

**UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA**



LAS PYMES DE BOGOTÁ FRENTE A LA GLOBALIZACIÓN

Autor

ANDREA DEL PILAR MARTÍNEZ ROMERO

ENSAYO

Profesor

Dra. Faneth Serrano Ledesma

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ**

2013

**UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA**



LAS PYMES DE BOGOTÁ FRENTE A LA GLOBALIZACIÓN

Autor

ANDREA DEL PILAR MARTÍNEZ ROMERO

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ
2013**

INTRODUCCION

Las pymes representan hoy una unidad fundamental en el desarrollo y crecimiento de nuestro país, y de la mayoría de economías mundiales. Estas empresas cuentan con gran capacidad de adaptación a los cambios lo que les permite ajustarse al entorno que en él operan. No obstante, poseen unas necesidades que deben resolver y enfrentar para poder sobrevivir en el entorno competitivo en el que viven.

Las pymes colombianas han dejado de lado el campo de la apertura internacional y la globalización; pero los tiempos han cambiado, y generado nuevas estructuras y cambios gubernamentales que les están permitiendo cumplir con el rol de empresas estimuladoras y generadoras de empleo.

Por lo anterior el presente trabajo tiene como objetivo identificar y analizar cuál es la situación actual de las pymes en Colombia y especialmente en la región de Bogotá. Es importante resaltar que las pymes siguen presentando muchas deficiencias que las hacen vulnerables frente a la competencia entre las que podríamos destacar la falta de tecnología, los altos intereses para acceder a capital de trabajo y estructuras organizacionales de carácter familiar y sin proyección; sin embargo, algunas de ellas se preparan para afrontar los retos que se avecinan.

Los empresarios deberán tener en cuenta que la globalización además de significar mayor competencia y oportunidades de desarrollo, representa un cambio de visión. Esto se evidencia principalmente en campos como el tecnológico, educativo y en los esquemas organizacionales. Por lo tanto los administradores deberán prepararse a través de capacitaciones y accediendo a la educación formal que les permita quitarse la venda de los ojos y enfrentarse con todas las herramientas a los diferentes cambios que se avecinan.

Se pretende comprender si la educación puede generar que los individuos adquieran actitudes emprendedoras y el rol que el estado tiene en este sentido. En consecuencia el evaluar y trabajar en el mejoramiento de la educación frente a los desarrollos de emprendimiento lograría que en la sociedad los emprendimientos cobren mayor importancia.

En consecuencia el éxito de la productividad de una empresa y especialmente en la alta dirección, depende del líder, del empresario, del gerente que proyecte y dirija la organización hacia las metas propuestas. Promoviendo dentro de su equipo de trabajo el aprendizaje constante, la capacitación continua creando una cultura de excelencia con calidad y servicio, lo cual generará compromiso ético en la compañía.

LAS PYMES EN BOGOTA FRENTE A LA GLOBALIZACIÓN

La empresa de negocios tiene dos y solamente dos funciones básicas: marketing e innovación. No es necesario que un negocio crezca en tamaño, pero es necesario que mejore constantemente

Peter Drucker

La creación de empresas constituye uno de los motores más importantes en la economía de un país; son éstas las que generan riquezas y desarrollo sin importar en que sector se encuentren. Es de resaltar que las empresas exportadoras ayudan a dinamizar el intercambio comercial entre países y adicional internacionalizan el mercado de una nación. Ante los retos que se presentan para Colombia frente al fenómeno de la globalización, es necesario identificar qué factores podrían alterar el normal funcionamiento y desarrollo de las Pymes en Colombia.

La educación es uno de los factores de éxito empresarial, que permite identificar y detectar las oportunidades del mercado y sentir una mayor seguridad en sí mismos para crear su empresa. En una región como Bogotá, el reto de avanzar hacia la meta de convertirse en una ciudad emprendedora tiene implicaciones de alta complejidad, más aún cuando desde la misma academia no reforzamos la habilidad de convertirnos en empresarios.

Francisco Javier González Sabater (2009), manifiesta en su libro 5 claves para innovar lo siguiente: “Entiende lo que pasa en tu mercado. La primera recomendación va destinada a reflexionar sobre el entorno actual en que las empresas deben competir, el cual está marcado por la globalización e internet, y se mueve a una velocidad vertiginosa...la conclusión será que las empresas han de ser rápidas si quieren tener posibilidades de adaptarse y sobrevivir en este contexto”.

Dicho de otro modo la globalización es un proceso que avanza a grandes pasos y que busca incluir a todos los países del planeta, en todos los campos, específicamente en la parte económica. Es necesario que cada país cuente con herramientas necesarias para poder competir de forma eficiente y eficaz la nueva estructura del contexto internacional, para que pueda participar activamente en él, sin quedar de lado frente a los retos que se presenten.

En el caso de Bogotá, las pymes tienen un reto gigante para avanzar hacia la meta de convertirse en una ciudad emprendedora, más aun cuando se constituye en la principal fuente de generación de empleo y además estimula la economía. En una ciudad como Bogotá de más de 7 millones habitantes, con una concentración de población de niveles de educación bajos y bajos ingresos y perteneciendo a un país en desarrollo el desafío se hace más interesante. La ciudad emprendedora deberá ofrecer soluciones para esta población, trabajando en emprendimientos de largo alcance.

Es apropiado citar las palabras de David Guillermo Payana Director Centro de Investigaciones Escuela de Finanzas y Comercio exterior, registrada en la

Revista de difusión científica Universidad Sergio Arboleda (2010) en donde expresa:

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

Por esto sería importante revisar si actualmente existen iniciativas y esfuerzos por parte del gobierno nacional, organizaciones, instituciones financieras y algunas asociaciones entre otros, para promover e impulsar el fortalecimiento de este sector. Pero en realidad es que el entorno sigue lleno de incertidumbre y pesimismo, porque el proceso de apertura comercial está extendiéndose sin considerar las condiciones de nuestra región. En efecto la desigualdad y la concentración de riqueza en unos pocos, ayuda a que la incertidumbre sea mayor.

Las pymes de la ciudad presentan muchas deficiencias que las hacen débiles frente a la competencia, en donde podría destacar las siguientes: la falta de dinero (capital), falta de enfoque, falta de capacitación del empresario y resistencia al cambio. Estos factores entre otros, se deberán tener en cuenta ya que operar un negocio pequeño será más difícil en el futuro. Para aquellos que pretenden sobrevivir con un negocio de estas

dimensiones, no solo es necesario el trabajo duro, sino también hacerlo de manera inteligente.

El ex presidente Alan Garcia en el VII Foro de la Micro y Pequeña empresa (2012) asegura lo siguiente “Las pymes están viviendo una etapa que las beneficia, son las más flexibles por estar en etapa de formación, lo que les permite incorporar tecnología con mayor facilidad. Además, el mundo nunca antes había estado tan comunicado e informado, esa ventaja les permite identificar oportunidades no sólo a nivel local, sino global”.

Esta afirmación nos permite pensar que para que las pymes puedan triunfar y alcanzar los objetivos que se trazan deberán revisar continuamente y tener muy claro las estrategias que se plantean, el modo de su operación y los objetivos del negocio. Por otra parte, deberán siempre tratar de anticiparse a los cambios, ya que la improvisación en estos casos no podría tener buenos resultados. La mejor forma de prevenir el descalabro es crear la empresa sobre bases sólidas que permitan continuidad y crecimiento.

Adicionalmente es fácil identificar que actualmente no existe una cultura exportadora bien establecida, sumado a que no cuentan con un direccionamiento estratégico, que les permita ser competitivos. Los empresarios deberán tener en cuenta que los cambios de la economía, especialmente los tratados de libre comercio, además de significar una mayor competencia y unas oportunidades de desarrollo presentan un cambio de visión. Porque la competencia presiona a las empresas para ejercer procesos de cambio continuo.

Cabe destacar que la innovación puede estar presente en cualquier sector, y es una parte importante del sector empresarial. Peter Drucker (1986) expresa en su libro *La innovación y el empresario innovador*. "El empresario innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresario innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad.

En otras palabras no solamente es tener la iniciativa, sino que se requiere de empresas que permanentemente efectúen cambios favorables para el crecimiento y desarrollo económico. Además la formación de un emprendimiento no debe ser visto como un proyecto de soluciones económicas, sino que deberá apuntarle al desarrollo de soluciones diversas y productivas que logre satisfacer al consumidor final. Podría pensarse que para iniciar un emprendimiento se hace necesario únicamente el espíritu, pero la verdad eso no es así.

Todas las empresas de los diferentes países se obligan a transformarse y Colombia no puede ser la excepción. Esta razón es más que suficiente para que los empresarios, directivos y ejecutivos de las pymes adopten las herramientas que plantea la administración moderna. Pero la verdad no solo es trabajo del empresario, se hace urgente trabajar en una articulación de políticas entre el estado, los gremios y los empresarios. Al respecto, podría afirmar que falta mayor divulgación y capacitación de los tratados comerciales.

Para entender e identificar las variables posibles que afectarían el desarrollo de las Pymes, entraría a evaluar inicialmente el contexto global o macro. En el nivel macro podríamos identificar el entorno que debe enfrentar las empresas para ejecutar su actividad. En primer lugar, pensar que si las empresas no adoptan un sistema de comunicación actualizado y tecnología eficiente, el nivel de innovación y la sostenibilidad se verán en riesgo.

Otro factor global es la falta de desarrollo en nuestro país, está demostrado que en países que tienen un nivel más elevado de producto per cápita tienen un mayor índice de emprendimiento innovador. De igual manera se debe pensar en el tamaño del mercado, porque cuanto mayor es el tamaño del mercado para las empresas de un país, mayor será la posibilidad de tener empresas competitivas.

Dentro del marco global incluiría la dificultad que tiene este tipo de empresas para poder acceder a financiamientos por parte del sector financiero. Esto teniendo en cuenta que para las entidades financieras este nicho de mercado genera grandes riesgos lo cual origina cobros de primas adicionales por riesgo. Por esta razón, las pymes se ven obligadas a conseguir recursos de terceros incurriendo en costos muy elevados, que en ocasiones la misma operación no les permite cubrirlos.

Por esta razón, se deberá analizar el tema de las políticas establecidas por el gobierno nacional frente a los incentivos para este tipo de empresas. El desarrollo de los programas y facilidades generadas por el gobierno no se está dando de forma adecuada, más aún cuando nos damos cuenta que los incentivos no llegan verdaderamente a los que lo necesitan. Entonces

debemos evaluar que tan eficientes y suficientes son los programas ofrecidos por el gobierno y los entes reguladores.

De igual manera debemos evaluar el nivel de las organizaciones, en donde encontramos variables como la estrategia empresarial. En efecto, si se establece una misión de largo plazo y se identifica el propósito central de la creación de la pyme, serán una de las condiciones para que la empresa logre resultados sostenidos. Es indispensable que las estrategias que la empresa se plantea inicialmente se modifiquen acorde a los cambios globales para lograr la sostenibilidad.

Es importante identificar las dificultades que se presentan en el desarrollo de los proyectos pyme. Y en primer lugar considero que no se logra concretar un proyecto si no se conforma un buen equipo de trabajo, gente con actitud de conseguir las metas que la dirección se traza. Así mismo, la formación y los estudios realizados son un componente de desempeño que ayudaría a vencer las dificultades que se presenten.

Por otra parte siempre se deberá tener en cuenta la competencia, no debemos creer que estamos solos. Compararse con los mejores y tener un referente proporcionan puntos para llegar al éxito, adicional el empresario deberá estar consiente que no está solo y que por tanto deberá trabajar para poder marcar la diferencia en el mercado. No se podrán olvidar los objetivos y el norte que el empresario se trazó ya que esto podría conllevar al fracaso de la pyme.

Las deficiencias que se resaltan frente a la capacitación de sus dueños, gerentes y trabajadores son una limitante que se incluye dentro de las variables que afectan a éste tipo de organizaciones. Existen muchos empresarios en este sector que su experiencia está enfocada únicamente en el quehacer de la empresa, pero el contexto global, la actualización de sistemas de información y el uso de herramientas que faciliten la operación son desconocidas para muchos. Tendríamos que evaluar si desde la academia se están formando gerentes globales, o definitivamente no se ésta incluyendo estos temas dentro de los programas de capacitación.

Podríamos enmarcar dentro de éste nivel que las pymes realizan sus procesos con demasiada informalidad. Para Eduardo Garrido (2010), gerente general para Colombia de FedEx Express, una de las principales dificultades en términos logísticos, es la falta de infraestructura, sumada a la confusión que generan los trámites de aduanas: “para ser competitivos en el mercado global, los exportadores de la región deben encontrar maneras de optimizar sus procesos logísticos, tanto en términos de comercio exterior como en términos de transporte de mercancías”.

Frente a lo anterior se puede pensar que la actividad logística no está contemplada como uno de los procesos fundamentales en las pymes. Actualmente esta labor no se incluye dentro de la estrategia empresarial, lo cual está ocasionando elevados costos y poca efectividad frente al cliente. Sin duda, la falta de preparación de los gerentes en estos temas es la causa para que esto no se dé, muy seguramente por falta de ofertas en la educación formal y no formal en materia de logística.

Otro punto que debemos tratar es que si bien las grandes, medianas y pequeñas empresas deben su existencia a los clientes el conservarlos para todas ellas es un reto gigante, más aún teniendo en cuenta el mundo competitivo. Explica Alejandro Gaviria Uribe, decano de la Facultad de Economía de la Universidad de los Andes. "Construir relaciones comerciales es difícil, no es asunto de coger un maletín y viajar a vender a Miami. Hay que hacer una inteligencia de mercados y la paciencia es clave".

El Dr. Gaviria nos pone a reflexionar si verdaderamente para las pymes invertir en mercadeo, y poder llegar a efectuar una inteligencia de mercados está involucrado dentro de la estrategia de crecimiento y sostenibilidad de este tipo de empresas. Pero la verdad si miramos hacia atrás para las pymes invertir en mercadeo se considera una especie de lujo que es alcanzable únicamente por las grandes empresas. Lo cierto es que se deberá pensar en trabajar en procesos para llegar a fidelizar a sus clientes ya que estos son agentes multiplicadores.

La verdad es que los clientes garantizan perdurabilidad en el tiempo; podría llegar a pensarse que el problema para algunas de las pymes ya no es dinero, sino de falta de creación de estrategias de servicio, de comunicación e información de sus productos. Pero la creación de modelos de marketing apenas está empezando a ser utilizado por las pymes. Esta deberá ser una propuesta de gestión innovadora que hasta ahora algunas industrias ha adoptado.

Incorporar el mercadeo será una gestión que deberá partir de la gerencia de la empresa. A partir de este tipo de reflexiones aparece el denominado Marketing Relacional, que define Alet (1994:35) como "el proceso social y directivo de establecer y cultivar relaciones con los clientes, creando vínculos con beneficios para cada una de las partes, incluyendo a vendedores, prescriptores, distribuidores y cada uno de los interlocutores fundamentales para el mantenimiento y explotación de la relación".

Es por esto que se debe pensar mediante investigaciones, conocer el gusto individual de los clientes, sus hábitos y su frecuencia de compra entre otros. Esta investigación ayudará a enfocar todos los esfuerzos hechos por la empresa a conseguir la fidelidad del consumidor. Todo lo anterior apoyado de las tecnologías de información y comunicación.

Por consiguiente valdría la pena comprender la relación que existe entre el emprendimiento y la educación, y adicional identificar si los emprendedores nacen o se forman. Es por esto que se considera que la posibilidad para que las personas participen en iniciativas de emprendimiento innovador está muy ligada al logro de niveles de educación. Y los niveles de educación deberán estar directamente relacionados con las habilidades o la capacidad de hacer cosas que son adquiridas a través de la experiencia.

Es pertinente citar las palabras de la académica Silvia Sioli de Torres Carbonel, expresadas en el V Encuentro de Empresarios organizado por la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, y realizado en Buenos Aires, en Abril de 2002: "Si la educación es el medio por el cual logro modificar actitudes y comportamientos, casi diría que hay una relación absoluta entre educación y emprendimiento; vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores. Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales".

Lo expresado en el párrafo anterior hace claridad que la educación es un factor que marcará la diferencia en cada uno de los emprendedores. El estar preparados le permitirá adquirir cualidades de independencia, autonomía y alcanzar logros que le posibilitan ser muy competitivo en el mercado del sector. Entonces el capacitarse deberá estar contemplado en el plan de emprendimiento que establezca el empresario, no solo para las directivas también debemos involucrar al 100% de los colaboradores de la empresa, lo cual redundara positivamente en su entorno.

La educación tendrá que ser el eje de articulación entre el emprendimiento y el desarrollo. Esto se debe lograr mejorando la calidad de la educación y preparando a los empresarios a los cambios que se avecinan debido a la globalización. Este engranaje es fundamental para la economía de nuestro país y especialmente de la región de Bogotá teniendo en cuenta la participación que tiene el sector de pymes en la economía.

El director del Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Corea Jaehak Lee, en el VII Foro Colombiano de la Micro y la Pequeña empresa realizado en Pereira (2012) agrega: "Éramos uno de los estados más pobres del mundo antes de los años 60, pero después nos industrializamos, copiamos tecnología de naciones desarrolladas, establecimos que la educación era lo más importante para estar preparados en el futuro y, aunque tuvimos crisis fuertes en el camino, hoy investigamos y desarrollamos tecnología propia".

Lo anterior para resaltar que la educación es uno de los puntos que se deben tratar con mayor agilidad y certeza. Es necesario que la universidad como agente formador ayude a los estudiantes a participar en actividades de

emprendimiento, ayudando al enfoque de sus expectativas e intenciones y adicional ayudando a identificar los limitantes del entorno en que se desarrolla.

Es por esto que para la sociedad colombiana es fundamental contar con instituciones de educación superior que incluyan en sus programas académicos las necesidades de un entorno económico en constante cambio. Siempre enfocadas en la responsabilidad social al formar talento humano que necesita el país para avanzar en el desarrollo económico y social. Definitivamente formar líderes empresariales idóneos deberá ser uno de los compromisos de las instituciones educativas.

En consecuencia a lo expuesto en los párrafos anteriores, será necesario brindarles a las pymes apoyo de alta calidad para que se logre consolidar como un sector empresarial competitivo. Esto ayudará a nuestro país para que pueda apostar por fuera de sus fronteras. Definitivamente un programa de gobierno muy centrado y enfocado a este grupo de empresas ayuda a solucionar en parte las dificultades encontradas en las pymes.

Aun cuando el trabajo se hace complicado, las pymes tienen alternativas a estos cambios que se avecinan. Por esto se debe trabajar en aspectos como la elaboración de un plan de negocios. Antes de comprometerse en cualquier proyecto se deberá tener claro el camino a seguir. El tener un buen plan de empresa plasma una guía para establecer fortalezas, identificar las debilidades y dirigir paso a paso los procesos para el desarrollo del proyecto.

Se considera que es tal vez la etapa más importante de en el desarrollo de un emprendimiento ya que el plan nos da la capacidad de ubicarnos y poder reaccionar de forma rápida ante cualquier obstáculo. Esto nos proporciona ventajas de elegir las alternativas posibles de solución y así no incurrir en demoras o pérdidas para la empresa que al final esto se traduce en dinero. Por lo tanto se deberá realizar cuidadosamente evaluando cada uno de los factores y puntos de su estructura interna y del entorno; adicional, se podría contemplar la asesoría de un experto en este tipo de proyectos.

Otras de las alternativas planteadas será la imagen corporativa de las pymes, ya que en el contexto general este tema se contempla en las grandes organizaciones, pero la realidad es que las pymes necesitan trabajar en su imagen para poder vender. Inicialmente uno podría pensar que esto es muy costoso, pero en realidad lo que se buscaría es escoger una imagen que genere impacto y recordación entre los clientes. Siempre todo esto deberá estar ajustado al presupuesto con el que se cuente.

Otro de los retos es el mundo virtual; para esto cito a Juan Carlos Valda (2010) quien afirma que " El Internet brinda ventajas, no solo le permite estar en contacto con sus clientes, sino que también se pueden reducir costos administrativos, de promoción y ventas, e incluso el costo de mantenimiento de oficinas reales. Claro, no es simplemente construir un sitio web cualquiera, es llevar a cabo un desarrollo adecuado que garantice todas estas ventajas. Por eso, antes de iniciar actividades asegúrese de estar conectado con el grupo adecuado de clientes potenciales, o por lo menos de tener un canal adecuado para poder atraerlos".

En consecuencia, este segmento empresarial deberá incorporarse en el mundo virtual y de las telecomunicaciones. Hoy en día los más de 23 millones de usuarios de internet en Colombia confirman que sin lugar a dudas el mundo virtual será una plataforma que permita crecimiento y mejora la competitividad. Definitivamente las redes sociales, los blogs, los foros y directorios y un sinnúmero de diversas aplicaciones permiten estar en contacto continuo con el cliente las 24 horas del día. Esto ayudara a conocer e identificar las necesidades de nuestro público que al final siempre será nuestro objetivo principal.

También el pensar en una estrategia de ventas y posicionamiento del producto, es un aspecto esencial para cualquier empresa sin importar su tamaño. La pymes en este aspecto consideran que invertir en publicidad de radio, televisión o prensa es un costo muy elevado. Pero estos no son es el único medio para poder generar estrategia en ventas debemos hacer uso de las diferentes herramientas tecnológicas que actualmente se encuentran a la mano del empresarios, del consumidor y en general del ser humano.

Será importante que se incentive fiscalmente a las pymes principalmente en la internacionalización de sus productos, siempre enfocado en una inserción sostenible en el mediano y largo plazo. La internacionalización de los productos colombianos favorecerá y mejorará el dinamismo de la economía impulsará y motivará a que se inviertan en proyectos productivos. Esto ayudará a emprender a desarrollar un plan de negocios en la que se verá el compromiso de los emprendedores.

Por último, es muy importante destacar el rol que tienen los actores agentes de desarrollo. Ellos tienen que ser capaces de percibir las condiciones sociales que existen en el territorio, teniendo en cuenta sus debilidades y sus fortalezas. Esto para buscar la mejor manera de articular entre los diferentes actores, para comenzar a forjar y fomentar un proceso de desarrollo, en el que se logren salvar las dificultades y potenciar las fortalezas.

La globalización obliga a los países a transformarse, por lo que uno de los pasos más importantes para los próximos años será en que los empresarios de las pyme en Colombia trabajen en su renovación y preparación para el nuevo entorno. Esto teniendo en cuenta que más del 70% de pymes en Colombia son empresas familiares, por tanto el trabajo continuo sumado a las diferentes estrategias de tipo comercial, productivo y organizacional deberán enmarcarse en la sostenibilidad de la empresa.

CONCLUSIONES

El emprendedor es un individuo que debe estar relacionado con su entorno y los cambios que se producen en él, ya que todas las modificaciones producto de la globalización deberá de tenerlas en cuenta, más aún en el desarrollo de la operación de su empresa para así poder llegar ser competitivos.

La educación deberá ser un elemento fundamental que le permita al empresario proyectarse y ampliar el mercado en que se desarrolla. En los emprendimientos no es suficiente tener claro el quehacer de la empresa ya que los continuos cambios de tipo tecnológico, económico y social hace necesario que se capacite proporcionando herramientas de trabajo.

La cohesión entre universidad y empresa debe ser reforzada. El avance en grupos de investigación y trabajos de innovación, se refleja de manera muy marginal lo que no está permitiendo que se encuentren desarrollos importantes en los empresarios. Considero que ésta deficiencia que debe ser corregida de forma urgente ya que los cambios se están dando a pasos agigantados.

Es importante que los establecimientos de educación superior generen espacios para desarrollar conceptos tan importantes como la cultura exportadora, la gestión tecnológica, liderazgo, pensamiento estratégico y mercadeo entre otros, constituyéndose en conceptos importantes para la creación y desarrollo de las empresas pymes.

Colombia podría acelerar su transición hacia el emprendimiento innovador si logra fortalecer las conexiones entre empresas en torno a la innovación y la transferencia de conocimientos. Este punto es muy importante en las pymes por su alto potencial de crecimiento, adicional la conexión empresa y universidad debe ser reforzada. Lo anterior nos ayudara a enfocarnos y estructurarnos más en los temas relacionados a la innovación.

BIBLIOGRAFIA

Freire, A. (2005). *Pasion Por Emprender de la Idea a la Cruda Realidad*.
Aguilar .

Remolins, E. (2010). *La Primera Venta Del Emprendedor*. Garnica.

Sabater, F. J. (2009). *5 Claves Para Innovar*. Alicante.

Sanchez, J. P. (2010). Logistica de Una Pyme. *Revista de Logistica*.

CIBERGRAFIA

<http://www.revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/download/2275/1311>

http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-287822_archivo_pdf.pdf

<http://www.elespectador.com/noticias/economia/articulo-379227-elmundo-de-hoy-pymes>

<http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/pymes-mirada-a-partir-experiencia-academica-mba.pdf>

<http://www.sectorvirtual.com/blog/desarrollo-empresarial-en-colombia-alternativas-para-crecer/>