

Identificación de las principales amenazas de las mipymes colombianas que han afectado su perdurabilidad a través del tiempo

Págs. 71-81

Grupo de Investigación: Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial
Línea de investigación: Emprendimiento
Martín Felipe Cuevas Oviedo

Recibido Mayo 20 de 2013 Aceptado: Agosto 26 de 2013

RESUMEN

En la primera parte de este artículo se presenta un breve vistazo a la situación actual de las Mipymes en Colombia y su importancia en cifras para la economía colombiana. Está más que claro que el sector de las Mipymes en Colombia es el mayor generador de empleo y, por lo tanto, merece mayor atención por parte del Gobierno Colombiano quien, en los últimos tiempos, por medio de diferentes leyes y decretos, ha querido estimular la creación de empresa. Así mismo, también se realiza una mención a esas ventajas naturales que hace de las Mipymes un sector bastante llamativo para cualquier economía a nivel mundial.

El segundo punto de este documento, pretende analizar un caso a nivel internacional en el sector de Mipymes y para ello se tomó el caso mexicano. Así mismo, se realiza un análisis de las principales amenazas identificadas que tiene este sector en el ámbito nacional y que, finalmente, se podría concluir que son muy similares con las que contamos en la actualidad de nuestra realidad nacional.

La tercera parte del artículo analiza en detalle cada una de las diferentes amenazas a la que se enfrenta el sector de Mipymes en Colombia y la importancia de realizar un ajuste en cada una de ellas para lograr perdurar a través del tiempo. Estas son: el manejo

gerencial; el manejo de las relaciones con los clientes; la planeación estratégica; el control de calidad; la inteligencia de mercados; el manejo financiero; la investigación y el desarrollo y la capacitación.

Palabras Clave: establecimiento, empresa, pequeña empresa, mediana empresa, empresa grande, mipymes, investigación y desarrollo, competitividad, amenaza.

ABSTRACT

In the first part of this article is a brief look at the current situation in Colombia MSMEs and their importance in numbers in the Colombian economy. It's clear that the MSMEs sector in Colombia, is the largest generator of employment and therefore deserves more attention from the Colombian Government, who in recent times, by different laws and decrees sought to foster entrepreneurship. Likewise, also makes a mention of these natural advantages that make the MSMEs sector an attractive area for any global economy.

The second point of this paper, pretend to analyze a case at the international level in the MSMEs sector and for that, we took the Mexican case. Furthermore, an analysis of the major threats to this sector identi-

• Investigador Centro de investigación para el desarrollo empresarial. Facultad de Ingenierías. Programa de Ingeniería Industrial. Martin.cuevas@investigadores.uamerica.edu.co

fied nationally and eventually it could be concluded that they are very similar to those we have today in our national reality.

The third part of the article, analyze in detail each one of the different threats faced by the MSMEs sector in Colombia and the importance of making an adjustment to each one of them to achieve endure over time. These are: the management model, management of customer relations, strategic planning, quality control, market intelligence, financial management, research and development, and training.

Keywords: establishment, enterprise, small business, medium business, large business, MSMEs, research and development, competitiveness, threat.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el censo realizado por el DANE en el año 2005 en Colombia, el 96% de los establecimientos comerciales productivos corresponden al sector de Mipymes, lo cual hace de este sector el de mayor volumen y que trae consigo un sin número de oportunidades de negocio pero que, a su vez, por su extenso tamaño, ha sido muy difícil lograr un adecuado seguimiento que permita la consolidación del mismo. Las Mipymes se clasifican en micro, pequeñas y medianas empresas. En nuestro país, se considera un micro empresa aquella que tiene de 1 a 10 trabajadores y que posee un máximo de 500 SMMLV en activos. Así mismo, una pequeña empresa es la que cuenta con una planta de 11 a 50 trabajadores y posee activos entre 501 y 50.000 SMMLV. Finalmente, una mediana empresa tiene de 501 a 200 trabajadores, y activos en el rango de 5.001 a 30.000 SMMLV.

Teniendo claro la estructura de este potencial sector, también se deben destacar otros aspectos sobresalientes como es un tema tan crucial en cualquier economía mundial: la generación de empleo. El DANE (2012), en su *Informe Sector Mipymes Colombia* afirma que el sector de Mipymes en Colombia, genera el 81% del empleo a nivel nacional; es decir, que las grandes empresas en Colombia tan solo generan el 19% restante del total. Esta cifra

permite establecer la gran importancia de las Mipymes en la economía colombiana y cómo, a partir de ellas, se puede generar un crecimiento económico importante o, por el contrario, puede ser un generador de una grave crisis monetaria. Así mismo, otra cifra reveladora respecto a este sector, es que tiene a su cargo el 40% del PIB nacional.

Todo lo anterior, sumado a la importancia de entidades internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (2012), quien ha querido realizar un minucioso seguimiento a las Mipymes a nivel mundial, haciendo énfasis en la evolución y aporte económico que realizan a las diferentes economías; hecho que ha generado que en Colombia se les posicione en un sitio de importancia en los últimos años. El gobierno colombiano, por medio de la creación de diferentes leyes y decretos, ha querido promover y proteger a las Mipymes, aunque todavía nos encontremos en un proceso de entender la verdadera importancia e impacto que puede generar este sector en la economía a nivel país.

Sin embargo, en nuestro país, actualmente, las MIPYMES sigue siendo un sector que aún adolece de muchos males, especialmente en temas como la planeación estratégica, donde muy pocas tienen un verdadero plan de negocios elaborado, lo que ha llevado a que la mayoría de ellas no logren superar la barrera de los dos años de vida. Esto ha traído consecuencias nefastas a nuestra economía, ya que se ha convertido en un sector con una altísima tasa de rotación, donde anualmente salen y entran empresas y donde no se avizora un real proceso de consolidación de éstas.

Por lo tanto, este documento tiene como fin principal la identificación de las amenazas que golpean continuamente a las MIPYMES colombianas que se han convertido en un círculo vicioso que se repite día a día, y que no permite que logren su perdurabilidad a través del tiempo.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EMPRENDIMIENTO

MATERIALES Y MÉTODOS

De acuerdo con el censo económico realizado por el DANE (2012), en el año 2005 en la totalidad del territorio colombiano, se pudo establecer que el 96.4% de las empresas colombianas corresponden al sector de Mipymes, traducido en un monto total de 1.389.698, entre micro, pequeñas y medianas empresas. Tan

solo existen conformadas legalmente un total de 1.844 empresas grandes, equivalente al 0.1% del total de las empresas colombianas.

Vale la pena resaltar que aún sigue primando, en gran medida, la informalidad en la creación de empresa, ya que el 3.5% del total no tiene información disponible, correspondiente a la cifra de 50.575 empresas.

Gráfica 1. Situación actual de las pymes en Colombia

Tamaño de la empresa	Número de establecimientos	Porcentaje
Micro	1.336.051	92,6%
Pequeña	46.200	3,2%
Mipyme Subtotal	1.389.698	96,4%
Grande	1.844	0,1%
Información no disponible	50.575	3,5%
Total	1.442.117	100,0%

Fuente: Censo económico – Dane 2005

La Cámara de Comercio de Bogotá (2012), ha realizado estudios recientes a través de los cuales ha identificado que anualmente se crean en la capital de la república un total aproximado de 53.000 empresas; pero que, así mismo, durante cada año otras 16.000 cierran sus puertas; una de las motivaciones de las personas de crear empresa radica en la apuesta a crear su propio negocio con el fin de independizarse.

En el año 2009, también se realizó una encuesta (ConfeCámaras, 2007), a 579 empresarios de Bogotá que entre los años 2004 y 2008, no tuvieron otra salida que liquidar sus empresas. De este acercamiento con los empresarios se concluyó que las que más cierran son las microempresas (78%), seguido de las pymes (pequeñas y medianas empresa), con el 22%; se determinó también, con base en esta encuesta que las empresas liquidadas sumaron entre el 2006 y el 2008, 14 billones de pesos que ocasionó la pérdida de 64.503 puestos de trabajo. Estos cierres tienen “efectos negativos” en el crecimiento económico, especialmente para la

ciudad de Bogotá donde se concentra el 36% del total de empresas manufactureras del país.

De acuerdo a la información publicada en la página web de la Superintendencia de Sociedades (2013), página web, al mes de mayo del año 2013, se encuentran 24 sociedades en proceso de liquidación obligatoria, y 250 personas naturales comerciantes o jurídicas, lo cual, también es un buen indicador para medir el cierre de empresas en Colombia.

Ventajas naturales de las Mipymes

Las cifras anteriores presentan un espectro de oportunidades para el sector mayoritario de las empresas en Colombia: las Mipymes. Definitivamente es un hecho que las Mipymes no deben entrar a competir con las grandes empresas, ya que no poseen la trayectoria, el conocimiento acumulado y el músculo financiero de éstas y, por lo tanto, sería una especie de suicidio aventurarse a algún tipo de estas experiencias.

Las Mipymes deben enfocarse a un nicho de mercado más concreto y dirigido que les permite ajustar, con mayor facilidad, su oferta de negocios. De otro lado, deben contar con una disponibilidad de adaptarse a los cambios del mercado y ajustarse a los requerimientos de éste, debido a su alto nivel de sensibilidad hacía los clientes y haciendo hincapié en tener una estructura menos compleja.

Está claro que en Colombia, un gran porcentaje de las Mipymes creadas tiene que ver con un factor empírico, donde normalmente no se presenta un plan estratégico y mucho menos un plan de negocios, lo cual, hace que su estancia en el mundo laboral no sea extenso. Sin embargo, ese “empirismo” podría canalizarse como un factor diferenciador y a favor de este tipo de entidades, ya que les permite una más rápida adaptación al medio y a la cultura en la que están desarrollándose, así como ser mucho más flexibles en su estructura organizacional, a diferencia de las grandes empresas y multinacionales que en la mayoría de oportunidades sufren por los cambios de entrar a un nuevo mercado, especialmente por el no poder entender la nueva cultura a la que ingresan.

¿Cuál es la situación de las mipymes en otros países?

La situación mexicana

Para que el análisis de la perdurabilidad de las MIPYMES en Colombia sea más completo, amerita la comparación con otras culturas similares a nivel cultural, económico, político y social. Por lo tanto, un país como México, es un parámetro de comparación adecuado para nuestro análisis.

En la cultura mejicana, podemos identificar que las motivaciones para crear una empresa son muy similares a la de nuestro ámbito nacional. De acuerdo con un estudio, realizado en el Estado de Veracruz (México) (García et al. 2010), las principales causas para emprender un negocio en dicho país son:

1. El 31 % lo hace con el propósito de poder hacerle frente a las necesidades económicas que se les presenta diariamente.
2. El 27 % tiene ciertos conocimientos de un giro, ya sea porque habían trabajado en algo similar y/o porque algunos de sus familiares o amigos poseen un negocio del mismo giro, por lo que deciden crear una empresa en lo que ya están relacionados.
3. El 23 % crea su propia empresa por un fenómeno muy común en México, el desempleo, por el cual se vieron afectados
4. El 14 % se dio cuenta de que en su zona de influencia había una necesidad insatisfecha en la cual encontraron la oportunidad del negocio.
5. El 5 % se convirtió en empresario porque les heredaron la empresa, decidieron seguir en el negocio familiar y otros por hobbies. Respecto al entorno mexicano frente al apoyo a las Mipymes, este estudio precisa:

Anteriormente eran escasas las organizaciones que prestaban ayuda financiera a emprendedores, por lo que las personas que querían iniciar su negocio, tenían que ahorrar, vender algunas pertenencias e incluso pedir prestado a amigos y/o familiares para poder conseguir el capital necesario. Actualmente existen ya varias instituciones encargadas de prestar ese capital a aquellos que desean formar su empresa, sin embargo la mayoría de las personas no tienen conocimiento de todas las existentes y/o piensan que los intereses son altos y no acuden a ellos, estos motivos han hecho que, el principal obstáculo al que se enfrentan el 27 % de los emprendedores al querer comenzar un proyecto de empresa es la falta de capital. En segundo lugar con un 24 % se encuentra la localización del negocio, esto es, que el lugar que podía ser el adecuado es muy costoso, o bien no hay un espacio libre en el área en que se desea ubicar. La publicidad también es una barrera pues el 20 % de los encuestados mencionaron que es muy cara

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EMPRENDIMIENTO

y la económica no tiene mucho impacto en el mercado. El 16% ciento mencionó que otro de los problemas que se enfrentan es la de los permisos para poner un local y aunque ocupa el tercer lugar hay que aclarar que muchos no logran consolidar su idea debido a la gran cantidad de trámites que hay que realizar para obtenerlos. El 13% de la muestra tuvieron otros casos diferentes como la falta de tiempo y conocimientos, la incertidumbre de los resultados y encontrar proveedores.

Principales amenazas para las mipymes mexicanas

De lo anterior se deduce que en la cultura mexicana los principales factores que amenazan la estabilidad de una Mipymes son:

- La falta de capital.
- La localización del negocio.
- El alto costo de la publicidad.
- Los permisos locales.
- Falta de tiempo y conocimientos.
- La incertidumbre de los resultados.
- Encontrar los proveedores adecuados.

De otro lado, este mismo estudio agrega que de los empresarios encuestados, tan sólo el 23% realizó un plan de negocios, aunque valdría la pena aclarar que no completo y profundo como debería serlo. El 77% no lo realizó, debido a la falta de conocimientos para la elaboración del mismo, o bien no contaban con los recursos suficientes para que se los elaborara un experto. Como primera conclusión, podemos determinar que la falta de elaboración de un plan de negocios completo es una de las principales fallas de las Mipymes no sólo a nivel Colombia sino muy seguramente a nivel mundial.

En algunos casos puede ser por la falta de conocimiento de este tema y en otros, por la falta de recursos para que una persona especializada en el tema lo elabore. Sin embargo, se debe resaltar la gran labor que está haciendo la Cámara de Comercio en Colombia, al entregar manuales y guías de fácil implementación para las Mipymes, con el fin de poder elaborar un correcto plan de negocios.

Principales amenazas de las mipymes en Colombia

El manejo gerencial

De acuerdo con un estudio realizado en el año 1999 (Pérez, 1999. P.26), la tendencia marcaba que el gerente de una empresa era el mismo dueño y que sus descendientes muy seguramente serían los encargados de manejar los hilos de la institución en el futuro. Esto no permitía que las personas que se encontraban a la cabeza de una empresa lo hicieran por méritos propios sino por una tradición familiar.

Sin embargo, parece que en los últimos tiempos se ha presentado un cambio cultural; las Mipymes han entendido que la parte gerencial es clave para el éxito de una organización y que en cabeza de ella debe estar una persona muy capacitada, independientemente si pertenece o no al clan familiar. En todo caso, algunos especialistas sugieren que es recomendable que preferiblemente el gerente de la empresa sea una persona ajena al ámbito familiar lo cual le va a permitir ser más objetivo en el momento de la toma de decisiones.

Así mismo, un estudio realizado por la Pontificia Universidad Javeriana (Pérez, 2003, pág. 31), presenta la preocupación de cómo en el 80% de los casos estudiados, el gerente es la persona encargada de la selección y reclutamiento del personal de la organización, sin ningún tipo de metodología establecida. Esto hace que la empresa, en la mayoría de los casos, no tenga a la persona idónea en el cargo y, por lo tanto, los resultados no serán los esperados.

En la actualidad es muy fácil obtener diferentes metodologías y procesos de selección para poder integrar a la empresa, individuos con las capacidades y habilidades correspondientes a la competencia de cada cargo.

El Manejo de las relaciones con los clientes

Respecto al mismo estudio realizado por la Pontificia Universidad Javeriana (Pérez, 2003), presenta también una cifra alarmante, el 87% de las empresas analizadas no presentan unas políticas y herramientas claras para el manejo de los clientes.

De otro lado, en la actualidad el tema de CRM (*Customer Relationship Management*), que se enfoca en el manejo de las relaciones con los clientes, es un aspecto clave para lograr relaciones a largo plazo con los consumidores actuales, así como la generación de lealtad en nuestros clientes. Si una empresa no tiene claro la importancia de este tema pues muy seguramente no se va a presentar la recompra de sus consumidores. Es más, en la actualidad el mundo se encuentra en constantes crisis económicas, está más que demostrado que para una empresa es mucho más rentable intentar mantener sus clientes actuales, que intentar salir al mercado a la consecución de nuevos clientes potenciales.

Para poder lograr un correcto manejo de las relaciones con nuestros clientes actuales, se debe realizar un seguimiento postventa, el cual es el talón de Aquiles no solamente de las Mipymes, sino, en general, de las empresas colombianas.

La planeación estratégica

De acuerdo con el gurú del *Marketing* Charles Lamb (2011), la planeación consiste en el “proceso de anticipar los eventos futuros y determinar las estrategias para lograr los objetivos organizacionales”.

Desafortunadamente, las Mipymes sufren de un síndrome bastante grave que consiste

en que por pretender hacer lo urgente, olvidan lo que verdaderamente es importante. Su constante sufrimiento diario por “sobrevivir” hace que en la mayoría de ellas olviden temas álgidos como la planificación y la elaboración de estrategias para combatir los factores externos del macro-entorno que las afectan. Es por esto que toda mipymes debería realizar no solamente una planeación del futuro, sino que debería entrar en el ámbito de la planificación estratégica. Para Lamb (2011), la planificación estratégica es el “proceso gerencial de crear y mantener un equilibrio entre los objetivos y los recursos de una organización y las oportunidades del mercado en evolución”.

Por lo tanto, es definitivo que una Mipymes identifique con claridad los recursos con los que cuenta (humanos, financieros, físicos, etc.) y así poder encontrar ventanas estratégicas que le permitan aprovechar las oportunidades que le presenta el mercado. El problema es que muchas veces por no realizar en primera instancia el análisis de los recursos de la empresa, se asumen retos y negocios que no se pueden cumplir y que terminan perjudicando gravemente el nombre de la empresa y que muy difícilmente se puede subsanar en el futuro.

El control de calidad

Retomando nuevamente el estudio realizado por la Pontificia Universidad Javeriana (Pérez, 2003, pág. 33), éste ratificó que el 90% de las Mipymes de Bogotá no realizan un estricto control de calidad desde el inicio de su cadena productiva, sino simplemente lo limitan a la revisión de su producto final. Así mismo, tampoco existe una estrategia definida para la logística a la inversa; es decir, para todo el tema de devoluciones, quejas y reclamos, que en caso de existir, permitirían generar un valor adicional al consumidor final.

En la actualidad existen diferentes metodologías de clase mundial que permiten a las empresas manejar mejor el tema de desperdicios y, a su vez, simultáneamente mejorar los indica-

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EMPRENDIMIENTO

dores financieros e incrementar la utilidad. Es el caso de la metodología de *Lean Manufacturing* (Kaizen, (2012), que consiste en “un conjunto de técnicas desarrolladas por la compañía Toyota a partir del decenio 1950 que sirven para mejorar y optimizar los procesos operativos de cualquier compañía industrial, independientemente su tamaño. Las técnicas de *Lean Manufacturing* se están utilizando en la optimización de las operaciones de forma que se puedan obtener tiempos de reacción más cortos, mejor atención y servicio al cliente, mejor calidad, costos más bajos”.

Si las Mipymes colombianas adoptaran algunas de estas nuevas metodologías, podrían con mayor facilidad alcanzar la cima de la competitividad; especialmente en estos tiempos donde el gobierno colombiano se encuentra en una carrera de tiempo por firmar tratados de libre comercio con varios países en los diferentes continentes.

La inteligencia de mercados

Estar al tanto de la competencia es un factor primordial para poder sobrevivir en las circunstancias del mercado actual. Se debe romper el paradigma que afirma que sólo las grandes empresas pueden realizar investigación de mercados. Hoy en día existen diferentes formas de fácil acceso para poder identificar en qué se encuentran trabajando nuestros competidores. De acuerdo a Kotler (2008), una pequeña o mediana empresa está en capacidad de realizar una investigación de mercados informal por medio de los siguientes medios:

1. Bases de datos internas:

- Contabilidad (estados financieros y ventas).
- Producción (inventarios y embarques).
- Marketing (transacciones con el cliente).
- Ventas (distribuidores y competidores).
- Intermediarios (puntos de venta).

- Empleados y vendedores (ingeniería inversa).

2. Fuentes externas:

- Proveedores de investigación.
- Internet (sitios web).
- Escáneres detallistas: lectores electrónicos y códigos de barras.
- Programas de comprador frecuente: tarjetas de puntos.
- Someter a pruebas los productos de los competidores.
- Ferias comerciales y de la industria.
- Proveedores, distribuidores y clientes.
- Bases de datos que venden las compañías investigadoras.
- Informes gubernamentales.

De lo anterior se deduce que, definitivamente, no hay excusa en la actualidad para que las Mipymes no realicen investigación de mercados formal o informal de la competencia, puesto que cuentan con un sinnúmero de elementos que les permiten estar informados sobre las condiciones del mercado, las últimas tendencias del sector y sobre todo las innovaciones que se están produciendo y que pueden llevar a una organización a identificar ese diferencial que le permita ser escogido antes de la competencia.

El manejo financiero

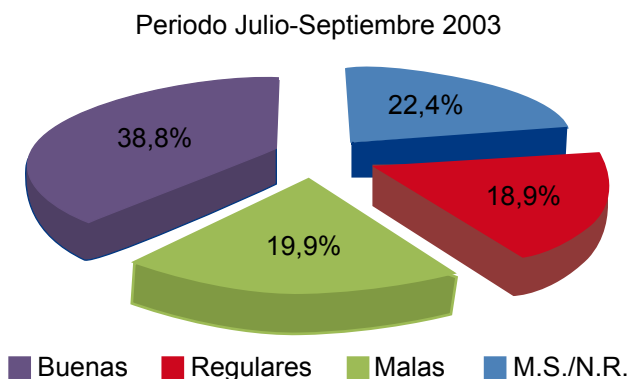
Respecto al manejo financiero, las Mipymes también han presentado signos de flaqueza, ya que normalmente no ven la importancia en invertir en el mejoramiento de su infraestructura y, mucho menos, en un tema tan crucial en la actualidad como es la investigación y desarro-

llo. Esto afecta de manera directa la parte de innovación y, por ende, la competitividad de la empresa nunca podrá alcanzar los indicadores esperados.

Otro tema importante en este campo es la falta de confianza de las Mipymes frente al sector financiero; normalmente los emprendedores se quejan de la falta de apoyo en la apertura de créditos y la dificultad para poder acceder a ellos. Por lo tanto, el sector bancario debería identificar la importancia de brindar facilidades a éste sector y la apertura de una línea de créditos especializada para las Mipymes, que logren cambiar la percepción que tiene el pequeño empresario respecto a la banca colombiana.

La siguiente gráfica pertenece al estudio a la encuesta de Comportamiento y Opinión de la Pequeña y Mediana Empresa realizada por Acopi (2012). En ella se puede apreciar cómo, en su mayoría, la percepción de las Mipymes no tienen una opinión favorable de las condiciones para obtener un crédito bancario. Este claramente es un tema que también le compete al Gobierno Nacional y al cual debería ponerle mayor atención, si lo que se pretende es potencializar el sector de las Mipymes.

Gráfica 2. Condiciones para obtener un crédito bancario



Fuente: Acopi, Cinset

RESULTADOS

El campo de la investigación y el desarrollo es quizá el tema más crítico en las Mipymes colombianas, sumado a nuestra cultura la cual nunca ha podido entender la verdadera importancia de enfocar esfuerzos en este punto. De acuerdo con el documento del Departamento Nacional de Planeación – DNP:

“La innovación constituye el mecanismo óptimo para garantizar la competitividad de un país en el largo plazo y asegurar que el crecimiento económico sea sostenible. En un mundo altamente globalizado, la búsqueda permanente de alternativas para producir más y mejor con menos recursos es un factor crítico que impulsa el crecimiento económico de los países y permite transformaciones económicas de largo alcance. Los sectores basados en la innovación son símbolo de nuestra visión de futuro, nuestra apuesta hacia un mayor desarrollo, y nuestra firme ambición de competir a la par con países de mayores ingresos en los mercados internacionales, tanto con bienes y servicios de alto valor agregado, como a través de la generación de nuevas tecnologías y conocimiento. Los países con empresas, sectores, y cadenas productivas con mayor capacidad de innovación son precisamente los que alcanzan un mayor crecimiento económico sostenido y potencial hacia el futuro.”
DANE (2012)

Está claro que hoy en día los consumidores son menos influenciados y manejan un alto volumen de información que los hace más conocedores de sus necesidades y deseos. Es por esto que cada vez son más exigentes y se encuentran en una permanente búsqueda de valor adicional. Por lo tanto, las empresas que en la actualidad no estén en condiciones de poder brindar ese valor agregado tan anhelado por los clientes, muy difícilmente podrán satisfacer sus expectativas y necesidades y como consecuencia, nos serán tenidos en cuenta en el momento de la toma de decisiones de una compra. Para lograr esto es indispensable que las Mipymes inviertan en desarrollo e investigación y sobre todo que puedan

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EMPRENDIMIENTO

originar una cultura organizacional volcada a la innovación constante.

Las cifras presentadas por el Departamento Nacional de Planeación (DNP, (2012), Informe: “Crecimiento Sostenible y Competitividad”), permiten observar como “en la actualidad, Colombia evidencia un rezago frente a países de características similares en el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación. A modo ilustrativo, la inversión total en investigación y desarrollo en Colombia es del 0,2% del PIB; un nivel muy bajo en comparación con países como Argentina, que invierte el 0,5%; Chile el 0,7%; Brasil el 0,8%; o Corea del Sur el 3,2%”.

Capacitación

Desafortunadamente, cuando una empresa entra en crisis económica, normalmente tiende a reducir y a eliminar el presupuesto destinado para la capacitación de sus empleados; dejan a un lado una de las principales herramientas que le permitirían mejorar en sus indicadores de competitividad e innovación. Las Mipymes no son ajenas a este tema y, por el contrario, suelen contratar personal que no está altamente calificado, influenciadas en gran medida por la informalidad laboral que afecta nuestro país. Inclusive, en la mayoría de situaciones están en la constante búsqueda de personal que tenga solamente formación secundaria, lo cual le va a favorecer en la reducción de costos en el momento de la remuneración salarial. A continuación podemos observar el panorama actual de la calificación del capital humano en Colombia, de acuerdo con el documento “Crecimiento Sostenible y Competitividad” elaborado por el Departamento nacional de Planeación – DNP:

“En Colombia, el esfuerzo por innovar y el capital humano altamente calificado está concentrado en las grandes y medianas empresas de la industria manufacturera; el 83% del gasto en innovación y desarrollo empresarial se concentra en ellas. La mitad del personal ocupado en la industria manufacturera tiene formación secundaria, el 16,2% primaria, el 9% formación técnica, el 12,2% educación

profesional y el 0,3% formación en maestría y doctorado. Lo anterior se debe, en parte, a que la oferta del país en capital humano altamente calificado es limitada. En 2008 Colombia contó con 3,7 doctores por cada millón de habitantes; mientras que este indicador fue de 327 en Estados Unidos. Además, el país sólo cuenta con 33 programas certificados de doctorado y 614 de maestría” (MEN, 2010).

CONCLUSIONES

El hecho que el 96% de las empresas colombianas correspondan al sector de las Mipymes es un dato contundente que refleja el grado de importancia que representa dicho sector en nuestra economía. Sin embargo, sólo en los últimos tiempos se ha logrado considerar la importancia de fortalecer el nivel de competitividad de ellas y el impacto que podría generar en los diferentes indicadores económicos.

Se debe reconocer que el Gobierno Colombiano ha realizado esfuerzos para estimular a las Mipymes a través de diferentes entidades tanto del sector privado, así como del sector estatal. Desafortunadamente, estos esfuerzos no han sido suficientes y las Mipymes en Colombia siguen teniendo un ciclo de vida bastante corto, lo cual, afecta directamente a temas tan sensibles en nuestra economía como es el empleo y la informalidad laboral.

Al remitirnos al contexto internacional, en países con condiciones económicas y culturales similares, como es el caso mexicano, podemos apreciar que la principal razón para crear empresa es la necesidad de sobrevivir y la falta de oportunidades laborales para la población. Por lo tanto, no existe una política definida de creación de empresa basada en la necesidad de atender nichos del mercado desatendidos por las grandes empresas, sino que, por el contrario, prima el emprendimiento empírico; ese empirismo hace que muchos de los emprendedores no tengan conocimiento básicos de cómo gerenciar una empresa y cómo estructurar un

plan de negocios que haga viable su proyecto en el largo plazo.

En ese orden de ideas, se puede generar un abanico muy amplio de amenazas que pueden afectar al sector Mipymes en Colombia. Sin embargo y de acuerdo con un análisis del sector en Colombia, se pudo establecer que las principales son: el manejo gerencial; manejo de las relaciones con los clientes; la planeación estratégica; el control de calidad; la inteligencia de mercados; el manejo financiero; investigación y desarrollo y la capacitación.

Si las Mipymes en Colombia logran enfocarse en estas amenazas y en otras que puedan identificar y que pueden llegar a ser claves para su negocio, se podría cambiar la evolución de este sector y especialmente lo que tiene que ver con su perdurabilidad en el tiempo. Todo esto debería ir acompañado por una política clara de Estado, soportada en el ítem de investigación y desarrollo y en un acuerdo con el sector bancario para que estructure una política de créditos de fácil acceso. Sólo de esta manera se podría hablar en el futuro del impacto positivo que podrían las Mipymes generar en la economía colombiana y en aspectos álgidos como la informalidad laboral que azota a nuestro país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACOPI (2012). "Estudio a la encuesta de Comportamiento y Opinión de la Pequeña y Mediana Empresa", Tercer trimestre del año 2003, recuperado de <http://www.acopi.org.co/>

"Banco Interamericano de Desarrollo" (2012), "Informe Anual 2011: Reseña del año, Marzo de 2012" Recuperado de <http://www.iadb.org/es/banco-interamericano-de-desarrollo>

Cámara de Comercio de Bogotá –(2012). "Bogotá tiene la tasa de emprendimiento más alta de Latinoamérica" Artículo, Estudio realizado por el Global Entrepreneurship Monitor Agosto 19 de 2010, recuperado de <http://camara.ccb.org.co>

Departamento administrativo Nacional de Estadística (2012), "Censo general 2005,

Indicadores de Competitividad, Índice de Densidad Industrial por Departamentos (IDI) 2000 – 2008" Recuperado de <http://www.dane.gov.co/>

Departamento Nacional de Planeación – DNP (2012), Informe al Congreso 2010 – 2011, Documento "Crecimiento Sostenible y Competitividad", recuperado de <http://www.dnp.gov.co/>

García, J. y Alpuche, K. (2010). "Propuesta de Contenido de un plan de capacitación a emprendedores, micros, pequeños y medianos empresarios que les permita mejorar sus habilidades de gestión empresarial. Ciudad de México: Editorial Foro Consultivo Científico y Tecnológico AC. México.

Kotler & Armstrong (2008). "Fundamentos de Marketing".

Ciudad de México, Prentice Hall. México.

Lamb, Ch. Et al. (2011), "Marketing", Ciudad de México, Cengage Learning. México.

Pérez, R. (1999) "Gerencia en las Mipymes en Santa Fe de Bogotá: un caso de 4 sectores económicos" Centro de Investigaciones, Bogotá, Escuela de Administración de Negocios. Colombia.

Red de Cámaras de Comercio – Confecámaras (2009), "Informe de Presidencia Gestión, Octubre 2007 – 2008" Recuperado de <http://www.confecamaras.org.co/>

Superintendencia de Sociedades (2013), página web, www.supersociedades.gov.co

Velásquez, L. (2003). "Estudio del alcance de la imple-

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EMPRENDIMIENTO

mentación de tecnologías de información, como apoyo al mejoramiento de los procesos, en las pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero en Bogotá”. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.