

EFFECTOS DE LA GLOBALIZACIÓN EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)



**UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA**

JORGE ALEXANDER GÓMEZ BERNAL
Código del Estudiante: d5200367

DOCTOR SANTIAGO GARCÍA CARVAJAL
Docente SEMINARIO DE GRADO

**FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
BOGOTÁ D.C., COLOMBIA
2016**

EFFECTOS DE LA GLOBALIZACIÓN EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)

JORGE ALEXANDER GÓMEZ BERNAL, Universidad Militar Nueva Granada.

RESUMEN

Las pequeñas y medianas empresas representan uno de los sectores económicos que captan el gran interés por los países del mundo, todos los proyectos, los organismos internacionales y regionales, y los investigadores en función de la evolución y los cambios de la economía mundial, debido al papel central en la producción, el empleo y la generación de ingresos, la innovación y el progreso tecnológico, así como su desempeño en la consecución de los objetivos económicos y sociales para todas las naciones. Pero hay que señalar que la situación actual del desarrollo económico en los países en desarrollo, tasas de empeoramiento y bajo crecimiento, son factores de los cuales se aprovechan los países desarrollados para alcanzar un alto nivel de desarrollo económico a través de las políticas de expansión empresarial. Ahora bien, las tendencias del nivel económico moderno nos llevaron a arrojar luz sobre las pequeñas y medianas empresas en los países en desarrollo, con todos los obstáculos que enfrenta este tipo de instituciones, con énfasis en el rol que en últimas juegan las organizaciones no gubernamentales en la financiación de la actividad económica. Desde esta perspectiva, se nota que la globalización va más allá del suelo territorial y administrativo de los países o las naciones, va más allá del estado físico o fronteras de la nación; “la palabra globalización vienen a la mente cada vez que hablamos de desarrollo masivo de las comunicaciones y la información, el espacio de internet y la tecnología” (La Desaparición de la Soberanía, la Publicación y Distribución, Amman 1994 p. 38).

PALABRAS CLAVES: Globalización, Pequeñas y Medianas Empresas, Oferta, Demanda, Desarrollo, Economía.

EFFECTS OF GLOBALIZATION IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

ABSTRACT

Small and medium enterprises represent one of the economic sectors that capture the great interest in the world, all projects, international and regional organizations, and researchers in light of developments and changes in the global economy due to its central role in production, employment and income generation, innovation and technological progress and its role in achieving economic and social goals for all nations. But it should be noted that the current situation of economic development in developing countries, worsening rates and low growth are the factors which developed countries are harnessed to achieve a high level of economic development through business expansion policies. However, the level of modern economic trends led us to shed light on small and medium enterprises in developing countries, with all the obstacles facing such institutions, with emphasis on the role that ultimately played by

non-governmental organizations in the financing of economic activity. From this perspective, we note that globalization goes beyond the territorial and administrative floor of the countries or nations, it goes beyond the physical borders of the state or nation; "The word globalization come to mind whenever we talk of massive development of communication and information, the Internet space and technology" (La Desaparición de la Soberanía, la Publicación y Distribución, Amman 1994 p. 38).

JEL: D21, D72, E11, E24, F01, F02, G18, M21.

KEYWORD: Globalization, Small Business, Supply, Demand, Development Economics.

INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, el fenómeno de la globalización es un factor importante que tiene un impacto en casi todos los negocios llevados a cabo. En donde la internacionalización de los mercados para la oferta y la demanda, al menos influye indirectamente en cada negocio. Ejemplos de ello son la entrada de nuevos competidores internacionales en la economía nacional, o los cambios en los comportamientos de los clientes o preferencias.

El entorno en el que estos acontecimientos tienen lugar está cambiando y se mueve a un ritmo acelerado; la integración política, económica y el avance tecnológico, facilitan en gran medida un fenómeno llamado "Globalización". Uno de los resultados es que los costos de la distancia se han reducido dramáticamente.

La transmisión y difusión de información en todo el mundo es supremamente fácil y a un costo bastante bajo, donde el progreso tecnológico en logística y distribución permite a todos los negocios comprar, vender y cooperar a escala global. Como resultado, la empresa puede operar en más mercados y las transacciones se puede hacer mucho más rápido y por un costo más bajo. Del mismo modo, los consumidores tienen una visión más clara de dónde comprar los mejor productos y servicios al mejor precio. Sin duda, una fuerza importante para muchas empresas pequeñas y medianas es su contacto directo del cliente y su capacidad para mantener una estrecha relación con estos. Sin embargo, a la luz del entorno empresarial de hoy en día todas las PYMES tienen que echar un vistazo más de cerca a su situación, incluso si quieren seguir con su estrategia local y si el negocio fuera de su región tradicional no tiene lógica estratégica.

Sin duda, las empresas multinacionales tienen la capacidad y los fondos para invertir en el exterior, entrar en nuevos mercados, y son capaces de mejorar la cobertura contra los riesgos financieros. Los consumidores, por el otro lado, se han beneficiado de los bajos precios de los bienes de consumo, donde, muchas industrias consolidadas y varias multinacionales masivas son las que domina el mercado mundial no obstante, diferentes industrias se ven afectadas de una manera diferente por la globalización, y el objetivo de este estudio es dar una mirada más cercana del como la globalización afecta las pequeñas y medianas empresas, ello, teniendo presente que según una

definición de la Unión Europea (UE), una pequeña empresa tiene hasta 50 empleados y una mediana empresa tiene al menos de 250.

Parece claro entonces, que las pequeñas y medianas empresas también tienen que encontrar una manera de lidiar con el aumento de la competencia como consecuencia de la globalización. En lugar de competir solamente con las empresas locales. Las pequeñas y medianas empresas, ahora compiten con varios contrincantes internacionales, ya sean empresas multinacionales u otras PYMES. En este contexto, tenemos como la innovación y la formación de alianzas estratégicas, son las respuestas para sobrevivir en el mercado local y global.

Hipótesis

En las Pymes existen restricciones para las diferentes las actividades innovativas de las restantes funciones. Esto se manifiesta, entre otros aspectos, en las dificultades para estimar los gastos involucrados en las actividades de innovación y en las limitaciones para planear *ex-ante* un presupuesto que contemple el financiamiento de las mismas.

Por lo tanto, una manifestación de la informalidad de las actividades innovativas de las Pymes es:

- 1) El escaso conocimiento de los gastos involucrados en las actividades innovativas en la mayor parte de las firmas, más allá del grado de importancia que alcancen las mismas;
- 2) La escasa presencia de un presupuesto específico *ex-ante* para las actividades innovativas en firmas de distinta capacidad innovativa.

Estos elementos constituyen una variable *proxy* del grado de informalidad de las actividades innovativas y de la ausencia de un lugar asignado *ad-hoc* (departamento de I&D) en el que se desarrollan las mismas.

- 3) Existe un umbral mínimo de tamaño necesario de las empresas que permite desarrollar actividades innovativas. En este sentido, en el universo particular de las Pymes, la capacidad innovativa debería estar asociada en forma positiva al tamaño de las firmas.
- 4) La capacidad innovativa de las firmas debería estar asociada en forma positiva al número de personas involucradas en las mismas, ya sea que trabajen en forma esporádica o con mayor exclusividad.
- 5) El desarrollo de actividades innovativas requiere como condición necesaria la existencia de un umbral mínimo de procedimientos y métodos escritos, tanto del proceso de producción como de la gestión global de la firma, constituyendo estas normas una variable *proxy* de las modalidades de gestión. Por lo tanto, la formalización

escrita de procedimientos productivos y organizativos debería estar asociada positivamente con la capacidad innovativa de las firmas.

6) La capacidad innovativa de las firmas debería asociarse en forma positiva con el grado de control de calidad que efectúan las empresas a los proveedores. Esta variable constituye otra *proxy* de las modalidades de gestión, reflejando la importancia que tiene la búsqueda de calidad por parte de la empresa.

7) Debido al reconocimiento de la importancia que tiene la innovación en el juego competitivo y en el fortalecimiento del posicionamiento de las firmas en el mercado, el comportamiento de las empresas en los últimos años debería estar asociado positivamente con su capacidad innovativa. Por eso, las firmas de mayor capacidad innovativa deberían ser las que registran el mayor dinamismo en términos de facturación y de exportaciones.

8) Como una variable *proxy* del impacto de las actividades innovativas, se estima el efecto de las mismas sobre los costos de producción y el margen de beneficios. Así, las firmas más innovativas deberían resultar aquéllas en las que los desarrollos realizados produjeron el mayor impacto en términos de caída de costos y aumento de beneficios.

9) A pesar de las características del proceso de innovación descritas a lo largo de este trabajo, se debería esperar algún tipo de asociación positiva entre la capacidad innovativa y el nivel de inversión, sea en activos tangibles como en intangibles.

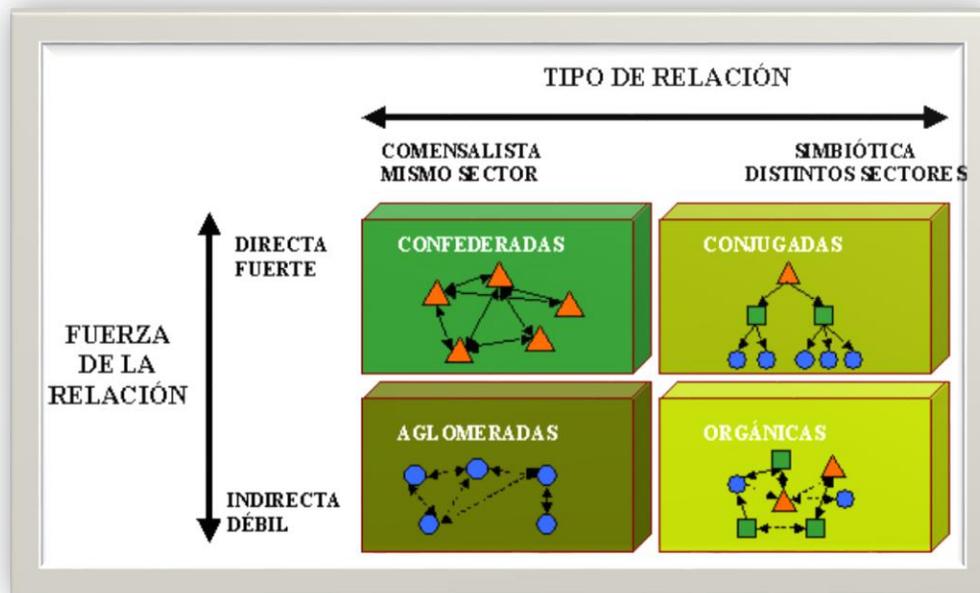


Imagen N-1. Modelos explicativos de las Redes de pequeñas y medianas empresas

Una vez identificado una tipología de redes que fuera consistente con una visión de la red como objeto susceptible de descomposición en unidades más pequeñas que permitan conocer mejor su estructura y comportamiento, el objetivo de la investigación se centraba en reconocer las formas de gobierno de los tipos básicos de red (o subredes), especialmente considerando sobre qué actores recae el control. Se van a establecer hipótesis para los dos tipos de subred o red empresarial más característicos entre las pequeñas y medianas empresas: las redes aglomeradas y las redes conjugadas. De la revisión de la literatura específica relacionada con cada tipo de subred se han establecido las hipótesis del modelo planteado para asociar tipos de redes y formas de gobierno de las mismas.

El modelo de Astley y Fombrun (1983) propone las formas de control básicas correspondientes a las redes de tipo aglomerada; es decir, las constituidas por un grupo amplio de empresas de una misma especialidad productiva, con relaciones comensalistas, pero con vínculos débiles e indirectos. Los autores proponen que la forma básica de gobierno en este tipo de agrupación empresarial pasa por la existencia de asociaciones empresariales y profesionales que articulan una serie de formas de coordinación, fundamentalmente formales, ya que los vínculos principales son débiles (Dollinger, 1990), que incluyen cuestiones como el control de precios, el uso de estándares comunes, etc. Camisón y Molina (1998) retoman esta forma de control externa a las empresas del sistema productivo local (en la medida en que la asociación profesional es una organización de coordinación y no una empresa productiva más de dicha red), articulándola sobre el concepto de monitorización. Por tanto, la hipótesis sobre el control en las redes aglomeradas debe recoger la existencia de asociaciones profesionales para controlarlas.

REVISIÓN LITERARIA

Objetivo General

Descubrir las ventajas y/o desventajas principales a las que se ven enfrentadas las pequeñas y medianas empresas teniendo presente el gran fenómeno de la globalización, desde el punto de vista equitativo que aplique el principio gana –gana, con el fin de reducir el impacto negativo que puede generar la globalización en las pequeñas y medianas empresas. En aras de lograr un crecimiento integral de estas, esencial para el éxito en un mundo comercial y cada vez más competitivo que vivimos en la actualidad.

Objetivos Específicos

Develar en las pequeñas y medianas empresas el principio generador de competencia, de trabajo en equipo, con el firme propósito de llevar sus negocios al éxito, evitando así, que las multinacionales lleven a la quiebra a las pequeñas empresas.

Identificar la importancia y el papel que desempeñan las pequeñas y medianas empresas en el desarrollo económico de un país.

Marco Metodológico

Hoy día tenemos una historia universal, y la civilización que nos ocupa ahora es también una civilización global, donde el último gran golpe en el mapa político, económico, social y cultural del mundo contemporáneo lo juega la globalización, en este lineamiento argumentativo, el presente trabajo aborda el tema de la globalización en las pequeñas y medianas empresas al momento de verse enfrentadas a este gran fenómeno en su localidad, desde un punto de vista descriptivo, analítico y argumentativo, lo que nos conllevara a analizar y aprovechar como profesionales íntegros las diferencias y circunstancias del momento en pro de lograr un crecimiento empresarial utilizando la variedad del pensamiento humano.

Sumado a lo anterior, responderemos interrogantes como: ¿Cuáles son las consecuencias, causas o efectos que trae la globalización para las pequeñas y medianas empresas en Colombia, y Cómo pueden estas competir con las grandes multinacionales que este fenómeno de la globalización genera? Por tanto, con la elaboración de la presente actividad académica conoceremos los diversos aspectos tendientes a establecer y entender la manera como desde la implementación acertada de un liderazgo objetivo anidado a una comunicación asertiva nos llevan a identificar las ventajas que puede tener la globalización para nuestras empresas.

Marco Teórico

Hemos decidido ofrecer un marco teórico para la hipótesis planteada, puesto que nos permite destacar los paradigmas pertinentes a la globalización, en donde, es requerido exponer con claridad el concepto de globalización, así como entregar una definición clara sobre las PYMES, para de esta manera hacer un análisis al respecto. Fijando nuestro propio punto de vista, fundamentados en la experiencia que a lo largo de los años han atravesado las Pequeñas y medianas empresas en nuestro país. Y teniendo en mente, los enfoques teóricos de las empresas de los países desarrollados y la política económica manejada por el mundo actual.

Ahora bien, el objeto a desarrollar en este temario, no hace referencia a la exposición de teorías económicas de antaño, más bien, el propósito es tomar estas teorías y aplicarlas a el fenómeno actual teniendo presente las PYMES en aras de socavar un resultado prospectivo de la mejor estrategia empresarial que deben seguir las pequeñas y medianas empresas para su éxito en el mercado.

En este sentido, es requerido un análisis sobre el impacto económico de las pequeñas empresas en la economía nacional, lo cual requiere depender de referencias y estudios anteriores como fuentes de información secundaria. Entonces, las PYMES

desempeñan un papel importante en la economía nacional y mundial como un afluente en dichas economías, suministrando una fuente generadora de empleos y progreso.

Conceptos y terminología de estudio

La Globalización

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) "La globalización es una interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada de generalizada de tecnología" (Pedreño Muñoz Andrés, 2006). En consecuencia, es requerido, conocer el desarrollo económico: como la parte física, que el Estado está trabajando en el desarrollo y el interés por la causa de los pilares básicos de cualquier desarrollo, también conocido como el proceso por el cual la transición de atraso al estado de progreso y esto requiere un cambio en las estructuras económicas, y por lo tanto se apaga un aumento de la capacidad productiva de los recursos económicos, tal como se define como el proceso de elevar el nivel de la renta nacional para que el giro que resulta en aumento en el ingreso promedio per capital. Ajustando un poco la definición podemos decir que desde un punto de vista partidario, la globalización es la intensificación del proceso de las relaciones sociales en todo el mundo de una manera que crea comunidades divergentes con el objeto que los eventos locales se forman en los eventos internacionales.

Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

Estas "se caracterizan por ser una micro, pequeña o mediana empresa, operada por una persona natural o jurídica, y bajo cualquier forma de organización. Asimismo, las pymes tienen libertad de desarrollar cualquier tipo de actividad, bien sea de producción, comercialización o prestación de servicios. Por otro lado, las pequeñas y medianas empresas, se identifican por estar formadas por personas que poseen poco talento técnico o de conocimientos en finanzas, marketing y otras áreas que las grandes empresas poseen. **Las pymes poseen un papel importante en la economía de cada país por la generación de empleos y por su contribución en la producción de un país, lo cual se observa en su Producto Interno Bruto.** Es en relación a este punto, y por su tamaño, objetivo, capacidad, y necesidad de competir con las grandes empresas, los pyme necesitan de ayuda y protección del Estado, a través del otorgamiento de créditos o financiamientos, así como la ayuda en gestión, innovación y desarrollo tecnológico" Significados. (2016). Significado de Pyme. (Online).

En concordancia a lo anterior, tenemos como en nuestro país, encontramos clasificadas las empresas en microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas y en el último escalafón encontramos las grandes empresas. Toda esta clasificación o categorización empresarial en Colombia está sujeta a la ley 590 de

2000, dada a conocer en el mundo empresarial como la ley Mi pyme, así como sus modificaciones realizadas mediante la ley 905 del año 2004.

En este contexto tenemos que para el año 2014 la clasificación empresarial teniendo en cuenta los activos totales según el salario mínimo mensual vigente estaba distribuida de la siguiente manera: una microempresa, estaba categorizada por la producción de activos totales SMMLV hasta 500 y con una planta de trabajadores que no sobrepase los 10 trabajadores. Entretanto, una pequeña empresa representaba activos totales SMMLV superior a 500 pero sin sobrepasar los 5.000, además su planta de trabajadores oscila entre los 11 y cincuenta trabajadores. En este orden, la mediana empresa representaba el equivalente SMMLV superior a los 5.000 sin que llegase a sobrepasar los 30.000 y cuya planta de trabajadores se encuentra en un rango de 51 a 200 trabajadores registrados en su nómina de personal. Puesto que el sobre paso de esta cantidad presupone la producción de activos de una grade empresa. Ley 1450, parágrafo 2º, artículo 43 (2011).

Debe observarse que La ley 1450 de 2011 dispuso en el Parágrafo 2o de su artículo 43 que: "Las definiciones contenidas en el artículo 2o de la ley 590 de 2000 continúan vigentes hasta entren a regir las normas reglamentarias que profiera el Gobierno Nacional en desarrollo de lo previsto en el presente artículo". Por ello y mientras no se reglamente el artículo 43 de la ley 1450 de 2011, deberá estarse a las definiciones contempladas en el artículo 2o de la ley 905 de 2004, en las cuales se refiere de manera exclusiva a la " Mediana Empresa pequeña Empresa y Microempresa" lo anterior, en aplicación a lo dispuesto en los parágrafos 1 y 2 del artículo 43 de la ley 1450 de 2011" (Ministerio de Industria y Turismo, 2013)

En consecuencia, se han hecho muchos esfuerzos de definición de proyecto PYMES, y se utiliza para ello, muchos estándares (como el número de empleados, volumen de ventas, y el importe de los activos); para determinar la definición, pero hay varias definiciones que arranca en general, de la voluntad de quien toma las decisiones que a menudo se ve afectada por el entorno de las políticas económicas para alcanzar la meta del desarrollo o lo social.

Ellos tienen diferentes definiciones que se ofrecen a las pequeñas empresas de un país a otro en función de las capacidades de las condiciones económicas, el progreso social, tecnológico y la extensión de la que prevalece, y la etapa de crecimiento alcanzado. La Organización de las Naciones Unidas define el Desarrollo Industrial de las pequeñas empresas como "aquellos proyectos dirigidos por uno de los propietarios y proporcionan la responsabilidad total y las dimensiones a largo plazo (estratégica) y corto plazo (táctica), como el número de empleados que oscila en entre 10-50

Ventajas e inconvenientes

El avance tecnológico y el desarrollo de los medios de comunicación traen consigo ventajas y oportunidades para la empresa sin embargo también traen amenazas; una empresa puede crecer y prosperar con la utilización de los avances tecnológicos si es que éstos se encuentran a su alcance, por otro lado puede empequeñecerse al no tener acceso a las nuevas tecnologías o medios a los que la competencia si puede. Aunado a esto la desaparición de las fronteras gracias a la nueva era global en la que vivimos hace posible que un competidor lejano sea próximo gracias a la amplia cobertura de los medios.

Las PYMES tienen grandes ventajas como su capacidad de adaptabilidad gracias a su estructura pequeña, su posibilidad de especializarse en cada nicho de mercado ofreciendo un tipo de atención directa y finalmente su capacidad comunicativa. La mayor ventaja de una PYME es su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa, con un importante número de empleados y grandes sumas de capital invertido. Sin embargo el acceso a mercados tan específicos o a una cartera reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o sus clientes.

Financiación. Las empresas pequeñas tienen más dificultad de encontrar financiación a un costo y plazo adecuados debido a su mayor riesgo. Para solucionar esto se recurren a las SGR y capital riesgo.

Empleo. Son empresas con mucha rigidez laboral y que tiene dificultades para encontrar mano de obra especializada. La formación previa del empleado es fundamental para éstas.

Tecnología. Debido al pequeño volumen de beneficios que presentan estas empresas no pueden dedicar fondos a la investigación, por lo que tienen que asociarse con universidades o con otras empresas.

Acceso a mercados internacionales. El menor tamaño complica su entrada en otros mercados. Desde las instituciones públicas se hacen esfuerzos para formar a las empresas en las culturas de otros países.

Las PYMES, en función de su escala, tienen una serie de “desventajas” que el Estado no puede ignorar. Así lo demuestran las experiencias de Brasil a través del SEBRAE, EE.UU, España, Italia o Francia.

Permítanme entonces hacer una reflexión: Las PYMES requieren básicamente dos conjuntos de hechos.

En primer término, aunque parezca obvio, una buena macroeconomía y un ambiente normativo y jurídico que permita tener previsibilidad en las decisiones.

En segundo lugar un conjunto de políticas específicas que incluyen las que se diseñen desde la Secretaria PYME, las implementadas desde otros organismos como la AFIP, Aduana; organismos provinciales, municipales.

El análisis de mercado, en él que debe radicar así:

- ✚ La identificación de oportunidades del negocio,
- ✚ La identificación del tamaño y composición del mercado,
- ✚ Las perspectivas de crecimiento del mercado,
- ✚ Las características del mercado objetivo,
- ✚ Detectar nichos no explorados,
- ✚ La competencia.
- ✚ El diseño o adaptación del producto y/o servicios para la exportación,
- ✚ Los patrones de consumo,
- ✚ Los pronósticos de demanda, y las ventas.

En Colombia, de acuerdo con la definición de la ley 590 de 2000 y la ley 905 de 2004 la microempresa es toda unidad de explotación económica realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbana con planta de personal hasta 10 trabajadores y activos de menos de 501 salarios mínimos legales mensuales vigentes. Según la ley 905 de 2004 la pequeña empresa es aquella con una planta de personal entre 11 y 50 trabajadores o activos entre 501 y 5000 salarios mínimos legales mensuales vigentes; por último la mediana empresa es aquella que cuenta con una planta de personal entre 51 y 200 trabajadores o activos totales entre 5001 y 30000 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Tabla 1: Ventajas e Inconvenientes

Tipo de Empresa	Empleados	Activos totales (SMLMV)
Microempresa	1-10	menos de 501
Pequeña Empresa	11-50	501-5.000
Mediana Empresa	51-200	5001-30.000
Gran Empresa	Más de 200	Mayor a 30.000

**y* (SMLMV)= Salario Mínimo Legal Mensual Vigente

Actualmente se ha reemplazado la medida del salario mínimo como medida para clasificar el tipo de empresa por tamaño a la de UVT (Unidad de Valor Tributario, Ley 590 de 2000).

Dos casos particulares

Sin perjuicio de poseer en general los rasgos descriptos las empresas unipersonales y las empresas familiares tienen particularidades que pasamos a enumerar

Las empresas unipersonales

La empresa unipersonal se caracteriza por haber sido creada para dar satisfacción a un proyecto personal de un "emprendedor" genuino, al calor de cuya habilidad o conocimiento especializado tuvieron comienzo.

El que dirige ocupa el lugar central, ofreciendo la imagen del "héroe fundador".

La empresa, a su vez, ofrece al empresario dueño una plataforma para proyectarse a la comunidad y desplegar un liderazgo, y lleva así la impronta de su creador.

El tamaño aludido permite al empresario la "conducción directa" y la plena vigencia de lo que E. Jaques llama el "factor de mutuo reconocimiento"... una orientación definida en las relaciones interpersonales que son directas y personalizadas, en contraposición a la distancia, separación entre la persona y el rol, el anonimato, propios de las organizaciones burocráticas de gran tamaño.

El dueño concentra la suma del poder y toda la racionalidad del sistema descansa en su propio juicio. Es la personalidad del empresario la que da la tónica de la dinámica y de la organización interna del sistema. Las empresas unipersonales son entonces "sistemas organizativos de comando directo". La dependencia y marcada centralización intensifican el carácter de hombre orquesta del empresario.

La clientela juega un rol protagónico. El trabajo es ofrecido a la manera de un servicio hecho a medida. Este enfoque es opuesto a la relación anónima, impersonal, masiva, propia de los sistemas burocráticos... en los cuales la ritualización fagocita la personalización. Dada la marcada importancia que en este sistema tiene la personalidad del empresario, las condiciones positivas pueden verse alteradas o distorsionadas por un estilo de conducción demasiado autoritario o egocéntrico, y porque aquél al auto-sobreestimar no vea con realismo su empresa y sus propios límites. Puede pasar así fácilmente del éxito al fracaso.

Principales agentes

Los principales agentes o impulsores de la globalización son los **bancos y las empresas multinacionales**.

Las empresas multinacionales son empresas muy grandes que operan en muchos países del mundo a través de sus filiales. Son como un "pulpo" que hace llegar sus

tentáculos a varios países del mundo. Las empresas multinacionales tienen su sede en los países desarrollados, son muy poderosas y controlan prácticamente el mercado de los principales rubros de exportación. Las empresas multinacionales aprovechan la mano de obra barata de los países en vías de desarrollo y de acuerdo a esto se trasladan hacia estos países.

Los bancos multinacionales, son el apoyo financiero de las empresas multinacionales, solo que aquí se trata de hacer crecer el capital financiero a través de las inversiones en los diferentes países. Estas inversiones se realizan en las bolsas de valores de todo el mundo, principalmente en Nueva Cork, Londres, Tokio, París, Frankfurt, Ámsterdam, Singapur, Hong Kong, etc. Los bancos multinacionales actúan unidos en grandes consorcios financieros y algunos abarcan bancos de muchos lugares. Por ejemplo. El consorcio financiero ORION, comprende los siguientes bancos: Westminster Bank (Gran Bretaña), Westdeutsche Landesbank (Alemania), Crédito Italiano (Italia), Banco de Santander (España), Chase Maniatan Bank (USA), Mitsubishi's Bank (Japón) y Orio Royal Bank (Canadá).

Los otros agentes de la globalización son: los tecnócratas internacionales, que son los intelectuales que trabajan para las multinacionales y las financieras; **los gobiernos**, que con sus políticas ayudan a las multinacionales a realizar sus operaciones; y, **los organismos financieros internacionales** como el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) que condicionan sus préstamos a que los países adopten métodos orientados a eliminar las barreras a la libre circulación del capital.

Mercosur

Cada país del Mercosur tiene su propia definición de pyme, sin embargo un grupo de trabajo del bloque desarrolló un criterio general el cual define una categorización para Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Esta categorización depende de un coeficiente de tamaño: (los valores fueron definidos en 1992)

Tabla N° 2: Estructura MERCOSUR

Tipo de empresa	Tiempo	(U\$S)	De tamaño
Microempresa	Hasta 10	Hasta 400.000	Hasta 0,52
Pequeña Empresa	Entre 11 y 50	Hasta 2.000.000	Hasta 2,58
Mediana Empresa	Entre 51 y 200	Hasta 10.000.000	Hasta 10

Dónde: cantidad de empleados de la empresa, cantidad de empleados de referencia, ventas de la empresa en dólares estadounidenses, ventas de referencia en dólares estadounidenses.

Altas y Bajas de Empresas

Debe Remarcarse que solo una pequeña parte de las PYMES exporta de manera regular. Es decir que hay una gran “entrada” y “salida” de empresas PYMES exportadoras, pudiendo definirse como PERSISTENTES solo al 17% del total de las empresas, como INCONSTANTES al 54%, y ESPORÁDICAS al 29%.

Altas 5.098 Empresas
Bajas 3.519 Empresas

¿Adónde Exportan Las Pymes?

Hace apenas dos años podíamos decir que las PYMES exportaban:

- Un 51% al MERCOSUR
- Un 9% a Chile
- Un 9% a EEUU
- Un 9% a U.E
- Un 5% a Bolivia

En la actualidad cuando se analizan los Destinos de las Exportaciones puede decirse que las mismas siguen orientándose hacia el Mercosur, en particular Brasil, aunque el conjunto de ventas externas se ha reducido en los últimos tres años en un 10% anual. Un estudio reciente de CERA señala que en el año 2002 se produjo una reorientación de las exportaciones hacia la Unión Europea y el resto de ALADI. De esta manera la UE ha recuperado los niveles que tenía en 1993.

Tabla N° 3: MERCOSUR

	MEDIANOS	PEQUEÑOS
MERCOSUR Y CHILE	41,9%	45,9%
UNIÓN EUROPEA	19,6%	16,1%
RESTO A.L.	12,2%	14,7%
EEUU	12,4%	10,9%

La Importancia del Comercio Internacional como Factor de Desarrollo.

Es por esa razón que las negociaciones comerciales internacionales tienen una extremada importancia para un país en la medida que en definitiva se trata de hacer ciertas concesiones con el fin de abrir mercados para nuestros productos.

Las tensiones existentes en el marco multilateral de la OMC, las dificultades en las negociaciones del ALCA, o la importante agenda internacional del MERCOSUR son un ejemplo de la magnitud de los intereses que están en juego en estas negociaciones.

En ese sentido el MERCOSUR como un mercado ampliado entre Cuatro Estados ha tenido una gran importancia para el comercio regional.

Basta para ello recordar la importancia que tiene para las pymes y el incremento comercial producido en los últimos quince años.

Seguramente Segre les haya recordado la importancia del mercado brasileño, que es un mercado en el que se consumen 1.300.000 lavarropas o 95 millones de litros de champú al año; que consume 1900 millones de pañales descartables, 126 millones de cepillos de dientes.

Pero además de la importancia del MERCOSUR como Mercado debe prestarse una especial atención a las relaciones del MERCOSUR con terceros países o conjuntos de países. En ese marco ubicamos las relaciones con Bolivia y Chile, dos Estados asociados. Los acuerdos de libre comercio entre el MERCOSUR y Sudáfrica, India, la Comunidad Andina, China, la negociación con la U. E, o la del ALCA.

Hace poco lo escuchaba a Javier Tizado contar que su consultora ha hecho un relevamiento sobre los mercados hacia donde están dirigidas el 80% de las exportaciones argentinas. Y afirmar los riesgos que en algún caso presentan los mismos ante la gran proliferación de **ACUERDOS BILATERALES** (132) homologados en la OMC que pueden hacer perder las ventajas competitivas de nuestras empresas (Ejemplo: Cosméticos)

La crisis de la región las empresas PYMES que han disminuido sus exportaciones a los países del MERCOSUR y aumentado sus flujos hacia la U. E, EE.UU., y el resto de ALADI.

Pero más allá de esto lo cierto es la región sigue siendo el principal mercado de las exportaciones con alto valor agregado.

Y al mismo tiempo ya hay quienes vislumbran una recuperación de la economía brasileña que ha bajado su riesgo país a 600 puntos y ya anuncia nuevas inversiones extranjeras directas.

El contexto Económico en que Operan las Empresas

Entre los factores sensibles que pueden ser modificados por las políticas públicas y que afectan el desempeño de las pymes se encuentran el clima de negocios y la estructura productiva, incluyendo factores como el acceso al financiamiento, a las tecnologías, los recursos humanos y la existencia de sistemas de articulación productiva, entre otros. Tanto el clima de negocios como la estructura productiva presentan limitaciones importantes al desarrollo de las pymes en la región.

Durante las últimas cuatro décadas en América Latina, la política hacia las pymes ha atravesado por distintas etapas en América Latina. En la década de los setenta y en parte en la de los años ochenta hubo acciones aisladas que no se enmarcaban en una actuación con orientación estratégica hacia este segmento empresarial. En general, los gobiernos intervenían activamente en la economía, pero sus acciones estaban focalizadas hacia determinados sectores o grupos de empresas. La mayoría de los países aún no iniciaba el proceso de reformas estructurales. En este escenario, las pymes eran consideradas agentes económicos que, en el mejor de los casos, era necesario proteger y, por tanto, no eran objetivos de la política de competitividad³ ni de los planes de desarrollo económico.

En este período las intervenciones más importantes hacia las pymes estaban asociadas a los programas de crédito de primer piso.

Entre fines de la década de los ochenta y mediados de los años noventa (posiblemente como consecuencia de una visión extrema de la neutralidad del Estado, pero también debido a los pobres resultados de las acciones anteriores), en América Latina se pasó a una visión según la cual “la mejor política era no hacer ninguna política”. A principios de los años noventa esta perspectiva se refuerza con las recomendaciones que planteó el Consenso de Washington, que consideran al mercado como el mejor articulador y asignado de recursos en la economía.

Paradójicamente, el consenso de Washington favoreció el resurgimiento del interés por las pymes. El escaso éxito de las reformas a mediados de los años noventa generó, entre otras consecuencias, tasas elevadas de desempleo en muchos países de la región.

Esto alentó el inicio de una nueva perspectiva sobre las pymes como generadoras potenciales de empleo, lo que favoreció un renovado interés en estas empresas, tanto en círculos académicos como políticos. Se crearon varias instituciones de fomento a las pymes en esa época: la Secretaría Pyme en Argentina (1997), la Subsecretaría para las Pequeñas y Medianas Industrias y Artesanías en Ecuador (1999) y la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) en El Salvador (1996). Sin embargo, ese mayor interés por las pymes no siempre fue acompañado de avances efectivos en materia de aplicación de las políticas, que muchas veces permanecieron al nivel de declaraciones o de documentos, con cierto nivel de difusión pública pero escasos resultados concretos.

Tema de investigación

El impacto de la globalización difiere de una industria a otra. El objetivo de este estudio es investigar el impacto de la globalización en las Pequeñas y medianas; así las cosas, en la globalización es interesante como muchas industrias están relacionadas con servicios y, tradicionalmente, el sector servicios es el sector menos globalizado, debido a las fuertes fuerzas locales.

Eso tiene mucho que ver con los servicios personales, que es un aspecto dominante en la industria local. En contraste, por ejemplo, con el sector manufacturero, donde las economías de escala son exploradas con más facilidad. La dinámica de las fuerzas globales y locales es un aspecto que juega un papel importante en esta actividad académica.

Es de analizar como la tendencia a la expansión global ha aumentado a pasos agigantados debido en gran parte al hecho que en los últimos años se ha producido un rápido cambio tecnológico en el acceso global a internet transformando la forma en que los compradores y vendedores realizar negocios. Medios de telecomunicaciones ha facilitado la difusión de la cultura de masas global.

El cambio en la tecnología se ha desplazado hacia la oferta y la demanda entre países de una manera más ejecutable, generando mayor capacidad para dominar la producción de bienes de consumo con el resto del mundo.

En el mercado actual, un mayor acceso a internet ha creado un mercado de compradores. Los consumidores ya no tienen que viajar a diferentes ubicaciones físicas para investigar precios y características de los productos y son capaces de comparar precios con tan solo dar un clic.

Los vendedores están obligados a seguir el ritmo de sus competidores y nuevos mercados emergentes en el aumento de la velocidad para proporcionar información sobre sus productos, características y acceso las 24 horas del día, los siete días de la semana. Todo ello, ha venido formando una interdependencia creciente de las economías nacionales, en donde las fronteras geográficas son cada vez menos irrelevantes.

Así las cosas, podemos dar luces que la creciente tendencia hacia la globalización es el resultado de emergentes nuevos mercados, en consecuencia, el auge de clases medias en China y el Medio Oriente están impulsando la demanda de bienes de consumo y servicios de la construcción, la tecnología y las industrias de las finanzas.

De este modo, las empresas multinacionales que buscan "expandir su presencia geográfica" a través de la expansión global a menudo se benefician aumentando su visibilidad tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, con cualquier nueva oportunidad siempre implica algún riesgo.

En donde, tenemos como algunos obstáculos comunes, que las pequeñas empresas pueden experimentar, cuando se aventuran en el extranjero son los siguientes: normas y prácticas de empleo, dado que, por ejemplo, cuando una empresa intenta enviar una carta de oferta a un trabajador extranjero prospectivo; sin investigar las regulaciones de empleo, la empresa pasa por alto la necesidad de un contrato oficial de empleo de permanecer en la ordenanza con las regulaciones locales. El resultado final en estas condiciones es tiempo perdido, el aumento de los gastos, y, posiblemente, pérdida del trabajo realizado.

De otra parte, la incapacidad para regular o controlar la actividad y las prácticas económicas de las empresas transnacionales es una gran desventaja cuando se trabaja de forma remota. Ahora bien, el envío al extranjero es diferente y con ello, viene un conjunto diferente de reglas sobre la importación.

Una vez más, muchas corporaciones nacionales no investigan las regulaciones de envío y de importación de ultramar y los costos de sus productos. Los gastos de envío pueden ser grandes, generando trastornos económicos y/o administrativos.

Impacto de la Globalización en las Pequeñas Empresas

Nos permitimos esbozar este impacto con una historia clásica, a menudo utilizado por los socialistas para resaltar los "males de una sociedad capitalista" - el pequeño tendero de la ciudad es despiadadamente llevado a la quiebra por el nuevo gran supermercado en la ciudad. La pequeña tienda de comestibles de la ciudad puede tener una base de clientes establecida y las relaciones de amistad con la comunidad, pero simplemente no puede igualar los bajos precios ofrecidos por el gran supermercado.

Al ser una empresa nacional grande, estos hipermercados, tiene los recursos globales en expansión y están dispuestos a sacrificar márgenes para sacar del camino a los competidores locales. Al final, la lealtad del cliente no significa nada y el tendero se declara en quiebra, décadas de duro trabajo diezmado durante la noche; esta es una anécdota muy conocida en referencia al impacto de la globalización en las pequeñas empresas.

Es así como, las grandes multinacionales aprovechando al máximo las ventajas de la globalización – como la subcontratación, los tipos de cambio irregulares, y los modelos de ventas de alto volumen de bajo margen – hacen casi imposible competir en su contra. A estas alturas de nuestro análisis surge el interrogante:

¿Cuáles son los impactos de la globalización en el pequeño empresario, y cómo puede defenderse de los golpes que inevitablemente vienen en camino? A este y otros interrogantes, que iremos develando lo largo de esta actividad académica dejaremos clara respuesta y sustentación, en los párrafos siguientes.

De otra parte, la globalización de la producción, el trabajo tradicional ha evolucionado en gran manera, desde el momento mismo en que se forma la red de producción global, se está transformando todos los países a una parte del sistema de producción global. En este sentido, la locomotora del Comercio Mundial de la economía mundial, incluyendo el hecho de que la tasa de crecimiento del comercio mundial ocupa una posición avanzada en la economía mundial es una prueba de ello. Si tomamos el período de 1990 a 1997, como un ejemplo, nos encontramos con que el crecimiento anual del tamaño de la exportación mundial a un ritmo del 7% frente al 3% del PIB mundial. La creación de la Organización Mundial del Comercio en 1995 ha impartido la formación de un sistema global de comercio multilateral.

Fue la globalización un impacto significativo en las comunidades, después de haber llevado a obtener las divisiones entre ellos, es decir, entre los que son capaces de utilizar las tecnologías modernas y los medios de comunicación y de información por y entre quienes no pueden debido a la incidencia de la pobreza o la falta de conocimientos y habilidades necesarias en el otro lado, y esto es lo que lleva para conseguir un hueco en el tamaño de la operación con las variables cualitativas.

Marcas Globalizadas

Tenemos como "El Manifiesto Comunista", Marx, advirtió que las pequeñas empresas locales, inevitablemente, serán eliminadas por las grandes empresas multinacionales en una forma de capitalismo imperialista. Según él, la destrucción de las empresas locales conduce a la pérdida de la cultura local, y el surgimiento de una cultura corporativa anónima singular que sólo varía ligeramente de un país a otro. Vemos, por ejemplo, como en nuestras grandes ciudades, parece que las palabras de Max, se tornan reales, cuando el paisaje urbano está lleno de, Hewlett-Packard, AT&T, Ford Motor, Exxon Mobil, Pizza Huts, McDonalds y Starbucks. Un recorrido por las zonas comerciales de nuestras ciudades principales es prácticamente idéntico a uno en los Estados Unidos, con las mismas marcas multinacionales - Armani, Coach, Chanel, Gucci - que recubren los pasillos como una tienda del aeropuerto anónimo libre de impuestos.

Sin embargo, dando un vistazo más de cerca, las empresas multinacionales de hoy en día están muy lejos de los imperialistas siniestros que Marx profetizó. Las marcas están muy localizadas para dar cabida a los gustos locales, y las empresas han forjado relaciones mutuamente beneficiosas con países extranjeros para promover sus ventas. Los gobiernos extranjeros también son rápidos para echar a los delincuentes que no juegan con sus mismas reglas. Mientras que algunas pequeñas empresas, como la tienda local antes mencionada, han perecido, no obstante, están aquellos que han evitado ser aplastado por una gran empresa, globalizada. Todavía hay un montón de pequeños restaurantes exitosos y cafeterías, a pesar de la subida de los restaurantes multinacionales estadounidenses. ¿Cómo sobreviven estos restaurantes? La respuesta salta a la vista, lo logran al proporcionar elementos de menú locales tales como bandeja paisa, sancochó de gallina criolla, ajiaco, changua, etc. que esas cadenas no

tienen la experiencia para hacer. La lección para un pequeño negocio es simple - no seguir haciendo hamburguesas en un McDonalds que viene a la ciudad a vender algo más.

La Importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas. ¿Por qué Apoyarlas?

Las micro, pequeñas y medianas empresas, tienen una gran importancia en la economía, en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo.

Las empresas micro, pequeñas y medianas representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales; de hecho, en el contexto internacional se puede afirmar que el 90%, o un porcentaje superior de las unidades económicas totales, está conformado por las micro, pequeñas y medianas empresas. (DANE, 2009).

Las pequeñas y medianas empresas representan una gran proporción de los proyectos industriales en muchos países del mundo en diferentes etapas de crecimiento, ya que representa el contenedor de mano de obra básica y contribuyen de manera efectiva en las exportaciones y a aumentar las capacidades de innovación. Algunas estadísticas indican que “las pequeñas y medianas empresas representan alrededor del 90% del total de empresas en la mayoría de las economías en el mundo, y proporcionan entre (40% - 80%) del total de oportunidades de trabajo y dan empleo (50% - 60%) de la fuerza laboral mundial. Estos proyectos contribuyen con alrededor del 46% del PIB mundial, y hacen una contribución significativa en el producto interno bruto de muchos países. Por ejemplo, las pequeñas y medianas empresas aportan alrededor del 85%, del PIB tanto en Inglaterra y Estados Unidos, respectivamente. Estadísticas disponibles para algunos países del mundo árabe muestran que el número de empresas industriales emplean a menos de diez trabajadores representan el 95% en Egipto y el 42% en Túnez y el 50% en Marruecos”. (Banco Nacional, 2004)

Los datos disponibles indican que no es muy diferentes con el resto del mundo, los gobiernos de los países desarrollados han comenzado tanto a ser conscientes de la importancia del papel de las PYMES en sus economías, y por lo tanto los gobiernos han comenzado a apoyar estos proyectos a través del desarrollo de una serie de políticas, leyes y reglamentos que ayuden a las pequeñas y medianas empresas a prosperar y trabajar en un entorno económico saludable.

Y si en los países desarrollados o países en desarrollo las pequeñas empresas son las más numerosas en comparación con el número de medianas y grandes empresas y son las principales empleadores de mano de obra y la más barata en la provisión de

oportunidades de empleo, ya que es su mayor papel en la satisfacción de las necesidades locales de la población de los bienes y servicios de los precios en función de su poder adquisitivo, y la más dependiente de las materias primas en el medio ambiente local y la tecnología local más utilizado; aumentando así el valor añadido a la misma, ya que proporcionan una alternativa local para una gran cantidad de bienes importados.

En consecuencia, podemos afirmar que las PYMES, generan importancia para la economía nacional dado que: Primero: aumentar el ingreso promedio per cápita, y los cambios en las estructuras empresariales y la sociedad, el cambio en la estructura empresarial y de la comunidad, y este cambio va acompañado de un crecimiento en la producción, y esto va a permitir la formación de la riqueza de las personas mediante el aumento del número de participantes en los beneficios del desarrollo. Segundo, aumento de la oferta y la demanda al asegurar nuevo capital que se expande junto con el crecimiento de la oferta, y el uso de la producción y nuevas energías para el crecimiento de la demanda. Tercero, la innovación y la capacidad de cerrar la brecha entre el conocimiento y las necesidades del mercado. Donde el desarrollo depende de la creatividad, no sólo el desarrollo de un nuevo mercado de productos o servicios, sino también el interés simultáneo en invertir en la obtención de nuevos proyectos. Y por último tenemos como los estados pueden fomentar la tendencia hacia el liderazgo en ciertos actos tales como: tecnológica, o fomentar la tendencia hacia ciertas áreas y por algunos de los incentivos a los propietarios de las PYMES.

De otro lado, las PYMES pueden contribuir al desarrollo de las exportaciones, ya sea mediante la producción directa o indirecta, a través de la alimentación de las grandes organizaciones de materiales intermedios que necesita. Como también, son la base para el desarrollo de la economía a través de su transformación posterior para grandes proyectos o ideas que ofrecen grandes oportunidades. Ejemplos claro lo vemos en empresas que llevaron a la evolución de la economía en Estados Unidos, donde las mayorías de las grandes multinacionales iniciaron de la nada, como "Ford" cuyo fundador era un mecánico.

Problemas que Enfrentan las Pequeñas Empresas en Colombia.

Entre los problemas más importantes que enfrentan las pequeñas empresas en Colombia, tenemos el problema de la financiación y comercialización del producto, bien sea de manera interna o externo; y la escasez de personal administrativo y de bajo de nivel tanto profesional como técnico. Así como, el bajo nivel de habilidades entre los trabajadores y la necesidad urgente de más servicios e instalaciones en diferentes zonas.

La financiación es uno de los problemas más importantes que enfrentan las pequeñas empresas, porque los bancos suelen ver que los riesgos asociados con los préstamos a estas, es mayor que los riesgos asociados con los préstamos a grandes proyectos, debido tal vez, a la falta de confianza financiera que proyectan la PYMES, perdiendo la

oportunidad de expandir sus negocios. Donde a menudo, las pequeñas empresas se quejan que los bancos tardan mucho tiempo para terminar las operaciones de crédito. Ahora bien, entre las razones de la demora en la concesión de créditos para estos proyectos se encuentra la falta de garantías exigidas por los bancos.

El segundo problema que enfrentan las pequeñas empresas es la escasez de personal administrativo calificado para ejecutar pequeños proyectos como sea necesario, así como baja administrativa contable, económica y nivel técnico. El tercer problema es la comercialización de productos tanto en el mercado nacional o en los mercados extranjeros, la dificultad de marketing interno puede estar en el pequeño tamaño del mercado, o la falta de posibilidad de comercialización según el caso.

En cuanto a la comercialización externa de cualquier exportación en el extranjero que, sin duda, no es una tarea nada fácil y requiere un gran potencial y habilidades, así como información sobre los consumidores un de índole extranjera, y los niveles de precios y el nivel de calidad requerida para la exportación, junto con el bajo nivel tecnológico de muchos de los productos de las pequeñas empresas.

A estas alturas de nuestra intervención, cabría la pena preguntarnos: ¿Cómo superar los problemas que enfrentan las pequeñas empresas en Colombia? Haciendo un análisis a esta pregunta, es preciso aclarar que para resolver el problema de la financiación se debe trabajar para ofrecer créditos flexibles a mediano y largo plazo a las pequeñas empresas, a fin de que puedan comprar maquinaria y adquirir materia prima, para resolver el problema de las garantías exigidas por los bancos con el objeto de proporcionar créditos. Tenemos por ejemplo como Gran Bretaña, Japón y Jordania, están proporcionando una garantía de préstamo para pequeños proyectos de servicio por parte de ciertos porcentajes, pero no cubre la totalidad del préstamo.

En el área de desarrollo, se requiere de un gran esfuerzo del personal administrativo para llevar a cabo más programas de capacitación para el personal que trabaja en la industria, en las diferentes áreas de la empresa. Además de lo anterior, las pequeñas empresas deben ser dirigidas en pro de fomentar el espíritu de competencia entre estos proyectos y mejorar la productividad para completar el bucle a través del pago de estas industrias hacia el procesamiento productivo de suministros y piezas de repuesto para los grandes proyectos.

Cotizaciones Y Outsourcing:

Hace décadas atrás, en una temporada, en que "Hecho en los EE.UU." significa los productos bien hechos que usted podría ser patrióticamente orgullosos. Hoy en día, "Hecho en los EE.UU." por lo general significa pagar los altos costos laborales, que trata de los sindicatos y ganar irremediamente pequeñas ganancias en los márgenes de productos delgados. Fue debido a esto que el outsourcing - o cambiar su base de producción a otro país - se convirtió en atractivo. Menores costos de

materiales y mano de obra en un país con una moneda más débil aumentan ganancias considerablemente.

Las pequeñas empresas no suelen tener la ventaja de la creación de asociaciones de outsourcing con fábricas en el extranjero, y están en grave desventaja en los precios, las empresas multinacionales, tienden a explotar este modelo de negocio al máximo, la creación de productos muy baratos en China, marcando hacia arriba ligeramente y sólo ganando solamente un estrecho margen en cada producto. El objetivo de este modelo de negocio es el uso de alto volumen de ventas para compensar su baja rentabilidad por producto.

Un objetivo más inmediato es socavar los competidores locales, que son físicamente incapaces de igualar los precios bajos debido a la falta de una infraestructura de outsourcing, y acabar con ellos con una guerra de precios. Después de que se han eliminado todos estos competidores locales, la gran empresa es libre de aumentar los precios de nuevo, ya que se ha consolidado como un monopolio local. Como una pequeña empresa, que es casi imposible para protegerse de este tipo de asalto. Si quiere mantenerse firme y luchar, entonces la mejor estrategia es aliarse con otras empresas locales y poner en común sus recursos. Ofrecer campañas cruzadas de publicidad gratuita y atacar a la gran amenaza multinacional juntos. Aunque no se puede ofrecer descuentos en todos sus productos para defenderse, que ofrece rotación de ventas en productos selectos pueden atraer a los clientes. En una guerra sin cuartel contra los grandes, el enemigo de tu enemigo es tu mejor amigo reza el adagio popular.

Algunas Ventajas de la Globalización son:

Se disminuyen los costos de producción y por lo tanto se ofrecen productos a precios menores.

Aumenta el empleo en los lugares donde llegan las multinacionales, especialmente en los países subdesarrollados.

Aumenta la competitividad entre los empresarios y se eleva la calidad de los productos.

Se descubren e implementan mejoras tecnológicas que ayudan a la producción y a la rapidez de las transacciones económicas.

Mayor accesibilidad a bienes que antes no se podían obtener en los países subdesarrollados.

Algunas Desventajas de la Globalización son las Siguietes:

Mayor desigualdad económica entre los países desarrollados y subdesarrollados debido a concentración de capital en los países desarrollados (acumulación externa de capital).

Desigualdad económica dentro de cada nación ya que la globalización beneficia a las empresas grandes y poderosas.

En los países desarrollados aumentará el desempleo y la pobreza porque las empresas grandes emigran hacia otros lugares en busca de mano de obra y materia prima barata.

Mayor injerencia económica de parte de los países desarrollados hacia los países subdesarrollados o en vías de desarrollo.

Degradación del medio ambiente por la explotación de los recursos.

Menor oportunidad de competir con esos grandes monstruos que son las empresas multinacionales.

Mayor fuga de capitales porque cuando las empresas multinacionales lo decidan, se trasladan hacia otros países que les ofrezcan mejores ventajas en su producción.

La Globalización ha venido transformando y revolucionando el mundo en el que vivimos y esto es a través de los procesos en tecnología, comunicación, política, economía; y esta desde luego tiene como interrelación a los pequeños y medianos empresarios (PYMES).

Los Pymes, se convierten en la mayor fuente generadora de producto, que se insertan efectivamente en el mercado, ya que estas brindan recursos humanos eficientes, mano de obra calificada, mejor adaptación a los cambios del mercado, decisiones rápidas y oportunas ante la globalización. Pero es necesario reconocer que estas no están del todo preparadas para enfrentar a este reto llamado globalización por varios motivos como; falta de apoyo de instituciones financieras, no contar con productos innovadores entre otras y estas se ve día a día amenazadas por competencia fuertes con empresas de grandes capitales y reconocimiento mundial un claro ejemplo de ellas se ven en las empresas transnacionales, multinacionales.

Pero es importante mencionar que existen algunas oportunidades para las Pymes la vinculación con empresas transnacionales por medio de acuerdos, franquicias, etc. y esto tiene como objetivo a finalidad introducirse al mundo globalizado.

Existen algunos pasos claves para que la Pymes tenga opciones de competir donde su creatividad y adaptabilidad puedan sobrevivir en el entorno globalizado.

Tener un producto de calidad competitivo elegir el mercado teniendo en cuenta similitudes como proximidad, expectativa de crecimiento.

Decidir la estrategia internacional

Elaborar un buen plan de negocios

No obstante las Pymes poseen también algunas características que les ocasionan problemas en su crecimiento así como en la penetración del mundo globalizado.

La participación limitada en el comercio Exterior
Accesos limitados a fuentes de financiamiento

Capacitación deficiente de los recursos humanos existen algunos beneficios que brindan la globalización a los Pymes cuando estos se encuentran en su entorno:

La diversificación de riesgo frente a la inestabilidad del mercado interno aprovechamiento de las instalaciones existente Mejora la imagen en relación con proveedores, bancos y clientes.

Participar e integrarse en una economía globalizada de mercado.

Aumento de competitividad mediante la adquisición de tecnología.

Realización de alianzas estratégicas con empresas nacionales y extranjeras.

Disminución del riesgo de depender de un solo mercado.

Conocemos que la globalización está presente en todos los ámbitos de interés nacional, siendo su principal protagonista la economía, en este sentido, las empresas sin importar la dimensión de estas se ven afectadas sus actividades, y en gran medida se encuentran amenazada por el actual entorno.

La tendencia de los negocios a globalizarse se está acelerando a medida que aparecen nuevos competidores globales. El objetivo de muchos empresarios al globalizar sus actividades es el dominio sobre su competencia y no tan solo llegar a nuevos mercados.

Esta situación perjudica principalmente a las Pequeñas y Medianas empresas. Ya que estas observan como cada vez aumentan más los competidores extranjeros y, también, como sus competidores nacionales toman medidas estratégicas destinadas a penetrar en nuevos mercados en el exterior. Es por ello que esta Pymes crean nuevas estrategias por medio de la fusión de empresas de mismo u otro sector económico, para así lograr competir a la misma escala que las empresas extranjera.

Pero también es importante reconocer los beneficios que les trae a los Pymes cuando estos se involucran en la Globalización, aunque está clara que para lograr hacerlo se necesita apoyo de instituciones financieras que apoyen al crecimiento y penetración a nuevos mercados.

La globalización ha venido transformando el mundo en que vivimos. Si tenemos la oportunidad de viajar a diferentes lugares del mundo, encontraremos marcas conocidas en cada rincón de la tierra, sin importar lo lejos que este lugar se encuentre ni lo arraigado de las tradiciones locales.

Las empresas multinacionales luchan por ganar mercado en cada país del globo terráqueo. La pelea por conseguir consumidores para sus productos o servicios ya no se circunscribe a un solo país o región, sin embargo la competencia en cada plaza se da contra jugadores locales o en el mejor de los casos nacionales, que ven afectada su operación por la llegada de competidores con presencia de marca mundial.

Las más afectadas ante este entorno de competencia son las pequeñas y medianas empresas (pymes), ya que no cuentan con: el apoyo de un corporativo poderoso, una economía de escalas por tener una operación globalizada, contratos benéficos con proveedores por el tamaño de la operación, entre muchas otras limitantes.

Ante esta realidad se pudiera pensar que las pymes son una especie en extinción; sin embargo su tamaño, estructura ligera, conocimiento del mercado local, entre otras características, hacen que éstas se puedan adaptar más fácilmente a un mercado cambiante y buscar ventajas competitivas.

Las pymes tienen diferentes opciones para competir, donde su creatividad y adaptabilidad serán fundamentales para sobrevivir en un entorno globalizado:

La primera es aliarse a las grandes empresas transnacionales, siendo su proveedor de productos o servicios. Una segunda opción es realizar outsourcing a las empresas transnacionales, debido a que la legislación laboral, fiscal, civil, así como la proveeduría al gobierno, entre otros rubros es particular en cada país, las empresas globalizadas deciden contratar los servicios de expertos en el área y no quedarse ellos con la responsabilidad.

Por ejemplo, una de las grandes fortalezas de Bimbo es su distribución; ellos llegan con sus productos hasta las tiendas que se ubican en la ranchería más alejada del país y esa es su gran ventaja competitiva.

Otra opción es atacar los nichos de mercado desatendidos por las empresas globalizadas, que por su misma naturaleza tienen productos estandarizados, para que sus clientes consuman el mismo producto sin importar el país en que se encuentren.

Hay estrategias al alcance de las pymes para poder sobrevivir en un mundo globalizado, ya sea aliándose a los competidores globales o bien atacándolos en flancos donde su propia naturaleza empresarial no les permite modificarse.

METODOLOGÍA

La presente propuesta se clasifica en la categoría de tipo de estudio documental. Tiene su base en la descripción, permitiendo caracterizar de manera detallada escenarios, sujetos, actores y sucesos insertos en la realidad. Se centra en la indagación e identificación de procesos económicos actuales e intenta dar cuenta de la realidad de una forma objetiva.

Es un método sumamente minucioso y específico de un conjunto de información real. Este tipo de trabajo encaja dentro de la investigación descriptiva ya que puede circunscribirse también a aspectos de la realidad física que incluye, a menudo, también aspectos de la realidad social.

Este escrito da cuenta, descriptivamente, de una realidad contextuada de orden social y económico, indaga las principales causas, dinámicas y estado actual e intenta, mediante una visión global, informar lo más pormenorizadamente, acerca del acontecimiento socio - económico que se ha presentado como objeto de análisis.

CONCLUSIONES

La capacidad de hacer negocios a nivel internacional es una necesidad absoluta para una pequeña empresa para seguir siendo competitivos en el actual mercado. La globalización ofrece oportunidades para crecer, sin embargo, con las pequeñas empresas, la expansión global requiere un cuidadoso pensado plan de negocios, apertura transfronteriza, la cooperación y la colaboración.

Es bien sabido que las pequeñas y medianas empresas juegan un papel importante en el desarrollo económico en general y en el desarrollo industrial, en particular, son la columna vertebral para el sector privado, y representan más del 90% del total de proyectos en el mundo; representando la base del desarrollo integral en el que se genera abundante fuente de trabajo, contribuyendo así, en la reducción del creciente fenómeno del desempleo, el logro de un equilibrio regional de desarrollo integral. Así que las pequeñas empresas son más importantes para nuestra economía para lograr un desarrollo integral, y tienen muchas de las repercusiones económicas que desempeñan un papel clave en la economía nacional y el desarrollo local.

Las pequeñas y medianas empresas apoyan la construcción global de la capacidad productiva, ellas ayudan a absorber los recursos productivos en todos los niveles de la economía y contribuir al establecimiento de un sistema económico caracterizado por el dinamismo y la flexibilidad, que se unen a las pequeñas y grandes empresas. Se extiende sobre un ámbito geográfico más amplio de grandes proyectos, y apoya el desarrollo y el crecimiento de la iniciativa empresarial y las habilidades y ayudar a reducir las disparidades económicas entre las zonas urbanas y rurales.

No hay duda de que la operación de la mano de obra local representa un objeto importante de los objetivos de desarrollo, particularmente en los países en desarrollo, y debe ser el conocimiento de la contribución de la pequeña empresa en este sentido y debe calcular el número de empleados contratados por estas empresas. Así como la relación entre el empleo de productos nacionales al empleo total proporcionada por pequeños proyectos.

El sector de las PYMES representa el caballo de carreras para abordar la crisis del desempleo en Colombia en la etapa que viene, lo que hace imperativo que el gobierno se haga cargo de este sector de gran importancia, especialmente en lo que representa alrededor del 80% de la economía global, y lo que representa el 82% del volumen total de empleo.

Podemos afirmar luego de esta investigación que es altamente satisfactorio para poder concluir que existe siempre una manera de sobrevivir a las pequeñas y medianas empresas con una buena administración incluso en mercados difíciles con competencia interna y externa.

RECONOCIMIENTOS

Primeramente A Nuestro Creador Dios Todopoderoso quien me ha puesto la sabiduría para culminar con éxito “Especialización de Alta Gerencia” y quien me ha, iluminando mi camino; con su protección y bendición para enfrentar a todos los retos y problemas durante mis estudios y en mi vida cotidiana; de igual manera a Nuestro Señor Y Salvador Jesucristo, quien me fortalece y me alienta cada día a seguir adelante por el camino correcto al igual que el Espíritu Santo.

A mis Padres Jorge Enrique y Clara Inés por infundir en mi la lucha y el deseo de superación; resaltando el apoyo en los momentos de duda, desesperación y felicidad.

A mi Esposa Jeimmy Alexandra y a mi hija Sarah Dahiana por su apoyo y comprensión quienes son el motor de mi vida para luchar día a día en este mundo lleno de retos profesionales.

A mis Hermanos Andrés Giovanni y María del Pilar por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar. A mi sobrino Jerónimo quien ha sido y es una mi motivación, inspiración y felicidad.

Así mismo, expreso agradecimientos a:

A la Universidad Militar Nueva Granada, en cabeza de sus docentes de la “Especialización de Alta Gerencia” quienes con sus conocimientos y experiencias nos guiaron a mis compañeros y a mí para lograr el objetivo de culminar con éxito la Especialización.

A mis compañeros de la “Especialización de Alta Gerencia” en especial a ADRIANA TORRES PABON, IVONNE JULIETH VALBUENA DIAZ, SAUL HUMBERTO VALDERRAMA PEDRAZA que siempre estuvieron dispuestos a ofrecerme su ayuda y colaboración, para culminar con éxito la Especialización.

Por ultimo al grupo de Trabajo de Profesionales en cabeza de La Doctora Zulma Eliana Hurtado Moreno quien fue la que me motivo para que realizara la “Especialización de Alta Gerencia” y hoy le puedo decir muchas gracias por su apoyo incondicional.

BIBLIOGRAFÍA

Banco Nacional de Egipto. (2004). Pequeñas microempresas la Ley N ° 141 de 2004, el Boletín Económico, Número IV, Tomo VII cincuenta, El Cairo, p. 74.

BANCOLDEX S.A. (2013). Clasificación de empresas en Colombia. Ministerio de Industri y Comercio. Consultado en:. Obtenido de <https://www.bancoldex.com/Sobre-microempresas/Clasificacion-de-empresas-en-Colombia315.aspx>

BARABBA, V. (s.f.). De regreso a la cueva de Platón: El diseño de le empresa en una era de incertidumbre. En: TAPSCOTT, Don. La era de los negocios electrónicos: Cómo generar utilidades en la economía digital. Bogotá: McGraw-Hill, 1999. p. 34-59.

BBVA, D. d. (20 de Noviembre de 2014). Empleados Felices, Empresas Mas Productivas. Especial, Empleados Felices, pág. 4.

Campell, A. (2007). "Smaller and Younger Companies Get Overseas Presence." Small Business Trends. Obtenido de <http://smallbiztrends.com/2007/12/smaller-and-younger-companies-get-overseas-presence.html>

Craig C., P. (2008). Work motivation in organizational behavior. New York (EEUU): Psychology Press.

Davalos, J. (21 de Septiembre de 2015). Biblioteca Jurídica Virtual. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Tomado de:. Obtenido de <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/139/15.pdf>

De la Cruz Gamonal, A. (2008). SISBIB, Sistema de Bibliotecas. CULTURA ORGANIZACIONAL GERENCIA DEL FUTURO. Gestión en el Tercer Milenio. UNMSM. Facultad de Ciencias Administrativas ISSN versión electrónica 1728-2969. tomado de:. Obtenido de http://www.sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v02_n4/cultura.htm

Flores, K. (2013). Las PYMES Vrs la globalización. Obtenido de <http://kvanesf.blogspot.com.co/2013/04/los-pymes-vrs-la-globalizacion.html>

G., R. (2001). La Motivación es la Respuesta, Industrial y formación comercial. Los Angeles: Editions. Volumen 33. Pág, 26 a28.

Gegrafia, I. N. (2009). DANE. Obtenido de Micro, pequeña y mediana empresa: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf

Geografía., I. N. (2009). Micro, pequeña, mediana y gran Empresa. Tomado de:. Obtenido de

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf

Gonzalez Gamboa, G. (2012). Los conflictos en la empresa. Definición, análisis y soluciones. Gestión polis. Tomado de: . Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/los-conflictos-en-la-empresa-definicion-analisis-soluciones/>

González García, M. J. (2006). Habilidades Directivas. Malaga: Innovación y Cualificación, S.L.

Lawrence S., y. J. (2009). Provando una medida explicita e Implicita de la Motivacion. Revista Internacional de Análisis Organizacional, 103 -120.

Lock E., y. L. (2006). Nuevas Orientaciones de la Teoría de la Fijación de Objetivos. . España: Globo .

M., P. V. (2010). Liderazgo y Motivación de Equipos de Trabajo. Madrid (España): Esic.

Mollá, A. M. (10 de Octubre de 2013). Euroresidentes.com. Obtenido de Motivación Pasión por la vida: <http://motivacion.euroresidentes.com/2013/09/motivacion-empresarial.html>

Muñoz , A. (16 de Enero de 2006). Economía de la Globalización. (U. d. España, Productor, & Facultad de Economía Universidad Alicante) Recuperado el 25 de enero de 2016, de. Obtenido de <http://economia-globalizacion.blogspot.com.co/2006/01/qu-es-la-globalizacion.html>

P., R. G. (2001). La Motivación es la Respuesta, Industria y Formación. España: Globo.

restrepo, J. c. (junio de 2013). la globalización en las relaciones Internacionales, actores internacionales y sistema internacional. Recuperado el 13 de Mayo de 2014, de http://virtual2.umng.edu.co/moodle/pluginfile.php/66923/mod_assign/intro/Restrepo-Velez-Juan%20Camilo-%20La%20globalizacion%20en%20las%20relaciones%20internacionales-actores%20internacionales%20y%20sistema%20internacional%20contemporaneo.pdf

Ruiz Rojas, P. (s.f.). Las Habilidades Gerenciales y su Importancia en la Dirección Empresarial. Administración. Tomado de: . Obtenido de http://www.metalactual.com/revista/27/admin_habilidades.pdf

Sanz de la Tajada,. (1994). Integración de la identidad y la imagen de la empresa. Editorial Esic. España.

Salome vivas M. (2013). Problemas Laborales. Recursos Humanos UPA. Tomado de: . Obtenido de

http://ingsalomeuparecursososhumanos.blogspot.com.co/2013/04/tecnologia-en-mantenimiento-docenteing_13.html

Schmalt H. D., S. K. (2000). El Estado Actual de la Medición Motivacional. . Mexico.

Significados. (s/f.) En Significados.com. Significado de Pyme. Disponible en: <http://www.significados.com/pyme/>. Consultado 25 de enero de 2016.

T., P. V. (2010). Liderazgo y Motivacion en Equipos de Trabajo. España: Esic Editorial