

Capacidad tecnológica de las PYMES exportadoras de confecciones en Barranquilla

Lilia Mendoza Vega*
Guillermo Hernández Torres**

RESUMEN

Este artículo muestra los resultados obtenidos en una investigación de tipo descriptivo, dirigida a analizar la capacidad tecnológica de las PYMES exportadoras de confecciones en la ciudad de Barranquilla - Colombia. Para tal propósito, se encuestaron 17 empresas dedicadas a esta actividad, con el objeto de indagar aspectos relacionados con la maquinaria utilizada en el proceso de producción y de tecnología comunicacional, así como, el destino de las exportaciones.

Palabras clave: Capacidad tecnológica, maquinaria, tecnología comunicacional, PYMES, maquila, paquete completo

ABSTRACT

In this article you can see the results obtained in the descriptive investigation which was directed to analyze the technological capacity of the PYMES that are dedicated to trade confections in Barranquilla, which is an important city located in the North Coast of Colombia. To reach the investigation, it was necessary to find out about important issues like the machinery used in the production process, and also the destiny of the exportations.

Key words: technological capability, machinery, communication technology, SMEs, assembly, complete package

Una de las preguntas más frecuentemente planteadas por los gerentes, gestores, consultores y planificadores en general, se relaciona con la necesidad de globalizar las compañías. La pregunta típica es: ¿esto es realmente para todas, o solamente para algunas? Al respecto, Jean-Pierre Jeannot en su libro "Dirección de empresas con mentalidad global", apoyado en sus trabajos como investigador y consultor internacional, plantea que los imperativos de la globalización se aplican a la mayor parte de las industrias, aunque éstas estén compuestas por empresas grandes, pequeñas o incipientes, se aplica a todas ellas. Independientemente del volumen de las operaciones, de su ubicación o de su papel dentro del sistema de negocios. El imperativo global debe tener su espacio dentro de la empresa, si no se quiere correr el riesgo de experimentar una disminución en la competitividad.

En el presente ensayo, se hace una descripción de algunas características de la capacidad tecnológica de las pymes exportadoras de confecciones en Barranquilla, apoyado en un trabajo de campo realizado en 17 empresas del sector, y soportado por el componente teórico de las cinco fuerzas de Michael Porter y el aspecto legal de las PYMES expresado en la ley 905 de agosto 2 de 2004.

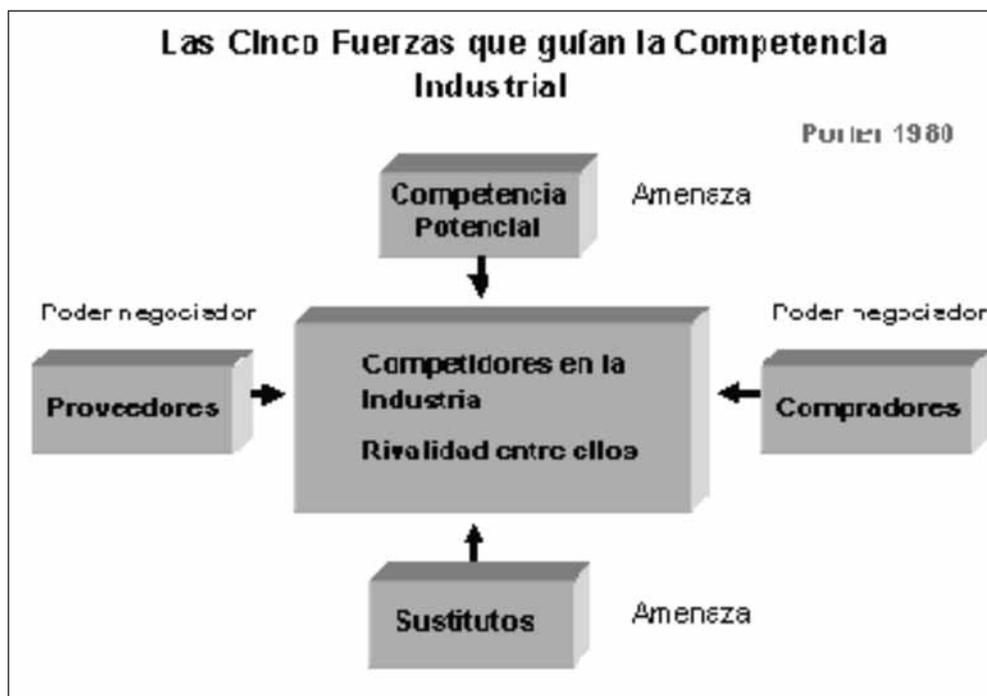
MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Porter (2002), plantea la existencia de cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

* MBA, Especialista en Gerencia de Empresas Comerciales, Ingeniero Industrial. Uninorte. PTC. Administración de Empresas, Universidad Autónoma del Caribe. E-mail: lmendoza@uac.edu.co

** MBA. Especialista en Gerencia de Empresas Comerciales, Universidad del Norte. Economista, Universidad del Atlántico. E-mail: ghernandez@uac.edu.co. Recibido: 1 de Agosto de 2010 Aceptado: 3 de Septiembre de 2010

- Entrada de nuevos competidores: El atractivo del mercado o el segmento depende de qué tan fáciles de franquear son las barreras para los nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.
- Rivalidad entre los competidores: Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y la entrada de nuevos productos.
- Poder de negociación de los proveedores: Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido.
- Amenaza de ingreso de productos sustitutos: Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria



FUENTE: PORTER, Michael. Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de industrias y competidores. CECSA, México.2002

LEY 905 DE 2004

Otro componente importante es la ley 905 de agosto 2 de 2004, destacando algunos aspectos de la misma:

- Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.
- Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa,

toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana que responda a alguno de los siguientes parámetros: 1. Mediana empresa: en este parámetro se consideran como mediana empresa a la planta de personal que cuenta entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores o que tiene activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos legales vigentes. 2. Pequeña empresa: en este parámetro se consideran aquellas que tengan una planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores o activos to-

tales por valor entre quinientos uno (501) y menos de (5.000) salarios mínimos legales vigentes 3. Microempresa: se considera aquella que tenga una planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o activos totales, excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales vigentes.

- Creación del Sistema Nacional de Mipymes, conformado por los consejos superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales. Este Sistema está integrado por el Ministerio de Industria y Turismo, Ministerio de Protección social, Ministerio de Agricultura, Departamento Nacional de Planeación, Sena, Colciencias, Bancoldex, Fondo nacional de Garantías y FINAGRO, el cual coordinará las actividades y programas que desarrollan las Mipymes.
- En el capítulo IV, denominado Desarrollo tecnológico y talento humano, en el artículo No. 17; se presenta al fondo Colombiano de modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, fomipyme, como una cuenta adscrita al ministerio de comercio, industria y turismo, manejada por encargo fiduciario, sin personería jurídica ni planta de personal propia, cuyo objeto es la financiación de proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las Mipymes y la aplicación de instrumentos no financieros, dirigidos a su fomento y promoción.
- En cuanto a los Sistemas de información, en el artículo 26 de la Ley 905 de 2004, se afirma que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo estimulará y articulará los Sistemas de Información que se constituyan en instrumentos de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa y en alternativas de identificación de oportunidades de desarrollo tecnológico, de negocios y progreso integral de las mismas.

La pequeña empresa se caracteriza por su carácter familiar, el control casi absoluto que ejerce el dueño sobre ella, la poca división del trabajo, capacidades y recursos limitados, gran heterogeneidad, gestión personalizada, alta flexibilidad, alto contacto con clientes y trabajadores, ausencia casi total de estrategias formales, escasez de sistemas de información, baja productividad, atención a mercados locales y excepcionalmente a mercados extranjeros.

En la mediana empresa generalmente aparece la figura del gerente-administrador, la mayoría de las veces un agente externo contratado para dirigir y gestionar la empresa. Existe una división del trabajo más amplia por la aparición de un mayor número de operaciones y proce-

sos, tanto productivos como administrativos, que impide el control absoluto del dueño quien tiene que delegar parte de sus funciones en terceras personas.

La organización es más compleja que en la pequeña empresa y sus capacidades y recursos son mayores, permitiendo incorporar más capital físico, financiero y humano. En este tipo de firmas, las estrategias tienden a ser más formales, la gestión es menos flexible y los sistemas de información son mayores y más formales, apoyados en las nuevas tecnologías de información y telecomunicaciones.

En este marco de referencia, los resultados arrojados en el estudio se esbozan en las siguientes variables:

PRODUCCIÓN Y DESTINO DE EXPORTACIÓN

Las prendas de vestir exportadas por las PYMES de confecciones barranquilleras, están conformadas por: pantalones, faldas, slacks y jeans, los cuales representan el 54.8% del total exportado. Se observa además, la exportación de vestidos de baño y ropa interior es muy baja con un 1.6% cada uno. Por otro lado, el grupo de "tops" o parte superior de las prendas de vestir, representan el 24.2% del total, representados en camisas y blusas y el 8.1% restante corresponde a chaquetas. Hay otro 8.1% representado por otras prendas de vestir.

Las preferencias de las mujeres del mundo por la ropa interior femenina nacional tiene relación con los esfuerzos que ha hecho la industria colombiana por agregar valor a su producción, a través de la calidad en la selección de las materias primas, en los diseños novedosos y en el cumplimiento en la entrega. Los empresarios han mejorado sus procesos de investigación y desarrollo para ofrecer productos que se diferencien en mercados internacionales (Portafolio 2007).

En términos generales los destinos de las exportaciones de confecciones colombianas en el año 2007, mostraron una fuerte tendencia hacia los mercados Venezuela, China y Estados Unidos.

La situación presentada para las PYMES exportadoras de confecciones en Barranquilla guarda relación con la tendencia nacional arriba señalada, ya que el 77.5% de las exportaciones se dirigen a países Latinoamericanos; tales como: Panamá, Venezuela, Ecuador, Costa Rica, Curacao, Puerto Rico, El Salvador, Aruba, Honduras y República Dominicana, de los cuales se destacan Panamá, Venezuela y Ecuador con un 15%, 10% y 10% respectivamente.

Otro nicho de mercado identificado por las PYMES para su comercio internacional es Estados Unidos, con una

participación del 15%. La presencia de estas empresas en el mercado europeo es muy incipiente y sólo dirige a España un 7.5% del total exportado.

El mercado textil colombiano tiene grandes ventajas y un camino ganado en cuanto a calidad y procesos productivos se refiere y por tanto ha logrado un gran reconocimiento y liderazgo, incluso frente a países que tienen desde hace varios años tratados de libre comercio como el Cafta y el Nafta. Esta fortaleza textil ha hecho posible que hoy Colombia produzca prendas para importantes firmas internacionales como Pepe jeans y Polo Ralph Lauren (Colombiamoda, 2007).

Es muy importante señalar que el 32% de las PYMES encuestadas manifestó que sus exportaciones están representadas con Marcas Propias, siendo este aspecto muy positivo para los confeccionistas colombianos que cada vez más están siendo reconocidos en el exterior por su creatividad. El 29% de las empresas exportadoras del sector trabajan con "Paquete Completo", término utilizado por nuestros empresarios, como aquel tipo de negociación que incluye el diseño, el corte y la confección de las prendas de vestir; confirmándose así el reconocimiento que cada vez más tienen estas empresas. El 17% trabaja con el diseño enviado por el cliente y realizan labores de corte y de confección. Sólo el 9.0% realiza otro tipo de negociación.

CAPACIDAD TECNOLÓGICA

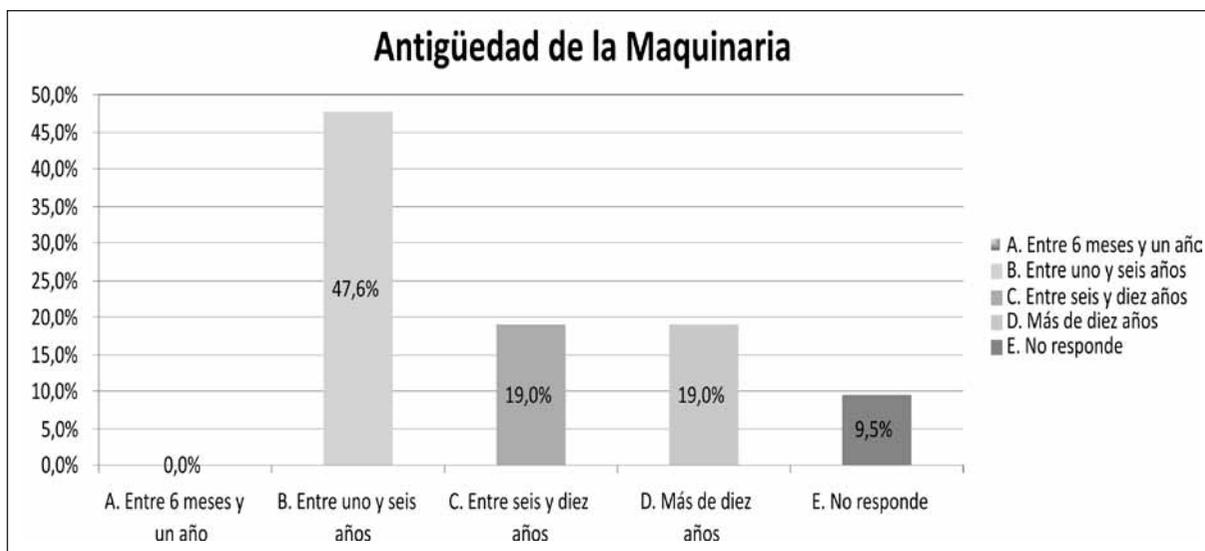
Maquinaria y secciones utilizadas: En las empresas de confecciones generalmente se utilizan las siguientes maquinarias y secciones: Sección de corte, el cual puede ser manual o computarizado y en el que se pueden encontrar

software que son una importante herramienta para el diseño de moldes o patrones: máquinas cortadoras o troqueles; fileteadoras industriales y familiares; maquinas de coser industriales y familiares; maquinas de puntada de seguridad; ribeteadora; empretinadora; maquinas de codo, ojaladora: maquinas botonadoras, dobladilladora de puntada invisible; maquinaria para lavandería, plancha y sección de empaque.

Las PYMES de confecciones muestran un muy bajo uso de la sección de corte computarizado, representado por el 0.6% de las empresas consultadas. El uso de maquinas para lavandería está representado por sólo el 1.7%, evidenciándose la contratación de outsourcing para estos procesos. El uso de máquinas familiares con un 4.0%, ha sido notablemente superado por el de máquinas de coser industriales, 8.6%. En los resultados, también se observa que solo el 3.4% de las empresas utilizan software especializados para la elaboración de patrones o moldes.

Adquisición y antigüedad de la maquinaria: Un hecho importante a destacar últimamente en nuestra economía, es la apreciación del peso frente al dólar en forma notable, lo cual se ha manifestado en un aumento en la importación de maquinaria, esta situación probablemente ha favorecido a las PYMES de confecciones de Barranquilla. El estudio arrojó que el 68.2% de las empresas habían adquirido maquinaria nueva y el 27.3% restante, maquinaria usada.

En lo referente a la antigüedad de la maquinaria, el 47.6% de las empresas posee una maquinaria entre 1 y 6 años de uso; el 19% manifiesta contar con una maquinaria entre seis y diez años; 19% afirma que su antigüedad es de más de diez años, como lo muestra el siguiente gráfico.



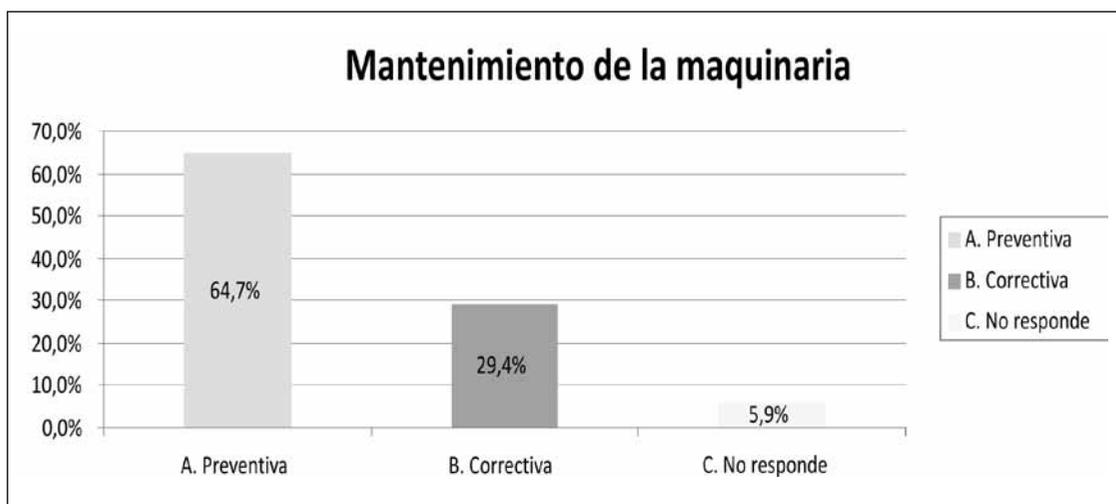
Fuente: Encuestas Realizadas para el estudio, 2007

Procedencia de la maquinaria: De acuerdo con el informe de Evaluación del Intercambio Comercial Colombo Europeo como alternativa de mercado para Colombia, las importaciones colombianas están concentradas principalmente en cinco rubros que representan el 78% del total, dentro de los cuales se señala a la maquinaria además de química, metalurgia, papel, vehículos y partes. En cuanto a la procedencia de estas importaciones, nuestros proveedores principales en un 83% son: Alemania, Francia, Italia, España y Holanda (AraujoIbarra, 2007).

Para el caso de la Pymes de confecciones en Barranquilla, el 61.9% utiliza maquinaria nacional en tanto que el

33% elabora su producción con maquinaria importada de países como Italia, Alemania y Brasil.

Tipo de mantenimiento utilizado: A nivel del Departamento del Atlántico los empresarios del sub.-sector de confecciones manifiestan realizar cambios en la organización y en la maquinaria. En la medida que la necesidad lo amerita; de la misma manera las innovaciones y mejoras de los productos se hacen según las exigencias de los clientes. En este subsector, a diferencia de los otros, las empresas realizan mantenimiento preventivo en un 67%. De manera similar, el 64.7% de las PYMES de confecciones utilizan mantenimiento preventivo y el 29.4% mantenimiento correctivo.



Fuente: Encuestas Realizadas para el estudio, 2007.

Registros estadísticos de producción defectuosa: Las capacidades competitivas en una organización deben mirarse bajo un enfoque sistémico, que para el caso de las PYMES, pueden dividirse en 6 componentes internos (Barriga, 2000) a saber: Innovación y calidad, aprendizaje y talento humano, financiero, dirección y administración, mercadeo y producción.

Conforme a lo anterior, la producción figura como uno de los componentes que definen las capacidades competitivas dentro de un comportamiento armónico del sistema.

Los registros estadísticos de la producción defectuosa son de suma importancia para la planeación de la empresa, la toma de decisiones y establecer políticas de producción, en la medida en que permite detectar dificultades relacionadas con edad y estado de la maquinaria y equipos, tecnología utilizada, programas de producción, entre otros. Para el caso de Barranquilla con relación a las PYMES exportadoras de confecciones, solo un 18% de éstas manifestó llevar estas estadísticas, la gran mayoría, un 65% expresó no llevarlas

Esta situación representa una gran debilidad para el mejoramiento de la productividad que redonda negativamente en el desempeño de la competitividad, sobre todo en la incidencia de los costos de producción al relacionarse con los precios internacionales. Es importante señalar que el 27.6% de las PYMES efectúa controles de calidad por cada 100 unidades producidas que de acuerdo con los resultados, presentan para este nivel un porcentaje de unidades defectuosas que oscila entre el 2% y 10%. El 17.3% de las empresas hacen controles tomando como unidad de medida la producción diaria, obteniendo resultados del 1% hasta el 18% de unidades defectuosas en algunos casos.

Los rangos de producción defectuosa expuestos resultan altos si los comparamos con estándares internacionales, afectando la productividad y restando competitividad internacional, pues la PYME está inmersa en un entorno nacional el cual ejerce influencia en ella y en otro internacional que incide directamente en su desempeño. Estos resultados están muy relacionados con la antigüedad de la maquinaria donde el 19% de las empresas consultadas

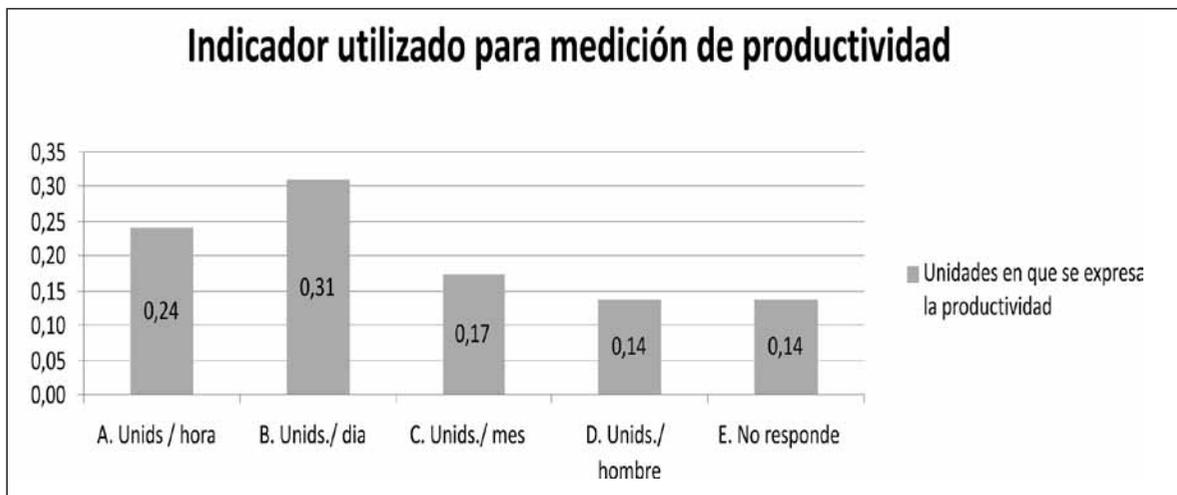
disponen de maquinarias que oscilan entre 6 y 10 años de uso y otro 19% de ellas, con más de 10 años. Otro factor que puede asociarse a estos resultados es el correspondiente a la maquinaria adquirida por estas empresas, puesto que el 27.3% de ellas, que resulta ser un valor muy significativo, adquiere para su proceso productivo maquinaria usada.

Los aspectos que tienen que ver con la producción y la calidad, como es el caso de los registros estadísticos en cuanto a la producción defectuosa llevado por las PYMES exportadoras de confecciones en Barranquilla, donde se muestra una fuerte debilidad en este sentido, es compatible con la situación presentada a nivel nacional para las PYMES, en las cuales el área de producción presenta problemas de proporciones mayores que en las demás áreas, pues solo un 0.9% de estas empresas tiene un alto

desempeño y más del 88% está en niveles medios e inferiores. Las principales dificultades se relacionan con la edad de la maquinaria y equipo, su estado, la baja cobertura de programas de producción y los cuellos de botella que retrasan la entrega al cliente.

Pocas empresas aplican herramientas de tecnología blanda (conocimiento), para mejorar la productividad, como el control de desperdicios, mejoramiento continuo, justo a tiempo y círculos de calidad y, menor el número que ha automatizado sus procesos productivos y certificado la calidad de sus productos y procesos (Barriga, 2006).

Los indicadores utilizados por las PYMES aquí referidos para medir los niveles de productividad son: unidades/hora, unidades/día, unidades/mes, unidades /hombre, como se aprecia en el gráfico siguiente.



Fuente: Encuestas Realizadas para el estudio, 2007.

El indicador de mayor uso es el de unidades/día con un 31% por parte de las empresas consultadas, seguido por unidades/hora un 24%, y no muy distante el uso de los indicadores unidades por mes y unidades por hombres con un 17% y 14% respectivamente, el 14% restante no dio respuesta a la pregunta. Este resultado muestra un avance muy interesante ya que un 86% de las PYMES dedicadas a la actividad exportadora de confecciones en Barranquilla construye indicadores de productividad que le permiten medir su desempeño y aplicar en lo posible algunos métodos de mejoramiento de productividad como por ejemplo el control de desperdicio o mejoramiento continuo, entre otros.

El mejoramiento de la capacidad competitiva de las PYMES, para medírsele a los retos que plantea el comercio internacional en el marco de la apertura económica actual, caracterizada por la existencia de una fuerte com-

petencia, requiere de un esfuerzo grande de los empresarios para efectuar las inversiones necesarias en tecnología y capital humano que le permitan mejorar los niveles de productividad para permanecer en el mercado.

Para las PYMES la competitividad es un tema de vital importancia porque tiene menos capacidades y recursos que las empresas más grandes y porque, en razón a su tamaño, no pueden obtener los beneficios de las economías a escala que permiten reducir los costos por producto y llegar a muchos mercados. Por ello es clave innovar permanentemente y enfocarse en un nicho de mercado donde la rentabilidad no dependa de las ventajas de la producción a gran escala.

Además, hay evidencias de que las Pymes presentan varias debilidades internas y un medio ambiente externo adverso para muchas de ellas. El acelerado cambio en las

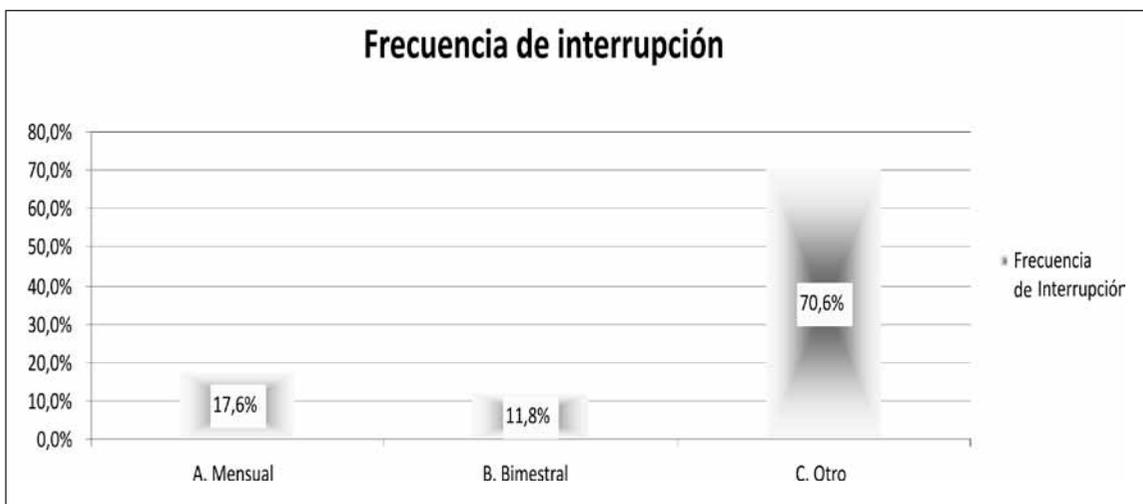
condiciones del entorno impulsado por las nuevas tecnologías en las telecomunicaciones y la informática, aunado a la volatilidad de los mercados financieros que provocan desajustes en las economías, principalmente en las de países emergentes y generan nuevas incertidumbres que representan simultáneamente amenazas y oportunidades para las empresas.

Para el aprovechamiento de las oportunidades y la minimización de las amenazas, se requiere que las PYMES desarrollen nuevas competencias y redireccionen sus estrategias competitivas para enfrentar un entorno más difícil, pues la presión de los competidores se ha intensificado. Enfrentar los cambios en el entorno requiere por parte de la empresas de menor tamaño, la identificación y el posicionamiento en un nicho de mercado, innovación permanente de productos y procesos, desarrollo de capacidades para el aprendizaje empresarial, competencias para incursionar en mercados externos, el desarrollo de nuevas habilidades de dirección, toma de decisiones en ambientes inciertos, trabajo en equipo al interior de la empresa, trabajo entre empresas, articulaciones con proveedores y distribuidores, y potenciar las cadenas productivas buscando sinergias.

Interrupciones en el proceso productivo causadas por daño en la maquinaria: Las PYMES en Colombia presentan problemas de proporciones considerables en el área de producción que en las demás áreas, en aspectos relacionados con la edad de la maquinaria y equipo, así como el estado de la misma.

Esta situación se evidencia para el caso de las Pymes analizadas en este estudio, donde el 58.8% de ellas manifestó haber tenido interrupciones en el proceso productivo por daños en la maquinaria durante el último año. De este porcentaje alto de empresas con interrupciones en el proceso, un 52.9% respondió haberlo hecho durante horas, 5.9% durante días y el 41.2% bajo la categoría de otro, es decir en periodos diferentes a los anteriores.

Conforme al siguiente grafico, la frecuencia con que se presentó esta interrupción en el último año fue para el 17.6% de las empresas en forma mensual, para el 11,8% bimestral y el 70.6% respondió otro, correspondiente a periodos de cada 4 o 6 meses.



Fuente: Encuestas Realizadas para el estudio, 2007.

Vale resaltar que un poco menos de las ¾ partes de las empresas consultadas, que resulta ser una proporción bastante alta, presenta interrupciones en sus procesos en periodos de cada 4 ó 6 meses, lo que es muy significativo para el aumento de la competitividad no solo en cuanto a reducción de costos, sino en el cumplimiento oportuno en la entrega de productos a clientes internacionales.

Las interrupciones en la producción pueden estar ligadas en gran medida al tipo de maquinaria utilizada, estado de la misma, mantenimiento recibido y avance tecnológico.

En el presente estudio, el 47.6% de las empresas posee una maquinaria bastante nueva que oscila entre 1 y 6 años de uso, esta es una razón por la cual las interrupciones en la producción se presentan en periodos hasta de 6 meses. Es importante destacar que el 68.2% de las empresas adquirió para sus procesos maquinaria nueva, que es un factor importante para la productividad y competitividad y, un 27.3% adquirió maquinaria usada.

Otro hecho a resaltar, es que el 64.7% de las empresas realizan mantenimiento preventivo a la maquinaria, lo que

necesariamente incide en la reducción de las interrupciones en los procesos.

Por otra parte, resulta preocupante que el 29.4% de las empresas consultadas presenten interrupciones en periodos comprendidos entre 1 y 2 meses, afectando negativamente su productividad puesto que su ocurrencia se presenta en periodos muy cortos, si consideramos lo dinámica y competitiva que es la economía de hoy. Este hecho está ligado a que un 19% de las empresas tiene maquinaria que oscila entre 6 y 10 años de uso y otro 19% posee maquinaria de más de 10 años. Otro factor que puede incidir en esta alta frecuencia de interrupción es el hecho de que el 27.3% de las empresas adquieren maquinaria usada para adelantar su proceso de producción y, un 29.4% hace mantenimiento correctivo a la misma. Estos son elementos que las empresas pueden ir superando mediante la puesta en marcha de un proceso de planeación.

TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

La tendencia mundial es la globalización, y por tanto, es recomendable minimizar las barreras geográficas para la comercialización de bienes y servicios. En este aparte, se analizará el uso del internet y las principales actividades comerciales que desarrollan las PYMES de confecciones barranquilleras.

En los últimos años las tecnologías emergentes en el campo de las telecomunicaciones e informática han facilitado la integración de servicios de manera cada vez más novedosa para facilitar el desarrollo de muchas actividades en la empresa, optimizando sus procesos y aumentando la productividad de sus operaciones.

Actividades comerciales mediante el uso de Internet: Para las pymes establecer y efectuar negocios por Internet a través de esquemas como los que facilita el comercio electrónico es una oportunidad de utilizar las tecnologías para extender las fronteras más allá del espacio físico en el cual está ubicada la empresa y sus clientes tradicionales, y poder llegar a mercados que quizás de otra forma no alcanzarían. Esta situación es evidenciada en el presente estudio, donde el 94% de las empresas encuestadas respondieron tener acceso a Internet.

Es importante señalar que sólo el 2% de las PYMES en Colombia invierten en tecnología, y por ello es necesario que estas empresas aceleren su inversión en tecnologías de información y comunicaciones (TIC) para ser competitivas en el mercado global. Este panorama fue presentado en el marco de la mesa redonda "Tecnología, oportunidad de crecimiento para las PYMES en Colombia", realizada por Cisco y ACOPI (Deltaasesores,2007).

El tipo de conexión a Internet utilizado por el 94% de la Pymes de confecciones exportadoras barranquilleras es el de banda ancha y el 6% restante utiliza red telefónica básica. El uso de banda ancha es hoy en día una alternativa para la conexión de empresas y usuarios residenciales a redes como Internet y, en general, una solución cada día más demandada, ya que permite superar las limitantes impuestas por conexiones de menor velocidad y capacidad de transmisión.

Para una pyme la inversión en esquemas de conectividad hacia Internet, a través de planes de banda ancha, es una alternativa que puede ser económica y que le ofrece muchas ventajas sobre otro tipo de conexiones. Permitirían por ejemplo que las empresas pudieran publicar servicios de información con mejores contenidos y aplicaciones orientadas a clientes y socios de negocios sin inversiones muy altas. En nuestro país los proveedores de servicios de internet y operadores de telecomunicaciones están recomendando el camino para la construcción de una infraestructura que permita ofrecer a sus clientes pasar de los "senderos" a las reales "autopistas" digitales que se conocen como las redes de banda ancha.

Las actividades comerciales realizadas por las PYMES mediante el uso de Internet son: el 37% de ellas lo utiliza para servicios de atención al cliente, un 29% para realizar ventas de sus productos, el 27% efectúa compras de insumos y el 7% restante realiza otras actividades comerciales. Además, el 65% de ellas dispone para su actividad comercial de página Web, el 35% restante no la posee, hecho este que puede afectar significativamente la optimización de sus procesos y ventajas competitivas. Esto indica además, que estas tecnologías aún no son exploradas ni tampoco apropiadas por muchas PYMES, pese a estar ampliamente difundidas a nivel mundial.

Dada la importancia que representan las Pymes en general para la economía nacional en cuanto a la generación de empleo y su participación en el comercio exterior y las Pymes exportadoras de confecciones en Barranquilla en particular para la economía regional., es necesario tener en cuenta aspectos tales como:

- Consultar permanentemente los diagnósticos existentes referentes a las tendencias sectoriales y cambios del entorno que faciliten la identificación de nuevos nichos de mercados y tipos de productos, puesto que dicho entorno se torna tan variable e incierto que resulta vital descubrir la información importante y necesaria y, estar atento a los cambios que se deben hacer en la estrategia empresarial. Por ello es necesario que los empresarios realicen con frecuencia un análisis sistemático de las variables que afectan directa e indirectamente el negocio.

- Desarrollar planes y programas de control de la producción que permitan la elaboración de indicadores para prever el funcionamiento efectivo de los procesos, lo cual incidiría positivamente en la productividad y competitividad. En este sentido, se deben identificar los problemas administrativos y operativos vigentes que afectan a la empresa, estableciendo prioridades y posteriormente emprender un plan de mejoramiento continuo para la organización, con acciones en el corto, mediano y largo plazo. Este plan deberá contar con la participación de todos en la empresa, desde el nivel superior hasta el inferior, para lograr una mayor objetividad en la identificación de las necesidades actuales.
- Incrementar el uso de la página web como medio para realizar actividades comerciales, pues hoy los negocios deben ajustarse al nuevo modelo de interacción comercial basado en la economía de la información y telecomunicaciones. En este orden de ideas, el comercio realizado por este medio da respuesta a la necesidad de participar en un mercado globalizado donde los clientes están en cualquier lugar, no existen fronteras y se admite la mínima demora.

La rapidez de las comunicaciones con clientes y proveedores, constituye para las PYMES un factor crítico de éxito para afrontar la competencia en nuevos mercados.

- Diversificar el riesgo de operar prácticamente en un sólo mercado (Latinoamérica), incursionando en el mercado europeo. En el marco de los objetivos y estrategias de la política comercial colombiana, el gobierno formuló el Plan Estratégico Exportador 1999-2009, el cual le confiere al sector externo un papel protagónico en los esfuerzos encaminados a lograr la reactivación económica y a orientar el futuro crecimiento económico del país, sobre un modelo exportador que requiere adecuar la producción nacional de bienes y servicios en función de la demanda mundial. Las exportaciones de nuestro país están dirigidas en más de un 50% solo a dos destinos. Estados Unidos y Venezuela, situación que resulta riesgosa ante cualquier inconveniente de tipo comercial o político que afecte las relaciones con estos socios y se traduzca

en un deterioro de nuestro comercio, en este sentido se debe pensar en la posibilidad de abrimos a nuevos mercados.

- Hacer alianzas estratégicas con empresas del sector para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos. Estas son factores importantes para el desarrollo y crecimiento en particular, de las pequeñas y medianas empresas, facilitando la innovación tecnológica, la especialidad, la adaptabilidad y el aprendizaje mediante procesos interactivos. Por lo anterior, se consideran las alianzas como una salida que permite a las PYMES alcanzar la competitividad requerida para generar el desempeño que el entorno exige.

REFERENCIAS

BARRIGA MANRIQUE, Enrique (2000). La Gestión de la Pequeña y Mediana Industria en los Países Miembros del Grupo Andino. CAF. Asopyme, Ibee, Esan, Insotec, Eafit.

DANE (2002). Encuestas a Microestablecimientos

PORTAFOLIO (2006). Caja de herramientas para Pymes Serie de fascículos

GOBERNACIÓN DEL ATLÁNTICO. (2005). Secretaría de Desarrollo Departamental. Documentos Varios.

CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANQUILLA. (2005). Documentos Varios.

REPÚBLICA DE COLOMBIA. (2004). Ley 905. Definición de PYME.

Www. Portafolio. Com. Sept. 16 de 2007.

Informe de Ministerio de Industria y Turismo, noviembre de 2007

www.araujoibarra.com

“Como se prepara el Sector industrial del Atlántico frente a la inminente firma del Tratado de libre Comercio”. www.unisimonbolivar.edu.co/revision/aplicaciones/doc/187.pdf