

LAS PYMES ANTE LA GLOBALIZACION DE LA ECONOMIA.

AUTORA

NATHALIE ZETIEN SILVA

ASESORA

MARTHA CASTRO

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR

FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS

PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA DE INDIAS

MAYO 14 DE 2012.

CONTENIDO

	Página
RESUMEN.....	3
ABSTRACT.....	3
1. INTRODUCCION.....	4
2. ASPECTOS TEORICOS Y CONCEPTUALES.....	5
2.1. La globalización.....	5
2.2. Las pequeñas y las Medianas Empresa.....	7
3. ASPECTOS Y ESTRATEGIAS DE LAS PYMES PARA PARTICIPAR DE LA GLOBALIZACION.....	9
4. LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION.....	16
5. FACTORES CONDICIONANTES PARA LAS PYMES.....	17
6. CONCLUSIONES.....	23
7. BIBLIOGRAFIA.....	24

RESUMEN

En este artículo veremos el comportamiento de las **pequeñas y medianas empresas (PYMES)** ante el fenómeno de la **globalización** y los obstáculos del mismo para lograr el éxito corporativo y la resistencia generada ante el temor a modificar la manera tradicional de hacer las actividades en las cuales nos emprendemos diariamente, ya que se concibe el cambio como una amenaza más que como una oportunidad; sin embargo veremos cómo las PYMES pueden adaptarse a estas transformaciones en la economía.

ABSTRACT

In the article we will see the behavior of small and medium enterprises (PYMES) to the phenomenon of globalization and the obstacles of this one to achieve corporate success and the resistance generated fearing the traditional way of doing the activities in which we undertake every day, because change is seen as a threat rather than an opportunity, but we'll see how (PYMES) can adapt to changes in the economy.

PALABRAS CLAVES: PYMES, Globalización, Economía, Desarrollo, Mercados.

1. INTRODUCCION.

Con el fin de focalizar la temática de este estudio, abordemos en el acápite de la introducción los dos conceptos fundamentales que se desarrollan en su proceso analítico.

Uno de los fenómenos más representativos en la Economía es la **globalización** ya que este ha significado un proceso de cambio para las empresas del país y del mundo puesto que este ha hecho que los mercados, culturas y otros aspectos se encuentren mas unificados, a través de transformaciones políticas, sociales, y culturales.

Dentro de este proceso de globalización las más afectadas han sido las pequeñas y medianas empresas (PYMES) Puesto que estas aun no cuentan con la tecnología, los recursos suficientes y necesarios para enfrentarse a los grandes desarrollos que este proceso ha traído y que sin embargo ha sido de gran beneficio para las grandes empresas de los países.

Siendo así se piensa que las PYMES se encuentran en vía de extinción, pero por el tamaño que poseen, su estructura y el manejo que tienen estas compañías de los mercados globales han hecho que estas puedan llegar a adaptarse a los cambios que la globalización a traído buscando ventajas competitivas a nivel mundial.

A continuación veremos los impactos, aspectos y características de las PYMES ante el proceso de la globalización.

2. ASPECTOS TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1 LA GLOBALIZACIÓN Y SUS AVANCES

Se puede plantear que la globalización es un proceso socio-económico que está presente en todos los ámbitos de interés de cualquier país, siendo el principal de ellos el económico, pero que implica o afecta a toda expresión de actividad humana y social. Nos estamos refiriendo a lo social, legal, cultural y hasta lo ambiental.

Entre todas las actividades humanas que puede afectar la globalización, entre aquellas que han resultado más afectadas está la pequeña y mediana empresa (PYME). Vemos cómo se incrementa la competitividad interna y externa en los países, la calidad de los bienes y servicios, su precio, la productividad del factor humano, el valor del conocimiento técnico, la importancia del desarrollo y la investigación empresarial. Y esto aplicable a todo el universo empresarial, sin importar su dimensión. El comercio nacional e internacional adquiere un inusitado valor, los tiempos de entrega, los procesos de almacenamiento y embalaje, el acceso a los medios de comunicación inmediatos (internet, videoconferencias y otros).

En este momento del Desarrollo Mundial, el proceso de globalización se percibe como inevitable e irreversible, impulsor de procesos de crecimiento y desarrollo económico, pero al mismo tiempo con un alto nivel de riesgo para las pequeñas y medianas empresas que no cumplan estándares de precio / calidad / atención al cliente. Esta situación es de tal envergadura que son muchas las PYMES que han tenido que fusionarse, cerrar o integrarse con otras mucho más fuertes en términos de su capital de trabajo para afrontar estos procesos que exigen inversiones ágiles, focalizadas y niveles de dirección gerencial muy enfocado hacia los resultados y el monitoreo / control de avances sobre planes estratégicos cuidadosamente elaborados. Por ello algunos investigadores se preguntan si la globalización es un factor facilitador u obstaculizador de los procesos de desarrollo social desde la base.

Según el estado de los análisis realizados de la bibliografía disponible, la lógica nos sugiere pensar no en el anterior dilema que tiene grandes niveles de discusión sin llegar a conclusiones prácticas que contribuyan por ejemplo a diseñar políticas públicas en materia de emprendimiento social y empresarial para enfrentar la globalización – que tiene expresiones tan claras como la entrada en vigencia del nuevo TLC con Estados Unidos el próximo 15 de mayo del 2012 - . Estamos concluyendo mejor en términos de la uniformidad o equiparación de oportunidades con las cuales algunos países se integran con mayor o menor facilidad a la economía mundial, logrando efectos positivos en sus niveles de productividad, empleo, ingreso bruto, es decir, aumentando su Producto Interno Bruto (PIB), asunto de por sí, nada sencillo.

“En este sentido podemos observar cómo los países del Asia Oriental se han integrado de mejor forma que los de la América Latina en general, mejorando sus condiciones de acceso a mercados que anteriormente se hallaban más fragmentados (por ejemplo Los Europeos). Los aspectos en los cuales se ha incrementado más su movilidad son los flujos de información, la tecnología y el capital. En ellos, los países de menor capacidad económica han logrado mayor acceso e intervención”. (Businesscol.com – sección Pymes. ACOPI. Consultado Abril 30 del 2012).

“Si hemos entendido que el proceso de globalización genera oportunidades en tanto que incrementa la competencia en el ámbito de las PYMES, genera dos fuerzas importantes en su proyección: (a) promueve las bases comerciales, legales y técnicas que facilitan las alianzas empresariales y sociales y (b) contribuye a la desarticulación de oligopolios establecidos casi a nivel mundial durante mucho tiempo y con fortaleza (por ejemplo, la producción y comercialización de computadores por parte de empresas de los Estados Unidos, que se ha enfrentado a producción en masa de parte de China , Corea y Japón)” Businesscol.com – sección Pymes. ACOPI. Consultado (Abril del 2012).

Aquí las PYMES en los países con menores índices de crecimiento económico (América Latina) que los grandes competidores mundiales (Asia) se enfrentan a su marginamiento del comercio mundial por el hecho de que los países más avanzados (Estados Unidos, los países Europeos en general – aunque el fenómeno Español

habría que analizarlo a mayor profundidad y los países Asiáticos con economías emergentes (China, Corea y Japón), tienden a concentrar la asistencia para el desarrollo en los países pobres que menos manifiestan una voluntad de movilizar todos sus recursos para salir adelante por sí mismos. Allí es donde el papel de la Pymes se ve del lado de las oportunidades, porque solo aprovechando las ventajas competitivas de este tipo de empresas, no solo permanecerán sino que crecerán.

La globalización ha transformado la realidad de la mayoría de los países, en los que encontramos marcas de presencia mundial (Toshiba, Adidas, p.ej), en competencia con empresas locales, por conservar o ganar una posición en el mercado, superando – inclusive – tradiciones arraigadas (p.ej. para Colombia La Maizena o la chokolatina Jet).

En este “juego de fuerzas del mercado”, son las PYMES las que ya no cuentan con algunos beneficios que tenían antes, por ejemplo el apoyo de contratos benéficos con proveedores por el tamaño de la operación, los descuentos tributarios o el apoyo en descuentos de materias primas por su carácter generador de empleo (estamos haciendo referencia al caso colombiano).

2.2 LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.

“En Colombia, según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES se clasifican así:

- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

El aporte de la micro, pequeña y mediana empresa industrial se refleja en estos indicadores:

La Encuesta Anual Manufacturera nos permite valorar la incidencia de la MIPYME en el panorama empresarial colombiano. Representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado. Son más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social. En cuanto a productividad no se tienen datos en ACOPI” (ACOPI: Asociación Colombiana de Pequeños Industriales. ANDI: Asociación Nacional de Industriales).

“La distribución geográfica de las unidades, establece que la PYME en términos generales sigue la misma tendencia del total de la industria manufacturera y reúne prácticamente el 70% en los cuatro (4) principales centros productivos: Cundinamarca–Bogotá, Antioquia, Valle y Atlántico”. (ACOPI: Asociación Colombiana de Pequeños Industriales. ANDI: Asociación Nacional de Industriales).

2.3 PRINCIPALES SECTORES.

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 Metalmecánico, Autopartes y Minerales no Metálicos.

2.4 NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS.

“Según datos de Confecámaras, en el 2001 existían en Colombia 43.242 pequeñas empresas y 8.041 medianas.

Según el DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, en su primera encuesta nacional de micro establecimientos de comercio, servicios e industria realizada en el último trimestre de 2001, en el año 2000 en Colombia existían 967.315 micro establecimientos, de los cuales el 58% estaba en el comercio, el 30 por ciento en servicios y el 12.5 por ciento en la industria.

Durante ese periodo, los micro establecimientos generaron 1.094.755 empleos, lo que sería equivalente a 1.1 empleos por establecimiento.

La relación de empleo por establecimiento es del 1.8 por ciento en el sector comercio, 2.8 por ciento en la industria y 2.5 por ciento en los servicios.

La encuesta señala también que en el 2000 existían alrededor de 7.600 establecimientos industriales con más de 10 trabajadores y 120.785 microempresas.

En el comercio, los establecimientos con más de 20 trabajadores totalizaban 3.832, ocupaban a 215.818 personas y realizaban ventas por 40.2 billones de pesos. Los micro-negocios con no más de 10 trabajadores eran 558.000, generaban 556.775 empleos y registraban ventas de 8 billones de pesos” DANE.

Esta sencilla caracterización nos muestra, en forma resumida, su importancia como sector de la economía colombiana, que moviliza recursos, genera empleo, aglutina fuerzas productivas y, en última instancia, aporta o promueve el crecimiento o desarrollo socio-económico.

3. ASPECTOS Y ESTRATEGIAS DE LAS PYMES PARA PARTICIPAR DE LA GLOBALIZACION

La realidad que se acaba de describir podría hacer pensar en su potencial caducidad o inoperancia de las PYMES como sector productivo de un país

Ante esta realidad de un entorno globalizado en cualquier país de América Latina, se pudiera pensar que las pymes son una especie en extinción; sin embargo sus características dinámicas y flexibles para aliarse a grandes empresas transnacionales

como proveedores locales de bienes y servicios, la capacidad para integrarse a mercados cambiantes y sus potencialidades para generar ventajas competitivas – por ejemplo ofreciendo outsourcing a empresas transnacionales debido a que la legislación laboral, fiscal, civil, entre otros rubros es particular en cada país, las empresas globalizadas deciden contratar los servicios de expertos en el área y no quedarse ellos con la responsabilidad, las convierten en una excelente estrategia para modelar un mercado de bienes y servicios a nivel nacional más equiparado y “justo” si se estructuran en forma unificada, pueden generar una aceptable resistencia a la presión que ejercerán sobre el mercado las nuevas empresas que entrarán como fruto de la globalización con precios y calidades diversas en bienes y productos en todas las áreas.

3.1 ASPECTOS A CONSIDERAR ANTE LA GLOBALIZACION

“Con el fin de visualizar mejor la influencia de la globalización sobre las PYMES, debemos analizar las variables económicas que se afectan en el contexto que hemos planteado, no como hechos aislados, sino como la consecución de un proceso, que como ya lo dijimos, afecta no sólo al ámbito económico, sino también, a los entornos sociales y políticos.

Este proceso que ha tenido su mayor expansión durante las dos últimas décadas puede ser entendido, de una forma más sencilla, analizando los factores que lo motivaron. Los más relevantes son los siguientes:

- (a) Impulso político.
- (b) Desarrollo tecnológico.
- (c) Deslocalización.
- (d) Mercado financiero global”. CHABBAL, R.: “Las pequeñas y medianas empresas y las políticas de competitividad”.

(a) “El Impulso político: Sin lugar a dudas, el factor más importante en la materialización del actual entorno económico, ha sido el papel protagonizado por

(b) el poder político. Destacamos los siguientes acontecimientos que han ayudado al desarrollo económico a nivel global: (1). Una mayor relación económica a nivel mundial. Como consecuencia de la cual se han logrado diversos acuerdos políticos entre diferentes países que presentan una mayor relación comercial, en diversos grados de relación en materia económica entre los distintos Estados, algunos poseen simples acuerdos bilaterales; otros en cambio conforman toda un área o región económica. La figura 1, nos muestra el grado de integración que pueden presentar los países según sea el tipo de acuerdo que desarrollen” CHABBAL, R”.: “Las pequeñas y medianas empresas y las políticas de competitividad”. (1992)

FIGURA 1. ANALISIS DE LAS VARIABLES.

Menor Integración	ACUERDO PREFERENCIAL
	Ventajas arancelarias y comerciales.
	ZONA DE LIBRE COMERCIO
	Eliminación de obstáculos aduaneros y comerciales.
	UNION ADUANERA
	Protección externa común
	MERCADO COMUN
	Libertad de movilidad de factores de la producción
	UNION ECONOMICA
	Coordinación de objetivos macroeconómicos y regionales
Mayor Integración	UNION MONETARIA
	Moneda única e institución monetaria supranacional
	UNION POLITICA
	Integración completa de las Economías.

Fuente: INCOMEX Y BANCOLDEX (2009) “Curso superior de estrategia y gestión de comercio exterior”

“En general, la mayoría de los países poseen algún tipo de integración económica, siendo los más significativos los siguientes: La Unión Europea, La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), El Mercado Común del Cono Sur, el Acuerdo de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA), la Confederación de Cooperación Económica Asia – Pacífico (APEC) y la Comunidad Económica Africana (CEA).

Como base de todos estos acuerdos, predomina claramente la ideología del sistema de libre mercado, que origina que diversos países entren a hacer parte de otros mercados, originando procesos de transición en los mercados hacia una verdadera globalización, que afecta mucho a las PYMES en términos de la calidad de sus bienes y servicios y de su productividad y competitividad.

b) Desarrollo Tecnológico: Es la segunda variable a considerar como efecto de la globalización puesto que las empresas que lideran procesos de investigación y desarrollo han generado cambios muy importantes en sectores tan claves como las telecomunicaciones y los transportes, haciendo que la distancia ya no sea un tema determinante en los intercambios comerciales. Aquí agregamos el área de los sistemas de información y observamos cómo la brecha del libre comercio se cierra cada vez más, exigiendo a las PYMES esfuerzos de inversión muy fuertes para estar a la vanguardia de los avances tecnológicos. Esta es una de las razones por las cuales muchas de ellas tienen que fusionarse con otras, realizar alianzas como proveedores o distribuidores o simplemente desaparecer del mercado, con todas las consecuencias que ello implica". GONZÁLEZ, A.: "Globalización y política industrial: el nuevo concepto de competitividad". (1998)

c) La Deslocalización: "Este es otro factor motivante de la globalización, que consiste en ubicar en diferentes países ciertos procesos de la cadena productiva de las empresas grandes, dadas las condiciones o ventajas políticas, arancelarias o fiscales que ellos ofrecen. Incluso, y duele un poco decirlo, por el menor costo de los factores directos de la producción especialmente la mano de obra (caso que se presenta en casi todos los países del Caribe)". GONZÁLEZ, A. "Globalización y política industrial: el nuevo concepto de competitividad". (1998)

Entre las principales condiciones encontramos: 1) El acceso a recursos productivos: localización en sectores donde el acceso a los recursos es más económico, principalmente la mano de obra no especializada y las materias primas naturales. 2) Introducción a nuevos mercados, trasladando los procesos productivos al área donde se desea ingresar con los bienes o servicios, considerándolos como fabricados en la

zona o como producción nacional (o del mercado común) sin considerarlo como de importación, y en consecuencia, sin aplicarles los derechos de aduana o restricciones comerciales correspondientes a las importaciones. 3) Aprovechamiento de franquicias tributarias y/o subvenciones: Una política muy utilizada en la promoción de la inversión extranjera directa, es la reducción de impuestos y/o la obtención de subvenciones destinadas a financiar los proyectos empresariales. Estas políticas son muy utilizadas en países subdesarrollados que necesitan la incorporación de nuevas empresas que permitan desarrollar económica y socialmente a zonas determinadas o al país en general.

d) Mercado financiero global: “El sector financiero es el que más avances presenta a nivel de globalización o internacionalización de sus operaciones, ya que ha logrado ofrecer servicios a nivel mundial, ampliando a todos los inversionistas en él su entorno y acceder a mercados bursátiles de muchos países. Aquí debemos destacar también las distintas formas o instrumentos financieros creados para la financiación de unidades económicas en distintos países”. Rodríguez, J (1994).

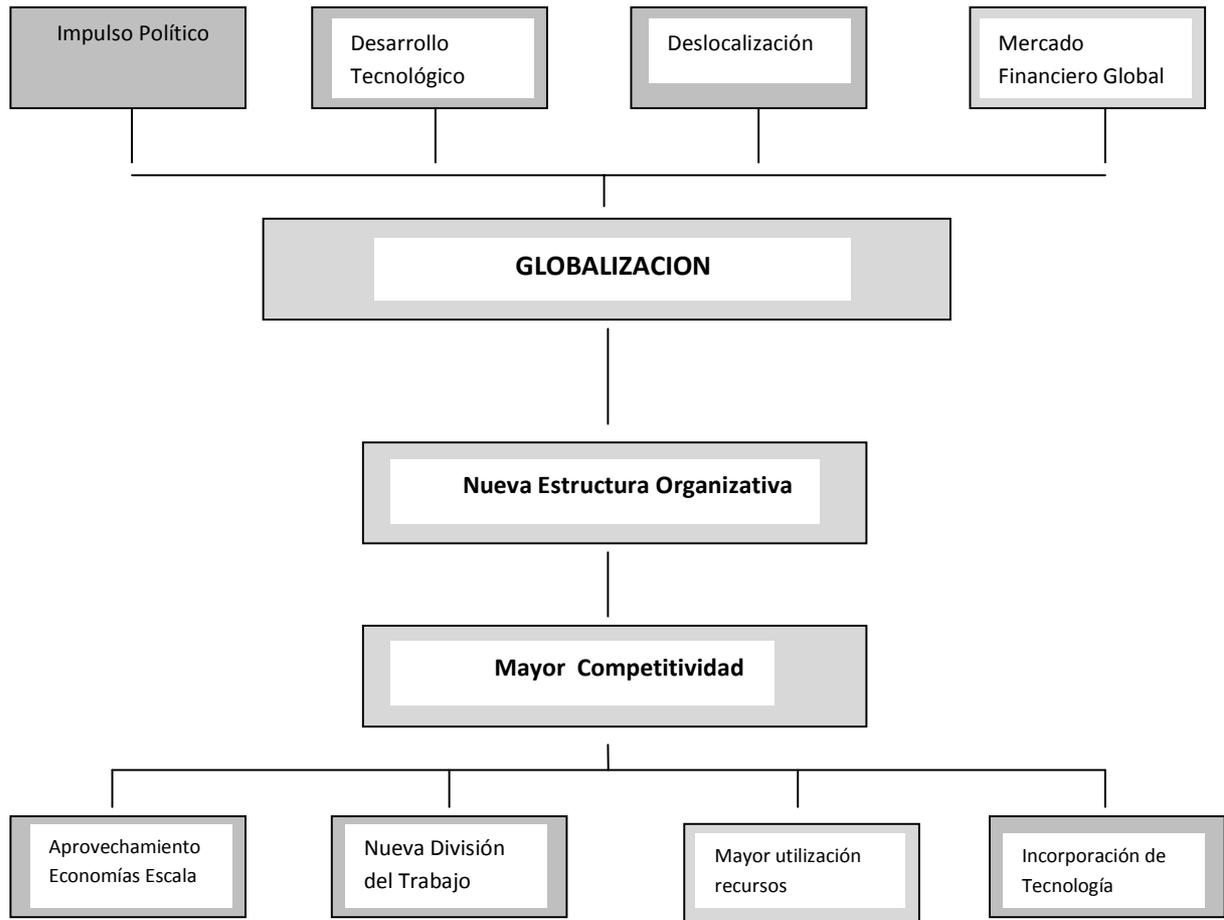
Estos cuatro (4) factores analizados tienen como principal protagonista a la gran empresa multinacional, que gracias a su estructura ha podido afrontar de una forma más ventajosa la internacionalización, realizando procesos de introducción a nuevos mercados a través de: creación de filiales en el extranjero; asociándose con empresas del exterior o fusionándose con otras entidades internacionales, constituyendo grandes alianzas estratégicas.

Lo importante es que para los consumidores la actividad económica no sólo la realiza la gran empresa, sino que un papel muy importante lo desempeñan las PYMES: pequeñas y medianas entidades, por tal motivo, no pueden quedar al margen del actual escenario económico mundial.

3.2 LOS EFECTOS DE LA GLOBALIZACIÓN SOBRE EL ENTORNO EMPRESARIAL.

Los efectos de la globalización sobre el entorno empresarial que incluye tanto la gran empresa como las PYMES se pueden mejor, de la siguiente forma gráfica:

FIGURA 2. LA GLOBALIZACIÓN Y SU EFECTO EN LAS EMPRESAS (INCLUYE PYMES)



Fuente: Elaboración propia apoya en (García S. José 1999)

“Según podemos observar en la anterior gráfica, todo el proceso de globalización impulsa y casi que exige en todos los tipos de empresa, incluyendo las PYMES, una nueva estructura organizativa. En este planteamiento reconocemos como recurso generador de cambios, principalmente al factor humano, que debe transformar su visión empresarial y asumir una estructura más flexible y que se adapte a nuevos mercados en forma sencilla, para lograr una mayor productividad y competitividad. Los siguientes

cuatro factores son los que más se relacionan con los efectos de la globalización en las PYMES: (a) Aprovechamiento de economías de escala, (b) Nueva división del trabajo, (c) Mejor utilización de los recursos disponibles y (d) Mayor incorporación de tecnología.

1) Aprovechamiento de economías de escala. La globalización permite a las empresas aprovechar grandes economías de escala, en su área productiva, desde dos componentes: (a) Las economías de escala que logra directamente la empresa, basada en aquellos elementos en los cuales es diferente a los demás y, (b) El segundo componente es la economía lograda por las operaciones realizadas en “red”, dada la transferencia de ventajas competitivas de una empresa a la otra, que pertenecen a la misma red productiva.

2) Nueva división del trabajo. En este punto, es claro que las empresas trabajan solamente en aquello en lo cual son realmente eficientes o en lo que mayor valor agregado da al producto final, generando mayor productividad y competitividad en los bienes y servicios que lleva al mercado.

3) Mejor utilización de los recursos disponibles. Dados los principios mismos de la globalización una empresa, sea PYME o no, logrará competitividad si crece en el mercado con base en una mejor utilización de los factores productivos: humano, capital, materias primas, transportes”.

4) Mayor incorporación de tecnología. Los bienes y servicios que se intercambian ahora en las economías globalizadas, exigen una excelente calidad, basada en el factor tecnológico; esto quiere decir, que incorpore evoluciones tecnológicas importantes. De allí que los conceptos de investigación y desarrollo (I + D) ya no son tan “cenicientas” en la composición productiva de la empresa, sino que exigen inversión real y efectiva propia o subcontratada. Inclusive algunos autores se preguntan si estos avances podrían conducir a que los ciclos de vida de los productos sean menores a los tradicionalmente considerados (p.ej , uso del plástico para la fabricación de muebles de hogar: mesas, sillas)” García S. José, Las PYMES en la Economía Global. 1999. Editorial La Luz.

4. LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION.

En este momento del análisis surge una pregunta básica: están o estarán – a corto plazo – las PYMES en Colombia preparadas para asumir el proceso de globalización, asumiendo la internacionalización de su mercado? Y aquí nos surgen serios interrogantes que debemos abordar, pero más desde la perspectiva de las oportunidades que de las debilidades o amenazas. Veamos.

Se identifica como uno de los retos más importantes para las empresas (sean PYMES o no) en un entorno globalizado, la obtención de un mayor desarrollo en la organización y también, como defensa en la pérdida de presencia en los mercados locales, la búsqueda de otros mercados a nivel internacional, dadas las facilidades que se brindan para ellas con el proceso de globalización.

Para los efectos, y sobre todo en el caso de las PYMES, a nuestro entender es absolutamente necesario que primero logren un buen posicionamiento a nivel local basado en la máxima generación y aprovechamiento de sus ventajas competitivas, antes de abordar la búsqueda de otros mercados internacionales.

Entre sus ventajas se encuentran las siguientes:

- “• **Se consigue una mayor facilidad** de los gobiernos locales para brindar permisos de operación, que son menos reacios a esta fórmula compartida.
- **Permite una más fácil transferencia** de recursos y capacidades tecnológicas y de gestión por parte de los socios comprometidos y,
- **Disminuye el volumen de recursos financieros** que son necesarios por parte de la empresa internacional para poner en marcha el proyecto empresarial”. FERNÁNDEZ, E.; MONTES, J., y VÁZQUEZ, C.: “Factores de competitividad en la pequeña y mediana empresa.”.

5. FACTORES CONDICIONANTES PARA LAS PYMES AL TOMAR LAS DECISIONES DE INTERNACIONALIZACION.

En la gran mayoría de espacios en los cuales se intercambian conocimientos y generan discusiones para que las PYMES asuman estrategias de internacionalización de sus operaciones, se han discutido los factores internos y externos que se deben considerar para tomar las decisiones requeridas.

Entre los factores internos tenemos los más significativos que son las características del producto y los activos comprometidos.

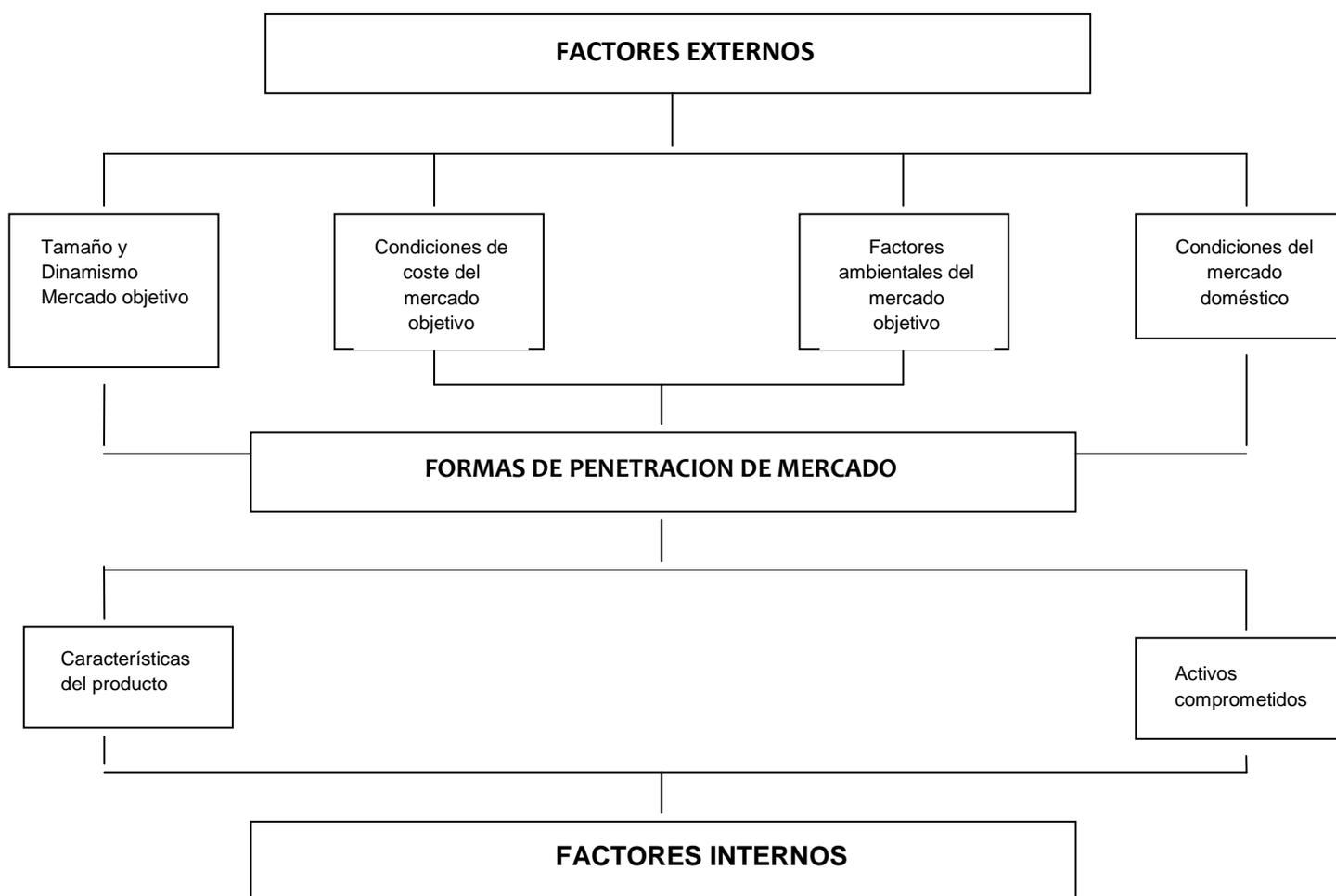
Las características del producto: “Debido a sus características, un bien o servicio producido por una PYME que enfrenta un proceso de internacionalización, puede lograr una amplia capacidad de diferenciación respecto a la competencia presente en el mercado. Esta capacidad de diferenciación del producto condiciona claramente el nivel de presencia de la empresa en mercados exteriores.

Se presentan dos situaciones a considerar:

1) Los cánones del mercadeo nos dicen que cuanto mayor sea la capacidad de diferenciación de un producto (repto: bien o servicio), más obligada estará la empresa a apoyar la presencia de sus productos con una decidida acción de marketing en los mercados de destino. Aquí no consideramos grandes inversiones para dicha labor, sino mejor aprovechar los canales que está ofreciendo en la actualidad el gobierno Nacional Colombiano para fomentar la diversificación de los productos de exportación colombianos, por ejemplo. En este punto, concluimos que se debe contar con un capital de base, pero que existen formas de financiar esta presencia de fortalecimiento del producto en nuestro mercado – meta y 2) **Activos comprometidos.** Cuanto mayor son los recursos de la empresa o PYME, más accesibles serán las fórmulas comprometidas de penetración internacional, así como la inversión. La experiencia internacional también puede favorecer fórmulas más intensas de penetración de los mercados

exteriores” ya que si la compañía (PYME) contara con la financiación o los recursos necesarios para entrar a nuevos mercados mayor será el beneficio y el impacto positivo que este cauce para su misma empresa lo cual le da la capacidad de enfrentarse a nuevos mercados internacionales. INCOMEX Y BANCOLODEX: Estrategias para la internacionalización de la Economía. (Septiembre 2010)

FIGURA 3. FACTORES CONDICIONANTES AL MOMENTO DE SELECCIONAR LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN.



Fuente: INCOMEX: Estrategias para la internacionalización de la Economía. Cartagena Curso superior de estrategia y gestión de comercio exterior, Septiembre 2010

5.1 LA DECISIÓN DE INTERNACIONALIZAR.

La globalización de la economía obliga a las empresas nacionales locales a **unir sus fuerzas para generar un entorno competitivo más fuerte**. Esto podría calificarse como procesos de concentración, pero es mejor hacer este tipo de presencia en todos los sectores y bajo múltiples variantes tales como absorciones y / o alianzas comerciales.

Pero, cómo pueden visualizarse positivamente todos los procesos económicos que se están presentando? Es curioso observar que durante los años 90, las mismas empresas que hoy criticamos con tanta vehemencia para defender la producción nacional y el empleo local, fueron defendidas por ser las generadoras de inversión extranjera y las que transferían conocimientos tecnológicos nuevos y “know how” de buenas prácticas. Creo que se nos debe permitir el beneficio de la duda, bajo consideraciones que pasan por la utilización razonable de los recursos naturales y la utilización justa de la mano de obra del país en el cual actúan estas nuevas empresas.

En cuanto a las **fusiones** empresariales que busquen generar condiciones de mercado más equitativas con las empresas transnacionales que llegan a un país, serán siempre positivas en tanto cuanto busquen una mayor eficiencia y calidad de los bienes y servicios, para beneficiar a los consumidores locales, que no pueden ser olvidados ni convidados de piedra en todo este proceso.

Cuando una PYME decide salir al exterior, los pasos clave en el **proceso de mundialización** son:

- Producir un bien o servicio de alta calidad y fuertemente competitivo.
- elegir el mercado adecuado el cual presente un al desarrollo potencialmente positivo y minimización del riesgo en las inversiones que se realicen.
- Contar con un talento humano altamente capacitado para desarrollar los procesos de internacionalización de sus operaciones, que esté muy orientado hacia unos resultados óptimos.

- Decidir las estrategias de comercio internacional para la PYME, sostenerla, pero ser también flexibles para adaptarla si llegase el momento de hacerlo. Para esto (planificación estratégica).
- Siempre estar guiados por planes de negocio que hayan sido previamente discutidos y mejorados conjuntamente entre todos los involucrados en la PYME.
- Contar con los apoyos que muchas veces ofrecen los gobiernos nacionales para el fomento de las PYMES y la diversificación de las exportaciones nacionales.

5.2 PROYECCIONES DE LAS PYMES EN CALIDAD Y PRODUCTOS.

Queremos hacer énfasis en la idea de que la globalización como estrategia de desarrollo económico mundial adquiere cada vez más fuerza, puesto que se visualiza en algunos casos como un proceso beneficioso y se percibe como un punto crucial para el desarrollo económico de los países en desarrollo , pero hay que analizarla con prudencia puesto que se corre el riesgo de generar una mayor desigualdad en el interior de cada país, afectar negativamente el empleo y las condiciones de vida y de desarrollo social endógeno.

Debemos reconocer que la globalización ofrece grandes oportunidades para alcanzar un desarrollo verdaderamente mundial, pero no está avanzando de manera uniforme, puesto que es siempre el resultado de la aplicación de políticas de apertura al exterior y en esto los países del Asia oriental nos llevan ventaja en la materia y ya han revertido su condición de países más pobres del mundo hace 40 años, para convertirse en países dinámicos y prósperos.

El proceso de globalización plantea la oportunidad de mejorar las condiciones de acceso a mercados que anteriormente se hallaban más fragmentados, basados en una mejora significativa de la movilidad de los flujos de información, tecnología y capital.

El proceso de globalización también crea nuevas oportunidades en tanto incrementa la competencia y sienta las bases para el establecimiento de nuevas alianzas empresarias y sociales , contribuyendo al desarme de los oligopolios establecidos en

los niveles nacionales, pero así mismo podemos encontrar algunos riesgos como que el marginamiento de los más pobres se ve aumentado por el hecho de que los países más avanzados tienden a concentrar la asistencia para el desarrollo en los países pobres que menos manifiestan una voluntad de movilizar todos sus recursos para mejorar su capacidad de auto – gestión y auto – desarrollo.

El Desarrollo Económico Sustentable – concepto fundamental en América Latina – que es visto como un proceso de largo plazo, se basa en las micros, pequeñas y medianas empresas que son su pilar fundamental.

Indudablemente son generadoras de empleos y riqueza interna, además, de ser agentes económicos activos que identifican y desarrollan nuevas actividades productivas.

La gerencia de las PYMES en general, debe comprometerse a fondo con la calidad de sus productos y sus servicios, si realmente quiere permanecer en los mercados, garantizar su competitividad, mantener identificados y atendidos adecuadamente a los clientes de su empresa.

Este tipo de empresas no puede darse el lujo de permitir un debilitamiento de su competitividad. Para ello siempre debe dar la suficiente importancia al buen servicio y la calidad.

Las propias PYMES deben superar enfoques que ya no son los adecuados para esta nueva visión de una economía globalizada: no pueden ni deben estar enfocadas a la Subsistencia, debe superar su vocación autodidacta, no puede seguir en el camino de ser precavidas, desconfiadas y conservadoras.

Es claro que hoy en día las PYMES deben ser dinámicas, adaptadas al presente, enfocadas al crecimiento, innovadoras, creativas, más identificadas con los conocimientos que aportan la Gerencia Moderna, flexibles, cumplidoras de normas y estándares de calidad, exigentes de una mejora continua y con mayor apertura para invertir en su transformación y aplicar herramientas gerenciales, en medio de un liderazgo más pro-activo y participativo.

También, y por último, las PYMES deben desarrollar un comportamiento organizacional que genere climas organizacionales positivos, abiertos al cambio y la mejora y con apertura a la asociatividad y las alianzas estratégicas.

Es necesario que en las PYMES se haga un esfuerzo decidido por impulsar un modelo de valores que evidencien su compromiso con la calidad de servicio, y en la atención a los usuarios.

6. CONCLUSIONES

La operación de todas las empresas locales, PYMES o no, de cualquier país que ha vivido procesos de globalización e internacionalización de su economía, se ha visto afectada por la llegada de otras compañías mundiales que modifican las reglas o los comportamientos del mercado de bienes y servicios. Las empresas multinacionales llegan a ganar mercado a través de estrategias diferenciales que buscan satisfacer mejor las necesidades del consumidor, pero sin sacrificar utilidades o ganancias.

En los procesos de globalización, las empresas más afectadas son las pequeñas y medianas empresas (pymes), ya que no cuentan con el apoyo de un corporativo poderoso o con una economía de escalas por tener una operación globalizada, sin embargo por su tamaño, estructura ligera y conocimiento del mercado local, entre otras características, éstas se puedan adaptar más fácilmente a un mercado cambiante y buscar ventajas competitivas.

Las PYMES tienen diferentes opciones para competir, pero siempre su creatividad y adaptabilidad serán fundamentales para sobrevivir en un entorno globalizado: Entre estas alternativas están aliarse a las grandes empresas transnacionales, siendo su proveedor de productos o servicios, implementar una estrategia de desarrollo de proveedores acudiendo por ejemplo a ferias y exposiciones especializadas en las cuales puedan acercarse a grandes transnacionales para realizar operaciones comerciales.

Las PYMES cuentan con la posibilidad de buscar los nichos de mercado que son desatendidos por las empresas globalizadas, que por su misma naturaleza tienen productos estandarizados, para que sus clientes consuman el mismo producto sin importar el país en que se encuentren.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Businesscol.com – sección Pymes. ACOPI. Consultado Abril 30 del 2012).
2. Businesscol.com – sección Pymes. ACOPI. Consultado (Abril del 2012).
3. (ACOPI: Asociación Colombiana de Pequeños Industriales. ANDI: Asociación Nacional de Industriales)
4. www.dane.gov.co
5. CHABBAL, R.: “Las pequeñas y medianas empresas y las políticas de competitividad”. (1992)
6. INCOMEX Y BANCOLDEX (2009) “Curso superior de estrategia y gestión de comercio exterior”
7. GONZÁLEZ, A.: “Globalización y política industrial: el nuevo concepto de competitividad”. (1998)
8. RODRÍGUEZ, J.: “Globalización, competitividad y tecnología como marco de referencia”. Economía Industrial (1994).
9. García S. José, Las PYMES en la Economía Global. 1999. Editorial La Luz.
10. FERNÁNDEZ, E.; MONTES, J., y VÁZQUEZ, C.: “Factores de competitividad en la pequeña y mediana empresa.”
11. INCOMEX Y BANCOLDEX: Estrategias para la internacionalización de la Economía. (Septiembre 2010)
12. INCOMEX: Estrategias para la internacionalización de la Economía. Cartagena Curso superior de estrategia y gestión de comercio exterior, (Septiembre 2010)