

LA INNOVACIÓN COMO FACTOR CLAVE PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO, COLOMBIA

INNOVATION AS A KEY FACTOR FOR IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF SMES IN THE DEPARTMENT OF ATLANTIC, COLOMBIA

Resumen

El presente artículo científico, producto de un trabajo investigativo terminado, plantea la relevancia de la innovación como herramienta de fortalecimiento en la competitividad de las Pymes (pequeñas y medianas empresas) en el Departamento del Atlántico con el propósito de abordar mediante encuestas, estadísticas y cifras oficiales, la necesidad de un nuevo enfoque y marco regulatorio que agrupe una mejor apuesta empresarial frente a las necesidades del mercado que integre a las Pymes en un destacado margen de penetración del mercado nacional e internacional, a sabiendas de la importancia que representa para el fortalecimiento de la economía colombiana y con ello brindar continuidad al auge que ha protagonizado el país y la región en los últimos diez años como motor de empleo y crecimiento social.

De igual forma se analizan los casos de 17 empresas del sector de confecciones en la ciudad de Barranquilla, capital del Departamento del Atlántico, con el fin de puntualizar mediante una metodología descriptiva la experiencia tanto a nivel de exportación como de desarrollo tecnológico, en lo que determina finalmente su capacidad de competitividad.

Palabras clave: Pymes – Innovación – Inversión – Competitividad - Departamento del Atlántico – Emprendimiento - Economía.

Abstract

This paper discusses the importance of innovation as a tool for strengthening the competitiveness of SMEs (small and medium enterprises) in the department of the Atlantico in order to address through surveys, official statistics and figures the need for a new approach and regulatory framework that brings together business bet better meet the needs of the market that integrates SMEs in a prominent margin of penetration of the domestic and international market, knowing the importance it represents for the strengthening of the Colombian economy and thus providing continuity to the boom that has led the country and the region in the last 10 years as an engine of employment and social growth. Likewise the case of seventeen (17) companies in the garment sector in the city of Barranquilla, capital of Atlantico department, in order to point analyzed by a descriptive methodology experience at both export and technological development, what ultimately determines their competitive capacity.

Keywords: SMEs – innovation – investment – competitiveness - Department of the Atlantic – entrepreneurship - economy.

Luis Eduardo Ferrer Castellanos

Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad Libre, Barranquilla,
Colombia. Correo electrónico:
lferrer025@estunilibrebaq.edu.co

Karina Patricia González Insignares

Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad Libre, Barranquilla,
Colombia. Correo electrónico:
kgonzalez022@estunilibrebaq.edu.co

Lilia Mercedes Mendoza Vega

Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad Libre, Barranquilla,
Colombia. Correo electrónico:
lmendoza@unilibrebaq.edu.co

RECIBIDO

13 de noviembre de 2015

ACEPTADO

30 de diciembre de 2015



INTRODUCCIÓN

La innovación es considerada como un factor crítico para la supervivencia y el éxito de las empresas, debido a la capacidad de una adaptación más rápida y mejor a las necesidades cambiantes del entorno. De igual forma, el apoyo que brinda la innovación para enfrentarse a las competencias y la producción globalizada mediante el mejoramiento y eficiencia de los procesos son armas fundamentales que toda empresa debe tener en sus filas. En un mundo donde la necesidad de la globalización se aplica a la mayor parte de las industrias, como lo afirma Jeannot (2000) en su libro "Dirección de empresas con mentalidad global", y su ejecución es independiente del volumen de las operaciones, localización o de la importancia de las mismas en el sistema de negocios. El imperativo global debe tener su espacio dentro de la empresa, si no se quiere correr el riesgo de experimentar una disminución en la competitividad.

La realidad es que las Pymes (pequeñas y medianas empresas), por sus particulares necesidades obvian en muchos casos la implementación de un plan integral de activos como la innovación, la gestión de la tecnología y la inversión en investigación y desarrollo para hacer frente a las vicisitudes diarias. Es por tanto, que este trabajo reconoce la relevancia de la innovación como principal motor económico y manifiesta sus implicaciones en el caso de estudio del Departamento del Atlántico, como referencia a las problemáticas de manera empírica en el contexto de la industria colombiana debido a la falta de mecanismos adecuados y eficientes que permitan el equilibrio entre crecimiento y rentabilidad, así como el análisis de impacto de la capacidad tecnológica de 17 empresas de confecciones en la ciudad de Barranquilla, soportada por el componente teórico de las cinco fuerzas de Porter y el aspecto legal de las Pymes expresado en la Ley 905 de agosto 2 de 2004.

El problema de las Pymes

En Colombia las pequeñas y medianas empresas (también conocidas con el acrónimo de Pymes) representan según censos de 2005 elaborados por el DANE (Departamento Administrativo Nacional

de Estadística) el 96.4% del total de empresas del país, generando cerca del 63% de empleo, y logrando aportar al PIB nacional el 25% de sus ventas (DANE, 2005)¹, constituyendo en palabras de la Presidenta de ASOBANCARIA (Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia), "como la base que soporta la capacidad productiva de la Nación, estimula la innovación y genera empleos". (Cárdenas, 2006).

Otros autores más audaces manifiestan que las pequeñas y medianas empresas en Colombia equivalen al 99.9% del parque empresarial nacional, tomando como bases estimaciones de la ANIF (Asociación Nacional de Instituciones Financieras) donde plantean que se generan casi el 73% del empleo y participan con el 53% de la producción bruta de la industria, el comercio y los servicios (Rodríguez, 2004).

Lo cierto es que no se puede negar la extraordinaria importancia a nivel económico que dicho sector presenta a nivel nacional, siendo no solo actores estratégicos para el desarrollo de la economía, sino también de la transformación del aparato productivo nacional y el mejoramiento de la posición competitiva del país. (CONPES, 2007)².

De igual manera, estas proyecciones permiten comprender cómo durante las últimas décadas las Pymes se han considerado como foco de desarrollo y elemento clave para el crecimiento económico (Oliveira & Fortunato, 2006), jugando un papel relevante no solo en Colombia sino también en la mayoría de planes y programas de los gobiernos del mundo (Cano, Gamboa & Cardona Acevedo, 2005).

El interés de los gobiernos ha sido poseer un número significativo de Pymes desarrolladas, transitando hacia empresas medianas y grandes, consolidadas en el mercado interno e insertadas en el mercado mundial, diversificando los renglones exportadores

1. DANE. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). (2005). Censo General, p.452. Colombia.

2. CONPES. Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2007). Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: Un Esfuerzo PúblicoPrivado. (No.3484). Bogotá, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Departamento Nacional de Planeación Dirección de Desarrollo Empresarial.



de Colombia, generando riqueza y beneficio social (Torres, Beltrán, Camargo, & Bello, 2004). Por tanto, la actual política industrial para las Pymes se enfoca hacia un manejo de creación, fortalecimiento y desarrollo de empresas de alto impacto (EAI) tanto a nivel de ingresos como de exportaciones.

Pero, infortunadamente estos deseos no se plasman en la realidad. En Latinoamérica y, por supuesto Colombia, las Pymes plasman un enorme porcentaje de mortalidad en sus primeros años, y la falta de competitividad esboza un aspecto crítico en el devenir de sus operaciones, frente a una creciente economía cada vez más tecnificada y globalizada. A esa situación se debe agregar el agravante local de la situación peculiar del Departamento del Atlántico frente a otros departamentos de gran importancia para el país, como el caso de Cundinamarca y Antioquia, que a pesar de una historia enmarcada en triunfos y pioneros empresariales, el peso de los años ha debilitado sus operaciones, sobre todo, en el sector de las Pymes. Por tanto, se requiere de un plan de choque que integre a todos los organismos involucrados en el proceso para mejorar y gestionar la competitividad de las Pymes frente al creciente auge de los mercados establecidos. Lo anterior, hace interesante la formulación de una pregunta problema: ¿Cómo mejorar la competitividad de las Pymes en el Departamento del Atlántico?

De igual manera, los objetivos que pueden formularse, se enfocan así: en lo general, Identificar la relevancia de innovación como herramienta de fortalecimiento en la competitividad de las Pymes en el Departamento del Atlántico; en lo específico, *Analizar la literatura respecto a las temáticas de Pymes, innovación y gestión empresarial; *Documentar las necesidades y peculiaridades de las Pymes en Colombia y Latinoamérica, y *Determinar la importancia de la gestión de la innovación como recurso de crecimiento económico y ventaja competitiva de las empresas.

Las cinco fuerzas de Porter

Es importante conocer la implicación de los conceptos de competitividad, para comprender de gran manera la importancia determinante en aspectos más relevantes para el presente artículo, como lo representan

la innovación y la globalización. Se debe mencionar aquí a Porter (1980), uno de los economistas contemporáneos de relevancia junto a sus análisis sobre dirección de empresas y competitividad, los que son establecidos como bases en la estrategia empresarial moderna, siendo quizás el modelo de las cinco fuerzas, uno de sus trabajos académicos más apreciados y valorados del sector. Estas cinco fuerzas determinan consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de este. La empresa debe evaluar sus objetivos y recursos tomando como base esas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

1. Amenaza entrada de nuevos competidores

El atractivo del mercado o el segmento depende de qué tan fáciles de franquear son las barreras para los nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

2. Rivalidad entre los competidores

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y la entrada de nuevos productos.

3. Poder de negociación de los proveedores

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados por gremio, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido.

4. Poder de negociación de los compradores

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados; el producto tiene muchos sustitutos, no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que se puedan hacer sustituciones por igual o a un costo menor. Las crecientes exigencias de grandes compradores están enfoca-



das en la reducción de precios, mayor calidad y mejor servicio; por lo tanto, una corporación verá afectados sus márgenes de utilidad. La situación empeoraría si los compradores deciden integrarse hacia atrás y, por ejemplo, adquieren a sus proveedores o producen sus propios insumos.

5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados en lo tecnológico o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

de mientras en la década del 90 en Colombia este sector representaba el 30% del tejido productivo nacional, tan solo una década después alcanzó el 69%. De esa manera las Pymes provocaron un espectacular crecimiento debido a los altos márgenes de rentabilidad y exportación en el sector manufacturero, siendo las principales responsables en la internacionalización de la economía colombiana durante los últimos diez años.

Según un informe de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, ANIF⁴, publicado en octubre de 2001, existen dos elementos que han propiciado el gran dinamismo de las Pymes en los últimos años: 1) Su mayor vocación de exportación en la industria manufacturera y 2) El manejo flexible de los costos, en especial laborales.

Figura 1. Marco competitivo de las Cinco fuerzas de Porter



Fuente: elaboración de las cinco fuerzas como herramienta analítica³.

Al aportarse más actores a la ecuación, se debe brindar una notoria presencia a la Ley 590 de 2000, o Ley de Pymes, puesto que con ella se establecieron los mecanismos para apoyar y facilitar el acceso a la tecnología, la ampliación de la oferta de mano de obra calificada, la penetración de mercados internos e internacionales, la financiación, las fuentes de información y la capacitación. Adicional a ello, se creó un marco institucional que velará por el diseño e implementación de planes de desarrollo para las Pymes, así como el seguimiento y la medición del impacto de las políticas adoptadas.

Puntualmente, y de acuerdo al Artículo 43 de la Ley 1450 de 2011, Definiciones de tamaño empresarial (Art.2°), se planteó que:

“Para todos los efectos, se entiende por empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana. Para la clasificación por tamaño empresarial, entiéndase micro, pequeña, mediana y gran empresa, se podrá utilizar uno o varios de los siguientes criterios: 1. Número de trabajadores totales. 2. Valor de ventas brutas anuales. 3. Valor activos totales.

Para efectos de los beneficios otorgados por el

LAS PYMES EN COLOMBIA

Al realizar una mirada introspectiva a la situación empresarial en Colombia, antes se debe comprender los cambios abordados en los últimos años tomado como punto de partida el gran margen a nivel social que impactó en la economía el cambio de milenio, sobre todo, en el crecimiento del sector Pymes, don-

3. Original de los profesores David B. Allen y Arnaud Gorgeon del IE Business School. Versión original de 20 de diciembre de 2003. Última revisión, 17 de septiembre de 2008. Acceso a la versión multimedia: <http://open-multimedia.ie.edu/OpenProducts/5fuerzas/5fuerzas/pdf/total.pdf>

4. ANIF. (2015). (Centro de Estudios Económicos). La Gran Encuesta Pyme. Informe de Resultados 1er semestre. Bajado de: <http://anif.co/sites/default/files/uploads/GEP%20NACIONAL%201-2015.pdf>



Gobierno Nacional a las micro, pequeñas y medianas empresas el criterio determinante será el valor de ventas brutas anuales...”

Los parámetros vigentes para clasificar las empresas por su tamaño con las condiciones expuestas, se apreciará en la siguiente Tabla 1 (Artículo 2º, Ley 590 de 2000, modificado por el Artículo 2º, Ley 905 de 2004):

Tabla 1. Clasificación Pymes en Colombia

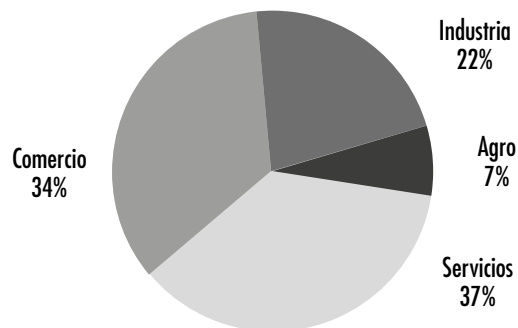
Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores	Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.	Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.
Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.	Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.	Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Fuente: Elaborado por sus autores [Ferrer, González y Mendoza], con base en información de la Ley 590 de 2000

A nivel de sectores se evidencia, como se puede ver en la figura 1, el predominio de los servicios, seguido del comercio, la industria y, finalmente, el sector agropecuario. Con respecto a su ubicación geográfica, se concentra la mitad en Bogotá, seguida de Medellín y Cali, como se aprecia en la figura 2. Es de anotar las palabras de María Claudia Lacouture, Presidenta de ProColombia durante su intervención en el panel ‘Casos de éxito de empresas estatales que impulsan la competitividad’, durante la Asamblea Anual de Confecámaras en Cartagena, donde plantea que “al analizar cada uno de los 32 departamentos se encuentra ramos no solo que las pymes concentran el mayor porcentaje del tejido empresarial, sino que también son las que más participación tienen en las ventas externas. En Antioquia, por ejemplo, el 76% de las que exportan son pequeños y medianos. En Valle del Cauca la participación es del 68% en Atlántico del 66%, en Boyacá del 88%, en Santander del 88%, en Norte de Santander del 85%, en Quindío del 79%, en Caldas del 53%, en Risaralda del 79%, en Nariño del 73%, en Tolima del 96% y en Huila del 95%, por mencionar solo algunas”⁵.

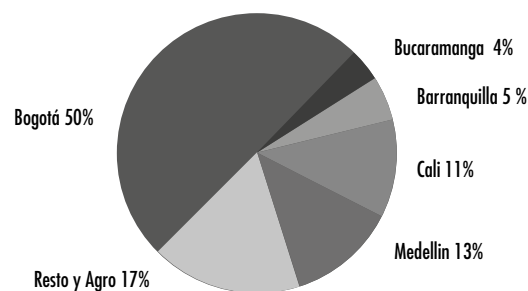
5. PROCOLOMBIA. Entidad de Promoción de exportaciones, turismo e inversión y ‘Marca País’

Figura 2. Sectores de las Pyme en Colombia



Fuente: [Fundación para el Desarrollo Sostenible, 2006]

Figura 3. Ubicación geográfica de las Pyme en Colombia



Fuente: elaboración de la Fundación para el Desarrollo Sostenible, 2006)

De esta manera, formalmente la pequeña empresa se determina por su carácter familiar, el control casi absoluto que ejerce el dueño sobre ella, la poca división del trabajo, capacidades y recursos limitados, gran heterogeneidad, gestión personalizada, alta flexibilidad, alto contacto con clientes y trabajadores, ausencia casi total de estrategias formales, escasez de sistemas de información, baja productividad, atención a mercados locales y de manera excepcional a mercados extranjeros.

En la mediana empresa, por lo general, aparece la figura del gerente administrador, la mayoría de las veces es un agente externo contratado para dirigir y gestionar la empresa. Existe una división del trabajo más amplia por la aparición de un

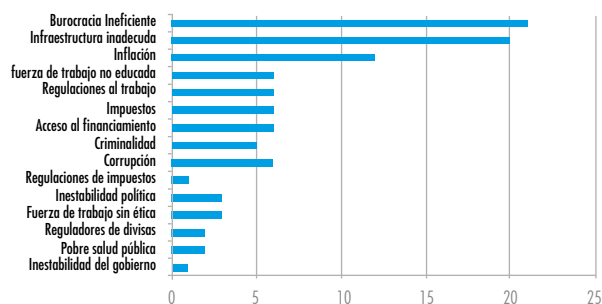


mayor número de operaciones y procesos, tanto productivos como administrativos, que impide el control absoluto del dueño quien tiene que delegar parte de sus funciones en terceras personas. La organización es más compleja que en la pequeña empresa y sus capacidades y recursos son mayores, permitiendo incorporar más capital físico, financiero y humano. En este tipo de firmas, las estrategias tienden a ser más formales, la gestión es menos flexible y los sistemas de información son mayores, apoyados en las nuevas tecnologías de información y de telecomunicaciones.

Ahora bien, no todas son cifras perfectas, y mucho menos en lo que respecta a las Pymes donde en Colombia, como en otras economías de la región, el problema del acceso al crédito aparece como una gran mancha negra en el proceso de capitalización tradicional. Dicho problema es más agudo debido a que la mayor parte de la demanda se canaliza hacia el sector intermediado; es decir, los establecimientos de crédito (bancos, corporaciones financieras y compañías de financiamiento comercial). Lo anterior es la causa más importante de mortalidad empresarial, donde cerca del 50% de las microempresas desaparecen en el primer año y del 75% durante el segundo.

Las opciones alternativas son muy poco rentables, como el caso de la incursión de los Fondos de Capital de Riesgo, siendo en Colombia demasiado tímidos; por ello, las opciones se han concentrado en la conformación de unos pocos fondos privados y de un fondo público creado bajo la Ley 590. Pero la realidad es que los fondos con recursos extranjeros alcanzaron apenas el 2% del total de los recursos que ingresaron a Latinoamérica. La mayor participación dentro del total de recursos externos la han tenido Brasil, Argentina y México. Entre las áreas críticas para conseguir ese fortalecimiento y desarrollo del sector están la infraestructura vial, la informalidad, la eficiencia de la justicia y la calidad en la educación, entre otros. Otras problemáticas pueden observarse de forma detallada en la figura 4.

Figura 4. Factores que afectan los negocios en Colombia



Fuente: (FUNDES, Fundación para el Desarrollo Sostenible, 2006)

Por otro lado, como resultado de los “Encuentros Nacionales de Competitividad y Productividad”, impulsados por el Ministerio de Comercio Exterior, en el 2001 fue creada la Red de Finanzas con el propósito de estudiar los obstáculos de la financiación para el desarrollo productivo de las empresas y proponer soluciones para lograr mejoras en competitividad. La Asobancaria es la entidad coordinadora del sector privado en la Red⁶, en tanto que la Superbancaria es la contraparte de coordinación del sector público.

También es de destacar programas oficiales del gobierno nacional como son los casos de Innpulsa, Vive Digital⁷, Appsco, que han impulsado de gran manera temática el desarrollo digital, la implementación de tecnologías emergentes, el emprendimiento y el empresarismo, siendo este sector de gran acogida en los últimos años, donde la creación de empresas en Unidad del Gobierno Nacional ha sido creada para promover la innovación empresarial y el emprendimiento dinámico.

El país presentó un comportamiento positivo durante el primer trimestre del año 2014, al crecer un 28,7% frente a igual período del 2013. Lo anterior, se desprende de un informe entregado por Confecámaras–Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, donde muestra que de enero a marzo de 2014 se registraron en Colombia 86.980 empresas, mientras que en iguales meses del año anterior el

6. Plan de tecnología para los próximos cuatro años en Colombia, que busca que el país dé un gran salto tecnológico mediante la masificación de Internet y el desarrollo del ecosistema digital nacional.

7. Iniciativa diseñada desde Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y su plan Vive Digital para promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de las TIC, poniendo especial interés en el desarrollo de aplicaciones móviles, software y contenidos.

número de empresas creadas fue de 67.564, lo que representa un crecimiento del 28,7%.

Las personas naturales representan el 77,2% de las empresas creadas, mientras que las sociedades el 22,8%, de las cuales el 95,8% son Sociedades por Acciones Simplificadas. En general, la creación de sociedades presentó un aumento del 27% en el primer trimestre de 2014, cuando se crearon 19.769, frente a 15.509 que se crearon en el primer trimestre de 2013. Los departamentos que encabezaron la creación de empresas de enero a marzo de 2014 fueron, en su orden: Bogotá, con 21.840 empresas nuevas; Antioquia, con 10.079; Valle del Cauca, con 7.645; Santander, con 5.253; y Cundinamarca, con 4.717.

Los sectores más dinámicos en la creación de empresas fueron el comercio al por mayor y al por menor con el 40% del total. Le siguen los servicios de alojamiento y de alimentación con el 12%; las industrias manufactureras con el 10%; las actividades profesionales, científicas y técnicas con el 6,2%; y la construcción con el 5,8%.

En palabras de Julián Domínguez Rivera, presidente de Confecámaras, expresa que:

Colombia empieza bien el 2014, gracias al buen desempeño de la economía nacional, que permite suponer que la meta de crecimiento del 4,5% propuesta podrá ser alcanzada. Es necesario seguir redoblando esfuerzos tanto el Gobierno Nacional como el sector privado para continuar con esta buena dinámica y velar por que se traduzca en nuevos puestos de trabajo formales para los colombianos.

Análisis del caso de estudio de las Pymes de confecciones en Barranquilla

Barranquilla es la ciudad más importante de la región Caribe, designada oficialmente bajo el nombre de Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla, por sus destacadas actividades económicas en el comercio y la industria. Puntualmente, y de acuerdo al trabajo elaborado por (Hernández & Mendoza, 2008), en el marco de 17 empresas de

Pymes de confecciones barranquilleras seleccionadas las prendas de vestir exportadas están conformadas por: pantalones, faldas, slacks y jeans, los cuales representan el 54.8% del total exportado. En cambio, la exportación de vestidos de baño y ropa interior es muy baja con un 1.6% cada uno. Por otro lado, en cuanto a la parte superior de las prendas de vestir, representan el 24.2% del total, representados en camisas y blusas y el 8.1% restante corresponde a chaquetas. Hay otro 8.1% representado por otras prendas de vestir. (Hernández & Mendoza, 2008).

En términos generales los destinos de las exportaciones de confecciones colombianas en el 2007 mostraron una fuerte tendencia hacia los mercados de Venezuela, China y Estados Unidos. La situación presentada para las Pymes exportadoras de confecciones en Barranquilla guarda relación con la tendencia nacional antes señalada, ya que el 77.5% de las exportaciones se dirigen a países latinoamericanos, tales como: Panamá, Venezuela, Ecuador, Costa Rica, Curazao, Puerto Rico, El Salvador, Aruba, Honduras y República Dominicana, de los cuales se destacan Panamá, Venezuela y Ecuador con un 15%, 10% y 10%, respectivamente. Otro nicho de mercado identificado por las Pymes para su comercio internacional es Estados Unidos, con una participación del 15%. La presencia de estas empresas en el mercado europeo es muy incipiente y sólo dirige a España un 7.5% del total exportado. (Hernández & Mendoza, 2008).

El 32% de las Pymes encuestadas manifestó que sus exportaciones están representadas con Marcas Propias, siendo este aspecto muy positivo para los confeccionistas colombianos que cada vez más están siendo reconocidos en el exterior por su innovación. El 29% de las empresas exportadoras del sector trabajan con "Paquete Completo", término utilizado por los empresarios colombianos como aquel tipo de negociación que incluye el diseño, el corte y la confección de las prendas de vestir; de esa manera se confirma el reconocimiento que cada vez más tienen estas empresas. El 17% trabaja con el diseño enviado por el cliente y realizan labores de corte y de confección. Solo el 9.0% realiza otro tipo de negociación. (Hernández & Mendoza, 2008).

En lo que respecta a capacidad tecnológica se emplean los siguientes: las empresas de confecciones



generalmente utilizan las maquinarias y secciones como son las de corte, lo cual puede ser manual o computarizado y en el que se pueden encontrar software que como importante herramienta para el diseño de moldes o patrones; máquinas cortadoras o troqueles; fileteadoras industriales y familiares; máquinas de coser industriales y familiares; máquinas de puntada de seguridad; ribeteadora; empujadora; máquinas de codo, ojaladora: máquinas botonadoras, dobladilladora de puntada invisible; maquinaria para lavandería, plancha y sección de empaque. Las Pymes muestran un muy bajo uso de la sección de corte computarizado, representado por el 0.6% de las empresas consultadas. El uso de máquinas para lavandería está representado por solo el 1.7%, evidenciándose la contratación de outsourcing para estos procesos. El uso de máquinas familiares con un 4.0%, ha sido notablemente superado por el de máquinas de coser industriales, 8.6%. En los resultados, también se observa que el 3.4% de las empresas utilizan software especializados para la elaboración de patrones o moldes. (Hernández & Mendoza, 2008).

Un hecho importante a destacar en el marco y uso de maquinarias, sobre todo en el reciente período de la economía, es la fuerte apreciación del peso frente al dólar, lo cual se ha manifestado en un aumento en la importación de maquinaria, esta situación probablemente ha favorecido a las Pymes de confecciones de Barranquilla. El estudio arrojó que el 68.2% de las empresas había adquirido maquinaria nueva y el 27.3% restante, maquinaria usada. El 61.9% utiliza maquinaria nacional en tanto que el 33% elabora su producción con maquinaria importada de países como Italia, Alemania y Brasil. (Hernández & Mendoza, 2008).

Por otro lado, y en lo que respecta al uso de tecnologías en aplicaciones de la informática y las comunicaciones, las Pymes del sector lo emplean para mejorar y expandir sus canales de ventas, así como para depurar la integración de servicios de manera cada vez más novedosa para facilitar el desarrollo de muchas actividades en la empresa, optimizando sus procesos y aumentando la productividad de sus operaciones.

Para las Pymes establecer y efectuar negocios por Internet a través de esquemas como los que facilita el

comercio electrónico es una oportunidad de utilizar las tecnologías para extender las fronteras más allá del espacio físico en el cual está ubicada la empresa y sus clientes tradicionales, y poder llegar a mercados que quizás de otra forma no alcanzarían. Esta situación es evidenciada en el presente estudio, donde el 94% de las empresas encuestadas respondieron tener acceso a Internet.

El tipo de conexión a Internet utilizado por el 94% de la Pymes de confecciones exportadoras barranquilleras es el de banda ancha y el 6% restante utiliza red telefónica básica. El uso de banda ancha es hoy en día una alternativa para la conexión de empresas y usuarios residenciales a redes como Internet y, en general, una solución cada día más demandada, ya que permite superar las limitantes impuestas por conexiones de menor velocidad y capacidad de transmisión. Para una Pyme la inversión en esquemas de conectividad hacia Internet, a través de planes de banda ancha es una alternativa que puede ser económica y que le ofrece muchas ventajas sobre otro tipo de conexiones. Permitirían, por ejemplo, que las empresas pudieran publicar servicios de información con mejores contenidos y aplicaciones orientadas a clientes y socios de negocios sin inversiones muy altas.

Las actividades comerciales realizadas por las Pymes mediante el uso de Internet son: el 37% de ellas lo utiliza para servicios de atención al cliente, un 29% para realizar ventas de sus productos, el 27% efectúa compras de insumos y el 7% restante realiza otras actividades comerciales. Además, el 65% de ellas dispone para su actividad comercial de página Web, el 35% restante no la posee, hecho este que puede afectar de manera significativa la optimización de sus procesos y ventajas competitivas. Esto indica, además, que estas tecnologías aún no son exploradas ni tampoco apropiadas por muchas Pymes, pese a estar ampliamente difundidas a nivel mundial. (Hernández & Mendoza, 2008).

Pymes en Latinoamérica

Las Pymes representan un porcentaje vital en las economías del sector empresarial de un país. Su capacidad de realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan en productos más estandarizados, ha per-

mitido una explosión sin igual en los últimos años en todas partes del mundo, donde el margen es generar productos personalizados en busca de la individualidad de los ciudadanos. Esta situación es fácilmente evidenciada, por ejemplo, en la Unión Europea, donde representan alrededor del 95% del universo empresarial y generan el 53% del empleo. En Estados Unidos existen aproximadamente 25 millones de empresas pequeñas que proveen cada año cerca del 75% de los nuevos empleos de la economía.

Latinoamérica no es la excepción a la regla. Las Pymes conforman aproximadamente el 99% del total de empresas. Esta distribución subraya la importancia de las Pymes dentro del contexto productivo y su potencial como agente de cambio estructural, siendo tan numerosas en el tejido productivo, pero que como toda política industrial y de cambio estructural debe tomar en cuenta la variedad de sus características, particularidades y dinámicas dentro de su calidad de empresa.

Por otro lado, en Latinoamérica se vive el agravante del marco regulatorio como un grave estamento que incide negativamente en la normalidad de las gestiones. Las instituciones a cargo del diseño y la aplicación de las políticas enfrentan restricciones profundas en materia de recursos humanos y financieros. En el mejor de los casos, los presupuestos asignados no alcanzan el 0.1% del PIB y en muchos países no llegan al 0.01% del PIB. Contrasta este porcentaje en la mayoría de las economías de la región (ver Figura 5) con la importancia que este tipo de empresas tiene en el entramado productivo, tanto por su número como por la contribución al empleo. (Gálvez, 2012).

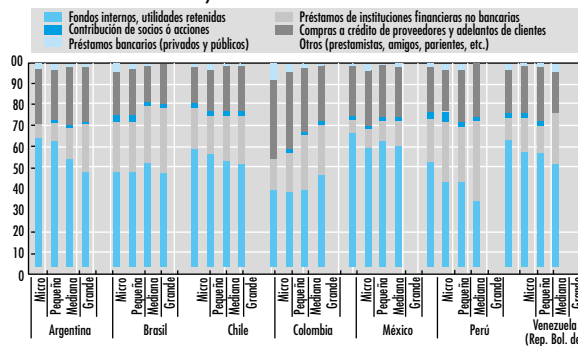
Figura 5. Gastos de las instituciones de fomento a pymes, 2005 (en porcentajes del PIB).

País	Gasto	País	Gasto
Argentina	0.004	México	0.015
Brasil	0.085	Nicaragua	0.022
Chile	0.030	Panamá	0.027
Colombia	0.008	Paraguay	0.005
Costa Rica	0.004	Perú	0.004
Ecuador	0.005	República Dominicana	0.033
El Salvador	0.019	Uruguay	0.022
Guatemala	0.006	Venezuela (Rep. Bol. de)	0.024
Honduras	0.005	América Latina	0.018

Fuente: CEPAL, con base en información oficial de los países.

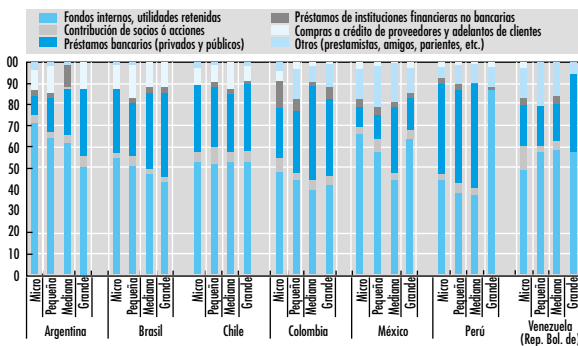
Aunque los instrumentos y servicios de apoyo a las pequeñas y medianas empresas han aumentado en los últimos años, todavía están en una etapa incipiente de desarrollo y llegan a una fracción reducida del sector. En la región existen amplios márgenes para el desarrollo de una oferta de productos financieros diversificada, que considere la heterogeneidad y las especificidades del universo productivo. Las políticas públicas están llamadas a desempeñar un papel fundamental mediante la generación de los incentivos e instrumentos necesarios (ver Figuras 6 y 7). El diseño y aplicación de las políticas requiere herramientas de apoyo a las empresas en sus distintas etapas, así como la provisión de servicios para el mejoramiento de la gestión empresarial, la capacitación y asesoría técnica. (Sánchez, 2013).

Figura 6. Fuente de financiación para capital de trabajo según tamaño de empresa (en porcentajes) correspondiente a los años 2010 y 2011.



Fuente: elaboración del Centro de Desarrollo de la OCDE, con base en las encuestas a las empresas del Banco Mundial (Enterprise Surveys, Banco Mundial, 2012)⁸

Figura 7. Fuente de financiación para activos fijos según tamaño de empresa (en %), correspondiente a los años 2010 y 2011.



Fuente: Centro de Desarrollo de la OCDE, con base en las encuestas a las empresas del Banco Mundial (Enterprise Surveys, Banco Mundial, 2012).

8. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2009). Innovation in firms. A Microeconomic Perspective. París, Francia: OCDE.



Innovación en Colombia y Latinoamérica

América Latina, incluida Colombia, por décadas ha representado una destacada economía emergente que ha generado gran expectativa mundial como motores del crecimiento global, debido a su resistencia ante la crisis financiera, permitiendo después de una breve pausa durante la crisis de 2008, cimentarse en las recuperaciones vigorosas de los años 2009 y 2010.

Sin embargo, parece que el entusiasmo con los mercados emergentes se ha empañado en los últimos meses. La notoria desaceleración de estos, ha sembrado dudas sobre la sostenibilidad de las elevadas tasas de crecimiento del último decenio.

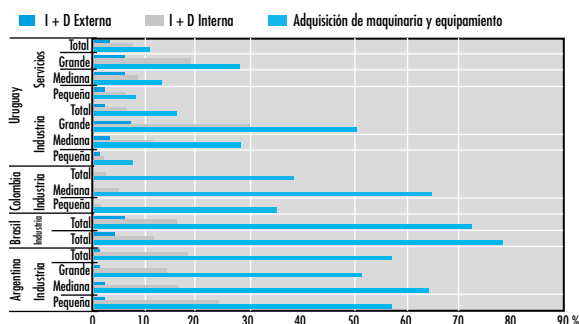
Hay muchas razones posibles por las que las empresas de Latinoamérica crecen tan lentamente como lo hacen, y una de ellas es la falta de innovación, impactando negativamente en la salida de productos nuevos con menos frecuencia que las empresas de otras economías similares, y la poca actividad en I+D (Investigación & Desarrollo) les impide competir en materia de patentes, activos de demasiado valor actual.

Otro aspecto identificado como mejora a implementar del mercado latinoamericano y colombiano radica en la hegemonía de la innovación, pero focalizada en la transferencia e imitación tecnológica. Esto se refleja en su alto porcentaje de inversión en maquinaria y equipamiento, en contraste con el menor peso de las inversiones en innovaciones radicales, por ejemplo en I+D (ver Figura 7). Mientras que la inversión de las empresas grandes se distribuye más equilibradamente entre I+D y bienes de capital, la inversión de las Pymes se concentra en estos últimos. Además, el tamaño de la empresa y el sector de actividad desempeñan un papel fundamental en la determinación del tipo de actividad de innovación.

Por su parte, la composición de las actividades de innovación en América Latina difiere según los países. En algunos casos (por ejemplo, Uruguay), aumenta el peso relativo de la adquisición de maquinarias y equipos mientras que, en otros (Argentina), la inversión en I+D ha adquirido mayor importancia relativa⁹.

9. Innovación y sus determinantes en la pequeña y mediana empresa: el sector manufacturero colombiano (Gutiérrez, 2011), III Encuesta de Actividades de Innovación en la Industria Uruguaya 20042006 (ANII, 2008a),

Figura 8. Inversión en bienes de capital e I+D según tamaño de las empresas y sector de actividad (en porcentaje de empresas innovadoras)



Fuente: Con base en Encuesta Nacional a Empresas sobre Innovación, I+D y TIC 20022004 (INDECSECYT, 2006), Argentina, Encuesta de Innovación Tecnológica Brasil (IBGE, 2010).

Las propias características de la innovación detraen las conductas innovadoras, especialmente de las Pymes (ver Figura 8). Los altos costos y riesgos de la innovación frenan o inhiben esta actividad, especialmente entre las Pymes y las empresas no innovadoras. Por ejemplo, las empresas no innovadoras argentinas califican a los costos elevados de la innovación (57%), los excesivos riesgos económicos de las actividades de innovación (55%) y la falta de financiación (49%) como los mayores obstáculos, lo que puede explicarse por su alta aversión al riesgo (Barletta, Pereira, Robert & Yoguel, 2011).

Los obstáculos a la innovación que enfrentan las empresas innovadoras de la industria brasileña son los altos costos (73%) así como riesgos elevados asociados a la innovación (66%) y el poco acceso al financiamiento (52%). Las empresas del sector servicios identifican como sus principales obstáculos a la falta de personal calificado (70%) y, al igual que las empresas de la industria, a los elevados costos de realizar innovaciones (72%), el alto riesgo asociado (63%) y el restringido acceso al financiamiento (49%) (IBGE, 2010). (Barletta, et al., 2011).

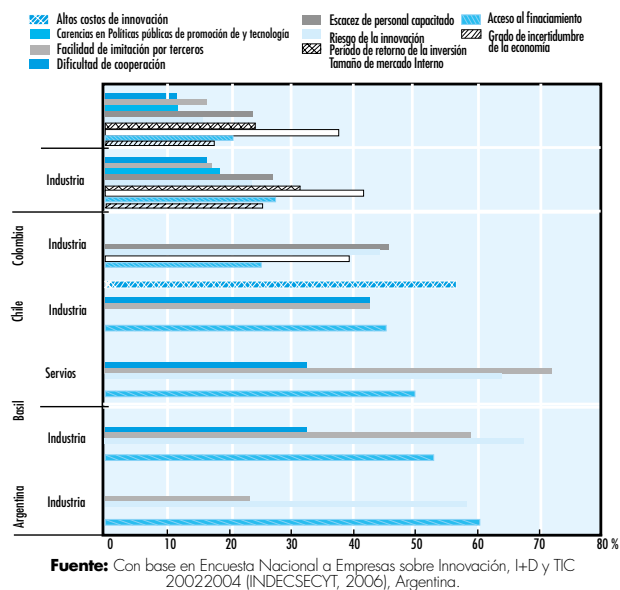
Los mayores obstáculos que presentan las Pymes innovadoras colombianas se esbozan en conseguir y capacitar capital humano (45%), los riesgos asociados a las actividades de innovación (43%), problemas organizacionales y de gestión (40%), problemas

I Encuesta de Actividades de Innovación en Servicios Uruguay 20042006 (ANII, 2008b).



con la estructura y tamaño del mercado (38%) y problemas de información relevantes en la innovación (37%) (Gutiérrez, 2011). Estos aspectos plantean un marco regulatorio sobrecargado de protocolos e ineficientes sistemas de gestión poco operativos, y una tendencia que supone un cambio real en la manera de generar innovación por parte del sector de las Pymes en Latinoamérica.

Figura 9. Obstáculos importantes a la innovación empresarial, por países y sector de actividad.



La conducta innovativa de las Pymes industriales y de servicios argentinas (Barletta, et al., 2011)¹⁰, Encuesta de Innovación Tecnológica Brasil (IBGE, 2010), Innovación y sus determinantes en la pequeña y mediana empresa: el sector manufacturero colombiano (Gutiérrez, 2011), VII Encuesta de Innovación Chile (Ministerio de Economía, 2012), III Encuesta de Actividades de Innovación en la Industria Uruguaya 2004-2006 (ANII, 2008a), I Encuesta de Actividades de Innovación en Servicios Uruguay 2004-2006 (ANII, 2008b).

10. CIETCI. (Centro Interdisciplinario de Estudios en Ciencia, Tecnología e Investigación). Innovación y desempeño económico a nivel de firma. Una perspectiva evolucionista. Índice de Documentos que componen el trabajo No.4 del Centro. Bajado de: file:///D:/Downloads/firm-level-innovation-and-economic-performance-an-evolutionary-perspective%20(1).pdf

Innovación en el Departamento del Atlántico

Como se ha observado a lo largo de este artículo, la innovación representa uno de los grandes retos que enfrentan las Pymes en materia de crecimiento económico, no sólo en Colombia sino que se aplica en todos los países de Latinoamérica, ya sea para poder otorgar mejores beneficios, relacionados en mejores costes de producción o un catálogo más completo y competitivo de productos, o simplemente para identificar y aprovechar de manera adecuada y eficiente las oportunidades del momento en pro de generar un éxito creciente y sostenido. (González-Campo & Hurtado Ayala, 2014).

Para comprender esta problemática se debe entender la innovación como la capacidad de generar e incorporar conocimientos para dar respuestas creativas a los problemas del presente. En la situación actual es vista como un factor clave para mejorar la competitividad de las empresas y favorecer el desarrollo sostenible en los territorios. (Jardón, 2011).

Para su implementación la innovación requiere un enfoque sistémico, que sea inherente a cada etapa del proceso productivo y que contemple una constante medición y monitoreo. En este sentido, debe existir una receta de gestión, que inicie en la estructuración del sistema organizativo, pase por el mejoramiento del proceso productivo, genere nuevos bienes y servicios, y termine en la creación de nuevos canales de distribución y técnicas de mercadeo. (González-Campo & Hurtado Ayala, 2014).

Estas son algunas de las razones por las que su adopción es un proceso complejo para la industria, en especial para las Pymes donde las necesidades diarias se opacan con la gestión administrativa, además de involucrar a todos los ejes de acción, algo por lo general muy complejo entendiendo la escasa documentación de los procesos de la organización. Este efecto de salir de la zona de confort y enfrentar riesgos, aprender de las victorias y disfrutar las derrotas disfraza a la innovación como una alternativa reservada para unos pocos elegidos, siendo esta realmente el manejo de procesos de observación, adaptación y mucha gestión. (Gálvez Albarracín & De Lema, 2012).

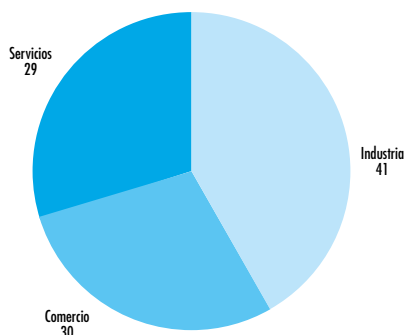


En el caso de la ciudad Barranquilla, principal centro de desarrollo, capital y Distrito Especial, Industrial y Portuario de Colombia y del departamento del Atlántico, cobra un particular agravante al comprobar que según (La Gran Encuesta Pyme, 2014) la ciudad esboza un bajo crecimiento económico en aspectos como créditos bancarios e innovación, en comparación con capitales como Bogotá o Medellín. A su vez, en palabras de Alejandro Vera, vicepresidente de ANIF (Asociación Nacional de Instituciones Financieras):

Se resalta que cada vez se usa menos crédito en la medida en que hay unos buenos resultados, pero eso da la señal negativa en la medida en que las pymes siguen pensando muy en el corto plazo y no tanto en el largo plazo.

De manera particular, dicha encuesta realizada a las principales empresas de la ciudad de Barranquilla muestra en la figura 10 la distribución porcentual de acuerdo a los sectores involucrados y su respuesta directa a la aplicación de la innovación dentro de sus establecimientos (ver Figura 11).

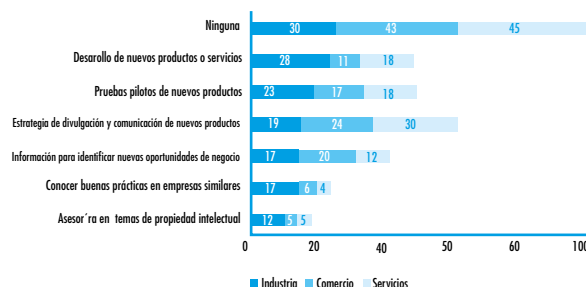
Figura 10. Distribución de la muestra (%) de la ciudad de Barranquilla



Fuente: La Gran Encuesta Pyme Informe de Resultados 1er semestre 2014¹¹.

11. La Gran Encuesta Pymes. Elaborada por la Asociación Nacional de Instituciones Financieras –ANIF, Bancoldex, el Banco de la República, y el Banco Interamericano de Desarrollo –BID- (con el apoyo de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de la Confederación Suiza).

Figura 11. Respuesta a la pregunta referente al proceso de innovación ¿en cuál o cuáles de las siguientes actividades requeriría apoyo financiero su empresa? (%).



Fuente: La Gran Encuesta Pyme Informe de Resultados 1er semestre 2014¹².

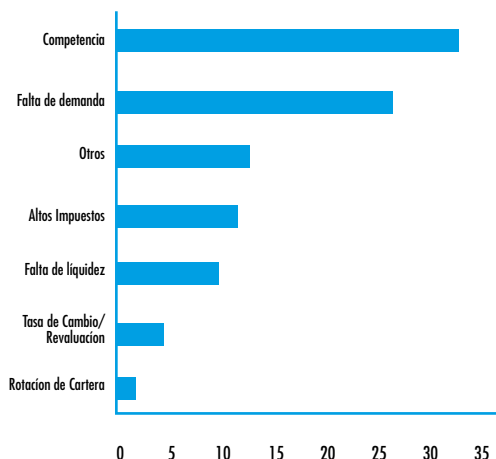
Frente a esto, se observa claramente una marcada negatividad al empleo de capital de inversión en innovación para los tres sectores involucrados; algo complejo y preocupante que demuestra la poca visión frente a aspectos de alcances y posicionamiento de marca.

De esta manera no es de extrañar que dentro de los sectores el aspecto que más causa preocupación sea el de la competencia, con un valor del 33% (ver Figura 12), siendo que una de las principales formas de ser competitivo es generar innovaciones; es decir, ser capaz de introducir nuevos productos, nuevas prácticas, nuevas tecnologías o nuevas formas de organización, de manera que produzcan riqueza transfiriendo “Los recursos de campos de baja productividad y rendimiento a niveles de mayor productividad y rendimiento” (Gálvez Albarracín, Riascos Erazo & Contreras Palacios, 2014).

12. La Gran Encuesta Pyme. Elaborada por la Asociación Nacional de Instituciones Financieras – ANIF, Bancóldex, el Banco de la República, y el Banco Interamericano de Desarrollo – BID (con el apoyo de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de la Confederación Suiza).



Figura 12. Sector servicios: principal problema (%)



Fuente: La Gran Encuesta Pyme Informe de Resultados 1er semestre 2014¹³.

Por otro lado, es de resaltar nuevas propuestas con miras a mejorar esta situación mediante la inversión en programas de emprendimiento e innovación. Cabe destacar que el Departamento del Atlántico, en asocio con el Fondo Emprender del SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), promueve iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por los alumnos que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación, alumnos o egresados de cursos del SENA en el programa Jóvenes Rurales y línea de formación de líderes del desarrollo, estudiantes que se encuentren cursando los dos últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994, personas que hayan concluido materias dentro de los últimos doce meses, profesionales universitarios cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses, estudiantes o egresados que se encuentren cursando especialización y/o maestría que hayan culminado y obtenido la certificación también dentro de los últimos doce meses. Las condiciones de beneficiarios del Fondo Emprender se establecen ampliamente en el Acuerdo 004 del 26 de marzo de 2009.

Como es de entenderse, de igual manera, que la in-

novación es una base fundamental para la competitividad, el gobierno de Colombia propone el uso del 10% de las regalías en proyectos que repercutan en la innovación a nivel de las empresas del país.

En cuanto a la parte regional, el Departamento del Atlántico ha realizado el mayor despliegue en lo que a innovación respecta ofreciendo mediante operadores externos, como la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas Industriales (ACOPI), asesorías a las Pymes del Atlántico para que desarrollen procesos de gestión de la innovación empresarial. Hasta la fecha se ha realizado una primera fase del proyecto donde fueron beneficiadas 14 empresas y el objetivo es ampliar su radio de acción. En palabras de sus organizadores, como lo es la doctora Rosmery Quintero, directora nacional, expresa:

Sabemos que es muy poco porque son solo 14 empresas, pero para iniciar esto es significativo porque ellas son una muestra de la variedad de los sectores a los que apuntamos, como son: metalmecánica, construcción, manufactura, entre otros.

El proyecto, a su vez, permite identificar las actividades innovadoras de cada empresa para poder diseñar un modelo de gestión de la innovación que les permita ser más competitivas en el mercado; para lograrlo, se desarrollará en cuatro fases: 1) Caracterización de la actividad innovadora, 2) Nivel de madurez de la innovación, 3) Gestión de ideas o Portafolio de proyectos y, finalmente, 4) Registro sistematizado en un libro, sobre los detalles que se recojan de toda la experiencia.

Con la implementación de modelos de gestión de la innovación en las 14 empresas que participaron en este proyecto se observaron cambios inmediatos en la forma de gestionar sus recursos, definir sus estrategias empresariales y de establecer metas de crecimiento.

Un 40% de las empresas involucradas ya están participando en convocatorias públicas para financiar los incrementos en su actividad innovadora. Otro 20% ya ha establecido acuerdos de cooperación en innovación y el 100% de estas empresas se encuentra plenamente convencido de que la gestión de la

13. Encuesta elaborada por la Asociación Nacional de Instituciones Financieras – ANIF, Bancoldex, Banco de la República, y Banco Interamericano de Desarrollo -BID- (con el apoyo de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de la Confederación Suiza).



innovación es la estrategia clave para hacer frente a los retos del mercado y para redirigir las tendencias de la industria.

A su vez, en materia de ciencia y tecnología, el Atlántico y el resto de la región Caribe ha tenido un avance en materia de formación de capital humano; por ejemplo, en maestrías y doctorados se han invertido 125 mil millones de pesos, además, en el Atlántico se han priorizado 45 mil millones de pesos en proyectos de ciencia y tecnología.

También es de destacar que la costa Atlántica colombiana tendrá un nuevo centro para la innovación y el emprendimiento producto de la alianza entre la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) y la Gobernación de Bolívar, cuya inversión ascenderá a los 21.000 millones de pesos durante el primer año, permitiendo que el emprendimiento y la innovación cobren el papel preponderante que se necesita para apoyar a las Pymes en la generación de empleo, conocimiento y desarrollo.

METODOLOGÍA

El modelo de investigación empleado es de tipo exploratorio, puesto que se requiere resolver un problema que no ha tenido claridad con anterioridad, además del impulso a determinar el mejor diseño de investigación, con miras a un método de recogida de datos para estudiar qué variables o factores podrían estar relacionados con el caso del análisis de la temática de las Pymes en el sector de la innovación en Colombia. (González, 2009). Para ello se recurre a un estado del arte y de la revisión de la literatura disponible, enfoques cualitativos perceptibles como discusiones informales y acercamientos al emprendimiento y empresarismo de la región del Atlántico, así como de su capital Barranquilla como urbe metropolitana de los cambios relevantes del sector, para brindar una familiaridad con el fenómeno o adquirir nuevos conocimientos sobre ella, y desarrollar la formulación del problema, que invite a la necesidad de una investigación más definitiva, para generar un apoyo en el sector y su impacto en la economía del departamento y por extensión del país.

CONCLUSIÓN

Finalmente, y de acuerdo a lo expuesto a través de todo el artículo, se pone de manifiesto las grandes oportunidades que posee el Departamento del Atlántico, y por extensión Colombia, para posicionarse como un mercado emergente de gran impacto en el argot latinoamericano. De igual forma, se resalta el componente microeconómico como actor vital del fortalecimiento de la economía, especialmente en tres indicadores: 1) Su capacidad de integrarse, 2) Su capacidad de innovar y 3) Su flexibilidad para adaptarse a los mercados y desarrollar productos que puedan encontrar su nicho. A su vez, se comprueba la relevancia que enmarca la innovación en el sector de las Pymes y la importancia que representa para introducir nuevos productos, nuevas prácticas, nuevas tecnologías o nuevas formas de organización, pero es necesario determinar que se deben realizar enormes mejoras, incluso a nivel Colombia, en lo relacionado con estos factores como propuestas de sofisticación de negocios.

El esfuerzo que se realizará para las mejoras debe ser empalmado por el modelo de las tres hélices (Universidad, Industria y Estado) como un medio para la vinculación entre los sectores públicos y privados, ampliamente subdividido, pero que debe emerger como un organismo integral para lograr responder con procesos productivos y eficientes a las necesidades de los mercados, procesos y organizaciones como una gran sinergia donde se promuevan los canales adecuados de formación, información, desarrollo tecnológico, impacto en el medio ambiente, entre otros. Por tanto, es esencial que las universidades se apropien de ese llamado a cumplir protagonismo de acuerdo a sus objetivos de formar ciudadanos integrales que trabajen en pro del país, mediante la utilización de sus incubadoras internas y los procesos de aceleración empresarial instaurados dentro del "alma mater"; esto, sumado a una mayor participación en programas de emprendimiento sin importar las áreas o entornos asimilados.

El Estado, por otro lado, como ente supremo de la productividad del país, debe incluir los procesos de integración empresarial definidos como el desarrollo de los clústeres, la capacidad de gestión en términos de disposición para delegar autoridad



y los elementos de la innovación con el fin de ser reforzados para alcanzar mejores niveles de competitividad empresarial.

Lo cierto es que Colombia, atraviesa por un período de asiduo crecimiento económico, pero es precisamente por este aparente auge que se debe encasillar con miras a un desarrollo con futuro, que involucre a cada uno de sus departamentos, y que permita no solo cumplir indicadores cortoplacistas, sino que apuesta por un plan de innovación que permita a las Pymes posicionarse como un sector estable, con crecimiento pero, sobre todo, competitivo frente a los Tratados mundiales.

Recomendaciones

Dada la importancia que representan las Pymes en general para la economía nacional, en cuanto a la generación de empleo y su participación en el comercio exterior y las Pymes exportadoras de confecciones en Barranquilla en particular para la economía regional, es necesario a manera de recomendaciones finales tener en cuenta los siguientes aspectos en miras a ofrecer una mejora continua, e impactar de gran manera los principales mercados mundiales:

- Consultar con permanencia los diagnósticos existentes referentes a las tendencias sectoriales y cambios del entorno que faciliten la identificación de nuevos nichos de mercados y tipos de productos, puesto que ese entorno se muestra tan variable e incierto que resulta vital descubrir la información importante y necesaria y estar atento a los cambios que se deben hacer en la estrategia empresarial. Por ello, es necesario que los empresarios realicen con frecuencia análisis sistemático de las variables que afectan de manera directa e indirecta el negocio.
- Desarrollar planes y programas de control de la producción que permitan la elaboración de indicadores para prever el funcionamiento efectivo de los procesos, lo cual incidirá positivamente en la productividad y competitividad. En este sentido, se deben identificar los problemas administrativos y operativos vigentes que afectan a la empresa, estableciendo

prioridades y posterior a ello emprender un plan de mejoramiento continuo para la organización, con acciones en el corto, mediano y largo plazo. Este plan deberá contar con la participación de todos en la empresa, desde el nivel superior hasta el inferior, para lograr una mayor objetividad en la identificación de las necesidades actuales.

- Incrementar el uso de la página web como medio para realizar actividades comerciales, pues hoy los negocios deben ajustarse al nuevo modelo de interacción comercial basado en la economía de la información y telecomunicaciones. En este orden de ideas, el comercio realizado por este medio da respuesta a la necesidad de participar en un mercado globalizado donde los clientes están en cualquier lugar, no existen fronteras y se admite la mínima demora.
- La rapidez de las comunicaciones con clientes y proveedores constituye para las Pymes un factor crítico de éxito para afrontar la competencia en nuevos mercados.
- Diversificar el riesgo de operar prácticamente en un solo mercado (Latinoamérica), incursionando en el europeo. En el marco de los objetivos y estrategias de la política comercial colombiana, el gobierno formuló el Plan Estratégico Exportador 1999-2009, el cual le confiere al sector externo un papel protagónico en los esfuerzos encaminados a lograr la reactivación económica y a orientar el futuro crecimiento económico de Colombia, sobre un modelo exportador que requiere adecuar la producción nacional de bienes y servicios en función de la demanda mundial. Las exportaciones de Colombia están dirigidas en más de un 50% solo a dos destinos: Estados Unidos y Venezuela, situación que resulta riesgosa ante cualquier inconveniente de tipo comercial o político que afecte las relaciones con estos socios y se traduzca en un deterioro del comercio; en este sentido se debe pensar en la posibilidad de abrirse a nuevos mercados.
- Hacer alianzas estratégicas con empresas del sector para reducir costos, mejorar la eficien-



cia y diversificar productos. Estos son factores importantes para el desarrollo y crecimiento en particular de las pequeñas y medianas empresas, facilitando la innovación tecnológica, la especialidad, la adaptabilidad y el aprendizaje mediante procesos interactivos. Por lo anterior, se consideran las alianzas como una salida que permite a las Pymes alcanzar la competitividad requerida para generar el desempeño que el entorno exige.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Astrid Rodríguez. (2004). Pymes al descubierto. *Revista Gerente*, 79, 26–27. Banco Mundial. (2012). Enterprise Surveys Database. Retrieved from.
- Barletta, J.; Roberts, V. & Yoguel, G. (2011). La conducta innovativa de las Pymes industriales y de servicios argentinas.
- Barriga, E. (2000). La Gestión de la Pequeña y Mediana Industria en los Países Miembros del Grupo Andino. CAF. Asopyme, Ibee, Esan, Insotec, Eafit. Beltrán, A.
- Torres, E.; Camargo, R., & Bello, C. (2004). Pymes: Un Reto a la Competitividad. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Cardona Acevedo, M. & Cano Gamboa, C.A. (2005). "Dinámica industrial, crecimiento económico y PyMEs" en: Observatorio de la Economía Latinoamericana 50. /
- Cárdenas Santa María, P. (2006). Herramientas para el despegue de las Pymes. *Revista MBA- Eafit*.
- Escandón Barbosa, D. M., & Hurtado Ayala, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 172–183.
- Gálvez Albarracín, E. J. & De Lema, D. G. P. (2012). Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la mipyme: Un estudio empírico en Colombia: Impact of innovation on the performance of msms: An empirical study conducted in Colombia. *Revista Estudios Gerenciales*, 28(122), 11–27.
- Gálvez Albarracín, E. J., Riascos Erazo, S. C. & Contreras Palacios, F. (2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 355–364.
- GonzálezCampo, C. H. & Hurtado Ayala, A. (2014). Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: un análisis empírico en las mipymes colombianas. *Estudios Gerenciales*, 30(132), 277–286.
- Gutiérrez, L. (2011). Innovación y sus determinantes en la pequeña y mediana empresa: el sector manufacturero colombiano. *Perspectivas económicas de América Latina*.
- Hernández, G. y Mendoza, L. (2008). Evaluación de la Disponibilidad Tecnológica de las Pymes de Confecciones de Barranquilla con fines de Exportación. Proyecto de grado MBA. Uninorte.
- Jardón, C. M. (2011). Innovación empresarial y territorio: Una aplicación a Vigo y su área de influencia. *EURE (Santiago)*, 37(112), 115–139.
- Jeannet, J.P. (2000). Dirección de empresas con mentalidad global. Madrid. Editorial Pearson Educación, 280p.
- González, L. (2009). Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (New York: Free Press). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis. Industrias y Competidores de Nueva York*.
- Oliveira, B., & Fortunato, A. (2006). Firm Growth and Liquidity Constrains: A Dynamic Analysis. *Small Business Economics*, 27(23), 139–156.
- Sánchez, I. D.; Rossi, J. L. & Jiménez, J. C. Z. (2013). La relación entre las redes externas de trabajo y el desempeño innovador de las pymes colombianas: un análisis del rol moderador del ambiente industrial. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 339–349.

