



***ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR MICROEMPRESARIAL
COLOMBIANO: UNA MIRADA CON ENFOQUE ASOCIATIVO***

***ANÁLISE DE COMPETITIVIDADE DO SETOR MICROEMPRESARIAL
COLÔMBIANO: UM OLHAR PELO ENFOQUE ASSOCIATIVO***

***COMPETITIVENESS ANALYSIS OF THE COLOMBIAN MICROEMPRESARIAL
SECTOR: A LOOK WITH ASSOCIATIVE APPROACH***

Recebido: 23/11/2018 – Aprovado: 21/12/2018/ – Publicado: 02/01/2019

Processo de Avaliação: Double Blind Review

Gustavo Adolfo Rubio-Rodríguez¹
PhD en Administración y Gestión de Proyectos
Corporación Universitaria Minuto de Dios
gustavo.rubio-r@uniminuto.edu.co

Aracelly Buitrago Mejía
PhD en Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad del Tolima
abuitragom@ut.edu.co

RESUMEN: Dado que el sector microempresarial en Colombia representa alrededor del 97% del total de las empresas, existe interés de los sectores público y privado por lograr que éstas alcancen un alto grado de competitividad; esto, con el propósito de que consigan insertarse sin mayor restricción en los mercados globalizados. Por tanto, se requiere conocer cuál es el nivel de competitividad y cuáles son las debilidades que afrontan, con miras de disponer de un diagnóstico de gestión administrativa con el cual ambicionan impulsar su desarrollo. Por lo anterior, este manuscrito presenta un análisis reflexivo que permite identificar cuáles son los factores que influyen en las microempresas para obtener cierta competitividad, en razón a que existen documentos de política pública y privada que consideran que la asociatividad en el sector microempresarial podría perfeccionarse.

¹ Autor para correspondência: Cra. 9 No. 60 – 50, Ibagué, Tolima, Colômbia.

Palabras Clave: Competitividad; asociatividad; microempresas; pequeñas y medianas empresas.

RESUMO: *Dado que o setor de microempresas na Colômbia representa cerca de 97% de todas empresas, há interesse dos setores público e privado para alcançar um alto grau de competitividade; isso, com o objetivo de fazê-los se inserir sem grandes restrições nos mercados globalizados. Portanto, é necessário saber qual é o nível de competitividade e quais as fragilidades que eles enfrentam, a fim de ter um diagnóstico de gestão administrativa com o qual aspiram promover seu desenvolvimento. Portanto, este manuscrito apresenta uma análise reflexiva que permite identificar quais são os fatores que influenciam as microempresas a obterem certa competitividade, pois existem documentos de políticas públicas e privadas que consideram que a associatividade no setor das microempresas pode ser melhorada.*

Palavras-chave: Competitividade; associatividade; microempresas; pequenas e médias empresas.

ABSTRACT: *Given that the microenterprise sector in Colombia represents about 97% of the total number of companies, there is interest from the public and private sectors to achieve a high degree of competitiveness; this, with the purpose of getting them inserted without major restriction in the globalized markets. Therefore, it is necessary to know what is the level of competitiveness and what are the weaknesses that face, with a view to have a diagnosis of administrative management with which they aspire to promote their development. Therefore, this manuscript presents a reflexive analysis that allows us to identify which factors influence microenterprises to obtain certain competitiveness, because there are public and private policy documents that consider that associativity in the microenterprise sector could be improved.*

Keywords: Competitiveness; associativity; microenterprises; small and medium businesses.

1. INTRODUCCIÓN

Desde el año 1996 en Colombia la Asociación Colombiana de la micro, pequeña y mediana empresa ACOPI ha venido trabajando en diversas regiones del país el programa de Desarrollo Empresarial Sectorial (PRODES), pero en la región del Tolima – Colombia, el gremio económico Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) inicia el desarrollo de este programa en el año 2008 (Buitrago y Torres, 2013), con el propósito de fortalecer la gestión de los micro y pequeños empresarios para que puedan mejorar su competitividad. Las intervenciones y los programas de fortalecimiento realizados

por ACOPI no se encuentran documentados y esto muestra una necesidad de consolidar prácticas de asociatividad en una metodología que sirva de guía para que otros puedan replicarlas.

Dado que es bastante difícil que las empresas de tamaño micro alcancen individualmente un alto crecimiento, hagan innovación, posicionen nuevos productos y se vuelvan competitivas en un mercado global altamente exigente, ACOPI Tolima considera que si las empresas pertenecientes a un mismo sector económico, ejemplo el sector de la confección textil, o el de turismo, o calzado, o restaurantes, o transporte, o artesanías, entre otros, trabajaran unidas, tendrían mayores posibilidades de lograr sostenibilidad y supervivencia, lo que les permitiría incrementar su producción, mejorar su productividad, generar mayor competitividad, presencia y permanencia en los mercados.

La economía Colombiana está soportada en su mayoría por empresas de tamaño micro; alrededor del 97% de las empresas del país están ubicadas en esta categoría, lo cual obliga a trabajar en la búsqueda de alternativas para lograr que esas empresas sean competitivas y puedan sostener el empleo que actualmente generan o inclusive incrementarlo. Diversas instituciones públicas y privadas consideran que la asociatividad de este segmento empresarial, podría ser una alternativa para mejorar su competitividad, lo cual refleja la importancia de analizar en este trabajo de revisión documental, la competitividad desde la gestión y organización empresarial.

2. PERSPECTIVA TEÓRICA

2.1. CONCEPTO DE COMPETITIVIDAD BAJO LA MIRADA DE DIFERENTES AUTORES

Para autores como Rodríguez (2003), el concepto de competitividad está asociado en algunos casos a la microeconomía. Según este autor, la competitividad se refiere a:

La capacidad de una empresa para producir bienes y servicios destinados a los distintos mercados donde compite, aumentando o incrementando su cuota de participación relativa en ellos y obteniendo una renta con la que se retribuye a los propietarios de todos los recursos implicados. En definitiva, es una forma de expresar la posición relativa de la empresa en los mercados interior y exterior en

relación con los competidores, en otros casos a la macroeconomía la define como la capacidad de un país para producir bienes y servicios competitivos en los mercados internacionales, al tiempo que se mantiene o aumenta la renta nacional. También se podría aplicar el concepto no a la economía en su conjunto, sino a una de sus industrias o sectores. Desde este punto de vista, se define la competitividad como la capacidad de un sector para aumentar, en condiciones de libre competencia, su participación en los mercados interior y exterior, a la vez que mantiene un crecimiento satisfactorio de las rentas reales generadas por su actividad.

Cada uno de los diferentes enfoques de competitividad ha sido objeto de estudio de diferentes campos del conocimiento. Así, la teoría del comercio internacional, que intenta explicarla desde los orígenes y la justificación del comercio entre países, se centra fundamentalmente desde lo macroeconómico. En el caso de la economía industrial este enfoque se ocupa del análisis de las características estructurales de un sector, es decir, desde el enfoque sectorial.

Por último, la competitividad influye en la gestión empresarial. Para los estudiosos de la economía de la empresa lo fundamental es su estudio desde una perspectiva integradora que englobe sus diferentes niveles o dimensiones, que coinciden con las definiciones que se acaban de mencionar, y no sólo el que corresponde a un enfoque microeconómico.

La conjunción de las variables macroeconómicas con los aspectos asociados a la estructura de los sectores económicos no ofrece una visión completa de los sectores, puesto que no analiza a fondo el papel de la empresa. De ahí que sea necesario considerar un tercer nivel de análisis, el nivel empresarial, en tanto que este considera que, dentro de cada sector, las empresas determinan su propia competitividad a través de capacidades de gestión y organización interna. Las empresas ya no son unidades cerradas (la especie de caja negra que postula la teoría tradicional del comercio internacional), sino organizaciones con distintos grados de eficiencia. Por lo tanto, la empresa también es una generadora importante de ventajas para la competitividad.

En el presente trabajo se aborda la competitividad desde la gestión empresarial y la organización, componentes importantes de la competitividad empresarial. Por lo anterior, estar organizado y formalizado no significa solamente estar registrado ante los entes regulatorios (Cámara de Comercio, Alcaldía Municipal y Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, entre otros), sino además desarrollar la gestión empresarial de manera

organizada, teniendo documentados todos los procesos referidos en la NTC 6001 (2008), modelo de gestión para la micro y pequeña empresa. Por eso mismo no se hablará de competitividad desde la visión innovadora y exportadora hasta tanto las empresas no dispongan de la organización empresarial que genere la suficiente confianza a clientes, proveedores, empleados, inversionistas, financiadores e inclusive competidores, tal como lo plantea Koontz (2012).

Esta revisión temática también ha tomado como guía teórica principal algunas de las corrientes modernas del pensamiento económico administrativo, sintetizadas en la influencia de la organización y gestión empresarial sobre la competitividad. Este soporte teórico se construye desde el significado de la competitividad con base en la gestión y organización empresarial y sus modelos de medición; también desde los antecedentes de asociatividad, experiencias, importancia y beneficios de la asociatividad empresarial.

Si bien es cierto que al hablar de competitividad empresarial una de las propuestas más completas es la Porter (1993), y que él mismo denomina la estructura del diamante, en el presente trabajo se reivindica lo dicho por Koontz (2012), por cuanto:

Existen estudios realizados en el ámbito de la economía industrial que señalan que los beneficios medios de las empresas de diferentes sectores difieren entre sí, lo que significa que las oportunidades de éxito o fracaso de las empresas están condicionados por el sector o industria a la que pertenecen. Los trabajos realizados en el campo de la economía industrial vinculan el éxito empresarial con las características de la industria a las que se integra la empresa. Este aspecto de la competitividad queda recogido en el esquema elaborado por Porter (1980) de las cinco fuerzas competitivas que actúan en los sectores industriales y que determinan la rentabilidad que pueden obtener las empresas.

Sin embargo, este enfoque no profundiza el papel de la empresa en la competitividad, haciéndose necesario estudiar el impacto que puede tener la capacidad de gestión y organización interna de la empresa en su competitividad.

Las condiciones del sector microempresarial del Tolima en Colombia no encuadran en el concepto de competitividad definido como productividad y que están basadas en el axioma que sostiene Porter (2003) y que además es el basamento de su aporte a la teoría empresarial moderna, lo cual es totalmente pertinente y encuadra perfectamente en la realidad del mundo empresarial de las grandes empresas norteamericanas y posiblemente del

primer mundo, no así para el tercer mundo y para la realidad centroamericana y mucho menos para el mundo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas (Rivas, 1998).

Por su parte, Fea, (1995) citado por Rivas (1998), afirma que el nivel de competitividad de una empresa está siempre definido por su intrínseca “manera de ser” dentro de un determinado contexto socioeconómico. Del anterior planteamiento se puede colegir que la competitividad es una característica interna al sistema de empresa, y tiene un valor único constituido por muchos factores que concurren a determinarlo y está en función de la capacidad del empresario y de la gerencia para gestionar, es decir, para involucrarse en todos los ámbitos de la empresa: estratégico, financiero, comercial, producción, tecnológico, ambiental, etc., requeridos por el negocio. La competitividad no es un estado empresarial al cual se llega sino que es la continua búsqueda de mejorar el desempeño en todas las áreas que integran una empresa, de tal manera que no se es competitivo de una vez y para siempre sino que esto es algo que se debe estar construyendo y, “en su búsqueda de forma permanente, es una lucha sin fin” (Rivas, 1998:1).

2.2. ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DESDE LA GESTIÓN Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS COLOMBIANAS

Seguidamente se presenta este análisis desde la perspectiva de los diversos enfoques existentes de la competitividad, por lo cual, Gómez (2008) afirma que:

Nadie duda de la importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de las economías de los países de América Latina y el Caribe, a pesar de que no es posible determinarla en su exacta magnitud. Las Mipymes tienen una importante contribución al crecimiento económico, la competitividad, la innovación y la creación de empleo de los países de la región. Como consecuencia, muchos gobiernos e instituciones privadas han puesto en marcha políticas y programas para promover a este segmento empresarial.

Paradójicamente, pese a la gran importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas para las economías de la región, es poco lo que conocemos en detalle sobre ellas. Con la diversidad de definiciones que varían entre países e incluso entre

sectores económicos, es difícil monitorear el desarrollo de estos grupos de empresas al interior de cada país y, peor aún, resulta sumamente complejo realizar análisis comparativos de corte transversal. (p. 18)

Por su parte, Zevallos (2003), comenta que las condiciones que desde hace más de una década generaron interés por las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina, no ha cambiado; al contrario, se han agudizado por la presencia de nuevos elementos en el entorno empresarial. El autor considera de especial relevancia la mirada hacia el sector microempresarial dado el enorme potencial que tiene como generador de empleo. Sin embargo, el grado de desarrollo relativo de cada estrato empresarial determina en muchos casos sus necesidades de apoyo y/o fomento. En el caso de la microempresa, las políticas generadas a lo largo del tiempo han tenido un claro sesgo asistencialista que sólo ha reproducido la situación de este estrato y no ha logrado mejorarlo cualitativamente.

En la mayoría de los casos la solución se enfoca en la definición de políticas y marcos regulatorios que de hecho son muy importantes, puesto que definen las reglas de juego con las que las empresas deben actuar, como en el caso de Colombia con la Ley Mipyme (2000), modificada por la Ley 905 de 2004 que busca promover el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, las cuales continúan estratificando a las empresas con base en el número de empleados y el monto de sus activos, pero es bien importante también, hacer el análisis de las características endógenas de las empresas: el desarrollo tecnológico, estratégico, operativo, el compromiso con el cuidado medio ambiental, la responsabilidad social y la gestión de la calidad, con el desarrollo de los empleados y del propio empresario, con la forma de realizar la gestión administrativa, de medir la productividad, entre otras, pues estas son el norte hacia donde se enfoca el presente trabajo, para disponer de información que permita desarrollar acciones de fortalecimiento de cada una de las áreas de gestión de este segmento microempresarial. Las áreas de problemas comunes de las empresas identificadas por varios autores refieren a “las finanzas, tecnología e información, comercialización y comercio exterior, estructura regulatoria y competencia, organización y cooperación, recursos humanos y otros factores” (Zevallos, 2003:61).

En la investigación realizada por Cabrera, López y Ramírez (2011), a propósito de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas colombianas, se muestra el escaso desarrollo sobre el estudio de la competitividad empresarial de ellas y la ausencia total de competitividad en lo relacionado con las microempresas, las cuales ni siquiera son mencionadas en el informe. Esto conlleva a reflexionar sobre la enorme importancia que adquiere el presente estudio sobre este segmento empresarial que representa más del 96% del conglomerado empresarial del país y de la región, lo que en sí mismo convoca a realizar estudios y propuestas sobre su competitividad.

Algunas metodologías de medición de la competitividad en las pequeñas y medianas empresas (pymes) mencionadas en este trabajo, son las realizadas por el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad ICESI, cuyo mapa de competitividad fue desarrollado con el auspicio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). El mapa es una herramienta de diagnóstico que se aplica en la empresa, permite conocer su estado inicial frente a la competitividad, identificar las áreas en las que presenta fortaleza y aquellas en las que se tiene debilidad, con el propósito final de desarrollar planes de acción que conduzcan al mejoramiento de su competitividad. Una de las grandes ventajas de este mapa es que representa de forma gráfica los rasgos y características de competitividad de la empresa.

3. CONSIDERACIONES FINALES

El Estado colombiano, conocedor de que algo más del 96% de las empresas son de tamaño micro, reconoce que es bastante difícil que individualmente estas sean competitivas, por lo cual establece una política pública orientada al fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas. El Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) expidió el Documento CONPES 3484 (2007), documento en el cual se considera que las micro, pequeñas y medianas empresas son actores estratégicos para el desarrollo del país, y define la asociatividad como una de las actividades claves para lograr que se constituyan en fuente creciente de ingresos, empleo de calidad y logren posicionarse en los mercados nacionales e internacionales.

Por su parte, el Documento CONPES 3527 (2008) en su política nacional de competitividad y productividad, tiene como uno de sus pilares el desarrollo de sectores o clústeres de clase mundial. En la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Tolima, además de identificarse las actividades y encadenamientos productivos más promisorios, se enfatiza en la promoción de la asociatividad empresarial y en la consolidación de cadenas productivas y clústeres.

En efecto, la mayoría de los sectores identificados en la apuesta productiva tienen una estructura empresarial en la que predominan las micro, pequeñas y medianas empresas, por lo que la asociatividad es considerada como la mejor alternativa para organizarse y realizar el desarrollo e innovación de productos y/o servicios, así como la penetración y desarrollo de mercados. También en el Plan Regional de Competitividad y el Programa de Transformación Productiva Sector de Clase Mundial, la asociatividad es uno de los diez (10) proyectos priorizados.

González, Leal y León (2016), afirman que, desde el año de 1996, algunas entidades del gremio económico como la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) y el Programa de Desarrollo Empresarial Sectorial (PRODES) basado en la idea de asociatividad, vienen trabajando con el propósito de fortalecer la gestión de los micro y pequeños empresarios para que puedan ser competitivos. Inicialmente el programa estuvo dirigido a trece (13) sectores industriales de diez (10) regiones del país. Después de ello han sido numerosos los proyectos asociativos que se han desarrollado en Colombia. Según Durán (s.f.) dentro de estos proyectos unos enfocados a establecer redes empresariales verticales que involucren el desarrollo de proveedores, u horizontales, están conformadas por empresas que pertenecen al mismo eslabón de la cadena productiva y pueden estar integradas por empresas que elaboran un mismo producto; en otro caso, por empresas con productos que aportan un portafolio complementario.

En la mayoría de los documentos de política pública y privada para el fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas, se considera la asociatividad como una estrategia para mejorar la competitividad de este segmento empresarial. Sin embargo, aún no se define cómo implementar la asociatividad empresarial para que tenga un efecto positivo en los resultados

de las empresas y en el desarrollo de la región, y si efectivamente el trabajo asociativo contribuye al incremento de la competitividad de este segmento empresarial.

Finalmente se concluye que los modelos de asociatividad son una herramienta efectiva para que los sectores productivos pequeños y medianos logren insertarse y mantenerse en unos mercados que son cada vez más regionales, abiertos y competitivos. De igual forma, es importante resaltar que dichos modelos se constituyen en formas alternativas de generación de riqueza y equidad dentro de los sistemas económicos y sociales de un país. En este sentido, las alianzas estratégicas se han convertido en una táctica importante para mitigar los impactos de los ciclos económicos, particularmente aquellos en los que la economía atraviesa por dificultades.

REFERENCIAS

Buitrago, A., y Torres, F., (2013). Asociación Colombiana de la micro, pequeña y mediana empresa ACOPI TOLIMA. *Programa de desarrollo empresarial sectorial PRODES* . Ibagué. Colombia.

Cabrera, A., López, P., y Ramírez, C. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. *Documentos de investigación*, 4, 8-54.

Documento CONPES 3484. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Departamento Nacional de Planeación - Dirección de Desarrollo Empresarial (2007). Política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado. Bogotá. p. 12.

Documento CONPES 3527. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Departamento Nacional de Planeación (2008). Política nacional de competitividad y productividad. Bogotá. p. 1.

Gómez, M.. (2008). Asociación Colombiana de la micro, pequeña y mediana empresa ACOPI ANTIOQUIA. *Programa de desarrollo empresarial sectorial PRODES*. Medellín. Colombia.

Instituto Colombiano de Normas Técnicas. ICONTEC. (2008). *Norma Técnica Colombiana NTC 6001. Modelo de gestión para microempresas y pequeñas empresas (MYPES)*. Bogotá: Instituto Colombiano de Normas técnicas y Certificación.

Koontz H., W. H. (2012). *Administración. Una perspectiva global y empresarial*. México D. F.: McGraw-Hill.

Ley 590 10 de julio de 2000 (LEY MIPYME). Reducción en pago de parafiscales para nuevas Mipymes. Recuperado en http://www.mincit.gov.co/publicaciones/13639/ley_mypime

Porter, M. (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.

Porter, M. E. (2003). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto.

Rivas Villatoro, A. (1998). La competitividad una lucha sin fin para las PYMES.CEP. Costa Rica: Universidad Latina de Costa Rica. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos15/competitividad-pymes/competitividad-pymes.shtml>.

Rodríguez, A. (2003). La realidad de la pyme colombiana. Desafío para el desarrollo.

Zeballos Vallejos, E. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Revista de la CEPAL*.