

Avance de la investigación
la pyme y su situación en Colombia

David Guillermo Puyana Silva¹

RESUMEN

En los últimos años, el gobierno, la academia y el sector privado, particularmente el financiero, han dirigido sus estrategias de apoyo y promoción de sus servicios hacia el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), al darse cuenta que es en este sector empresarial donde se puede tener el pivote para alcanzar un acelerado crecimiento de nuestra economía y aunque siempre se habían considerado importantes, hoy han llegado a ser imprescindibles al proyectarse como una de las mejores opciones para lograr la plena reactivación de nuestra economía, aún con todas sus falencias como es la falta de gestión organizacional, financiera, comercial y administrativa.

Este artículo presenta las principales caracterizaciones de la problemática general del sector, a saber: mercado internacional, situación financiera, generación de empleo productividad y competitividad y algunas recomendaciones para su mejoramiento y fortalecimiento en el propósito de ayudar al sector en la conquista de nuevos mercados como escenario propicio para su mejoramiento y desarrollo.

¹Jefe del Departamento de Investigaciones de la Escuela de Negocios y Ciencias Empresariales Universidad Sergio Arboleda¹

ABSTRACT

In recent years the government, the universities and the private sector, particularly the financial sector, have led their support strategies and dissemination of its services to small and medium enterprises (SME's) due to the importance of this sector to promote a fast growth of the Colombian economy. Although SME's have always been important in the Colombian economy, today they are indispensable and are seen as a better option to reach the reactivation of our economy, despite their disadvantages such as lack of managerial skills and financial and commercial experience.

This paper presents the main problems that Colombian SME's face: international markets, financial situation, source of employment, productivity and competitiveness and, some recommendations addressed to prepare Colombian SME's to international trade as a desired scenario for development and improvement.

PALABRAS CLAVES:

PyMEs - Internacionalización - Finanzas - Empleo - Competitividad - Productividad - Comercio Mundial - Globalización - Crecimiento Económico

INTRODUCCIÓN

La economía colombiana ha mostrado en los últimos años claros signos de estancamiento o de un mínimo crecimiento - en varios años inferior a la tasa de crecimiento poblacional- lo que no le ha permitido al país lograr mejoras importantes en el nivel y calidad de vida de sus habitantes, como lo demuestra la caída del ingreso per

cápita de los colombianos(US\$ 2087 en 1999 a US\$ 1.898 en 2002), un elevado porcentaje (cerca del 50%) de su población económicamente activa desempleada o subempleada y un valor de sus exportaciones de solo US\$ 280 per cápita contra el promedio mundial de US\$ 600 o de Chile de US\$ 1.133 por habitante, cifras que muestran la urgente necesidad de encontrar y diseñar estrategias innovadoras que permitan un aumento sustancial de la producción industrial y de servicios de los diferentes sectores empresariales dirigiéndola a atender la creciente demanda de los diferentes mercados mundiales ante la debilidad de la demanda interna.

Lo anterior y para resolver el problema del bajo crecimiento de la economía ha generado en el mundo entero y en Colombia en particular, un gran interés por las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) por su gran potencial como generadoras de empleo, promotoras de avances en el entorno local y su flexibilidad para convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa, dadas las experiencias que han tenido lugar en Italia (Modena y Emilia Romana), Alemania (Baden-Wüttemberg) y Estados Unidos (Silicon Valley), entre otras, por lo que se ha considerado como un sector empresarial muy dinámico y poseedor del mayor potencial de desarrollo productivo (con relación a su tamaño).

En el caso de Colombia, el país tuvo que pasar por varias bonanzas externas de corta duración y caer en su crisis más profunda (1999) en casi un siglo, para descubrir que siempre ha sido un país de micro, pequeñas y medianas empresas que conforman la mayoría de la base empresarial colombiana: agrupan cerca del 91% de las empresas

manufactureras, participan con el 30% del total de la producción, generan un poco más del 43% del empleo industrial, realizan un poco más del 20% de las exportaciones no tradicionales y pagan alrededor del 50% de los salarios, de acuerdo con datos² del Ministerio de Desarrollo Económico (Hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) y del EAM del DANE, demostrando su gran potencial de crecimiento al comparar su participación en el PIB con el número de establecimientos, por lo que su contribución social es incalculable, además de que en la coyuntura actual son casi las únicas empresas generadoras de nuevos empleos y es ahí donde reside la mayor capacidad de generar fuentes de trabajo.

Pero que son las PyMEs? Según la Ley 590 de 2000 expedida para promover su desarrollo, "se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana". Igualmente la ley define tres grandes categorías según el número de trabajadores y el tamaño de los activos que posea: la mediana va de 51 a 200 trabajadores y activos totales entre 5001 y 15.000 salarios mensuales legales vigentes y la pequeña va de 11 a 50 trabajadores y tiene activos totales entre 501 y 5001 salarios mensuales legales vigentes.

Motivadas por la depresión del mercado doméstico, la alta devaluación del peso colombiano en 2002, los acuerdos comerciales regionales firmados y por firmar, la

² La confirmación de estas cifras son uno de los objetivos de la investigación sobre la realidad de la PyME

desgravación arancelaria que contempla el ATPEA y los programas gubernamentales de promoción a las exportaciones, numerosas PyMEs se han aventurado a llevar sus productos y servicios a los mercados internacionales de países vecinos especialmente, pero sin lograr la alta participación en el total de las exportaciones alcanzada por las PyMEs de otros países como la lograda por las de Taiwan (56%), de Italia (52%) o de Corea (40%), debido a numerosas barreras externas e internas a la exportación que les han impedido una más activa, sostenible y agresiva participación en el comercio mundial, no obstante que se ha venido insistiendo en que la opción más certera para que una PyME se sostenga en el largo plazo es internacionalizarse, entendida ésta como el proceso de desarrollar productos y servicios de acuerdo con la demanda de determinados nichos del mercado mundial, con valor agregado de conocimiento especializado, vendido a consumidores finales a precios del mercado foráneo de destino, como un imperativo hacia la construcción de una economía nacional sostenible en el largo plazo.

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

Para ello y atendiendo a su proyección y responsabilidad social, la Universidad Sergio Arboleda está desarrollando diferentes proyectos de investigación dirigidos a construir estrategias innovadoras para satisfacer esta necesidad y apoyar la solución de sus problemas de gestión empresarial, para lo cual ha confrontado las cifras incluidas en el diagnóstico del sector elaborado por Fedesarrollo para el Banco Mundial, la reciente investigación realizada por Fundes Colombia y las cifras de la base de datos de PyMEs del Programa Expopyme de la Universidad Sergio Arboleda y se profundizaron en una investigación de campo realizada por estudiantes-auxiliares de investigación.

Para ello, en primer lugar, se han analizado diferentes variables como actividad exportadora, situación financiera, generación de fuentes de trabajo y productividad y competitividad de las PyMEs, cuyos resultados se describen a continuación.

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME

Como es ya reconocido universalmente, la globalización³ de los mercados es un fenómeno corriente en la actual economía y es así como desde hace ya varios años venimos asistiendo a una desaparición paulatina de las barreras comerciales, a la vez que se van creando nuevos bloques económicos que en otros tiempos hubieran sido impensables. Esto confirma que los nacionalismos económicos no son eternos y que el cosmopolitismo ya no es monopolio de algunas empresas particulares, sino la característica de cualquier mercado en cualquier parte del mundo y lo que es más importante es la obligación de una empresa, cualquiera sea su tamaño: **el internacionalizarse.**

³ Revista CIVILIZAR No. 4 de Junio de 2003 "El Recurso Humano y la Globalización" del docente-investigador Ignacio Aguilar Zuluaga del Departamento de Investigaciones de la Escuela de Negocios y Ciencias Empresariales

Con el objetivo de duplicar y diversificar las exportaciones de productos no tradicionales, el Gobierno elaboró en 1999 el Plan Estratégico Exportador buscando el crecimiento y diversificación de sus exportaciones no tradicionales, el cual incluyó el Programa Expopyme, diseñado y coordinado por Proexport Colombia, dirigido a promover la posición exitosa y permanente de las exportaciones de las PYMES y su adaptación a las exigencias de la economía mundial. Al terminar el año 2001 Proexport había invertido más de \$8000 millones en su desarrollo y cerca de 2000 MIPYMES habían participado, de las cuales más de 600 realizaron exportaciones por valor de US\$110.700.029 en ese año. Sin embargo, Colombia sigue representado tan solo el 0.2% del total de las exportaciones mundiales de mercancías, con un ingreso per capita de exportaciones de US\$ 284 en el año 2003 frente al promedio mundial de US\$600 en ese año y en el que se ha considerado el como "el mejor año exportador de las no tradicionales"⁴ (US\$ 7.005.684.000 en 2003)) solo ha significado un incremento del 5.7% sobre el año inmediatamente anterior, liderado por las exportaciones de oro que tuvo una dinámica importante por sus ventas a Estados Unidos y Suiza.

Y en cuanto a las PYMES, en el año 2002, las exportaciones como porcentaje de las ventas brutas (medidas en pesos) se mantuvo en el 14%, siendo el sector de productos metálicos con el 28.3%% el de mayor coeficiente exportador y el cementos y minerales no metálicos con el 3.3% el de menor coeficiente y en promedio están exportando alrededor del 14%⁵, lo que demuestra que nuestras

⁴ Plata Luis Guillermo, Presidente de Proexport

⁵ Mercados PYME 2003, Informe de ANIF

PYMES han nacido y crecido considerando, básicamente el mercado local y sólo cuando la demanda nacional se ha reducido han buscado el mercado mundial.

Frente a lo anterior, una de las mayores dificultades⁶ que se les presenta a las Pymes Colombianas es su baja capacidad administrativa para vincularse con el sector externo, la falta de información sobre oportunidades de exportaciones competitivas y sostenibles, con altos niveles de valor agregado local, como resultado de una mínima capacitación y gestión gerencial en el área internacional y su limitado acceso a tecnologías, especialmente las referentes al comercio exterior, pues como lo ha demostrado el reciente trabajo desarrollado en la Universidad de los Andes al respecto, los mayores obstáculos al proceso exportador de las Pymes nacionales se refiere a factores relacionados con el marketing como son la adecuación del producto a los requerimientos del mercado externo, la falta de información (conocimiento) de los mercados, el acceso a adecuados canales de distribución y la falta de capacitación en marketing internacional.

Sin superar estas falencias, es muy poco probable que las Pymes colombianas aprovechen agresivamente y ni siquiera consideren las grandes oportunidades que ofrece el mercado mundial, particularmente las que se presentan como resultado de los acuerdos de integración y de los sistemas de preferencia como CAN, ALIDE y ATPDEA y SGPA, suscritos y otorgados a Colombia.

⁶ Revista CIVILIZAR No. 2 de Mayo de 2002 "Las MiPyMEs Colombianas y el Mercado Internacional" del docente-investigador David Guillermo Puyana Silva, Jefe del Departamento de Investigaciones de la Escuela de Negocios y Ciencias Empresariales

En este sentido, se destaca la reciente aprobación dada por el Congreso de Estados Unidos a la Ley ATPEA que abre grandes posibilidades de ampliar la participación de las Pymes colombianas en el mercado de las manufacturas (1) de ese país (un billón de dólares fueron sus compras a países del resto del mundo en 2001) dado que, con la ampliación del número de productos beneficiados con la desgravación, se estima que el 75% de la oferta exportable nacional podrá entrar sin pagar aranceles, abriendo así nuevas fuentes de empleo y de generación de divisas, convirtiéndose en un apoyo fundamental en el proceso de reactivación de la producción local y de la recuperación del mercado norteamericano.

Así mismo, debe tenerse en cuenta que el ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas) a partir de 2005 cambiará la suerte de sus países miembros y en particular de las PYMES, que deben enfrentar con estrategias internacionales el mercado ampliado (800 millones de personas) y los nuevos y múltiples competidores y por ello, los emprendedores MIPYMES deben prepararse para hacerse competitivos frente a los del resto de los países.

Además, el país está ad- portas de iniciar las negociaciones de un tratado de libre comercio con los Estados Unidos que, si bien significa una gran oportunidad para superar los problemas de crecimiento de nuestra economía y por ende para desarrollar la productividad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas, representa un

gran riesgo para la permanencia de muchas de ellas, especialmente de aquellas que no tienen vocación ni cultura exportadora.

Es necesario pues, brindarles apoyo de alta calidad en estas áreas si se quiere consolidar a este sector empresarial como una posibilidad naciente para que Colombia apueste por fuera de sus fronteras. Debido a todo esto, un programa de gobierno que les ayude a solucionar en parte esas debilidades, entregándoles las herramientas de gestión y conocimiento empresarial requeridas para iniciar y desarrollar exitosamente un óptimo proceso de internacionalización de sus productos y servicios, apoyándoles en su uso, se vuelve de trascendental importancia cuando hay debilidad de la demanda interna y disminuciones en la demanda de dos de nuestros principales socios comerciales (Venezuela y Ecuador).

Ante esta situación, consideramos algunas estrategias que deberían ser tenidas en cuenta por el Gobierno a fin de que este sector empresarial llegue a ser el soporte de toda la política exportadora del país y alcance las metas señaladas en el plan estratégico exportador de 1999-2009, las cuales podrían ser:

1. Impulsar la internacionalización de las PYMES, mediante:

1.1. Incentivar fiscalmente la creación y direccionamiento de MIPYMES cuyo objetivo principal (único?) sea la internacionalización de sus productos, mediante un proceso basado en la demanda exportable, permanencia, marcas

propias, sin intermediarios, con precios al consumidor final, etc, de forma tal que su inserción en el comercio exterior sea sostenible en el mediano y largo plazo

1.2. Incluir expresamente, en la Política Nacional de Ferias y Exposiciones para las Mipymes, el apoyo a la participación de este sector empresarial en ferias, misiones de promoción y agendas comerciales en el exterior. La actual política de traer misiones comerciales de Colombia debe ser revisada a la luz de sus resultados, ya que estas han convertido a las empresas colombianas en simples proveedores más no en verdaderos exportadores. Sería más productivo destinar estos recursos y los que se gestionen en desarrollo de la mencionada política, a la cofinanciación de su participación en ferias, exposiciones y misiones comerciales en el exterior.

1.3. Solicitar a la Unión Europea en nuestro deseo suscribir un convenio de cooperación con Colombia dirigido a mejorar la competitividad de las PYMES colombianas en la búsqueda de su internacionalización. (Un convenio similar fue firmado entre UE y la República Argentina en 1995 y otro se suscribió recientemente con Chile para aprovechar oportunidades de venta para productos de a los países de la Unión Europea).

1.4. Impulsar a la PYME para la adquisición de las ventajas dinámicas de los nuevos avances tecnológicos para facilitarle integrar las aplicaciones de Internet y comercio electrónico dentro de sus funciones de negocios.

1.5. Si bien en la Ley 550 se consagró la obligación de las entidades estatales de realizar compras a las Mipymes, es necesario reglamentar la obligatoriedad para que un mínimo del 20% de las compras oficiales de bienes y servicios se hagan al sector de las MIPYMES. Las compras estatales alcanzaran los \$28 billones en el último año.

2. Financiación

2.1 Para la utilización de los recursos de la línea para la creación y adquisición de PYMES exportadoras o potencialmente exportadoras de Bancoldex, debe obligarse a la banca comercial a destinar un porcentaje importante de sus colocaciones al otorgamiento de créditos a los socios de las PYMES, redescontados en esas entidades financieras y respaldados siempre por el Fondo Nacional de Garantías.

2.2 Diseñar e implementar un plan para aliviar las dificultades financieras por las que atraviesan las MIPYMES que incluya créditos nuevos, reprogramación de deuda bancaria con garantía del 70% de FNG y pactar convenios de pago de la deuda tributaria y parafiscal.

2.3 Los recursos para la cofinanciación de proyectos, programas y actividades de las MIPYMES a través de FOMIPYME no deben estar sujetos a los vaivenes de los recursos de la Tesorería General. Su Plan Anual de Cuentas debe ser aprobado

prioritariamente al empezar el año. (Han transcurrido los primeros meses del año y aún no se conocen los recursos presupuestados para 2004.

2.4 Destinar un porcentaje importante de las utilidades de entidades estatales como BANCOLDEX, IFI, FNG, FONADE, Banco de la República con destino a incrementar al FOMIPYME y gestionar ante los gobiernos, organismos multilaterales y fundaciones, nuevos aportes para FOMIPYME.

2.5 Incentivar fiscal y para-fiscalmente la creación de Fondos de Capital de Riesgo, como una fuente cada vez más importante de financiación para las PYME con vocación de crecimiento. Uno de las cuales podría ser constituido con un porcentaje obligatorio de las inversiones de los Fondos de Pensiones y Cesantías.

3. Capacitación

3.1 Imponer en los programas de los grados 10 y 11 de secundaria y en los de pregrado y postgrado la cátedra de liderazgo y de creatividad empresarial I (creación de empresas internacionales) con el objeto de reemplazar la tradicional cultura mediterránea de nuestros empresarios por la exportadora y despertar en la juventud el desarrollo de su creatividad e iniciativa.

3.2 Incluir en los programas de financiación contemplados en el punto número 2, la obligación de asistir y participar en cursos-taller sobre internacionalización de MIPYMES, incluyendo la implementación de las normas ISO 9.002 e ISO14.000, para hacer de ellas empresas sólidas, competitivas y con proyección internacional.

3.3 Estos cursos y talleres de capacitación dictados por universidades deben ser accesibles financieramente para este sector empresarial, a través de líneas de crédito, y no como en la actualidad, que los actuales cursos ofrecidos por diferentes entidades tienen costos que las MIPYMES no están en condiciones de pagar.

4. Reforma Gubernamental

4.1 Crear en el nuevo Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la Dirección de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con, entre otras funciones, la de la secretaría técnica del FOMIPYME.

4.2 Ubicar en todas y cada una de las embajadas y consulados, funcionarios debidamente calificados en negocios internacionales, como agentes comerciales de las empresas colombianas. Así mismo, los cargos de los directores de las oficinas comerciales de Proexport deberían ser ocupados por empresarios colombianos o extranjeros calificados por su gestión internacional, que conozcan el mercado de estos territorios, los cuales serán evaluados por resultados de exportación anualmente según las misiones comerciales o eventos que hayan organizado conjuntamente con los empresarios Mipymes.

5. Asistencia técnica

5.1 Incentivar a través de universidades, ONG's, etc, y de recursos financieros la creación de uno o varios cuerpos de ejecutivos retirados para que actúen como gerentes – tutores de las MIPYMES, aportando toda su experiencia nacional e internacional adquirida en sus años laborados en importantes empresas nacionales. Las etapas de asesoría y seguimiento a los diferentes programas y proyectos

cofinanciados por FOMIPYME y PROEXPORT podría ser una de sus funciones primordiales.

5.3 Crear el Programa de Gestores de Exportación, cofinanciado por Proexport, mediante el cual profesionales especializados en cada ramo prestarían sus servicios a un máximo de cuatro PyMEs, proporcionándoles sus conocimientos, habilidades y destrezas en el área de comercio exterior, de forma tal que les permita penetrar exitosamente en los mercados internacionales.

FINANCIACIÓN DE LA PYME

Una de las barreras que han obstaculizado el crecimiento y mayor desarrollo del sector empresarial de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) colombianas es la dificultad para acceder a un adecuado financiamiento de sus necesidades, principalmente de capital de trabajo. Además, el país ha carecido tradicionalmente, al igual que América Latina en general, de una cultura de capital de riesgo, debido sobre todo a las dificultades para financiar negocios en vías de mejoramiento y crecimiento y no existe el o los organismos que se concentren en el desarrollo de proyectos innovadores que, al tiempo que doten a las PYMES del capital de riesgo, presten la asistencia técnica que requieren para su crecimiento.

Estas dificultades son aún más grandes cuando del capital semilla para la creación de nuevas fuentes de trabajo se trata y es por ello que programas, como el de Jóvenes Emprendedores del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el de Ventures de la Revista DINERO y otros, creados para incentivar, promover y/o desarrollar la

creatividad empresarial, se ven frustrados en sus objetivos al no lograr que ideas innovadoras de estudiantes se conviertan en nuevas empresas generadoras de riqueza social y ellos sigan en la búsqueda de un empleo cuyas oportunidades son cada vez más escasas.

Antes estas difíciles circunstancias a las que se enfrenta este sector empresarial y que impiden, por una parte la creación (formación) de nuevos negocios y por otra, el mayor desarrollo y mejoramiento de las pequeñas y medianas empresas existentes, hemos considerado necesario que se cree un organismo especializado en la PyME bajo la forma de un fondo de inversión que, mediante el apoyo accionario generado en una parte importante de las utilidades de entidades gubernamentales (BANCOLDEX, FNG, Banco de la República, SENA, FONADE), de fundaciones nacionales e internacionales, de los fondos de pensiones y cesantías y de agencias multilaterales de financiamiento aporten la financiación necesaria para atender a los requerimientos de las PYMEs y lograr su adecuado financiamiento en condiciones acordes con su verdadero potencial, contribuyendo así al desarrollo, mejoramiento y competitividad de las PYMES para mantenerse y crecer en los mercados nacional e internacional.

El nuevo organismo actuaría a través de:

- * Realizar el apoyo accionario a las PYMES para que mejoren su productividad y competitividad, mediante fondos de inversión, considerando que su naturaleza a largo plazo fortalece un balance para promover la captación de fondos y compartir el riesgo

desfavorable con el empresario, permitiendo dotar del capital semilla y de riesgo a PYMES que, dadas sus características, no tienen facilidades de acceder a recursos en el mercado de capitales o al crédito ofrecido por la banca tradicional y

- prestar los servicios financieros inherentes a una banca de inversión, consistentes en el diseño y la estructuración de esquemas alternativos de servicios y financiamiento para el desarrollo de proyectos que permitan la incorporación de las PYMES en actividades de comercio exterior, del fortalecimiento de las que ya participan y de su participación en proyectos de internacionalización de las PYMES colombianas y los cuales solo se encuentran disponibles para la gran empresa, sin conocerse experiencia de banca de inversión especializada en PYMES en ninguno de los países investigados.

Este proyecto, al facilitar la financiación para la creación de nuevas fuentes de trabajo y para el mejoramiento del sector empresarial de las PYMES, tiene una prioridad máxima teniendo en cuenta por una parte como ya lo hemos anotado que uno de cada dos colombianos en edad de trabajar está desempleado o subempleado y que, por otra, hay cerca de un millón de colombianos cursando educación superior sin que se pueda prever que el país generará suficientes oportunidades de empleo para ellos, cuando esas oportunidades hoy son cada día más escasas.

Así mismo, el proyecto responde a varias de las actividades básicas que la responsabilidad social del empresariado colombiano obliga a acometer, como es el

desarrollo de pequeñas empresas a través de la ampliación de opciones de financiamiento (fondos de capital de riesgo), el fortalecimiento de instituciones microfinancieras, la modernización del mercado laboral, el desarrollo de mercados de capital y además, se enmarca dentro de la respuesta de la política presidencial de sentar las bases para reactivar y dinamizar la economía mediante el apoyo a las MIPYMEs.

Los beneficiarios de este proyecto de creación de la banca de inversión para la PyME serían, por una parte, los estudiantes y egresados universitarios y los tecnólogos, con conciencia emprendedora y fuerte espíritu empresarial, cuyos proyectos de creación de negocios ofrezcan un gran potencial de desarrollo por sus condiciones innovadoras y por otra, el sector colombiano de la pequeña y mediana empresa cuyo potencial de crecimiento y mejoramiento en el mercado internacional ofrezca muy buenas posibilidades y las cuales, con los servicios del Fondo, puedan enfrentar con éxito, las amenazas y oportunidades que ofrece una economía globalizada como la actual y los acuerdos comerciales de integración ya suscritos por el país y los que están previstos en el futuro inmediato.

En cuanto a los objetivos componentes y actividades a desarrollar del proyecto, el organismo que se propone crear, tendría como objetivo general dar apoyo financiero - mediante el suministro de capital- para la formación, expansión y crecimiento de MIPYMEs suficientemente exitosas, creando nuevas oportunidades de trabajo para que haya un impacto positivo en el desarrollo económico del país y tenga un efecto

demostrativo que pueda provocar, a mediano y largo plazo, que más inversionistas privados participen en el financiamiento del crecimiento empresarial colombiano.

Los objetivos específicos del proyecto son:

- (a) asistir a los empresarios que quieran reconvertir sus empresas, reorganizando sus actividades fundamentales y ampliándolas hacia nuevos negocios;
- (b) proveer la orientación, apoyo y servicios técnicos que requieran para el fortalecimiento y la consolidación empresarial de sus proyectos en condiciones de competitividad., y
- (c) apoyar la creación de nuevas empresas en sectores de elevado valor agregado, con vocación exportadora, aumentando así las oportunidades de empleo;

En estas condiciones, este organismo se encontraría capacitado para prestar a las PyMEs, primordialmente de los sectores de la agroindustria, que sigue siendo un sector crítico en Colombia y en general en Latinoamérica y el de las empresas de tecnologías de la información y telecomunicaciones, los servicios financieros a través de la estructuración de financiamientos para satisfacer las necesidades y características de esas PYMES clientes, a través de:

- .- Otorgamiento de capital semilla y de capital de riesgo, mediante inversiones en el

capital social de PYMES que demuestren gran potencial de crecimiento, un plan de negocios que ofrezca valor agregado y una ventaja comparativa sobre compañías similares

.- Desarrollo de las operaciones características del banquero de inversión, según el modelo para grandes empresas (consecución de recursos, underwriting, financiación de proyectos, finanzas corporativas, reestructuración de pasivos, fusiones y adquisiciones.etc.)⁷

.- Otorgamiento de crédito tradicional, a través de los recursos suministrados por la banca estatal de segundo piso.

GENERACIÓN DE NUEVAS FUENTES DE TRABAJO

Los bajos crecimientos del PIB en los últimos años, las altas tasas de desempleo y de subempleo actuales y un 58% de su población por debajo de la línea de pobreza, nos ha llevado a considerar que la mayor necesidad que tiene el país es pagar la enorme deuda social que tiene con la gran mayoría de sus ciudadanos y ello solo será posible con la generación de nuevas fuentes de trabajo que permitan devolverle a la economía a cerca de doce millones de colombianos que no tienen ingresos adecuados para que puedan reactivar la demanda agregada y lograr así un verdadero crecimiento

⁷ Un proyecto de investigación sobre un modelo de banca de inversión para PyMEs se encuentra en desarrollo por parte de docentes-investigadores del Departamento de Investigaciones de la Escuela de Negocios y Ciencias Empresariales

económico por encima del 5% anual (como es el propósito del Presidente Uribe) y una tasa de desempleo cada vez más cercana a la que se ha considerado como optima

Dada la importancia que en ese sentido tiene el sector empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) como lo ha reconocido el Presidente Uribe al incluirlo como pilar de su objetivo de reactivación de la economía y lo ha hecho la Universidad Sergio Arboleda al tenerlo en varios de los proyectos de investigación que desarrollan sus diferentes Escuelas, creo que el tema general que podría presentar la Universidad a consideración de la comunidad sería el que a través del fomento a la creación, desarrollo y mejoramiento de las MIPYMES colombianas, con proyección internacional y mediante el desarrollo de herramientas digitales y de practicas generales, se habilite a los colombianos de todas las edades a tomar un rol mas activo en el desarrollo económico y social de sus regiones, para lo cual se proponen las siguientes iniciativas:

- 1.- Mediante un “revolcón” en la estructura educativa del país, construir un modelo de educación y aprendizaje que cambie el tradicional y actual proceso formativo, orientado al estatus del empleo de por vida por uno orientado al cambio, a la innovación, al empresariado, a la creatividad y a las nuevas situaciones, lo que implica modificar radicalmente no solo los contenidos y las finalidades sino también las metodologías de todo el proceso educativo.

La educación empresarial, mediante el establecimiento de las cátedras de liderazgo,

creatividad e innovación empresarial y de la adopción y adaptación de modelos educativos de otros países (Canadá, entre otros), se vuelva una obligación y deje de ser una opción.

2.- Teniendo en cuenta que cada vez hay menos oportunidades de empleo (los empleos como los conocemos hoy seguirán reduciéndose) y que cada vez hay más oportunidades de ser empresario, el país necesita de personas debidamente capacitadas para crear nuevas fuentes de trabajo, por lo que se debe desarrollar e impulsar, principalmente en las universidades y en instituciones tecnológicas, la creación de nuevas organizaciones, capaces de producir riqueza económica y social.

3.- Un mayor énfasis en el desarrollo de la capacidad emprendedora, a través del fortalecimiento de la iniciativa y creatividad empresarial en los universitarios, tecnólogos y técnicos va a beneficiar grandemente la economía nacional a través de la creación de nuevas micro, pequeñas y medianas empresas, especialmente ahora que es un buen momento para que se intenten iniciativas de emprendimiento cuando se ha renovado y ampliado el ATPA y se vislumbran tratados de libre comercio como el ALCA.

4.- Desarrollo de programas dirigidos a generar mentalidad emprendedora y a incentivar, promover y/o desarrollar la cultura empresarial y que motiven la creación de nuevas empresas –primordialmente exportadoras.

Al respecto, John Newman, especialista de Babson College de Boston, EE.UU., dice “La capacidad emprendedora juega un papel muy importante en el desarrollo y expansión de las economías más maduras y de las que están en desarrollo, ya que generan un auge en la productividad, crean nuevas fuentes de trabajo y ayudan al desarrollo de nuevos procesos y productos que mejoran la vida de las personas. El espíritu empresarial es un catalizador para estimular la economía nacional hacia su prosperidad.”.

En resumen, considero que a través del sistema educativo nacional, especialmente de las universidades (al generar las fuentes de investigación necesarias para que los estudiantes conozcan el particular ambiente donde pretenden desarrollar sus negocios) y de las demás instituciones de educación superior, porque estos estudiantes tienen el ABC necesario para formar una empresa, el modelo de educación empresarial podría llegar a todas las regiones del país previa la implementación de programas de formación de formadores en espíritu empresarial, para responder así a la pregunta clave los emprendedores: Nacen o se hacen? Considero que debe existir una cualidad que hace que una persona quiera dedicarse a la actividad emprendedora, pero sin duda los programas de educación empresarial influyen notablemente en sus posibilidades de éxito.

PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES

El sector empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas como

se señaló en los párrafos anteriores, ha carecido tradicionalmente, al igual que en general en América Latina, del acceso al financiamiento otorgado por el sector financiero, siendo ello una de las principales causas de no haber alcanzado el mejoramiento de su productividad, competitividad, innovación y desarrollo tecnológico y no haberse fortalecido en su capacidad de gestión para adaptarse a las nuevas condiciones del mercado.

A una estructura financiera inadecuada, a la no siempre disponibilidad de las garantías exigidas, a un elevado costo (la mayor tasa) de los recursos ajenos y a la no siempre adecuada formación financiera y contable de sus dueños-gerentes, se añaden otras barreras que dificultan su crecimiento e incrustación en los mercados mundiales y que no les permite mejorar su productividad y competitividad como son las relacionadas principalmente con la falta de una cultura exportadora y de profesionalización de la administración, que solo se lograría a través de una capacitación constante en gestión empresarial y alta gerencia de su propietario, que sigue considerando que “nadie sabe más de su negocio que él, que lo ha creado y manejado por tanto tiempo” y no acepta que para internacionalizarse el emprendedor debe ser reemplazado por el gerente con visión del negocio a mediano y largo plazo.

Esta falencia en la formación del recurso humano, que el Congreso buscó superar al estipular en la Ley 590 de 2000 la obligación del ICETEX de destinar “...recursos y programas a facilitar la formación y el desarrollo del capital humano vinculado a las Mipymes. ” se ha visto trunca, ya que a la fecha esa entidad no ha dado aplicación a

esa norma y a los empresarios solo se les ofrecen programas de educación continuada no subsidiados y a los cuales muy pocos tienen acceso por su relativo alto costo.

Como consecuencia de todo lo anterior y al no superar estas falencias, es muy poco probable que el sector empresarial colombiano de las PYMES pueda aprovechar y ni siquiera considere las grandes oportunidades que ofrece el mercado mundial, particularmente las que se presentan como resultado de los acuerdos de integración y de los sistemas de preferencia como CAN, ALCA, ATPDEA y SGP suscritos y otorgados a Colombia y contrarrestar así la debilidad de la demanda nacional.

Esta ausencia de los mercados internacionales en forma masiva y sostenible, limitando sus oportunidades de crecimiento al reducido mercado doméstico, ha ocasionado que el sector no haya sido lo fundamental que lo ha sido en el notable crecimiento económico de otros países como Italia y España y los del sudoeste asiático, debido especialmente a su alta participación en el comercio exterior de esos países, al encontrar en el mercado mundial el estadio para lograr su crecimiento y desarrollo, gracias a herramientas gubernamentales y privadas que las han apoyado en el mejoramiento de su gestión administrativa, comercial y financiera.

Y cómo hacer para potenciar y consolidar un sector cuya madurez resulta imprescindible para el fortalecimiento del sistema económico, para la generación de riqueza nacional y de nuevas fuentes de trabajo, a través de la creación de empresas potencialmente exportadoras y para formar a esos nuevos emprendedores-gerentes

como líderes del cambio que requieren las micro, pequeñas y medianas empresas para hacerlas más productivas y competitivas exitosas en un mercado cada vez más globalizado?. He aquí algunas acciones a tomar que harían más competitiva la actividad exportadora, mejoraría la productividad y eliminaría obstáculos a la misma:

1. Diseñar y ejecutar una estrategia de capacitación del sector empresarial de las MIPYMES en el tema de la internacionalización de sus empresas: su importancia y la potencialidad que tiene el mercado mundial, particularmente a través de las nuevas tecnologías, de tal manera que se genere un cambio de cultura en los empresarios para que, reconociendo su importancia, logren avanzar hacia un crecimiento sostenible.

Para ello, el país entero y en particular la academia, debe fomentar las ideas innovadoras, el espíritu creativo y difundir la cultura de la internacionalización en toda la organización para adecuar la situación que viven las PYMES a la realidad económica mundial, de tal manera que se fortalezcan para su enfrentamiento a una economía global como la actual.

2. Ya que el Gobierno no aprovechó la reciente reforma tributaria para crear incentivos fiscales para la creación y modernización de las PYMES y con ello, la generación de puestos de trabajo y la mejora del bienestar social y viviendo el mundo actualmente la revolución tecnológica que ha favorecido el desarrollo de un mercado globalizado, aquel debe configurar una verdadera política de apoyo, concientización, asesoramiento

y diseño de instrumentos que favorezcan la internacionalización de estas unidades empresariales, incluyendo su localización en el exterior.

3. El Gobierno debe trabajar intensamente para propiciar la financiación a largo plazo de las PYMES (el actor más importante de la economía mundial) a un costo privilegiado y para facilitar el acceso a un costo razonable a los recursos financieros redescontados, principalmente los de corto plazo, disminuyendo la tasa de intermediación y valorando solo la viabilidad técnica del proyecto y su potencial rentabilidad económica.

Una vez logrado lo anterior y con un sector debidamente capacitado y financiado, se podrá iniciar la sensibilización de las PYMES en el uso de las tecnologías de la información y comunicaciones (TICs) para el fortalecimiento de su productividad y competitividad, como uno de los aspectos más importantes para su mejoramiento y desarrollo tecnológico, para lo cual deben acometerse actividades como las siguientes:

1. Buscar que las PYMES se integren plenamente en la “nueva economía”, para generar empleo a través de las nuevas industrias y servicios de la información y las comunicaciones, mediante la racionalización de sus procesos de producción, comercialización y gestión, integrando las TICs y normalizando la utilización de servicios externos como el uso creciente e intensivo del comercio electrónico, el manejo de la información en la empresa y otras aplicaciones de las tecnologías de la información en la producción así como su integración en redes de información

2. El Gobierno debe fomentar y propiciar la asociatividad o cooperación empresarial, donde el competidor nacional sea el socio en el exterior, como la mejor forma de responder de manera eficiente y rápida a las nuevas condiciones que plantea el mercado, mediante la constitución de consorcios o cooperativas exportadoras, la creación de empresas conjuntas o las fusiones, instrumentos todos ellos enormemente eficaces para abordar proyectos que individualmente serían imposibles de llevar a cabo.

3. Así mismo, deben fomentarse las “joint ventures” entre PYMES colombianas y extranjeras, particularmente de aquellos países no beneficiarios del ATPDEA y en un futuro del ALCA, como serían las productoras españolas, italianas y asiáticas y además, incentivarse la creación de las PYMES productoras de software y de toda clase de servicios profesionales de salud, ingeniería, diseño, legales, etc., donde en razón de su excelente recurso humano y relativo bajo costo, el país tiene claras ventajas competitivas. El programa Proinvest de Coinvertir-BID es una excelente herramienta para atraer inversión extranjera directa a las PyMEs.

4. Debe ponerse especial énfasis en darle a las PYMES los espacios y estructura para utilizar herramientas tales como orientación y conocimiento profundo del cliente y de la demanda externa, una visión global y regional, la capacidad de innovar con efectividad y sentido de la oportunidad y transparencia para lograr un lugar en el difícil mundo de la competencia global, para lo cual debe fortalecerse su capacidad

para utilizar las TICs en forma innovadora, incluyendo sus aplicaciones como la automatización industrial, sistemas de control, servicios de información, inteligencia de mercados, etc., que se constituyen en factores esenciales de productividad y competitividad en los diferentes sectores; y

5. El Gobierno debe apoyar y cofinanciar programas dirigidos a mejorar la calidad en nuestras PYMES de todos los sectores, a la mejora de la gestión ambiental y a los de innovación en la gestión, así como los planes de asesoramiento en la incorporación de las nuevas tecnologías.

En resumen, puede concluirse que la situación de la PyME en Colombia aunque revela vacíos importantes en áreas claves de la gestión y en el apoyo que el Estado debe brindarle, el sector privado y del sector público, trabajando conjuntamente y comprometidos con el crecimiento económico y social del país, pueden llevar a cabo con éxito estrategias de mejoramiento y desarrollo de la PyME colombiana.

BIBLIOGRAFÍA

CARSON y CROMIE: Marketing and Entrepreneurship in SME´s. Prentice Hall. 1995

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

FUNDES ARGENTINA: Las PyMEs Exportadoras Argentinas Exitosas: Hacia la Construcción de Ventajas Competitivas. Niño y Davila Editores, 2001

GARCÍA, Andrés.: Globalización y Estrategias Alternativas para PyMEs. Universidad Nacional de La Plata. Argentina, 1998

GATTO y FERRARO: Buenas Prácticas Internacionales en Apoyo a PyMEs. Serie Documentos de Trabajo, CEPAL No. 86. 2000

MARTÍNEZ, Carmen: Determinantes en la Internacionalización de las PyMEs . Instituto de Economía Internacional. Universidad de Alicante. 2000

PORTER Michael: Enhancing the microeconomic foundations of prosperity . The Global Competitiveness Report 2001-2002. Nueva York. Oxford University Press

TOFTOY Charles: Cómo Ganar una Ventaja Competitiva en los Mercados Extranjeros. Ponencia presentada en el Taller sobre Capacitación Gerencial para PyMEs. Buenos Aires. 1999

VARELA, Rodrigo: Innovación Empresarial. Pearson. 2001

YIP, George S.: Globalización: Estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional. Grupo Editorial Norma.1993

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

