

**LA COMPETITIVIDAD EN EL PERSONAL, GENERADORA DE OPORTUNIDADES
DENTRO DEL MERCADO LOCAL PARA LAS PYMES**

JORGE HERNANDO LOAIZA GÓMEZ

**Ensayo presentado como requisito para optar al título de
Especialista en Alta Gerencia**

**Asesora
PAULA COLORADO ORDOÑEZ**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
2017**

LA COMPETITIVIDAD EN EL PERSONAL, GENERADORA DE OPORTUNIDADES DENTRO DEL MERCADO LOCAL PARA LAS PYMES

Resumen

El presente documento contiene un análisis de como la competitividad y el talento humano influyen en el desempeño de las pymes en Colombia; en este escrito, se observan los conceptos de competitividad, talento humano y su rol dentro de una sociedad globalizada que caracteriza a la competitividad como un factor determinante para lograr el éxito empresarial; sobre todo cuando se trata de pequeñas y medianas empresas que buscan un lugar dentro de la economía local; finalmente, se estudia de qué forma las pymes manejan el talento humano y la gestión del conocimiento que les atañe y les fortalece; esto lleva a concluir el documento con un apartado en el que se establecen recomendaciones para que las pymes fortalezcan el talento humano que las integra y así, logren encontrar oportunidades en un mercado cada vez más competido.

Palabras Clave

Pyme, competitividad, talento humano, conocimiento, oportunidades.

Abstract

This document contains an analysis of how competitiveness and human talent influence the performance of SMEs in Colombia; In this article, the concepts of competitiveness, human talent and their role in a globalized society that characterizes competitiveness as a determining factor to achieve business success are observed; especially when it comes to small and medium companies that look for a place within the local economy; Finally, we study how SMEs manage human talent and knowledge management that affects them and strengthens them; This leads to conclude the

document with a section that establishes recommendations for SMEs to strengthen the human talent that integrates them and thus, find opportunities in an increasingly competitive market.

Keywords

SME, competitiveness, human talent, knowledge, opportunities.

Introducción

En años anteriores cuando se hablaba de una empresa exitosa, automáticamente llegaba a la mente de las personas la idea de una organización que recibía ingresos superiores a sus gastos y de una marca que estaba muy bien posicionada, tanto que llegaba al punto de ser famosa no solo en el mercado de su país; también en el de otras Naciones de la región; por lo tanto, la prioridad para estas empresas era producir bienes y servicios que lograran la satisfacción de los clientes, que aumentaran la demanda y que generaran mayores ingresos para las marcas; esto deja en evidencia la desvalorización de los empleados y su contribución para que estas cumplieran sus metas.

Los cambios producidos con la llegada de la globalización trajeron consigo ideas innovadoras que impulsaron a los emprendedores a crear empresas con nuevas filosofías sobre la gestión empresarial y el direccionamiento estratégico; las cuales, además de satisfacer y hasta superar las necesidades de los clientes, buscaban hacerle frente a problemáticas como el desempleo y el precario crecimiento económico de países como Colombia; entonces es en ese momento que los emprendedores inician con un fenómeno que en la actualidad se conoce como Las Pequeñas y Medianas Empresas - PYME ; organizaciones familiares que cuentan con pocos empleados y que buscan atender los requerimientos de los clientes de una mejor forma que quienes llevan más tiempo en el mercado y se convierten en su competencia.

Desde un punto de vista personal, las pequeñas y medianas empresas también conocidas como las *PYMES* han marcado un hito en la evolución e historia de las organizaciones y su gestión; esto como consecuencia de la inclusión de nuevas metodologías y estrategias dentro de las que se incluye la priorización de los clientes antes que de los beneficios obtenidos de ellos y también, la focalización de los colaboradores y sus conocimientos como parte importante dentro del éxito organizacional y la apertura de oportunidades en los mercados locales.

En los últimos años hay una tendencia que está marcando las transformaciones de la ideología y pensamiento de muchos gerentes, líderes y empresarios contemporáneos; esta es la humanización o la focalización del empleado que es visto como el recurso más importante dentro de una empresa; esto quiere decir que el empleado o colaborador está siendo visto por sus superiores y directivos como el recurso más importante para garantizar el cumplimiento de la misión y visión de la empresa; por eso, se considera como la *herramienta* que debe ser potencializada para el bien de la organización y para la consecución de oportunidades para la pequeña y mediana empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación, se plantea la situación de las pequeñas y medianas empresas - *PYMES* de Colombia y la forma como la competitividad de sus empleados se convierte en el mejor instrumento para encontrar oportunidades al interior de un mercado cada vez más competitivo y cerrado.

Pequeñas y Medianas Empresas - PYMES

Las pequeñas y medianas empresas en el mundo son un fenómeno que no discrimina entre edad o sexo; solo está relacionada con personas emprendedoras que como resultado de alguna problemática de la sociedad (desempleo, descontento con el empleo en el que se encuentra, reconocimiento de una necesidad no satisfecha aun por algún servicio o producto en el mercado,

etc.); encuentran una oportunidad en la opción de abrir una nueva empresa o como se conoce normalmente *se convierten en sus propios jefes* e inician con un proceso que aunque saben no va a ser fácil, muchas veces representa una gran oportunidad que trae consigo otras oportunidades.

Por otro lado, cuando se habla de una definición de Pequeñas y Medianas empresas la mayoría de personas lo relaciona con empresas familiares, empresas conformadas por madres cabeza de familia, empresas pequeñas que cuentan con una *casa matriz* establecida en el garaje de una casa o simplemente con una idea de negocio sin futuro por tener que enfrentarse a grandes marcas en el mercado; incluso, quien lo piensa podría llegar a pensar que es un término que solo existe en Colombia pero se equivoca, este concepto se aplica incluso en Europa y ha sido objeto de estudio de muchos autores.

De acuerdo con lo que la Comisión de la empresa y la industria de la Unión Europea estableció en la Recomendación del 6 de mayo de 2003 y que entro en vigencia el primero de enero de 2005, las pequeñas y medianas empresas desde su punto de vista son:

Nace de dos importantes consultas públicas. Mantiene los diferentes límites de efectivos que permiten definir las categorías de microempresa, pequeña empresa y mediana empresa. Sin embargo, prevé un aumento sustancial de los límites financieros (volumen de negocios y balance general), procedente sobre todo de la inflación y del crecimiento de la productividad desde 1996, fecha de la primera definición comunitaria de PYME. Diversas medidas hacen que las ventajas del acceso a los mecanismos nacionales y programas europeos en favor de las PYME solo beneficien a las empresas que sean auténticas PYME (sin el poder económico de los grandes grupos) (Comisión de empresas e industria de la Unión Europea, s/f).

Por su parte, la Unión Europea; dentro del concepto de pequeña y mediana empresa se pueden incluir tres tipos de empresas: la primera de ellas es la autónoma que se caracteriza por tener 25%

o menos participación en otra empresa, 25% o menos controlado por una empresa u organismo público y no tiene cuentas consolidadas; como ejemplo de ellas se encuentran las investigaciones de las universidades que son hechas sin ánimo de lucro; el segundo tipo de PYME es el de la empresa asociada; dentro de la cual clasifican las empresas que tienen asociaciones financieras con otras empresas y no tienen un control de las misma sobre ella, su participación está entre el 25 y 50% de la otra empresa, así mismo la otra empresa tiene el mismo porcentaje de participación; por último, está la empresa vinculada, la cual hace referencia a las empresas que hacen parte de un grupo más grande que ejerce control sobre ellas, el derecho al voto y su capital (Comisión de empresas e industria de la Unión Europea, s/f).

Por otro lado, la Comisión de empresa e industria de la Unión Europea indica también que, las pequeñas empresas tienen entre 10 y 49 trabajadores; por lo tanto, el límite del volumen de negocios y el balance general tiene la posibilidad de aumentar hasta en 10 millones de euros; por su parte, las medianas empresas están conformadas por un grupo de entre 50 y 249 trabajadores; esto lleva a que el límite del volumen de negocios tenga la posibilidad de aumentar hasta 50 millones de euros y el balance general hasta en 43 millones de euros (Comisión de empresas e industria de la Unión Europea, s/f); cifras que evidencian que mayor pie de fuerza dentro de las empresas contribuye para que la productividad sea mayor y con ella, las ganancias que obtendrían; no obstante, para que esta productividad se dé es importante que estas personas que conforman las PYMES, cuenten con un nivel de competitividad suficiente para soportar y enfrentar los retos que el mundo les impone a través de otras empresas y empleados que podrían creerse *superiores* por su posición dentro del mercado.

Por otro lado, en América, la definición de PYME atañe completamente a los países en vía de desarrollo que la encuentran como una herramienta que contribuye para la reducción del

desempleo y al crecimiento económico del país; es decir, dinamiza la economía de estas Naciones (Cardozo, Velasquez, & Rodríguez, 2012), lo anterior responde a una idea inicial de las PYME que las mostraba como una opción propia de países subdesarrollados; de economías pobres y no industrializadas; en pocas palabras, de países pobres que encontraban en ellas una opción para minimizar sus males y con ello, la baja competitividad de su talento humano que sufría las consecuencia de una economía sin estructurar.

Para continuar con la idea de las PYME en América, es imprescindible tener presente que esta condición de las pequeñas y medianas empresas en América Latina dificulta su conceptualización; razón por la que autores como Dini, Ferraro y Gasaly o García, Martínez y Aragón han intentado emitir algún tipo de juicio al respecto pero no han logrado unificar una definición; sin embargo, existen factores que determinan la tipificación de una empresa como parte del grupo de las pequeñas y medianas empresas de la región; estos son el número de trabajadores, el volumen anual de ventas, los activos, la tecnología y su situación jurídica (Cardozo, Velasquez, & Rodríguez, 2012); lo anterior prueba que, aunque en varios países de América no hay una legislación establecida para regular esta actividad económica; si existen iniciativas con las que establecen los criterios que las define en cada país; aunque, Paraguay y Bolivia ya tienen avances con la publicación de Decretos y Leyes que regulan esta actividad (Cardozo, Velasquez, & Rodríguez, 2012).

Del párrafo anterior se analizan dos aspectos; el primero de ellos es aquel que enmarca una definición de PYME que depende totalmente de la perspectiva de quien la mire; en este caso, del país que la analice; del mismo modo, en el continente americano existen diferentes variables que pueden contribuir en la construcción de un concepto de PYME, pero, que también evidencian la falta de interés de algunas naciones en empresas pequeñas y medianas que a la postre pueden

significar el rescate de una economía y la herramienta que puede contribuir para que la economía supere sus expectativas sin necesidad de recurrir a multinacionales o a grandes marcas que llegan hasta monopolizar un mercado.

Teniendo en cuenta las citas mencionadas en párrafos anterior, es posible reconocer la inexistencia de una definición exacta para PYME en América; caso contrario a Europa donde existe un concepto que es reconocido por los países miembro de la Unión Europea y que sirve como parámetro para la creación y sustentabilidad de este tipo de empresas en el continente; pero, teniendo en cuenta que Colombia es parte de la región americana podría enfrentar una situación similar a la de los otros Estados de la región; es decir, no reconocería un concepto determinado de PYME, y por lo tanto, tampoco reconocería las mismas variables que otros gobiernos en sus decretos e iniciativas para regular esta actividad económica; esto lleva a pensar que la situación de las pequeñas y medianas empresas en las economías del mundo no es la misma porque no todos los gobiernos las encuentran y proyectan de la misma manera y tampoco las regula con las mismas reglas; por eso, las PYME en el mundo enfrentan una situación disyuntiva en la que cada uno de los gobiernos debe atender a su economía y a la visión que esta le proporciona de las pequeñas y medianas empresas que le fortalecen.

Pequeñas y medianas empresas en Colombia

Podría pensarse que Colombia, como el resto de países de Latinoamérica, tampoco tiene una definición exacta de PYME o para ser exactos, de *Pequeñas y Medianas empresas* o incluso, no tendría normatividad local que regulara su actividad en el mercado nacional; pero, esta sería una afirmación equivocada ya que, en el país, según Nieto, Timoté, Sánchez, & Villarreal, 2015; las Pequeñas y Medianas empresas se definen como:

(...) se entiende por micro (incluidas las Famiempresas), 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, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1. Mediana Empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o*
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a veinte mil (20.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes, o*
- c) cuyas ventas brutas anuales estén comprendidas entre 10.351 s y 38.835 salarios mínimos legales mensuales vigentes.*

2. Pequeña Empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o*
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes, o*
- c) cuyas ventas brutas anuales estén comprendidas entre 1.251 y 10.350 salarios mínimos legales mensuales vigentes. (...) (pág. 51).*

De acuerdo con lo citado en el párrafo anterior, la definición dada en Colombia para las Pequeñas y Medianas Empresas en el país es similar a la proporcionada por la Comisión de empresas e industria de la Unión Europea; esto podría significar una ventaja para este tipo de negocios; no obstante, no es así porque, aunque la legislación colombiana le otorgue ciertos beneficios, la defina y regule su actividad económica, las ventajas competitivas que poseen frente

a grandes industrias y marcas las pone en desventaja; razón por la que se ven obligadas a buscar instrumentos útiles para “abrirse puertas” dentro del mercado local; dentro de estas herramientas se encuentran aspectos como la calidad de sus productos o incluso, la competitividad de su personal y la manera como la usan en beneficio del crecimiento de la empresa.



Ilustración 1: Aportes de las PYMES al mercado colombiano

Fuente 1: <http://www.dinero.com/economia/articulo/exportaciones-de-las-mipymes-en-colombia/241893>

El papel y posición que ocupan las pequeñas y medianas empresas o PYMES dentro de la economía colombiana se evidencia en afirmaciones de diferentes medios de comunicación digital como el portal dinero.com, en el que se les cataloga como “*la verdadera locomotora*” (Dinero.com, 2017); esta página web indica que hasta el año 2016, las PYMES generan el 80% de empleos en Colombia; así mismo, su aporte al producto interno bruto – PIB del país fue del 2% (Dinero.com, 2017); las anteriores cifras evidencian una notable participación de las PYMES, lo cual, desde el punto de vista del tema propuesto para este ensayo, demuestra que la competitividad de estas ha incrementado y esto, puede ser consecuencia de una talento humano y una mano de obra mejor calificada

Por otro lado, de acuerdo con la Superintendencia de Sociedades, el auge de las pequeñas y medianas empresas – PYMES ha llegado a tanto en el país, que de las 25.000 empresas registradas en esta entidad; 20.000 son PYMES (Dinero.com, 2017); lo que significa que cada vez aumentan más las PYMES en el país, y que luego de ser vistas como una amenaza débil para las grandes empresas, se convierten en una oportunidad para re direccionar la economía a una nueva metodología de trabajo en un *entorno familiar*, que en unos cuantos años, va a representar la mayor parte de los ingresos del PIB del país y con ello, va a lograr calificar su mano de obra contando dentro de sus equipos a personal altamente calificado y preparado para enfrentar cualquier reto de la realidad del mercado y la economía.

Reiterando, la situación en el mercado de las PYMES se expone al través de 1.000 PYMES que han iniciado con ejercicios de exportación y se caracterizan por su propuesta innovadora y su tamaño frente a otras les proporciona facultades para enfrentar problemas de la economía como la inflación, el precio del dólar que en los últimos días en Colombia varia constantemente y el aumento del IVA que por mandato presidencial está en el 19% (Dinero.com, 2017); razones que llevan a verificar que, la posibilidad de subsistir ante estos problemas las convierte en portadoras de un talento humano con gran potencial; que genera la oportunidad a pequeñas y medianas empresas locales de salir a flote dentro de una economía que corre el riesgo de entrar en crisis; también la oportunidad de sobresalir dentro de un mercado tal y dinero.com explica que lo hicieron las siguiente PYMES nacionales:

LAS 20 PYMES MÁS VENDEDORAS (DATOS AL CIERRE DE 2016)											
PUESTO	EMPRESA	VENTAS (\$ MILLONES)	VAR. (%)	UTILIDAD NETA (\$ MILLONES)	VAR. (%)						
						9	ARTESA SAS	\$21.858	17,46	\$1.656	102,47
						10	YAMAKI SAS	\$21.855	10,94	\$2.006	46,17
						11	TRAVEL CLUB LTDA	\$21.839	5,21	\$1.467	N.D.
						12	PERFILES SAS	\$21.837	-45,10	-\$2.884	-999,29
1	COMERCIAL QUIMICA LTDA	\$21.975	40,50	\$710	262,79	13	INTERLAN SAS	\$21.830	5,46	\$1.469	-5,87
2	SABAMA LTDA	\$21.925	5,77	\$626	N.D.	14	RIBARCO SAS	\$21.828	14,86	\$1.022	24,83
3	COLOMBIANA DE CARNES CJC SAS	\$21.915	8,27	\$38	-25,22	15	PRAXEDIS DE ARTUNDUAGA SA	\$21.795	24,49	\$331	45,28
4	CONCRETOS DEL NORTE SAS	\$21.882	37,36	\$701	-12,85	16	ALPACA SAS	\$21.793	N.D.	-\$4.922	N.D.
5	DISTRIMARCAS SA	\$21.876	38,49	\$475	19,75	17	PESQUERA JARAMILLO LTDA	\$21.791	6,94	\$1.003	19,79
6	MUEBLES Y COLCHONES RELAX SA	\$21.873	0,25	\$550	-5,27	18	INDUST. CARBONIFERA DE SAMACA	\$21.781	2,32	\$2.389	685,78
7	OFICOMCO SAS	\$21.867	N.D.	\$38	N.D.	19	SERIES LTDA	\$21.781	31,61	\$661	13,71
8	TACAMA IMPORT SAS	\$21.865	-1,52	\$1.357	N.D.	20	INVERSIONES JUDI SAS	\$21.777	1,28	-\$85	-108,20

Ilustración 2: Las 20 PYMES más vendedoras en el 2016 según dinero.com

Fuente 2: <http://www.dinero.com/edicion-impres/a/caratula/articulo/ranking-de-las-mejores-pymes-de-colombia-en-2017/249828>

El cuadro anterior es una muestra de cómo el talento humano ha contribuido para que estas 20 empresas logren posicionarse dentro del mercado colombiano y ocupar un lugar dentro del sector económico comercial; uno de los más competitivos en el país y en el que los empleados y el desarrollo de sus capacidades ha sido vital para llegar a cifras que tal vez se proyectaban, pero no tenían total seguridad para su cumplimiento.

Es importante mencionar que, las pequeñas y medianas empresas que se encuentran en esa lista pudieron ser beneficiarias de los ayudas que desde la legislación nacional se establece, deben ser concedidas a pequeñas y medianas empresas colombianas interesadas en potenciar el talento de sus empleados y además, contribuir con el desarrollo económico y social que dependerá del trabajo

y desempeño del talento humano de estas empresas para aprovechar las oportunidades que las han posicionado en un sector que surge y se consolida poco a poco en Colombia; de acuerdo con la Ley 905 de 2004 por medio de la cual se modifica la Ley 590 del año 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones, 2004, se cuentan algunos como:

- a. Apoyo gubernamental ofrecido por autoridades administrativas competentes en cada ciudad, municipio y departamento del país.
- b. La recepción de créditos para PYMES que generen empleo en el país
- c. La ayuda recibida del Fondo Nacional de Garantías que subsidiara en un 70% el costo de apertura de la PYME (Congreso de Colombia, 2004).

Legislación para Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia

Como en la mayoría de países, las pequeñas y medianas empresas – PYMES no cuentan con un elevado número de iniciativas gubernamentales que exalten su labor o la promocionen como su fueran el eje de la economía nacional, no obstante, existe una Ley que en la actualidad, regula la actividad de las PYMES del país; esta es la Ley 905 de 2004 por medio de la cual se modifica la Ley 590 del año 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones, en ella, se encuentran las pautas que en Colombia deben seguir y con ello, la manera como deben manejar el potencial de su talento humano y reforzarlo para aprovechar las capacidades que sus empleados tienen y que en aras a un éxito empresarial, contribuyen con el aprovechamiento y generación de oportunidades dentro del mercado.

La competitividad

La competitividad, un concepto que ha tomado relevancia dentro de la sociedad luego de la entrada de la globalización y de las diferentes conductas que llevaban a las empresas a generar una cadena de valor que les proporcione cierta ventaja sobre sus competidores; también, un valor que se puede nutrir a través de la implementación de las capacidades y habilidades de cada persona; de lo que lo hace diferente de los demás y de lo que puede ponerlo en ventaja frente a quienes podrían estar a su nivel o compiten con él por algún lugar en una empresa o en la sociedad misma.

Lo anterior es solo lo que desde una perspectiva personal puede significar el término *competitividad*, no obstante, este concepto ha llegado a un grado de importancia tal, que autores de importantes textos han dejado un lugar dentro de sus escritos para explicarlo; un ejemplo de ello es Sandra Patricia Mora Escalante, estudiante de la Universidad Militar Nueva Granada de Bogotá, cita a la Real Academia que la define como “*rivalidad para la consecución de un fin*” (Mora Escalante, 2014), también, desde su propio punto de vista identifica a la competitividad como “*una serie de factores fundamentales medidos en un país o nación, los cuales son fundamentales para el crecimiento, para su productividad e incentivar la inversión, permitiendo su desarrollo de forma más eficiente y rápida.*” (Mora Escalante, 2014, pág. 4).

Pero, no solo Sandra Mora se ha preocupado por estudiar la competitividad, también lo han hecho otros autores que ella misma cita y dentro de los que se puede enumerar a:

- a. Haguenaer que en 1990 establece que la competitividad “*es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo*” (pág. 7).
- b. El CONPES 3527 de 2012, señala que “*La competitividad se entiende como un complemento a las condiciones de entorno para el crecimiento. En particular, el crecimiento*

tiene unas condiciones necesarias, que tienen que ver con la seguridad física y jurídica, y con la estabilidad macroeconómica. (pág. 7)

c. El Foro Económico Internacional muestra que la competitividad “*la competitividad de las naciones esta dada por la capacidad del mismo para, con unas condiciones de mercado favorable, producir bienes y servicios y mantener un ingreso real y constante a sus ciudadanos a largo plazo.*” (pág. 8).

Las anteriores definiciones de competitividad muestran que este concepto puede ser explicado desde diferentes perspectivas; por ejemplo, la primera la explica desde un punto de vista industrial, la manera cómo influye en la dinámica empresarial del mundo; la segunda, reflexiona sobre el crecimiento económico y la forma como esta contribuye con las economías del mundo y por último, la definición que más diferencias guarda con las demás, la misma que habla de una competitividad vista desde un nivel macro; el de los países y sus mercados; todas ellas son una leve demostración de cómo la competitividad se adapta a la situación y no por eso, deja de ser importante en el momento de establecer el éxito o fracaso de un negocio.

Competitividad del mercado colombiano

Colombia, un país que ante la vista de las personas del común es un país *tercer mundista, subdesarrollado o en vía de desarrollo*; razón por la cual no se reconoce como una potencia, pero tampoco como uno de los más pobres en el hemisferio; no obstante, las políticas gubernamentales de los últimos mandatarios, las iniciativas que han impulsado las ideas de emprendedores que buscan formar pequeñas y medianas empresas así como la necesidad de empresas con trayectoria por posicionarse en el mercado internacional, han llevado a que todas las empresas e industrias se preocupen por enfatizar en la búsqueda de una de las herramientas más significativas cuando de sostenibilidad y posicionamiento se trata; esto es la competitividad.

Colombia, su economía y sus industrias han generado en los últimos años estrategias con las que se piensa, han logrado aumentar la competitividad frente a otras economías más estructuradas y por ende, mercados más posicionados en el mundo luego de la globalización, acciones que trabajan en procura del cumplimiento de la meta propuesta para el año 2032 “*ser el tercer país más competitivo de América Latina*” (Consejo Privado de Competitividad, 2016, pág. 8); no obstante, según el Foro Económico Mundial, para el año 2017 el país se ubica en el puesto no.66 del ranking de competitividad global con una puntuación de 4,29 puntos, evidenciando una caída frente a la puntuación del año 2016 cuando ocupó el puesto 61 con una calificación de 4,28 (Datosmacro.com, 2017), tal y como lo muestra el siguiente cuadro del historial de la competitividad del país:

Tabla 1: Colombia - Índice de Competitividad Global

Fecha	Ranking de Competitividad	Índice de Competitividad
2017	66°	4,29
2016	61°	4,28
2015	66°	4,23
2014	69°	4,19
2013	69°	4,18
2012	68°	4,20

Fecha	Ranking de Competitividad	Índice de Competitividad
2011	68°	4,14
2010	69°	4,05
2009	74°	4,05
2008	69°	4,04
2007	63°	4,10

Fuente 3: <https://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/colombia>

Las cifras presentadas en el cuadro, evidencian una posible *crisis* en la competitividad del país; lo que hace relevante la implementación de un proceso de mejora continua con el que se logre establecer acciones que retomen las cifras favorecedoras para el país y su economía en aspectos relacionados con el desarrollo competitivo que podría fomentarse desde las pequeñas y medianas empresas y por qué no, desde el talento humano que conforma este grupo de organizaciones en Colombia.

Talento Humano y la competitividad en las Pymes Colombianas

Como se mencionó anteriormente, el Talento Humano puede ser considerado como una de las variables que fomentan la competitividad en la economía colombiana; esto visto desde la perspectiva dada por Deissi Lorena Casas Bareño, quien indica que *“La competitividad de las PYMES y aun de las grandes empresas se debe, en gran medida, a la calidad de su talento humano, de forma que las competencias de los empleados y su continuo desarrollo, se convierten en un factor permanente de ventajas competitivas”* (Casas Bareño, 2015).

Frente al Talento Humano y su manejo, las Pyme afrontan diferentes problemáticas que Deissi Lorena Casas describe de la siguiente forma:

“Actualmente al interior de las Pyme colombianas el talento humano no cuenta con la importancia que en realidad tiene, motivo por el cual en la gran mayoría de ellas se presentan diversas situaciones anómalas que perjudican las empresas y las personas que hacen parte de ellas.” (Casas Bareño, 2015).

Lo anterior lleva a generar diferentes interrogantes dentro de los que se pueden encontrar los siguientes: ¿Las pymes fracasan por la falta de preparación del Talento Humano? ¿Las pymes están aprovechando de forma adecuada el conocimiento del talento humano?; la respuesta depende de la situación de cada una de estas empresas que podrían denominarse *familiares*; no obstante, a grandes rasgos es posible analizar que, las pequeñas y medianas empresas del país están conformadas en su mayoría por personas que hacen parte de un núcleo familiar o que conforman grupos de población vulnerable como madres cabeza de hogar, desplazados, entre otros, que a simple vista pueden no contar con un título académico que acredite sus conocimientos pero si con la experiencia de un aprendizaje obtenido de forma empírica y que tal vez, puede ser más profundo que el teórico en materia de implementación de metodologías como la de “buenas prácticas”.

El párrafo anterior conduce a otra idea que atañe al talento humano y su relación con la competitividad; el manejo de la información y del conocimiento; estos últimos, se han convertido en el elemento con mayor valor dentro de las empresas; sobre todo si se trata de pymes que quieren sostenerse dentro de un mercado cada vez más competido; entonces, esto lleva a desarrollar otra idea respecto al Talento Humano y a la competitividad de las Pymes, que igual que la anterior, lleva a generar los siguientes cuestionamientos: ¿Existe la gestión del conocimiento en las

pymes?¿Son las pymes forjadoras de la gestión del conocimiento en procura del posicionamiento y la competitividad?.

De acuerdo con lo anterior, las pymes pueden encontrar sus fortalezas a través del Talento Humano y la gestión del conocimiento empírico o académico que este posea; si las pequeñas y medianas empresas conocen y saben aprovechar el conocimiento y habilidades del Talento Humano que conforma sus organizaciones, pueden proyectarse dentro del mercado puesto que, en la actualidad, quien tiene el conocimiento puede manejar el mercado.

Oportunidades para las pequeñas y medianas empresas en el mercado colombiano a partir de la competitividad de sus empleados

Las pequeñas y medianas empresas; oportunidades para los emprendedores que a través de ellas materializan sus ideas de negocio o que buscan ayudar a una comunidad a través de la generación de empleos de empresas con poco capital, mano de obra e incluso maquinaria; se presume que el éxito de las pymes depende en gran medida de la calidad de sus productos y servicios y del grado de satisfacción que estos producen en los clientes; pero, al concluir esto es inevitable pensar en que esta calidad y la fidelización del cliente solo se logra a través de un factor importante: el talento humano y su conocimiento.

Luego de la apertura económica la economía colombiana entro en una fase de generación de competitividad que no solo posicione las empresas en los mercados locales sino que coadyuve con su consolidación en la economía mundial; no obstante, en la actualidad las estrategias han cambiado y buscan responder a las necesidades del cliente; pero, ¿cómo se sabe qué es lo que quiere el cliente?, esto parece sencillo, a través del estudio del mismo; pero este estudio no necesariamente debe ser uno de mercados que determine las tendencias de consumo o intereses

del comprador; no, este debe partir de las necesidades insatisfechas del consumidor; información que solo puede obtener el talento humano de las pyme a través de la gestión del conocimiento y el aprovechamiento de sus habilidades.

La situación descrita antes evidencia la principal oportunidad de las pymes a partir de la competitividad de sus empleados; el conocimiento profundo de los clientes y el aprovechamiento de esta información para satisfacer e incluso superar las expectativas del cliente se convierte en la oportunidad que las pymes pueden aprovechar para surgir en un mercado difícil, que presenta barreras pero en el que mandan los clientes; quienes al sentirse satisfechos por una pequeña o mediana empresa, van a crear un lazo de lealtad con ellos, sin importar que existan otras marcas de mayor envergadura o la poca presencia que puedan tener en el mercado.

Conclusión

El Talento Humano en la actualidad se convirtió en el recurso con mayor valor dentro de una organización; sobre todo si se trata de una pequeña y mediana empresa que necesita de su conocimiento y del fomento del mismo a través de actividades académicas y de la experiencia para llegar a posicionarse en un mercado cada vez más competido; entonces, teniendo en cuenta esto es posible concluir que el hecho de que una pyme cuente con talento humano capacitado, que sepa desarrollar la gestión del conocimiento en procura de las metas y objetivos de su pequeña o mediana empresa, es sinónimo de la generación de oportunidades a través de las que pueden generar ventaja competitiva que los posicione dentro de un mercado objetivo que les abra la posibilidad de expandirse y lograr llegar a un nivel en el que la pyme no se pensaría que podría llegar.

Referencias

Cardozo, E., Velasquez, Y., & Rodríguez, C. (18-20 de Julio de 2012). *La definición de PYME en América: Una revisión del estado del arte*. Obtenido de http://oa.upm.es/19398/1/INVE_MEM_2012_139918.pdf

Casas Bareño, D. (16 de Mayo de 2015). *La calidad del talento humano en las pyme como elemento diferenciador de competitividad*. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14055>

Comisión de empresas e industria de la Unión Europea. (s/f). *Definición de microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas a partir de 1 de enero de 2005*. Obtenido de http://www.minetad.gob.es/PortalAyudas/artemis/Normativa/DocumentosNormativa/Normativa%20General/Definici%C3%B3n_PyME_CE.pdf

Congreso de Colombia. (2 de Agosto de 2004). *Ley 905 de 2004 por medio de la cual se modifica la Ley 590 del año 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones*. Obtenido de <http://www.supertransporte.gov.co/documentos/ifc/documentos/leyes/Ley%20905%20de%202004.pdf>

Consejo Privado de Competitividad. (2016). *Informe Nacional de Competitividad 2016-2017*. Bogotá, Colombia: Consejo Privado de Competitividad. Obtenido de https://compite.com.co/wp-content/uploads/2016/11/CPC_Libro_Web_2016-2017.pdf

Datosmacro.com. (2017). *Colombia - Índice de Competitividad Global*. Obtenido de <https://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/colombia>

Dinero.com. (2017). Estas son las pymes más ganadoras de Colombia en 2017. *Dinero.com*.

Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impres/caratula/articulo/ranking-de-las-mejores-pymes-de-colombia-en-2017/249828>

Mora Escalante, S. (17 de Agosto de 2014). *Competitividad en Colombia: Mito o realidad 2010 -*

2013. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/12773>

Nieto, V. M., Timoté, J. A., Sánchez, A. F., & Villarreal, S. (3 de Agosto de 2015). *La clasificación*

por tamaño empresarial en Colombia: Historia y limitaciones para una propuesta.

Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/434.pdf>