se conviertan en los motores que impulsen la creación de nuevos empleos.

En Colombia Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constituyen la principal fuente de generación de empleo, y son parte fundamental del sistema económico, estimulan la economía y tienen una gran responsabilidad social al intervenir en la disminución de las situaciones de pobreza, subempleo y desempleo, por ello el gobierno a través de diferentes instituciones como la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias (Acopi) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo trabajan en diferentes programas para establecer e incrementar sus fortalezas e identificar y corregir sus debilidades, con el fin de dinamizarlas y fortalecerlas, en los últimos años han evolucionado de una forma significativa, destacándose en algunas de ellas un aumento en la producción, pero en la mayoría de estas se incremento su nivel de endeudamiento principalmente con los proveedores debido a un aumento en la demanda de materias primas e insumos; las deudas con el sector financiero aumentaron pero no en la misma proporción que la de los proveedores debido a que el sistema crediticio no tiene todavía la suficiente confianza en la capacidad de pago de las PYMES, ofreciendo la mayoría de créditos a corto plazo, esta es una de las limitantes que impide a las empresas ser competitivas al no contar con recursos suficientes para expandir su planta de trabajo y poder aumentar la producción, indispensable para consolidarse en el mercado interno y poder abrirse a mercados externos.

Las PYMES exportadoras colombianas han sido por largo tiempo dejadas de lado y no han tenido un verdadero y adecuado apoyo en su aventura internacional, pero los tiempos están cambiando y nuevas orientaciones y cambios de rumbo en las políticas gubernamentales están permitiendo que estas empresas puedan cumplir con el rol clave que les corresponde como estimuladoras de empleo y generadoras de divisas.

Por todos estos motivos el presente artículo tiene como objetivo analizar cuál es la actual situación de las PYMES en Colombia, cómo ha evolucionado su proceso de internacionalización, qué visión tienen con respecto al TLC con Estados Unidos.

2. Marco teórico- conceptual

La globalización es un proceso multidimensional y dinámico, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. Cada día se firman nuevos tratados de comercio, convenios, alianzas y más estrategias de negocios entre países y hacen de este un mundo más competitivo donde solo se beneficiaran los países que tenga una gran capacidad empresarial, una industria capacitada y que le apueste a la inversión en ciencia y tecnología. El propósito económico que inspiró la globalización es, sin lugar a duda, el de crecimiento económico de la clase empresarial (Mateus & Brassat, 2002).

Este continuo proceso de cambio en el entorno económico, donde la aceleración del proceso de globalización y el desarrollo de la economía del conocimiento vienen actuando como motores, está empujando sistemáticamente a las empresas hacia el reto que supone la salida a los mercados exteriores. “El comercio fomenta la especialización y ésta aumenta la productividad. A largo plazo, el aumento del comercio y de la productividad mejora el nivel de vida de todo el mundo. Los países se han dado cuenta de que el comercio internacional es una de las vías más seguras para lograr la prosperidad económica”. (Samuelson, 1998). Conscientes de esta realidad, por un lado, la autoridad en materia de política económica colombiana ha desarrollado múltiples iniciativas para fomentar la salida al exterior de las pequeñas y medianas empresas (en adelante, Pymes) y, por otro lado, en el campo de la investigación económica han prodigado los trabajos relacionados con la internacionalización de la empresa colombiana.

En todas las economías del mundo, las pyme son de gran importancia en Europa, por ejemplo, se estima que un 97% de todas las empresas son pyme. Las micros y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental, pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo. En aquel sentido, gracias a que estas emplean a una gran cantidad de personas con menores costes salariales por trabajador, aportan cierta estabilidad al mercado laboral (muchos empleados ubicados en muchas empresas, en lugar de concentrados en unas pocas empresas grandes).

Por su tamaño, las pymes poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y para emprender proyectos innovadores. Esto aunado a las particularidades de su gerencia, suelen propinarle un espacio especial en las políticas públicas y en la academia.

Lo cierto es que las pymes poseen una importancia socioeconómica enorme. Las micro, pequeñas y medianas empresas son, en Colombia y en el mundo, un gran motor de la economía.

Según la Ley 590 de 2000 expedida para promover el desarrollo de la pyme, "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". Igualmente la ley define tres grandes categorías según el número de trabajadores y el tamaño de los activos que posea: la mediana va de 51 a 200 trabajadores y activos totales entre 5001 y 15.000 salarios mensuales legales vigentes, la pequeña va de 11 a 50 trabajadores y tiene activos totales entre 501 y 5001 salarios mensuales legales vigentes; y la micro con personal no superior a 10 trabajadores y activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

La ley 905 de 2004 que reformó la ley 590 de 2000, entre otras disposiciones, fija un marco institucional de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa, así: "Artículo 3º. Créase el Sistema Nacional de Mipymes, conformado por los consejos superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales (...) El Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes estará integrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Protección Social, Ministerio de Agricultura, Departamento Nacional de Planeación, Sena, Colciencias, Bancoldex, Fondo Nacional de Garantías y Finagro, el cual coordinará las actividades y programas que desarrollen las Mipymes".

Mediante el documento Conpes 3484 de agosto de 2007, se establecieron plazos puntuales al Ministerio de Comercio para que entregue una evaluación de la operatividad de las leyes 590 de 2000 y 905 de 2004, y hacer recomendaciones sobre su aplicabilidad.

- Se tendrán que implementar mecanismos alternativos de financiamiento, tales como la compra de cartera en cadenas productivas para el desarrollo de proveedores.
- Se espera una propuesta en la que se le dé prioridad a los planes exportadores de las pymes atendidas por Proexport, en la que se defina una estrategia para la ampliación de las redes empresariales exportadoras.

En cuanto al desarrollo sectorial de la Pyme se observa la gran concentración de la industria en aquellos segmentos basados en el aprovechamiento de los recursos naturales, tanto de origen agropecuario como minero. Este grupo de sectores representa el 71% de la producción industrial. Si excluimos la refinación de petróleo y la industria petroquímica, la manufactura basada en el

aprovechamiento de los recursos naturales representa aproximadamente el 60% del total industrial. Los principales sectores son: alimentos, cuero y calzado, muebles y madera, textil y confecciones, artes gráficas, plástico y químico, metalúrgico y metalmeccánico, autopartes y minerales no metálicos.

En la empresa colombiana hay una mayor preocupación por fortalecer la gestión gerencial y productiva con el fin de enfrentar el reto de los tratados comerciales que Colombia ha venido gestionando y a los requerimientos de competitividad del mercado local e internacional. En este sentido, se observa cómo la Pyme se ha venido profesionalizando, siendo consciente de la importancia de los estudios y de buscar asesoría para implementar estrategias que le permitan seguir creciendo. A su vez, las Pymes son conscientes del rezago tecnológico del que venían y hoy se percibe un esfuerzo para superar este obstáculo, así como el de la escasa innovación en los productos y servicios ofrecidos.

Las pequeñas y medianas empresas colombianas, generan más del 50% del empleo nacional, significan el 36% del valor agregado industrial, el 92% de los establecimientos comerciales y el 40% de la producción total del país, lo cual demuestra su importancia y su gran potencial de crecimiento, sin embargo sus exportaciones son muy bajas tan solo corresponden a no más del 20% del total de las exportaciones.

Con el objetivo de duplicar y diversificar las exportaciones de productos no tradicionales, el Gobierno elaboró el Plan Estratégico Exportador, en el cual incluyó el Programa Expopyme, diseñado y coordinado por Proexport Colombia, dirigido a promover la posición exitosa y permanente de las exportaciones de las PYMES y su adaptación a las exigencias de la economía mundial. Al terminar el año 2001 Proexport había invertido más de \$6000 millones en su desarrollo y 1650 PYMES habían participado, de las cuales más de 600 realizaron exportaciones por valor de US\$ 110.700.029 en ese año. Sin embargo, Colombia sigue representado tan solo el 0.2% del total de las exportaciones mundiales de mercancías, con un ingreso per cápita de exportaciones de US\$ 270 en el año 2000 frente al promedio mundial de US\$ 600 en ese año, en cuanto a las PYMES, en el año 2000, las exportaciones como porcentaje de las ventas brutas (medidas en pesos) solo alcanzaron el 14%, siendo el sector de envases y cajas de cartón con el 37.6% el de mayor coeficiente exportador y el de muebles con el 10.5% el de menor coeficiente, lo que demuestra que nuestras PYMES han nacido y crecido considerando, básicamente el mercado local y sólo cuando la demanda nacional se ha reducido han buscado el mercado mundial.

La firma del TLC encuentra a la PYME sin direccionamiento estratégico y sin programas para mejorar su productividad, que equivale a menos del 40% de la gran empresa, no existe una cultura exportadora bien establecida; es más,

existe cierta resistencia a cambiar de mentalidad acerca de los procesos de internacionalización, en la actualidad se encuentran en un ambiente de fuerte competencia, donde se exigen unos requisitos mínimos de competitividad para sobrevivir, sumado a esto, existe una dinámica de internacionalización económica donde las empresas de distintos tamaños deben competir con otras muy diferentes a las locales con las que venían compitiendo, y de apariciones constantes de nuevas tecnologías que presionan a las empresas para ejercer procesos de cambio continuo.

Frente a lo anterior, una de las mayores dificultades que se les presenta a las PYMES es su baja capacidad administrativa para vincularse con el sector externo, la falta de información sobre oportunidades de exportaciones competitivas y sostenibles, esto como resultado de una mínima capacitación y gestión gerencial en el área internacional y su limitado acceso a tecnologías, los mayores obstáculos en el proceso exportador se refiere a factores relacionados con el marketing como son: La adecuación del producto a los requerimientos del mercado externo, la falta de información (conocimiento) de los mercados, el acceso a adecuados canales de distribución y la falta de capacitación en marketing internacional, sin superar estas falencias, es muy poco probable que las PYMES colombianas aprovechen agresivamente y ni siquiera consideren las grandes oportunidades que ofrece el mercado mundial, particularmente las que se presentan como resultado de los acuerdos de integración y de los sistemas de preferencia como CAN, ALIDE y ATPA y SGPA, suscritos y otorgados a Colombia.

Por otro lado está el tratado de libre comercio con Estados Unidos que es un socio comercial de gran importancia para Colombia, el volumen de transacciones anuales tiene un peso definitivo para la balanza comercial, por ello, en la actualidad se está buscando llegar a acuerdos comerciales más beneficiosos para ambas partes, en este caso, se buscan aprovechar las ventajas y anticipar los problemas de llevar a cabo el Tratado de Libre Comercio entre los dos países.

Así mismo, debe tenerse en cuenta que el ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas) cambiará la suerte de sus países miembros y en particular de las PYMES, que deben enfrentar con estrategias internacionales el mercado ampliado (800 millones de personas) y los nuevos y múltiples competidores y por ello, las emprendedoras PYMES deben prepararse para hacerse competitivos frente a los del resto de los países.

La globalización obliga a todos los países y a sus empresas a transformarse y Colombia no ha sido la excepción, por lo que uno de los impactos más importantes para los próximos años será en los empresarios, directivos y ejecutivos de la PYME colombiana que necesitarán renovarse y recalificarse para ajustarse al nuevo entorno, más del 70% de la PYME colombiana son

empresas de familia, la mayoría de las cuales no han adoptado las herramientas que plantea la administración moderna, por lo que es necesario que se reestructuren y organicen, definiendo reglas, normas y procedimientos para administrar las relaciones de la familia frente a la empresa, la sucesión y profesionalizar su gestión.

En los últimos años ha habido un giro importante en las necesidades de formación de las Pymes: Muchas de ellas han virado de temas relacionados con el manejo contable y financiero hacia aspectos ligados a su transformación productiva. De otra parte, en los procesos de mejoramiento adelantados, la diversificación de mercados ha figurado como un campo de acción clave, así como la obtención de certificaciones de calidad y el lanzamiento nuevos productos

Ante los problemas de productividad y competitividad que enfrentan las Pymes, se está promoviendo la transformación productiva, que consiste, no solamente en que algunas empresas que existen hoy lleven a cabo inversiones retrasadas en maquinaria y equipo, sino también, en ayudar a incursionar o migrar hacia nuevos sectores menos intensivos en mano de obra barata.

A pesar de que la informalidad ha bajado, sigue siendo uno de los problemas más grandes que enfrenta la Pyme, el cual se deriva de los altos costos que perciben al formalizarse, como impuestos y gastos de registro. Si la Pyme no supera esta barrera, es muy difícil que pueda crecer más y alcanzar un nivel de ventas significativo, ya que se le imposibilita exportar, no puede acceder al sector financiero, no se logra integrar en alguna cadena productiva importante y tampoco puede competir en eficiencia y rentabilidad con la gran empresa. Así que el reto continúa, la formalización e identificación de sectores con potencial parecen ser la clave.

La balanza comercial del país plantea la obligación a todos los colombianos y en particular a la academia, de contribuir en la búsqueda y construcción de modelos que habiliten a este importante sector empresarial a convertirse en el verdadero motor de la economía, tal como lo significa en muchos otros países que han sabido atender y apoyar a la pequeña y mediana empresa.

Cada vez mas las PYMES tienen competidores extranjeros, compran o se suministran fuera, se plantean entrar en mercados exteriores y consideran producir en otros países. Por lo tanto, es fundamental que los directivos entiendan la naturaleza de los negocios internacionales (incluso cuando sólo estén compitiendo nacionalmente) las administraciones y cámaras apoyen a pymes en el proceso de internacionalización. Sobre el concepto de internacionalización A. Bonet nos dice que: “La internacionalización es un proceso cultural por medio del cual las empresas desarrollan capacidades para hacer negocios en diversos países, fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural”. Es un “proceso” que se desarrolla en diferentes

fases en el cual el grado de compromiso de la empresa crece conforme se incrementa su conocimiento de los mercados exteriores y su nivel de experiencia internacional y es “cultural” porque es responsabilidad de la organización en su conjunto y termina afectando al modelo de negocio en nuestro mercado doméstico.

3. Desarrollo del tema

La mayor parte de las empresas Colombianas son PYMES, Acopi habla de porcentajes superiores al 90%, y que son las mayores generadoras de empleo y que precisamente uno de los grandes temores dentro de la negociación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos es que el ingreso de nuevas compañías o productos desplacen la producción nacional y acaben con las PYMES, tal y como se temía a comienzos de los años 90 cuando se inició el proceso de apertura económica. ¿Son las pymes colombianas competitivas para conquistar una posición en el ámbito internacional? Veamos las cifras.

Según el Censo General de 2005, la estructura empresarial colombiana está conformada principalmente por microempresas y pymes, las cuales en su conjunto son la principal fuente de empleo del país.

De acuerdo con las cifras del DANE (2005), las microempresas conforman el 96,4% de los establecimientos, las pequeñas el 3,0%, las medianas el 0,5%, y las grandes 0,1%.

Por personal ocupado, las microempresas representan el 50,3% del empleo, las pequeñas el 17,6%, las medianas el 12,9%, y las grandes el 19,2%.

A nivel geográfico se presenta una alta concentración de empresas de todos los tamaños, en la que se evidencia la existencia de importantes brechas de desarrollo entre las regiones. Cinco departamentos concentran el 79% de las grandes empresas y el 62% de las microempresas y las pymes del país:

- Bogotá tiene el mayor número de Mipymes con el 22,8%, las grandes de la capital conforman el 36,1% de las empresas.
- Antioquia posee el 13,5% de las Mipymes del país y las grandes el 17,9% de las empresas de esa región.
- Valle posee el 9,6% de las Mipymes del país y las grandes el 9,2 % de las empresas de esa región.
- Cundinamarca posee el 6,3% de las Mipymes y las grandes el 7,3 % de las empresas de esa región.
- Santander posee el 5,9% de las Mipymes y las grandes el 3,5 % de las empresas de esa región.
- Atlántico posee el 4,2% de las Mipymes y las grandes el 5,2 % de las empresas de esa región.

- El resto del país posee el 37,8% de las Mipymes y las grandes el 20,8 % de las empresas.

Las microempresas en su mayoría son establecimientos que ocupan menos de 5 empleados y se dedican principalmente a desarrollar actividades del sector comercio (especialmente del comercio al por menor) y del sector servicios. Esta composición sectorial no ha cambiado significativamente en relación con la registrada en 1990.

De acuerdo con el Censo Multisectorial de 2005, 49.9% de las microempresas se dedican a actividades del sector comercio, siendo la principal actividad el comercio al por menor (47.3%). El sector servicios agrupa el 39.1% de las microempresas, mientras que la industria tiene una participación de 11.1%).

Entre las características más relevantes de las Microempresas, se destacan: sus altos niveles de informalidad, sus bajos niveles de asociatividad, la estrechez de los mercados a los que dirigen sus productos, el bajo nivel tecnológico y de formación de sus recursos humanos, y el limitado acceso al sector financiero.

Los altos niveles de informalidad en las microempresas se reflejan en el elevado porcentaje de empresas que no pagan impuestos (53.5%); que no llevan registros contables (42%) y que no tienen registro mercantil (45%).

Según Fedesarrollo (2007), estos niveles de informalidad son mayores entre menor sea el tamaño de las empresas.

Esos altos índices de informalidad en las prácticas empresariales de las microempresas reflejan su baja capacidad para llevar a cabo actividades rentables y con potencial de expansión que les permita cubrir los costos de operar en el sector formal de la economía.

Por otro lado, el mercado en el que operan es bastante limitado, y su articulación con otras empresas es débil. Un alto porcentaje de esas empresas vende sus productos y servicios en nichos de mercado locales, principalmente a consumidores de bajos ingresos, donde los requisitos de calidad, precio y volumen son poco exigentes.

Además, el hecho de que sus principales clientes sean directamente los consumidores, no les genera incentivos para formalizar su actividad, como sí sucede cuando son proveedoras de otras empresas de mayor tamaño.

De igual forma, el acceso de las microempresas a la tecnología es restringido y prima la utilización de máquinas y equipos de tecnologías atrasadas, así como el uso de recurso humano semi-calificado y no calificado.

Finalmente, tienen un acceso limitado al sector financiero. El apalancamiento que usan los microempresarios al momento de iniciar su negocio proviene principalmente de los ahorros acumulados por la familia y de los ingresos de trabajos anteriores (72%). Los préstamos de amigos y familiares, constituyen otra importante fuente de financiación (16%), mientras que los bancos y las financieras tan solo representan el 5% y las ONG el 4%.

El limitado acceso a fuentes de financiamiento formal, se explica en parte porque para las microempresas es muy difícil satisfacer los requisitos que el mercado formal impone (garantías, documentación etc.) y porque las condiciones de los créditos no se ajustan a sus requerimientos.

Un alto porcentaje de pequeñas y medianas empresas se dedica a una gran variedad de actividades del sector servicios (59.2%). El comercio y la industria le siguen en importancia con 21.5% y 19.3%, respectivamente.

Aunque no existen cifras oficiales sobre informalidad en las Pymes, se estima que un porcentaje importante de ellas lleva a cabo prácticas empresariales informales, debido a los altos costos de operar en la formalidad.

Según el estudio Doing Business, Colombia ha avanzado de manera importante en la simplificación de los trámites asociados a la puesta en marcha de un nuevo negocio.

Así, mientras que en 2003 se requerían 19 procedimientos para empezar un nuevo negocio, hoy son necesarios 13. De igual manera, desde 2003 los costos como porcentaje del ingreso per cápita, se han reducido de 29% a 20%. Estos avances se deben en parte, a la implementación de los Centros de Atención Empresarial.

Sin embargo, aún es necesario mejorar los otros trámites que el empresario debe llevar a cabo para abrir su negocio, como la inscripción de los empleados a la seguridad social, al ICBF y a las cajas de compensación, entre otros.

Además de lo anterior, las Pymes presentan una serie de características que limitan su desarrollo, entre las que se destacan: su baja capacidad de innovación, el bajo uso de tecnologías de información y comunicaciones (TICs), el limitado acceso a financiamiento adecuado, los problemas para la comercialización de sus productos y la obtención de insumos, y la limitada participación en el mercado de la contratación pública.

Perfil de la PYME exportadora colombiana

FUNDES COLOMBIA ha presentado los resultados de la investigación que identificó factores del éxito exportador, barreras y potenciales oportunidades de las pyme frente a mercados externos, los resultados fueron:

- 8.325 empresas de industria manufacturera están exportando, y de ese gran total el 50% son Pyme.
- La encuesta a 115 pymes (85 exitosas y 30 no exitosas) de las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Medellín y Cali, para determinar las prácticas microeconómicas que las caracterizan y las oportunidades que puede tener este estrato económico frente a Mercados Externos.
- El 19% de las exportadoras son exitosas
- Del universo estudiado, 4.147 son Pymes, de las cuales 773, el 19%, son exitosas de acuerdo con la aplicación del IDE, empresas que representan el 57% (317 mill.US\$) del total de las exportaciones del sector. Su contribución al monto exportado del estrato es muy significativa.
- La Pyme Colombiana constituye un número significativo del total de agentes exportadores (50%), tiene una reducida contribución al total de las exportaciones manufactureras no tradicionales (11%), y esta tendiendo a perder peso en la estructura exportadora debido a su magro desempeño relativo.
- Las Pymes que tienen el mayor peso en la oferta exportable son aquellas con mayor relevancia en ramas intensivas en trabajo y productos diferenciados; siendo los sectores con mayor participación los textiles, en primer lugar seguido por químicos y alimentos y bebidas, que en conjunto representan el 50% del total.
- Las Pymes llegan a Mercados Complejos. El 55% de las pymes exporta a un solo país y más del cincuenta por ciento dirige el 90% de sus productos a mercados de mayor complejidad fuera de la CAN, aunque es el Nafta el destino más valioso para las Pymes exitosas (35%).
- El 55% de las a un solo país y más del cincuenta por ciento dirige el 90% de sus de mayor complejidad fuera de la CAN, aunque es el destino más valioso para las (35%).La Pyme Exitosa es Joven

- La Pyme exitosa tiende a ser más joven que las no exitosas (15 años vs. 21) y nace con vocación exportadora siendo su coeficiente de exportación del 48%.
- Igualmente se determinó que las empresas exitosas disponen de un 44% de su recurso humano para la actividad de comercio exterior, mientras las no exitosas destinan el 10%.
- El 89% de las pymes señala el tipo de cambio como la principal restricción a su desarrollo exportador; en segundo lugar están precios, trámites de aduana y el 45% señala a la elevada carga tributaria; y en tercer lugar vuelve a aparecer la financiación como limitante, esta vez asociado a la tasa de interés, y las barreras para arancelarias e inestabilidad económica y política.
- Una limitante fuerte es la señalada por el 63% de las empresas, las cuales indican que exportan el mismo producto que destinan para el mercado doméstico con márgenes de comercialización similar o igual, lo que hace que la posibilidad de nivelar las desventajas con menores precios es poco factible.
- En cuanto al aprovechamiento de las políticas de apoyo, tan sólo el 18% manifiesta haber utilizado las garantías del FNG y sólo el 6% se amparo con Segurexpo, más sin embargo el 44% de la muestra acudió a financiación.

En las circunstancias actuales y dentro del modelo de internacionalización en el que estamos avanzando, vale la pena mencionar y reflexionar sobre el desarrollo de éste sector en los Estados Unidos, con el cual competiremos próximamente con el TLC. Allí se institucionalizó el sector en 1953, o sea 50 años antes que nosotros, como la Agencia Federal para la Pequeña Empresa (Small Business Administración – SBA). Dicha Agencia contó en el 2003 con un presupuesto de 800 millones de dólares, lo cual es el 0.6% del gigantesco presupuesto anual del país. En Colombia, en los últimos 4 años, los aportes equivalieron al 0.027% del presupuesto nacional. No se trata de comparar cifras absolutas en países tan disímiles sino de comparar el interés real y efectivo dado por el Estado a las pequeñas empresas. En el país del norte resulta 22 veces más importante que en nuestra nación. En los Estados Unidos los pequeños negocios generan más de 50% de los empleos del sector privado. En este país clasifican como pequeñas a las empresas que tienen menos de 500 empleados. La SBA tiene 90 oficinas regionales dedicadas a la promoción, capacitación, asistencia técnica, a la financiación y a las licitaciones con el Gobierno.

En el año 2002 el SBA otorgó préstamos a las micro y pequeñas empresas por un valor de 14.504 millones de dólares, algunos con garantía del mismo SBA hasta por un 70%. En ese mismo año la SBA a través de sus Compañías de

Inversión en Pequeños Negocios (ICSB) colocó 2.660 millones de dólares en inversión de riesgo con una expectativa de hasta 10 años para su recuperación.

Han promulgado nuevas leyes que le han dado mayor apoyo y promoción a la pequeña empresa, por ejemplo en 1996 establecieron una “oficina del ombudsman” que protege su participación como proveedor en las compras estatales en lo que han logrado una participación del 23%, y funciona como una oficina de enlace entre los pequeños negocios y las agencias de gobierno, entre otras cosas, para vigilar el cumplimiento de una ley de Equidad promulgada en 1.996.

Frente al TLC del estudio se concluye que el perfil de especialización exportadora de las Pymes las posicionaría relativamente bien para aprovechar las oportunidades. Hay que tener en cuenta que las exportaciones hacia Estados Unidos son principalmente commodities y con Venezuela y Latinoamérica son productos manufacturadas, aunque se concluye que el las posicionaría relativamente bien para aprovechar las oportunidades, los retos son aun mas grande que cuando se dio la apertura.

El gran desafío para la PYME consiste en afrontar la negociación del TLC con Estados Unidos con el objetivo de ampliar nuestras posibilidades estratégicas. Tal es nuestra actitud, no concurrirémos a la negociación para ser testigos de la derrota del capital nacional sino para conquistar mayores y mejores espacios. La preocupación sobre el futuro de las PYMES frente al TLC debe convertirse en una oportunidad para aumentar su competitividad, ya que en este nuevo entorno deben incrementar su productividad. El TLC genera retos por la amenaza de que competidores entren más fácilmente en el mercado domestico y oportunidades, por la posibilidad de ingresar o consolidarse en el mercado más importante del mundo.

Las Pymes: hacia un modelo empresarial competitivo

Todo país, dentro del marco del desarrollo económico, debe plantear una visión de largo plazo que promueva las condiciones adecuadas para lograr el desarrollo y crecimiento económico de la región en favor del bienestar social y calidad de vida de su comunidad. Hoy en día cuándo las economías desarrolladas como Japón, Corea del Sur, Malasia, Singapur, Taiwán, Hong Kong y China demuestran que parte de su crecimiento económico se debe al alto índice de Pymes, los gobiernos de los países emergentes cambian su percepción y empiezan a tomar medidas para fortalecer este sector productivo e impulsarlo hacia un modelo de negocio más productivo y formal.

Ejemplos de otras latitudes y la misma era postindustrial, traen consigo una nueva percepción del mundo que exige que las empresas modifiquen su estructura organizacional y abandonen aquellas viejas prácticas en donde la codificación de conocimientos se limitaba solamente a un conjunto de procedimientos y rutinas que operaban como recetas y estaban desprovistas de creatividad e innovación. Este nuevo enfoque empresarial convierte la producción del conocimiento en el camino esencial para avanzar hacia un modelo empresarial más competitivo.

En la actualidad no se habla de empresas para producir eficientemente, sino de empresas organizadas para generar conocimiento y aplicarlo en beneficio de la sociedad. Porter avizoró este nuevo paradigma y vaticinó cómo “la gestión empresarial del siglo XXI impulsaría el incremento de la productividad del trabajo del conocimiento y del trabajador del conocimiento, cuyo escenario para el aprendizaje es la misma empresa”.

4. Conclusión

En este artículo se ha analizado el papel de la pequeña y mediana empresa en el desarrollo económico del país, así como las ventajas y desventajas de su estructura y sus retos frente a la necesaria internacionalización. La globalización obliga a todos los países y a sus empresas a transformarse y Colombia no ha sido la excepción, por lo que uno de los impactos más importantes para los próximos años será en los empresarios, directivos y ejecutivos de la Pyme colombiana que necesitarán renovarse y recalificarse para ajustarse al nuevo entorno. El análisis a la PYME colombiana es de vital importancia en el campo de los negocios internacionales, este es uno de los sectores más dinámicos y es el que le permitirá al país desarrollar su aparato productivo y competir internacionalmente. La pyme cuenta con una estructura productiva es más flexible que la de gran empresa, tiene mayor capacidad de respuesta a los cambios en la demanda y una extraordinaria facilidad de articulación e integración a la estructura productiva para generar nuevas ventajas competitivas. Los retos están encaminados a solucionar problemas en su capacidad administrativa, carencia de directivos con capacidad gerencial y pensamiento estratégico, la dificultad de cimentar la articulación del sector con la gran empresa y con los sistemas de compras estatales, dificultades en la identificación y acceso a la tecnología adecuada y la falta de asociatividad empresarial.

Para la sociedad colombiana es fundamental contar con instituciones de educación superior que incluyan en sus programas académicos las necesidades de un entorno económico en constante cambio. La Universidad EAFIT, desde su fundación ha sido consciente de su responsabilidad social al formar el talento humano que necesita el país para avanzar hacia el desarrollo económico y social, de igual forma se encuentra una literatura amplia en la Universidad Sergio Arboleda sobre el desarrollo de este sector.

Es por todo lo anterior que se hace necesario que el gobierno en el ejercicio de sus funciones promulgue las políticas públicas necesarias y genere los programas de apoyo que se requieran para darle viabilidad al sector de las pymes. Además, que propicie la articulación necesaria a nivel nacional e internacional, para que los pequeños empresarios puedan obtener el apoyo científico y tecnológico para incrementar su productividad y lograr una mejor calidad de vida. Se requiere la aplicación de políticas de nivel no sólo macro sino microeconómico, orientadas a asegurar la innovación tecnológica y organizativa del tejido productivo y empresarial existente en los diferentes ámbitos en la mayoría de países, los cuales se componen principalmente por pequeñas y medianas empresas, que no pueden por sí solas acceder a los

servicios avanzados de apoyo a la producción, viendo así dificultados sus procesos de innovación productiva y de gestión.

La principal labor de los países se debe centrar en crear los instrumentos necesarios para que las pequeñas y medianas empresas puedan mejorar su productividad, eficiencia, competitividad y participación internacional. La inserción en el panorama mundial es clave para que en las pymes se genere una cultura exportadora, con estándares de calidad que permitan acceso a una economía de mercados globalizada en iguales condiciones de competencia, uniformidad y transparencia.

Los empresarios deben tener en cuenta que los tratados de libre comercio que ha firmado y se propone firmar el gobierno con diferentes países, además de significar una mayor competencia para las pymes y unas oportunidades de desarrollo, representa un cambio de visión en cuanto a tecnología, costos, materias primas y mercados nacionales e internacionales, para lo cual deben prepararse a través de su participación en programas de capacitación y actualización, considerando que son inversiones que valen la pena por su impacto en el crecimiento de sus negocios.

Recomendaciones

Un adecuado proceso de internacionalización, basado en la demanda real externa, le evita a las pymes el tener que depender de la devaluación como única herramienta para exportar y contemplarse la promoción de las pyme como proveedoras de empresas multinacionales, facilitando la integración del sector productivo como un todo.

Deben generarse programas de desarrollo de pymes como asistencia y capacitación en destrezas de emprendimiento tanto para crear nuevas empresas como de gerente-emprendedor, incluidas las aplicadas a ciencia y tecnología e innovación y la incorporación de las TICS.

Deben generarse nuevos servicios financieros como fondos de capital semilla y de riesgo y atraer “ángel capital”.

Al no estar internacionalizadas, las PYMES están subsidiando a los clientes de los importadores-distribuidores extranjeros que, por lo general son oriundos de los países desarrollados, al comprarles a productores nacionales a precios más bajos que los del mercado.

La poca participación de la PYME en el PIB, indica que -en el entorno de hoy y del mañana, la internacionalización más que una opción es una imperiosa

necesidad para que puedan sobrevivir, crecer y ser rentables económica y socialmente.

La internacionalización es un proceso estratégico que debe involucrar a todas las áreas funcionales de la pyme, requiriendo compromiso de todos los niveles de la organización.

La pyme debe internacionalizarse no porque la demanda local haya disminuido sino por todas las ventajas que ofrece.

El mercado de la pyme es el mundo y así lo han demostrado las exitosas pyme de Taiwán, Corea, Italia y España (entre otras) cuyos procesos de internacionalización han contribuido grandemente a la balanza comercial de sus países y al desarrollo y crecimiento de sus economías.

La integración económica que el país viene adelantando como política económica y social, es un escenario lleno de oportunidades para que las pymes sean proactivas en materia de exportaciones.

Son diversos los problemas que enfrentan las PYMES (la mayoría empresas familiares), por esto deben ser conscientes de la importancia de tener una administración con prácticas gerenciales modernas.

El acelerado crecimiento del comercio mundial y el surgimiento de nuevas necesidades por satisfacer, entre otros, traen nuevas oportunidades de negocios para las pymes, por lo que debe promoverse y fomentarse la creación de empresas internacionales en diversos sectores.

Las pymes desconocen el valor que les agrega la utilización de las TICs, por lo que no disponen de herramientas tecnológicas para compilar la información, administrarla, analizarla y proyectarla.

Las pymes deben reconocer que la innovación no es una opción y que deben desarrollar la capacidad de innovar como la única posibilidad de sobrevivir en el largo plazo, en una economía donde la competencia es global.

La asociatividad, que ha caracterizado los desarrollos de las PYMES en otros países para su internacionalización, es una estrategia que brilla por su ausencia en el sector y que debe considerarse como indispensable si se quiere asegurar el ingreso al mercado mundial.

Debe hacerse un análisis de referenciación competitiva regional a partir de “clústeres” estratégicos, identificando capacidades y vocación exportador.

La cultura de la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) es mínima y la cooperación entre la academia y la empresa es muy escasa, lo cual genera un atraso en los procesos de internacionalización de las PYMES.

Para impulsar la internacionalización es necesaria la implementación de programas y estudios orientados a fortalecer y mejorar la calidad del capital humano aumentando así la productividad laboral.

Debe tenerse en cuenta que los consumidores ya no orientan sus compras solo alrededor de la ecuación calidad/precio, preocupándose por factores como las condiciones de producción, utilización de tecnologías limpias, respeto de los derechos básicos de los obreros.

Como consecuencia de la educación universitaria tradicional dirigida a la economía cerrada, los empresarios pueden tener miedo a incursionar en los mercados mundiales.

De acuerdo a la información procesada, que ha permitido los resultados obtenidos, se pueden ofrecer algunas recomendaciones para afrontar el reto que tienen tanto el sector privado como el público y la academia para que la PYME se internacionalice y participe de los beneficios del libre mercado y compita exitosamente en el mercado mundial. La estrategia que se adopte debe contemplar aspectos como:

- DESARROLLO DE FRANQUICIAS EN EL EXTERIOR
- INVERSION EXTRANJERA DIRECTA
- ASOCIATIVIDAD
- E-COMMERCE (B2C)
- INNOVACION

Bibliografía

BONET, Antonio. Internacionalización de pymes: problemática empresarial y políticas de apoyo. 2007

CALA, Álvaro. Situación y necesidades de la pequeña y mediana empresa. Universidad Sergio Arboleda. 2005

http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/revista9/Situacion_Necesidad_Pequena_Mediana_Empresa.pdf

CARSON & CROMIE. Marketing and Entrepreneurship in SME's. Prentice Hall. 1995

EXPORTA PYMES

<http://www.exportapymes.com/>

FUNDES (Fundación para el Desarrollo Económico y Social): Guía Metodológica del Programa "Mejora de las Condiciones de Entorno Empresarial). 2000

GENOVA, Astrid. FUNDES, realidad de la pyme colombiana. 2005

<http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1241969270.pdf>

GONZALEZ, M & GOMEZ, A. La pyme familiar española y su internacionalización.

JIMENEZ, Edith. Proceso de internacionalización de las pymes colombianas e incidencia del TLC con estados unidos. 2007

LONDOÑO, D & JARAMILLO, I. Las pymes: Una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. Universidad Eafit. 2009

<http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/pymes-mirada-a-partir-experiencia-academica-mba.pdf>

MATEUS & BRASSET: La globalización: sus efectos y bondades. 2002

MISION PYME. Fecha de consulta. 10 de Octubre de 2011.

<http://www.misionpyme.com>

PUYANA, David G. Avance de la investigación la pyme y su situación en Colombia. 2006

PUYANA, David G. Hacia la internacionalización de las pymes colombiana. Grupo de Investigación y Desarrollo de MIPYME. Universidad Sergio Arboleda.

<http://www.usergioarboleda.edu.co/s/AscolfaP.pdf>

RIVILLAS, Diana. PYMES: LOS GRANDES APORTES DE LOS PEQUEÑOS. Universidad Nacional de Colombia.

http://www.seminariopublica.info/maindata/seminario/200824-195535/imagesdirs/Ponencia_9_RivillasCastrillonDM.pdf

ZEVALLLOS, Emilio. Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina. Revista de la CEPAL 79. 2003