

Investigación

COMPETITIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES: LAS MIPYMES DEL SECTOR MANUFACTURERO EN SINCELEJO, SUCRE - COLOMBIA

Claudia Milena Pérez Peralta

Economista, Magister en Educación
Investigadora, Grupo GICEA (GIAEC) –
CORPOSUCRE,
Correo: claudia_perez@corposucre.edu.co

Álvaro de Jesús Pizarro de la Ossa

Contador Público
Docente Tiempo Completo – CORPOSUCRE,
Correo: alvaro_pizarro@corposucre.edu.co

Resumen.

En América Latina, las pequeñas y medianas empresas – Pymes, ocupan un lugar privilegiado dentro del tejido empresarial; éstas, representan alrededor del 99,0% del total de empresas en la región, y generan empleo a más del 60,0% del total de trabajadores (OCDE/CEPAL, 2012). Según Llisterri, et al., (2002), las competencias de las Pymes para asimilar conocimientos y tecnología para producir, cooperar y competir en los mercados resultan cruciales para generar competitividad en las naciones; sin embargo, la realidad es muy diferente, sobre todo en regiones como América Latina, donde, la contribución de este tipo de empresas al Producto Interno Bruto - PIB es relativamente baja, lo que revela deficiencias en sus niveles de productividad (OCDE/CEPAL, 2012). El objetivo de este trabajo es el de evaluar algunos aspectos de la competitividad de las empresas manufactureras en el municipio de Sincelejo; para esto, se indagó información en más de cien Mipymes. Aunque la mayoría de los empresarios encuestados (el 94,0%) consideró que su empresa es competitiva, éstas, tienen condiciones desventajosas en varias áreas organizacionales, que las hacen tener bajos niveles de competitividad. De acuerdo a los resultados empíricos existe una correlación positiva entre los ingresos operacionales y el tamaño de las firmas, de esta forma, la pequeña empresa pareciera estar en desventaja con relación a la gran empresa.

Palabras Clave: Competitividad, Organizaciones, Mipyme.

Recibido: 21-04-2016

Aceptado: 02-06-2016

Este artículo es producto del Proyecto: La Competitividad en la Industria Manufacturera del municipio de Sincelejo, adscrito al grupo de investigación GICEA (GIAEC) de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre – CORPOSUCRE. Sincelejo – Sucre, Colombia.

Abstract:.

In Latin America, small and medium enterprises - Pymes occupy a privileged position within the business community; they account for about 99,0% of all enterprises in the region and generate employment to more than 60,0% of all workers (OCDE/CEPAL, 2012). According Llisterri, et al, (2002), the competencies of Pymes to assimilate knowledge and technology to produce, cooperate and compete in markets are crucial to generate competitiveness in nations; however, the reality is very different, especially in regions like Latin America, where the contribution of these businesses to Gross Domestic Product – GDP is relatively low, which reveals deficiencies in productivity levels (OCDE/CEPAL, 2012). The aim of this study is to evaluate some aspects of the competitiveness of manufacturing companies in the city of Sincelejo; for this, information was investigated over a hundred Mipymes. Although most employers surveyed (94,0%) felt that their company is competitive, they have disadvantageous conditions in various organizational areas, which make them have low levels of competitiveness. According to the empirical results there is a positive correlation between operating income and size of firms, thus small business seems to be at a disadvantage in relation to big business.

Keywords: Competitiveness, Organizations, Mipyme.

COMPETITIVENESS IN ORGANIZATIONS : THE MSMEs in the manufacturing sector COROZAL , SUCRE - COLOMBIA

Claudia Milena Pérez Peralta

Economist, Master in Education

Researcher, GICEA Group (GIAEC) -
CORPOSUCRE,

Mail: claudia_perez@corposucre.edu.co

Álvaro de Jesús Pizarro de la Ossa

Certified Public Accountant

Full-time teachers - CORPOSUCRE,

Mail: alvaro_pizarro@corposucre.edu.co

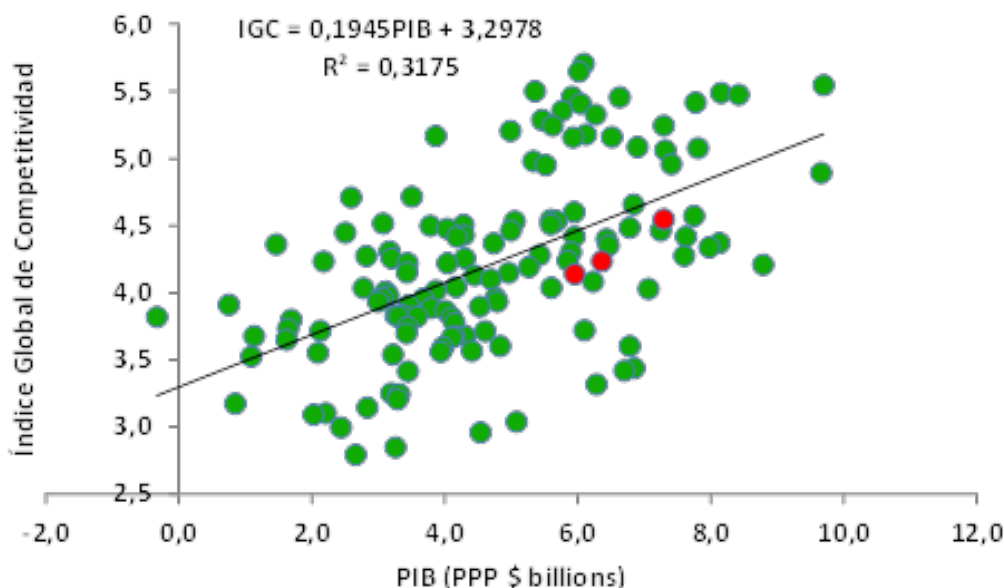
1. INTRODUCCIÓN

Para lograr crecimiento económico, en el actual contexto de globalización, es fundamental para las economías, la inserción en los mercados internacionales (Sachs & Vial, 2002); esto, debido a que existe evidencia empírica que corrobora que países menos abiertos al comercio exterior, y/o monoexportadores, principalmente de alimentos y materias primas, tienden a crecer menos (Sachs & Warner, 1995; 2001). Se podría decir, que existe una relación clara entre el crecimiento económico y la

competitividad de los países (Gráfica 1), donde, naciones con altos grados de crecimiento en su renta, tienen altos niveles de competitividad, y viceversa. De otro lado, países con elevados niveles de renta, por lo general, son países de alto grado de desarrollo, por lo menos, según la economía clásica ortodoxa (Durán, 2013). Para el caso de las empresas, la dinámica se enfoca en el logro de metas y objetivos, y en procurar una ventaja competitiva sostenida, para hacer frente a las exigencias del medio globalizado (Montoya, Montoya & Castellanos, 2010).

Gráfica 1.

Países del Mundo. Relación entre competitividad y PIB, 2013



Fuente: HDRP – WEF. Cálculos del Autor.

En el mundo de hoy, o llamado “era de la competencia global” (Fairbanks et al., 1999), las empresas para lograr el crecimiento deben dirigir su mirada hacia los mercados extranjeros, pues la globalización como fenómeno económico y social presenta una amplia gama de posibilidades y proporciona el escenario propicio para que ese propósito se alcance (Puerto, 2010); bajo este contexto, es fundamental que los países y su aparato productivo se adapten (Silva, 2005); y para lograr esta adaptación, no solo es imprescindible de parte de los gobiernos brindar un marco legislativo adecuado que genere condiciones de contexto apropiadas para los empresarios, sino también, la adopción por parte de las empresas de nuevos modelos de gestión y estrategias competitivas (Quero, 2008) que fortalecerían el sector privado. En particular, estas estrategias deben generar capacidades en todo el aparato productivo, y en todas las empresas, independientemente de sus condiciones individuales, como sus dimensiones, tipo de actividad, naturaleza de su capital, etc.

Independientemente de las particularidades de las firmas, éstas para afrontar con éxito la globalización, las firmas, deben ser eficientes, eficaces, flexibles, adaptables y rápidas, para lo cual, deben introducir cambios en la organización de la producción, la organización del desarrollo del producto, la producción y la comercialización, y en la organización de las relaciones de suministro. A este nivel es necesario que las empresas generen condiciones de ventajas competitivas, las cuales, se alcanzan desde el logro de economías de escala en la producción, distribución y comercialización; esta situación, se debe propiciar en un contexto donde existen impedimentos para dichas ventajas, como son los altos costos de transporte y almacenamiento, las características diversas de producto, los aranceles y cuotas de importación, el tratamiento preferencial impositivo, las políticas laborales u otros reglamentos que benefician a las empresas locales e impiden el acceso a firmas internacionales (Garay, 1998).

Para el caso de las Pymes, según lo plantea Heinz

(2007, citado en Angulo, 2012), éstas tienen condiciones especiales por su tamaño, que le representan fortalezas para actuar en el extranjero, aunque, no siempre tienen ventajas competitivas ante las grandes empresas; las Pymes tienen un alto grado de adaptabilidad debido a su estructura orgánica interna, la capacidad de absorción de recurso humano, la habilidad para innovar, su mayor cercanía con el cliente final, dada su naturaleza, la desconcentración y democratización del poder económico, la facilidad para la identificación del personal con la cultura de la empresa y el mejor aprovechamiento de las capacidades creativas y colectivas de sus empleados. Las Pymes incluso, facilitan el crecimiento y el desarrollo de las grandes empresas, debido a que son parte importante de la cadena de valor (Navarro, et al., 1999). A pesar de todo esto, en regiones del mundo como América Latina, existen condiciones desfavorables para este tipo de firmas, toda vez, que aunque las Pymes hacen una elevada contribución al empleo en estos países, éstas, aportan poco a la producción, debido a que su estructura productiva no es homogénea, y además, se especializan en productos de bajo valor agregado, por lo que su inserción en los mercados globales es reducida - inferior al 5,0% en América Latina - (OCDE/CEPAL, 2012).

Para el caso de Colombia, según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE para el año 2014, las Pymes a pesar que representan el 92,0% del total de empresas del país, y generar alrededor del 50,0% del empleo total, solo aportan el 25,0% del PIB nacional, y cerca del 25,0% de las exportaciones no tradicionales, lo que indica un bajo nivel competitivo de este tipo de compañías. Según Beltrán (2006), los problemas de las Pymes en el país para insertarse en los mercados mundiales, están relacionados principalmente con: el desaprovechamiento de las políticas e instrumentos de promoción a las exportaciones, el desconocimiento de los tratados de intercambio comercial internacionales, una motivación para exportar supeditada solo a coyunturas, y no a una política empresarial específica, el desconocimiento de

mercados potenciales y del consumidor final, la falta de visión a mediano y largo plazo, los altos niveles de endeudamiento y el desaprovechamiento de las líneas de crédito, el bajo poder de negociación, la deficiente selección de canales de distribución, los bajos niveles de desarrollo tecnológico y la aplicación de prácticas inadecuadas en los procesos de selección y contratación de personal en la organización.

Teniendo en cuenta que con el fortalecimiento de la Pyme, se puede generar competitividad en muchos países (Llisterri, et al., 2002), y que además, la orientación hacia los mercados extranjero, constituyen la mejor forma de procurar el crecimiento de las empresas (Puerto, 2010) y por ende de las economías, el Banco Interamericano de Desarrollo - BID y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE, así como, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL, proponen algunas políticas para impulsar este tipo de empresas en la región, buscando que sean más competitivas en los mercados globales, tales políticas, están orientadas principalmente hacia la mejora en el entorno empresarial, el desarrollo de mercados financieros, el desarrollo de mercados de servicios empresariales, el apoyo a la innovación y a la difusión tecnológica, la generación de capital humano, el fortalecimiento de las cadenas productivas, y de valor, así como, las redes de empresas y finalmente, el fomento a la empresarialidad, el empresarismo y el emprendurismo en la población (Llisterri, et al., 2002; OCDE/CEPAL, 2012).

En el caso particular de Colombia, el Consejo Privado de Competitividad - CPC ha identificado una serie de puntos críticos en los que debe trabajar el gobierno nacional para el logro de mayor competitividad y la mejor inserción en el mercado mundial del país; estos tienen que ver con: la formalización del empleo y de las empresas, el apoyo a la innovación, a los desarrollos tecnológicos y al uso masivos de las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), el mayor acceso a la educación para la formación de mano de obra, la

disposición de infraestructura en materia de transporte y logística, la bancarización, el acceso al crédito y la asignación eficiente del ahorro, un sistema tributario más propicio para la sostenibilidad de las compañías y el fácil acceso a la justicia (Montoya, Montoya & Castellanos, 2010). En el caso de las Mipymes, a nivel nacional existe un marco regulatorio especial, donde, se plantea la posición de estas empresas en el país, como un factor potencial de competitividad internacional; las pymes, pueden constituirse en un pilar de apoyo al crecimiento de las exportaciones no tradicionales, ser una gran fuente de empleo y un punto central para insertar la economía nacional en los mercados internacionales (Beltrán, 2006).

El objetivo de este trabajo es el de evaluar algunos aspectos de la competitividad de las empresas manufactureras en el municipio de Sincelejo; para esto, se indagó información en una muestra empresarial de 142 firmas, que resultaron ser, en su mayoría microempresas; dicha información se recabó mediante una encuesta, que incluía datos de todas las áreas de la organización, desde las financieras, administrativas, hasta las comerciales.

A continuación se presenta el estado del arte, donde, se hace una revisión de dos conceptos principales; de un lado, el concepto de Pyme, el cual, se explora desde los criterios teóricos y técnicos, que definen el tamaño de las firmas; de otro lado, el concepto de competitividad, aplicado a diferentes ámbitos. En otro aparte del escrito, se presenta la metodología, donde, no solo se detalla la muestra, sino algunas características generales de los instrumentos de recolección de datos; finalmente, están los acápites de discusión de resultados y conclusiones, donde, se hacen algunas precisiones acerca de las características de las Pymes en Sincelejo, su estado con respecto a la competitividad y algunas posibles recomendaciones.

2. ESTADO DEL ARTE

2.1 El concepto de la Pyme en economía

Cuando se habla de Mipymes – Micro, Pequeña

y Medianas – empresas, indiscutiblemente se está hablando del tamaño de la firma, es decir, la estructura de mercado (estructura empresarial) que posee una industria o un país. Desde las ciencias económicas existen al menos tres enfoques que explican el tamaño de las empresas: tecnológico, organizacional e institucional; el primero señala que el tamaño está determinado por la eficiencia técnica, es decir, que el tipo de costos que enfrenta una empresa, junto a la existencia de economías de escala determina el tamaño óptimo que una firma puede alcanzar. En el segundo enfoque, el tamaño de la empresa está determinado por la eficiencia de los costos de transacción (enfoque organizacional); según Coase (1937, citado en Uribe, 2000) los costes de mercado o de transacción son aquellos costes que están presentes en la negociación y realización de los contratos que tienen lugar en el mercado para cada operación de intercambio; teniendo en cuenta esto, la firma podrá crecer en la medida en que estos costos sean menores (Kumar et al., 1999, citado en Nieto et al., 2015).

De otro lado, el tercer enfoque indica que el tamaño de la empresa depende del marco regulatorio (ambiente de los negocios) y del acceso a recursos financieros. En particular, las instituciones pueden afectar el tamaño que puede alcanzar una empresa a través de dos aspectos: el regulatorio y el financiero; bajo el aspecto regulatorio el cumplimiento de cierto tipo de normas define el tamaño de la firma; de otro lado, los aspectos financieros, tienen que ver con la disponibilidad de recursos, donde, en una economía con un mercado relativamente pequeño, las empresas tendrán un menor tamaño, que en uno, donde, el mercado financiero sea amplio (Ibíd., p. 6-7). En términos prácticos, se han considerado una extensa gama de variables para definir el tamaño de una empresa, por ejemplo: el número de trabajadores, el tamaño del mercado, la inversión en maquinaria y equipo, la inversión en capital, el volumen de producción, el valor de la producción, entre otras (Cardozo, Velásquez & Rodríguez, 2012); pero a la larga, ninguna de ellas constituye por sí sola criterios suficientes para su delimitación y clasificación, sobre todo, si se toma en

cuenta que cada contexto es diferente (Navarro, García & Vela, 1999).

De forma general, se puede decir que las Pymes son compañías pequeñas locales o regionales con el propósito de promover el desarrollo económico nacional (Aguilar & Martínez, 2013). En Colombia la Ley 590 de 2000 y la Ley 905 de 2004, define la Pyme como: toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, sea de carácter rural o urbano. El tamaño de las empresas, se clasifica de acuerdo al número de empleados y a sus activos totales. Las microempresa son la que tienen un personal hasta de 10 empleados y unos activos que corresponden hasta 501 Salarios Mínimos Legales Vigentes - SMLV., las pequeñas empresas, son aquellas unidades de explotación, que tienen un personal entre 11 y 50 trabajadores y activos totales de más de 501 y hasta 5.001 SMLV; las medianas empresas, son aquellas cuyo personal está entre 51 y 200 trabajadores, y sus activos mayores que 5.001 y hasta 15.000 SMLV. La gran empresa: es aquella cuya planta de personal es mayor a 200 trabajadores y cuenta con activos totales por un valor superior a 15.000 SMLV (Villegas & Toro, 2010).

En Colombia, tal como sucede en varios países Latinoamericanos, la clasificación del tamaño de las firmas y en particular la definición de Pymes, se hace desde algunas características, y bajo parámetros que pueden resultar opiniones y puntos de vista particulares de expertos u organizaciones específicas; este concepto no está estandarizado, lo cual, puede incluso generar discrepancias entre organizaciones de un mismo país (Ueki, Tsuji & Cárcamo, 2005). Los criterios más utilizados para definir el tamaño de las firmas, suelen ser el número de empleados y el volumen de ventas, desde rangos que se establecen para cada contexto; situación que podría impedir el análisis comparativo, entre unidades empresariales de diferentes lugares, por ejemplo, países desarrollados y en vía de desarrollo. Para el caso de países en vía de desarrollo, se concibe la idea de

Mipyme, es decir, se incluye la microempresa, mientras que, los desarrollados solo aceptan normativamente la idea de Pymes, debido a la conformación empresarial, las características socioeconómicas, mercadológicas y tecnológicas de este tipo de economías (Cardozo, Velásquez & Rodríguez, 2012). La alta complejidad para definir la Pyme, proviene de su grado de diversidad y variedad, en cada país, sin embargo, lo que si se debe dar por sentado es el hecho que las microempresas y las Pymes, son unidades productivas, que pueden permitir el desarrollo de las economías, sobre todo en países, que están bajo condiciones de desventaja económica, donde, la gran empresa se encuentra relativamente ausente.

2.2. LA COMPETITIVIDAD, UN CONCEPTO CON MÚLTIPLES PUNTOS DE VISTA: PAÍSES, INDUSTRIA, EMPRESAS

La competitividad es un concepto complejo y amplio, sobre el cual, no existe una definición única (Solleiro y Castañón, 2005; Saavedra, 2012); según la Real Academia Española (1992) el concepto se define desde dos acepciones: la capacidad de competir y la rivalidad para la consecución de un fin; a pesar de estos dos acentos, la palabra competitividad etimológicamente proviene del vocablo competencia, el cual, solo se enfoca en la segunda acepción, es decir, que se entiende como la “oposición o rivalidad entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa” (Real Academia Española, 1992, p.523); teniendo en cuenta esto, la competitividad se puede asociar como la capacidad para competir, en particular, de las firmas (Abdel & Romo, 2005); dado que, son las empresas, las que compiten y no los países o territorios (Bejarano, 1995). Porter (1991), reconoce que el significado de competitividad puede ser diferente cuando se habla de una empresa, industria, una nación, región, o incluso, de acuerdo con la especialidad o enfoque que se lo defina (Morales & Pech, 2000). Para el caso de países, según Krugman (1994a; 1994b), definir competitividad, es una tarea un poco más compleja que si se define para la firma, apelando a que los objetivos de ambos contextos son totalmente disímiles, mientras,

que en un país el objetivo es el bienestar social, en una unidad empresarial, el objetivo es el lucro individual.

Para el caso de los países, la competitividad se fundamenta en la productividad (Porter, 1991a), la cual, tiene un fin que es la mejora en las condiciones económicas de sus ciudadanos. Desde este enfoque la competitividad se puede concebir como la capacidad de un país para lograr objetivos fundamentales de política económica, tales como, el crecimiento en el ingreso y el empleo (Fagerberg, 1988). Una economía es competitiva en la producción de un determinado bien cuando puede por lo menos igualar los patrones de eficiencia vigentes en el resto del mundo, en términos de la utilización de recursos y de la calidad del bien (Urrutia, 1994). Según la Harvard Business School, la competitividad de una nación consiste en la habilidad de un país para crear, producir y distribuir productos o servicios en el mercado internacional, manteniendo ganancias crecientes de sus recursos (Citado en Garay, 1998). De otro lado, Jones & Teece (1988), definen la competitividad como el grado por el cual un país en un mundo de competencia abierta, produce bienes y servicios que satisfacen las exigencias del mercado internacional y simultáneamente expande su PIB, al menos tan rápidamente como sus socios comerciales.

A nivel de empresa, la competitividad se asocia con la capacidad para producir y comercializar productos de calidad superior y menores costos, a los ofrecidos por la competencia (Garelli, 2006; D'Cruz, 1992, citado en Ambastha & Momaya, 2010; Álvarez & Rendón, 2010). Según Villegas & Toro (2010, p. 87-88), la competitividad de una empresa es: “...la capacidad de ésta para crear, sostener e incrementar su presencia y participación en sus mercados locales e internacionales, entregando un mayor un valor agregado para el cliente del que la competencia ofrece...”. De otro lado, Alic (1987, citado en Ortiz & Arredondo, 2014) la define como la capacidad que tienen las firmas de diseñar, desarrollar, producir y vender sus productos en competencia con las firmas de otros países; Haguenauer (1989, citado en Mourão

& Cohelo, 2009), por su parte, la considera como la capacidad de una empresa de producir bienes de calidad, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo.

Para el caso de una industria, el concepto de competitividad, aunque sigue estando ligado a capacidad, este se enfoca desde un punto de vista de vista macro, donde, lo que se considera es el tejido empresarial, el cual, se encuentra cohesionado alrededor de cierto tipo de actividades, bienes y/o servicios. La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores, siendo el juez final, el mercado (European Management Forum, 1980, citado en Garay, 1998). La competitividad a nivel de industria y país, cobra gran importancia en la medida, en que esta capacidad, no se genera de forma individual, sino que representa un trabajo colectivo, donde, convergen proveedores o industrias conexas, y cadenas de valor (Gracia, 2008). Para el caso de las Pymes, la competitividad se podría pensar en la habilidad que tienen este tipo de compañías para adaptarse y desarrollar su objeto social en mercados tanto nacionales, como internacionales; es la capacidad para generar ventajas competitivas sostenibles, al crear valor compartido (Aragón & Rubio, 2005; citado en Salas et al., 2013).

2.3. MEDICIONES DE LA COMPETITIVIDAD: MICRO O MACRO

El concepto de competitividad, es un constructo amplio que puede tener distintos enfoques dependiendo del contexto, y del objeto de su aplicación. Con este concepto se han realizado clasificaciones y sub clasificaciones, con el objetivo de llegar a una mayor precisión; según, Bianco (2007) existen diferentes enfoques de la competitividad: macroeconómica, microeconómica, sectorial, regional, industrial, por lo alto,

por lo bajo, genuina, auténtica, espuria, precio, no precio, costo, no costo, estructural, sistémica, empresarial, interna-cional, comercial, revelada, potencial y global. En particular, la competitividad sistémica, tal como lo expone Porter (1991) en su “diamante de la competitividad”, concibe a la empresa como un sistema mutuamente auto reforzante, en el que sus componentes se encuentran interrelacionados entre sí, y el desarrollo o actuación de uno siempre va a beneficiar o a afectar a los otros (Markús, 2006). Según esta óptica sistémica, la competitividad de una economía se sustenta en condiciones y acciones a cuatro niveles del sistema: meta, macro, meso y micro; y en una visión multidimensional de la competencia, donde, la toma de decisiones es compartida entre los distintos grupos de interés (Esser et al., 1995).

De acuerdo al nivel de agregación desde que sea percibida la competitividad, ya sea macro o micro, se pueden analizar distintos indicadores que permiten determinar el nivel de competitividad; específicamente, en el nivel macro, es decir, para el nivel de país, se encuentran como indicadores, los agregados económicos y algunas variables de ciencia, tecnología e innovación; tales como, desde lo cuantitativo el rendimiento comercial, la balanza de pagos, el comportamiento de la tasa de cambio, entre otras medidas; y, desde lo cualitativo, la actividad científica y tecnológica del país o los resultados de las instituciones de investigación y desarrollo. En este nivel se puede ubicar lo que sería la escuela tradicional (Lombana & Rojas, 2008). Desde el nivel micro, son los sectores, empresas y productos en los que se evalúa la competitividad. Este nivel de análisis es abordado por lo que se podría llamar la aproximación moderna de la competitividad, el cual, es el enfoque acuñado por Porter; para él, la preocupación fundamental es elaborar el concepto microeconómico de competitividad (Porter, 1991b). Algunas de las formas de medir y definir la competitividad en este nivel se basan cuantitativamente en la participación del mercado, indicadores de productividad y/o costo, márgenes de ganancia y/o beneficios netos de las empresas. Al igual que en el nivel macro, existen mediciones y definiciones

de tipo cualitativo como la investigación y desarrollo, además, de las estrategias gerenciales (Cabrera, López & Ramírez, 2011).

Las mediciones de competitividad a nivel macro, permiten comparar, el desempeño de regiones y/o países (CPC & CEPEC, 2013). El Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés), publica desde 1979, de forma anual, el Reporte Global de Competitividad, y su principal indicador, el Índice Global de Competitividad (IGC); el cual, otorga una calificación a los países, de acuerdo a varios temas y grupos de variables (Schwab, 2014; 2015). Además del análisis internacional de la competitividad, a nivel de país, se pueden evidenciar estudios y mediciones sobre el tema; en el caso de Colombia, el análisis de competitividad para cada departamento, se hace desde el Índice Departamental de Competitividad (IDC) del CPC y del Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas de la Universidad del Rosario – CEPEC (CPC & CEREC, 2012, 2013, 2014, 2015). En cuanto a mediciones e indicadores sobre este tópico, a nivel de empresas, los desarrollos teóricos y metodológicos, han sido menos generalizados; en particular, existen varios trabajos, como el realizado por Castaño & Gutiérrez (2011) para el centro occidente colombiano, o el trabajo realizado por Schmuck (2007) para empresas en Pécs - Hungría.

Para el caso de Pymes, hay varias investigaciones, que tienen por objeto evaluar los niveles de competitividad en empresas pequeñas, incluso en algunos de éstos, se proponen índices o indicadores relacionados con el tema. En particular, una de las metodologías pioneras para intentar tener una medida de la competitividad empresarial, fue el denominado mapa de competitividad del BID, el cual, consiste en indagar información de cada una de las áreas y sub áreas de las compañías (planeamiento estratégico, cadena de valor, aseguramiento de la calidad, merchandising mercado de exportación, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistema de información), para luego hacer un diagnóstico y con base en éste, presentar planes de mejora (Montoya, 2008); desde esta metodología se han planteado trabajos

para el caso de Pymes, como el de Saavedra (2012) o el de Saavedra, Milla y Tapia (2013); a parte de lo anterior, existen otros trabajos que plantean indicadores alternativos al del BID para Pymes, tales como el trabajo de Cabrera, López & Ramírez (2011), donde, se analiza la competitividad desde un punto de vista sistémico.

3. METODOLOGÍA

Los objetivos de esta investigación aplicada, fueron alcanzados a partir de un estudio descriptivo correlacional, bajo una metodología cuantitativa y un método inductivo analítico, cuya fuente de información fundamental fue primaria, en donde, el instrumento para obtener los datos fue un cuestionario, dirigido a los directivos y/o administradores de una muestra de empresas del sector industrial manufacturero del municipio de Sincelejo. Los datos fueron de corte transversal y la muestra empresarial fue obtenida mediante muestreo aleatorio estratificado (por objeto social que desarrollaban la firma) del directorio de empresas de la Cámara de Comercio de Sincelejo. En particular, en el directorio habían 7.415 registros en Sucre, de éstos, para Sincelejo eran 5.423, y de estos, 509 correspondían a empresas que pertenecían al sector secundario de la economía (transformadoras). Estas 509 compañías, se consideraron como la población objeto de estudio, de aquí, se obtuvo una muestra de 142 empresas, bajo criterios estadísticos aceptables; luego, la muestra fue ponderada por grupos de empresas de diferente objeto social, siendo abiertos seis (6) grupos .

El cuestionario para recoger la información contiene nueve (9) módulos, los cuales, son: a) identificación, b) función general (áreas de dirección de la compañía), c) función administrativa, d) función productiva y comercial - el cual, es el módulo más largo, que a su vez contiene los siguientes acápite: gestión de proveedores, gestión de producción, gestión de precio, gestión plaza o distribución, área comercial, gestión promoción, servicio al cliente, alianzas estratégicas, calidad total, y la parte de investigación y desarrollo -, e) función financiera, f) talento humano, g) función tecnológica, h) función

ambiental, y finalmente, los i) factores externos. El cuestionario tuvo noventa y seis (96) preguntas, que dieron respuesta a catorce (14) variables fundamentales: antigüedad, tamaño, liderazgo, estrategia, proveeduría, producción, distribución, promoción, alianzas, calidad total, investigación & desarrollo, rentabilidad & beneficios, talento humano, contexto. Por medio de esta encuesta se obtuvieron más de veinte mil datos, lo que permitió hacer un diagnóstico más certero acerca del sector manufacturero en la ciudad de Sincelejo.

4.DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Las empresas del subsector manufacturero en Sincelejo, son micro y pequeñas empresas (87,2% y 11,4% respectivamente), esto, según el número de trabajadores. Cabe destacar que el 77,5% de estas firmas son empresas familiares; según Beltrán (2006) la Pyme en Colombia es principalmente de carácter familiar, lo que puede generar problemas de diversa índole al interior de las mismas: dificultades en el reparto de utilidades, informalidad respecto de los mecanismos de toma de decisiones, al vínculo laboral y a los demás aspectos operativos de la empresa, y choque generacional ante las disyuntivas tecnológicas, comerciales y financieras. En pocas palabras, la gestión de la pyme se ve afectada en gran manera por el manejo de las relaciones de la familia empresaria; en muchos casos la transición generacional lleva a cambios para los cuales no se encuentra preparada la organización y así se provoca su desaparición; de otro lado, la falta de una figura y de instrumentos que formalicen la participación de cada uno de los miembros son, entre otros, son factores que afectan el nivel competitivo de las Pymes. Vale decir, que en Colombia, dados los niveles de pobreza y la desigualdad económica, la falta de empleo formal, y la presencia de desempleo, sobre todo, entre mujeres y jóvenes, han dado lugar a la creación de empresas familiares como estrategia de supervivencia (Segovia, 2013).

De otro lado, se puede decir que las Mipymes en Sincelejo, mantienen internalizadas y/o con cierto

control sobre la gestión de proveedores, la producción y las actividades de distribución, etc. Estos asomos de integración vertical pueden permitirle a este tipo de empresas, un mayor control en sus operaciones (Tamayo & Piñeros, 2007), y por ende una mayor autoprotección, ante las condiciones de contexto, dado que incluso este tipo de compañías, tienen una oferta de productos que depende de los pedidos de los clientes, por lo que su cadena de suministro actúa bajo un esquema de "tirón" (Chopra & Meindl, 2008), que puede ser poco controlado, dada la variabilidad en la demanda de algunos productos. De acuerdo a los resultados empíricos existe una correlación positiva relativamente alta entre los ingresos operacionales y el tamaño de las empresas (la correlación de Pearson fue de 0,912); estos resultados indican que entre mayor es el tamaño de las firmas, en cuanto al número de trabajadores, más ingresos genera; este resultado no es atípico, dado que se ha establecido que aunque la Pyme en varias regiones del mundo es una gran generadora de empleo, el aporte al PIB que hacen este tipo de compañías es relativamente bajo si se compara con la gran empresa (Guaipatín, 2003).

Cabe destacar que las Mipymes en Sincelejo, tienen como target, el mercado local (solo el 4,9% han realizado alguna venta en el mercado internacional), comportamiento que está en contravía con la tendencia global, donde, en la actualidad las empresas por lo general tienen como objetivo fundamental el acceso a los mercados extranjeros, lo que les puede permitir mayor crecimiento (Puerto, 2010). Las firmas manufactureras en Sincelejo, son empresas que muestran rasgos de ser poco competitivas, y que se mantienen gracias a las bondades del mercado local, el cual, parece ser poco exigente, en términos no solo de calidad, sino de variedad en los productos que requiere (el 43,7% de las empresas no tienen estrategias diferenciadoras de sus productos, y solo el 23,2% de las mismas cuenta con programas de calidad en la fabricación de sus productos), lo cual, es sumamente riesgoso, ante la posible entrada de nuevos competidores. El empresario en la ciudad es por lo general paternalista y autoritario, siendo este tipo

de emprendimientos, parte de su proyecto de vida y el de su familia, lo que puede generar procesos de resiliencia organizacional, donde, la creatividad y los procesos de innovación y tecnológicos “apropiados”, son evidentes bajo condiciones de contexto adversas.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El grupo de empresas que pertenece al segundo sector de la economía, en la ciudad de Sincelejo, no constituyen un tejido empresarial cohesionado, sino, que son empresas relativamente desconectadas, dispersas y en situaciones de desarrollo disímiles, donde, muy pocas cuentan con condiciones adecuadas en materia de competitividad. En Sincelejo, no existen circunstancias adecuadas para generar encadenamientos de valor, tanto es así, que más del 90,0% de las empresas consultadas no mantienen ningún tipo de vínculo, acuerdo, alianza o asociación estratégica con sus stakeholders; estas empresas actúan aparentemente solas, en un mercado que se podría considerar cautivo. Para el desarrollo de estas empresas en la ciudad, se debe establecer un marco legislativo adecuado que genere capacidades en los empresarios para que sus unidades productivas sean sostenibles en el tiempo. Según el CPC en Colombia se propone ocho frentes que permitirán conseguir las metas de largo plazo en los distintos sectores: la formalización no solo de los trabajadores, sino del trabajo, la inversión en ciencia, tecnología e innovación, para lo cual, se deben gestionar relaciones interinstitucionales entre empresarios y academia, mayor inversión en temas de infraestructura, transporte y logística, el uso ampliado de las TICs, la educación, la bancarización y asignación eficiente del ahorro, la adaptación del sistema tributario y de la justicia (Montoya, Montoya & Castellanos, 2010).

Además, este tipo de compañías, deben procurar elementos que les permitan alcanzar una ventaja competitiva, las cuales, se pueden crear desde la diferenciación del producto y/o la reducción de costos; aquí la tecnología, la capacidad de innovación, la infraestructura especializada, la investigación y la

capacitación del recurso humano, entre otros factores, son indispensable (Rojas & Sepúlveda, 1999). Porter (1985, citado en Isaza, 2008) formula que la generación de ventajas competitivas al interior de la empresa obedece, entre otros, a la articulación eficiente de la misma alrededor de una “cadena de valor”; con respecto a este planteamiento, y de acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir, que aunque las compañías indagadas hacen algún tipo de internalización de algunos de los procesos empresariales, no se evidencian mayor sinergia y la consolidación de cadenas de valor. Según Kogut (1985), el diseño de estrategias competitivas para las firmas, es decir, aquello que permite potencializar sus ventajas competitivas, se debe basar en la interacción de las ventajas comparativas de los países y las ventajas competitivas de las firmas. Las ventajas comparativas de los territorios, determinan la ubicación estratégica de la empresa; en el caso de las ventajas competitivas, éstas son internas a las firmas, las cuales, se adquieren desde la curva de aprendizaje de las mismas. En cuanto a las ventajas comparativas, la ciudad de Sincelejo, tiene una ubicación estratégica, sin embargo, esto no es suficiente sino existen condiciones de vialidad y acceso adecuado a la ciudad.

6. BIBLIOGRAFÍA

Abdel, Guillermo & Romo, David., (2005). Sobre el concepto de Competitividad. Comercio Exterior, Vol. 55 N°3, 200 - 214.

Aguilar, María & Martínez, Kristel., (2013). Las PYMES ante el proceso de la globalización. Observatorio de la Economía Latinoamericana, N°185, 2013. Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/pymes.html>

Álvarez, Rubén & Rendón, Jaime., (2010). El territorio como factor de desarrollo. Semestre Económico, Vol. 13, N° 27. ISSN 0120-6346, julio-diciembre de 2010, Medellín, Colombia. pp. 39-62. (24).

Ambastha Ajitabh & Momaya, K., (2010). Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks, and Models. Indian Institute of Technology. Singapore Management Review, Vol. 26 N° 1. Marzo de 2010. pp. 45 – 61.

Angulo, Jaime., (2012). La Globalización y su Impacto en las MIPyMEs. Revista el Buzón de Pacioli, Documentos N° 59, economía. Instituto Tecnológico de Sonora – ITSON. México, septiembre de 2012. (25). Recuperado de http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no59/economia/globalizacion_pymes.pdf

Aragón, A., & Rubio, A. (2005). “Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las Pymes del estado de Veracruz”. Revista Contaduría y Administración, 216, pp. 35-69.

Beltrán, Alejandro., (2006). Los 20 problemas de la pequeña y mediana empresa. Sotavento M.B.A. (7):8-15. Recuperado de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-Los20ProblemasDeLaPequenaYMedianaEmpresa-5137544.pdf>

Bejarano, Jesús Antonio., (1995). La competitividad en el sector agropecuario. Cuadernos de Desarrollo Agrícola 1(1), pp. 46-56.

Bianco, Carlos., (2007). ¿De qué hablamos cuando hablamos de competitividad? Documento de Trabajo N° 31, marzo de 2007. Centro de Estudios sobre ciencias, Desarrollo y Educación Superior. Recuperado de <http://www.centroredes.org.ar/files/documentos/Doc.Nro31.pdf>

Cabrera, Alejandra, López, Paula & Ramírez, Claudia., (2011). La Competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. Universidad Central. Documentos de Investigación. Administración de Empresas N°4, 56, 9 - 21.

Cardozo, Edyamira, Velásquez, Yngrid & Rodríguez, Carlos., (2012). El concepto y la clasificación de Pyme

en América Latina. Global Conference on Business and Finance Proceedings, Volumen 7, Número 2. ISSN 1941-9589, Online ISSN 1931-0285 CD. pp. 1630-1641.

Castañó, Leidy & Gutiérrez, Angélica., (2011). Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del Área Metropolitana Centro Occidente – AMCO (Tesis de grado inédita para el título de Ingeniero Industrial). Universidad Tecnológica de Pereira. Pereira, 2011. (219). Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/2041/1/658406C346.pdf>

Consejo Privado de Competitividad (CPC) y Universidad del Rosario. (2012). Informe Nacional De Competitividad. 2012 - 2013. Ruta a la prosperidad colectiva. Bogotá – Colombia.

Consejo Privado de Competitividad (CPC) y Universidad del Rosario. (2013). Índice Departamental De Competitividad. 2013. ISBN 978-958-98481-4-2. Bogotá – Colombia.

Consejo Privado de Competitividad (CPC) & Universidad del Rosario., (2014). Índice Departamental de Competitividad. 2014. ISBN 978-958-98481-4-2. Bogotá – Colombia, octubre de 2014. (180).

Consejo Privado de Competitividad (CPC) & Universidad del Rosario., (2015). Índice Departamental de Competitividad. 2015. ISBN 978-958-98481-4-2. Bogotá – Colombia, octubre de 2015. (208).

Chopra, Sunil & Meindl, Peter., (2008). Administración de la cadena de suministro. Estrategia, planeación y operación. Tercera Edición. Pearson Prentice Hall. Pearson Educación. ISBN: 978-970-26-1192-9. México, 2008. pp. 13-15. (553).

Durán, Juan Pablo., (2013). La pobreza y su relación con el desarrollo social, el crecimiento económico y el empleo: nuevas hipótesis teóricas e implicaciones

prácticas. (44). Junio de 2013. Recuperado de: http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/Teorias-Pobezas_0.pdf

Esser, Klaus, Hillebrand, Wolfgang, Messner, Dirk & Meyer, Jörg., (1995). Competitividad sistémica. Nuevo desafío para las empresas y la política. Revista de la CEPAL, NQ 59, 1995.

Fagerberg, Jan., (1988). International competitiveness. The economic Journal (98), June, United Kingdom. pp. 355-374.

Fairbanks, Michael, Lindsay, Stace, Rosas, Rosa., (1999). Arando en el mar: nutriendo las fuentes ocultas de crecimiento en el mundo en desarrollo. Mc Graw Hill Interamericana, ISBN: 9701021444. México, 1999. pp. 221-225. (285).

Garay, Luis Jorge. (Dir.), (1998). Colombia: Estructura Industrial e Internacionalización 1967-1996. Programa de estudio La Industria de América Latina ante la Globalización Económica. ISBN: 958-8025-14-1. Impresión: Cargraphics S.A., Santafé de Bogotá, Colombia, julio de 1998. pp. 563-621. (630).

Garelli, S Stéphanie., (2006). Competitiveness of nations: the fundamentals. Imdworld Competitiveness Yearbook 2006. pp. 607 - 618.

Gracia, Maximiliano., (2008). Los determinantes de la Competitividad nacional. Análisis y reflexiones a partir de un marco teórico conceptual. Temas de Ciencia y Tecnología, Vol. 12 número 36, septiembre - diciembre 2008. pp. 12 – 24. (13).

Guaipatín, Carlos., (2003). Observatorio MIPYME: Compilación estadística para 12 países de la Región. Informe de Trabajo. Washington, D.C., Abril de 2003. (35).

Isaza, Jairo., (2008). Cadenas productivas. Enfoques y precisiones conceptuales. Universidad Externado de

Colombia. Investigación. Bogotá, 2008. pp. 8 – 25. (18). Recuperado de file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/1602-5477-1-PB.pdf

Jones, Peter & Teece, David., (1988). The research agenda on competitiveness. A program of research for the Nation's business schools. In: FURINO, A. (Ed.). Cooperation and competition in the global economy: issues and strategies. Cambridge, MA: Ballinger, 1988.

Kogut, Bruce., (1985). Designing Global Strategies: Comparative and Competitive Value-Added Chains. Magazine: Summer. Julio de 1985. MITsloan. Management Review. (14).

Krugman, Paul., (1994a). Vendiendo prosperidad: sensatez e insensatez económica en una era de expectativas limitadas. Editorial Ariel, Barcelona, España. (304).

Krugman, Paul., (1994b). Competitiveness: A dangerous obsession. Foreign Affairs, vol. 73 NQ 2: 28-44, march/april de 1994. (17).

Llisterri, Juan, Angelelli, Pablo, Painter, Flora, Chrisney, Martín, Nieder, Franklin, Mico, Alejandro & Wilson, Steve, (2002). Guía Operativa para Programas de Competitividad para la Pequeña y Mediana Empresa. Informe de trabajo. Washington: BID. (30).

Lombana, Jahir & Rozas, Silvia., (2008). Marco Analítico de la Competitividad. Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. Revista Pensamiento y Gestión, N°26. Escuela de Negocios de la Universidad del Norte. (38).

Mourão, Paulo & Cohelo, Julio Miguel., (2009). La Competitividad de las ciudades portuguesas. El caso de las capitales de distrito. Revista de Economía Institucional, vol. 11, n° 21, segundo semestre/2009, pp. 205-223.

Markús, Gábor., (2006). Measuring company level

competitiveness in Porter's Diamond model framework. University of Pécs Faculty of Business and Economics, 149 - 158.

Montoya, Alexandra, Montoya Iván & Castellanos, Oscar., (2010). Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos. *Revista Agronomía Colombiana* 28(1), pp. 107-117. Bogotá, marzo de 2010.

Morales, María Antonia & Pech, José Luis., (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Revista Contaduría y Administración*, No. 197, abril-junio de 2000. pp. 47-63.

Real Academia Española, (1992). *Diccionario de la lengua española*. Ed. Espasa Calpe, Madrid, 21ª edición.

Montoya, Lina Marcela., (2008). Aplicación del mapa de competitividad del BID a empresas del fondo EMPRENDER (Tesis Inédita de Pregrado). Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, 2008. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/909/6584M798.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Navarro, Luis, García María Nieves & Vela, María José., (1999). El panorama actual de las Pymes: ventajas y desventajas competitivas. *ESIC MARKET*. Abril-Junio de 1999. (18).

Nieto, Victor, Timoté, Jennifer, Sánchez, Andrés Felipe & Villareal, Sebastián., (2015). La clasificación por tamaño empresarial en Colombia: Historia y limitaciones para una propuesta. *Archivos de Economía*, Departamento Nacional de Planeación – DNP. Documento 434, Agosto de 2015. (54).

OCDE/CEPAL, (2012). *Perspectivas económicas de América Latina 2013. Políticas de Pymes para el cambio estructural*. ISBN 978-92-64-18373-5 (impreso), ISBN

978-92-64-18374-2 (PDF), DOI <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2013-es> (194).

Ortiz, Carlos & Arredondo, Eréndira, (2014). Competitividad y factores de éxito en empresas desarrolladoras de software. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, vol. 11, núm. 3, septiembre - diciembre, 2014, pp. 49-73. ISSN: 1690-7515. Universidad del Zulia, Maracaibo – Venezuela.

Porter, Michael., (1991a). La ventaja competitiva de las naciones. Edit. Javier Vergara, Buenos Aires. (1025). Edición original: *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York. 1990.

Porter, Michael., (1991b). Ventaja Competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Editorial Rei argentina. CECSA. Buenos Aires, septiembre de 1991. (550). Edición original: *Competitive Advantage. Creating and sustaining superior performance*.

Procolombia. Revista de las Oportunidades PROEXPORT Colombia. Sucre, Aprovecha los TLC. p. 24. Recuperado de http://www.procolombia.co/sites/default/files/proexport_sucra_baja.pdf

Puerto, Doria., (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento y Gestión*, 171-195, 2010 173. N° 28. ISSN: 1657-6276. pp. 171-195. (25).

Quero, Luisa., (2008). Estrategias Competitivas: factor clave de desarrollo. www.revistanegotium.org.ve 10 (4) 2008; 36-49 [R: 2007-12 / A: 2008-03]

Rojas, Patricia & Sepúlveda, Sergio., (1999). ¿Qué es la Competitividad? Competitividad de la agricultura: Cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial. IICA, Series de Cuadernos Técnicos N°09, 26.

Saavedra, María Luisa., (2012). Una propuesta

para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Revista pensamiento y gestión*, N° 33, ISSN 1657-6276 (impreso), ISSN 2145-941X (on line). pp. 93-124.

Saavedra, María Luisa., Milla, Sindy & Tapia, Blanca., (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México. *Revista FIR, FAEDPYME International Review // Vol. 2 N° 4*, julio - diciembre de 2013 // pp. 38 – 52.

Sachs, Jeffrey & Warner, Andrew M., (1995). *Natural Resource Abundance and Economic Growth*. National Bureau of Economic Research Trabajo No. 5398, Cambridge, 1995.

Sachs, Jeffrey & Warner, Andrew M., (2001). The curse of natural resources. *Natural Resources and Economic Development*. *European Economic Review* 45, 2001, pp. 827-838.

Sachs, Jeffrey & Vial, Joaquín., (2002). Competitividad y crecimiento económico en los países Andinos y en América Latina, Borrador preliminar. Proyecto Andino de Competitividad, Documentos de Trabajo. Center for International Development, Harvard University. Cambridge, MA, enero de 2002. (59).

Salas, Jorge., Valles, Elvira., Galván, Ana Karina & Cuevas, Tomas., (2013). Competitividad para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas en México, mediante las Incubadoras de Negocios. *European Scientific Journal*, November edition vol. 8, No.25 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431. pp. 267 – 282. Recuperado de <http://eujournal.org/files/journals/1/articles/559/public/559-1735-1-PB.pdf>

Schmuck, Roland., (2007). *Measuring Company Competitiveness*. University of Pécs Faculty of Business and Economics, pp. 199 - 208.

Schwab, Klaus., (edit.), (2014). *The Global*

Competitiveness Report 2014 – 2015. World Economic Forum - WEF. ISBN-13: 978-92-95044-98-2, ISBN-10: 92-95044-98-3. Ginebra, 2014.

Schwab, Klaus., (edit.), (2015). *The Global Competitiveness Report 2014 – 2015*. World Economic Forum - WEF. ISBN-13: 978-92-95044-99-9, ISBN-10: 92-95044-99-1. Ginebra, 2015.

Segovia, Adriana., (2013). Las Famiempresas: más que unidades de producción económica, una oportunidad para la intervención social. *Revista Trabajo Social* 15: 87-104. Bogotá: Departamento de Trabajo Social, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia.

Silva, Iván., (2005). Desarrollo económico local y competitividad territorial en América Latina. *Revista de la CEPAL* 85. Abril de 2005. pp. 81-100. (20).

Solleiro, José Luis & Castañón, Rosario., (2005). Competitividad y sistemas de innovación, los retos para la inserción de México en el contexto global. Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica de la DGAPA-UNAM, México DF. pp. 165-197.

Tamayo, Mery & Piñeros, Juan David., (2007). Formas de integración de las empresas. *Ecos de Economía* No. 24. Medellín, abril de 2007, pp. 27-45.

Villegas, Dora & Toro, Iván., (2010). Las Pymes: Una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. *Revista MBA EAFIT*, mayo de 2010. pp. 86-101.

Ueki, Yasushi., Tsuji, Masatsugu & Cárcamo, Rodrigo., (2005). Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental. Documentos de proyectos. CEPAL – IDE-JETRO – PNUD. Santiago de Chile, octubre de 2015. (136). Recuperado de <http://archivo.cepal.org/pdfs/2005/S2005047.pdf>

Uribe, Elsa., (2000). La teoría de los costes de transacción y la fijación de los límites organizacionales: al otro lado de las fronteras nacionales. INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. No. 16, Julio - Diciembre de 2000. pp. 105 – 118.