



Estrategias de fortalecimiento en la comunicación para los centros de desarrollo empresarial, mediante la vinculación del Estado – Academia – Pymes.

Autor.
Juan Fernando Casas Muñoz

Director del Proyecto.
Andrés Felipe Naranjo

Universidad ICESI
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Mercadeo Internacional y Publicidad
Santiago de Cali
20 de noviembre de 2015

Tabla de contenido

SIGLAS	3
GLOSARIO, TABLAS Y GRÁFICOS	4
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
ESTRUCTURACIÓN DEL PROYECTO	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
Hipótesis	11
Preguntas	11
Metodología	11
Pertinencia	12
Recursos	12
CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA	13
¿Qué son las Pymes?	13
Las Pymes, el presente y futuro de la economía colombiana	13
¿Por qué están fracasando las Pymes en Colombia?	14
AGENTES PARTICIPANTES:	15
Principales herramientas que el Estado ha implementado actualmente para fomentar el desarrollo de las Pymes en Colombia	15
Principales herramientas que la Academia ha implementado actualmente para fomentar el desarrollo de las Pymes en Colombia.	16
Principales Herramientas que las Pymes colombianas han implementado actualmente para su propio desarrollo.	17
TRIPLE HELICE	18
Los centros de Desarrollo empresarial CDE	18
Centros de Desarrollo en Santiago de Cali, año 2015:	18
Percepción social de estudiantes vinculados	22
Percepción social de estudiantes no vinculados	23
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	25
Propuesta digital	25
Campaña de optimización de la comunicación a través de plataformas digitales	25
CONCLUSIONES	26
Bibliografía	27

SIGLAS

- **MinCIT:** Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- **Pymes:** Micro, Pequeña y Mediana empresa
- **AT:** Asistencia Técnica
- **CDE:** Centro de Desarrollo Empresarial de Micro, Pequeña y Mediana Empresa
- **SDE:** Servicios de Desarrollo Empresarial.
- **PTP:** Programa de transformación productiva

GLOSARIO, TABLAS Y GRÁFICOS.

Emprendedor: Se denomina a la persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.(GEM,2013)

Emprendedores Potenciales: Se denominan a quienes poseen los conocimientos técnicos pero que aún no los ponen en práctica.(GEM,2013)

Emprendedores Nacientes: Son aquellos individuos que han estado involucrados en la puesta en marcha de una empresa hasta 3 (tres) meses 12 (meses), ya sea como auto-empleados o en combinación con otro trabajo.(GEM,2013)

Nuevos Empresarios: Se consideran aquellos individuos cuyas empresas tienen entre 12 (doce) y 42 (cuarenta y dos) meses de funcionamiento, es decir, realizando pago de salarios a una persona adicional al propietario o al mismo propietario, ya sea como auto-empleados o en combinación con otro trabajo. (GEM,2013)

Empresarios Establecidos: Se tienen en cuenta aquellos individuos que tienen más de 42 (cuarenta y dos) meses realizando pago de salarios a una persona adicional al propietario o al mismo propietario, ya sea como auto-empleados o en combinación con otro trabajo. (GEM,2013)

Empresa: Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Clasificación empresarial: En Colombia el segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación se estableció mediante la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 2o de la Ley 905 de 2004.

Empresa formal: Es toda unidad productiva entendida como un conjunto de bienes organizados en un sitio determinado para el desarrollo de las actividades económicas que sirva para poder ejercer una actividad comercial que cumpla con una serie de requisitos establecidos en la Ley.(LeyMipyme, 2000)

Empresa informal: Es toda unidad productiva que desarrolla una actividad lícita, sin el cumplimiento de los requisitos de ley, permisos y disposiciones requeridas para su operación.(GEM,2013)

Triple Hélice: Se refiere a la alianza entre sector público, privado y académico con el objetivo de realizar la co-inversión de esfuerzos técnicos, logísticos y de financiamiento que garantice la sostenibilidad del Proyecto y optimice las acciones y los recursos disponibles.(Manual Operativo, 2013)

Acompañamiento individual: Actividad ofrecida por el asesor del Centro al empresarios o

emprendedor. Para el caso del empresario, consiste en evaluar, diagnosticar a través de un formato la situación actual de la empresa y a partir de ese resultado el asesor planteará un plan de trabajo con el empresario el cual desarrollará con el apoyo del asesor. En el caso del emprendedor, el asesor evalúa la viabilidad de la idea de negocio, dirige, guía y revisa el Plan de Negocios elaborado por el emprendedor. El acompañamiento en general debe dar como resultado, el empoderamiento del empresario y del emprendedor orientándolos a la toma de decisiones en beneficio del negocio. (Manual operativo, 2013)

Tablas:

Tabla1.



Fuente: IERAL sobre la base del Banco Mundial.

Tabla2.

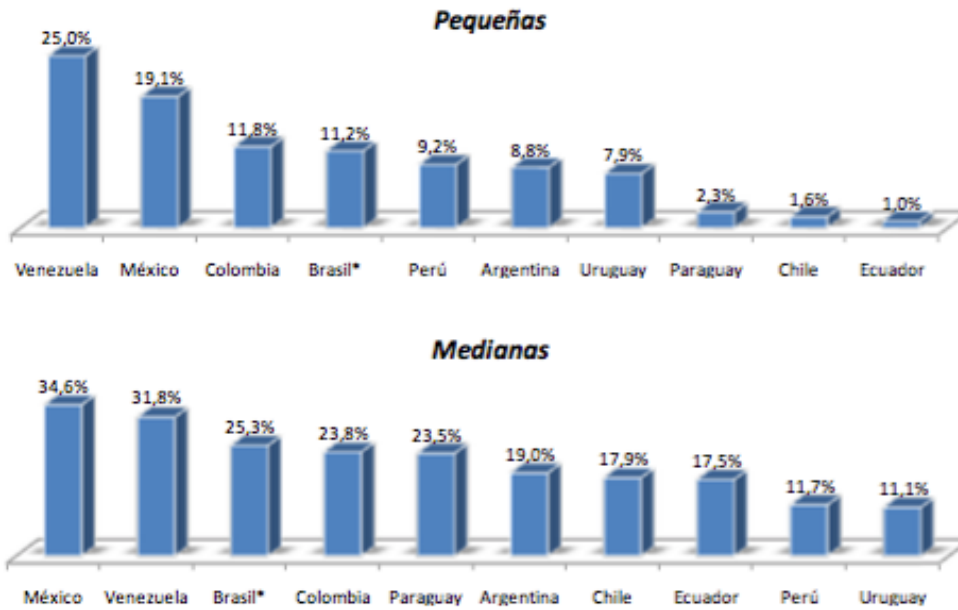


Fuente: IERAL sobre la base de Banco Mundial

Fuente: IERAL sobre la base del Banco Mundial

tabla 3

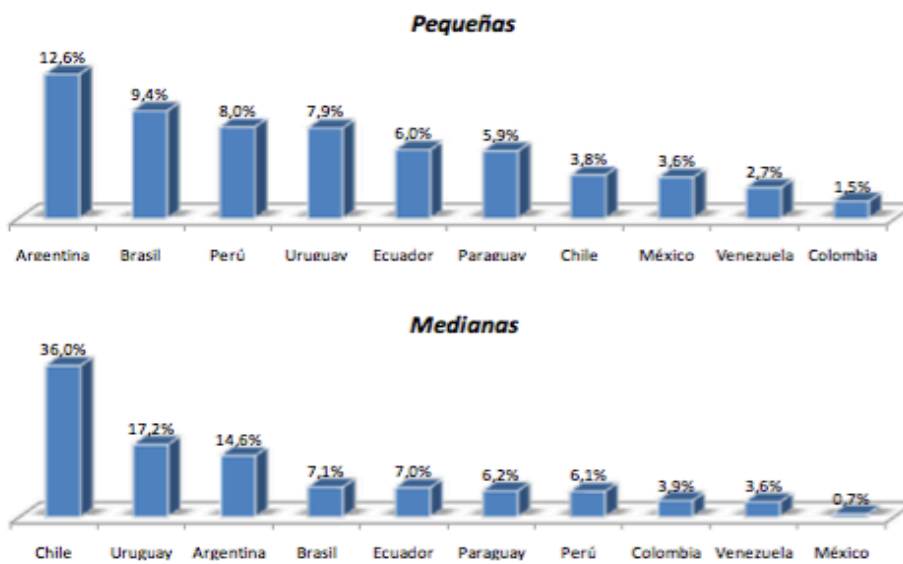
Empresas con certificación reconocida internacionalmente (2010)
 Porcentaje del total de empresas



Fuente: IERAL sobre la base del Banco Mundial

Tabla 4

Legislación Laboral (2010)
 Porcentaje de empresas que lo señalan como obstáculo



Fuente: IERAL sobre la base del Banco Mundial

Modelo de encuesta #1

Datos del entrevistado.

Nombre:

Programa:

Edad:

Relacionado al centro de desarrollo.

¿Cuánto tiempo lleva el centro de desarrollo?

¿Cómo está compuesto el centro?

¿Cuántas consultas tienen cada semestre, en promedio?

De esas consultas que les hacen, cuántos proyectos salen a flote?

¿En qué se diferencia con otros Centros de la ciudad?

Como Centro de Desarrollo, ¿Qué actividades realizan para evolucionar constantemente de la mano de los empresarios?

¿Conocen el trabajo de los otros centros?

¿Trabajan con otros centros?

¿Qué frentes ataca puntualmente el Centro, a qué se dedican?

¿Cómo lo hacen?

Relacionado a su puesto en el centro de desarrollo.

¿Cuál es su función en el Centro de Desarrollo?

¿Desde su función considera que el centro se encuentra débil en algún aspecto?

¿En cuál y qué cree que se puede hacer?

Relacionado a la innovación.

¿Considera la innovación un recurso importante para el desarrollo del centro y las futuras empresas?

¿Cómo centro de desarrollo de nuevas e innovadoras empresas, cómo se trabaja la innovación internamente?

Relacionado a las empresas o empresarios

¿Promueven la creación de empresa? Cómo lo hacen?

¿Cómo y quién evalúa los proyectos de los estudiantes?

¿Cómo es el proceso con los proyectos?

¿Una vez puesto en funcionamiento el proyecto, cuál es el papel que desempeña el centro en la vida del empresario?

¿Qué barreras encuentran para el pleno desarrollo de los proyectos?

ABSTRACT

La profesionalización y la tecnificación son elementos que las Pymes colombianas necesitan para afrontar satisfactoriamente los retos de una economía altamente globalizada. Esto implica que la Academia, como motor de desarrollo social, contribuya al desarrollo de las Pymes a través del conocimiento aplicado, de la capacitación y tecnificación de la mano de obra; que el Estado, como facilitador, permita y garantice esta relación, y que las Pymes como parte fundamental del sector productivo, acojan este conocimiento y lo transformen en una mayor productividad y competencia.

El presente trabajo devela la necesidad de incentivar el crecimiento de las Pymes colombianas a través de herramientas como los centros de desarrollo empresarial CDE, quienes con el apoyo del Estado y la Academia, logran capacitar el recurso humano, así como consolidar ideas de negocio que nacen en las instalaciones de las diferentes universidades del país. Cabe resaltar que si bien la mayor parte de los usuarios del Centro son comunidad estudiantil, existen muchos otros usuarios externos que han sido beneficiados por las herramientas que brindan los CDE.

Adicionalmente, este trabajo investigativo busca fortalecer a las que, según los estudios realizados, son las principales debilidades estructurales del Centro Empresarial.

La comunicación como puente de interacción entre el centro y sus usuarios, es fundamental para un óptimo desarrollo del CDE. Por esta razón, la propuesta presentada en este trabajo, busca optimizar la comunicación del CDE a través de la apropiación de las herramientas tecnológicas como las plataformas digitales de comunicación.

Palabras Claves: Pymes, CDE, Plataformas digitales, Innovación.

Key Words: SBDC, innovation, **platform digital**.

INTRODUCCIÓN

Según Albornóz(2012) existe un consenso que dictamina que sin una inversión más importante y decisiva en la ciencia y la técnica de los países de la región, estos siempre serán el furgón de cola de los países desarrollados. En efecto, la fuerza laboral y el capital son y serán parte fundamental de una empresa, sin embargo, factores como la especialización o tecnificación de procesos, los cuales permitan desarrollar un valor agregado a la producción, permitirán una mayor expansión del mercado de las Pymes colombianas.

Para el presente trabajo se decidió tomar en cuenta las herramientas que de manera activa participan en el acompañamiento y capacitación de los pequeños y medianos empresarios, permitiendo así una tecnificación del recurso humano en el sector productivo más importante del país.

Por esta razón los CDE, según Arias (2013) constituyen un puente por el que fluye el conocimiento en dirección de los intereses productivos del país. A través de dichos centros, las universidades pueden fomentar la tecnificación y profesionalización de los nuevos empresarios.

Para ejemplificar claramente, es necesario tener en cuenta modelos Europeos que basaron su modelo de desarrollo en la unión del triple hélice(Manual Operativo, 2014) la cual hace referencia a la unión entre Estado, Academia y sector productivo.

Por otro lado, los pequeños y medianos empresarios aportan desde la practica a la mejora de conocimientos establecidos desde la academia. Es muy importante hacer énfasis en este punto, ya que de este depende que el conocimiento sea realmente aplicado, con el fin de optimizar lo qué se aprende y para qué se aprende. De otra manera, los estudios y el conocimiento como patrimonio cultural del país(Arias, 2013) estarían desligados del contexto económico local y por supuesto globalmente.

Países como Argentina, México y Brasil (Arias,2013) entendieron la necesidad de esta unión mucho antes que el resto de países latinoamericanos. Lastimosamente, en los años 90, cuando por fin se hablaba de tecnificación y profesionalización de manera abierta, se gestaron ciertas dudas sobre la efectividad de involucrar a la Academia con la industria nacional.

Hoy en día, Colombia cuenta con uno de los Centros de emprendimiento más importante de América Latina. El CDEE de la Universidad Icesi lleva más de 30 años formando y capacitando empresarios de la región del Valle del Cauca. Actualmente, cuentan con un personal de más de 50 empleados con profesores de tiempo completo encargados de guiar a los estudiantes en su desarrollo de idea de negocio.

Este tipo de herramientas son apropiadas para el presente trabajo ya que constituyen un eje fundamental del desarrollo de la industria local basado en conocimiento aplicado desde la Academia.

De esta manera, se busca exponer la pertinencia de promover el pleno desarrollo de los centros de Desarrollo con el fin de fortalecer, en un efecto dominó, a las Pymes. Ya que estos centros se pueden convertir en el mejor aliado a la hora de crecer.

ESTRUCTURACIÓN DEL PROYECTO

Objetivo General

Optimizar los canales de comunicación del CDEE promoviendo el uso de plataformas digitales.

Objetivos Específicos

- ✓ Analizar el contexto histórico de las Pymes en Colombia. (Año 2010 – 2015)
- ✓ Determinar las causas principales por las que fracasan las Pymes en Colombia.
- ✓ Enumerar las diferentes herramientas que permiten el desarrollo de las Pymes en Colombia.
- ✓ Analizar el contexto histórico de los CDE en Colombia como agentes de apoyo a las Pymes.
- ✓ Determinar la relación de los CDE con la triangulación entre: Estado – Academia – Pymes.
- ✓ Determinar las principales fallas en los canales de comunicación del CDEE
- ✓ Proponer una estrategia digital que permita optimizar la comunicación en los CDE.

Hipótesis

El uso correcto de las plataformas de comunicación en línea, optimizan y dinamizan la relación del CDEE con su público objetivo, logrando una mayor flujo de usuarios para el centro.

Preguntas

- ¿Por qué es importante la relación entre: Estado – Academia – Pymes?
- ¿Cuál es la pertinencia de evaluar la situación de las Pymes en Colombia?
- ¿Por qué se habla de profesionalización y tecnificación?
- ¿Qué función cumplen los CDE en este sistema?
- ¿Es efectivo el uso de plataformas digitales para optimizar el rendimiento de los CDE?

Metodología

El objetivo de este trabajo es determinar la percepción colectiva sobre el impacto que tienen los CDE en el acompañamiento y capacitación a las Pymes, a partir de los recursos que ofrece la Academia (Capacitaciones, talleres, seminarios). Para determinar dicho imaginario se realizaron 30 encuestas estructuradas a estudiantes de últimos semestres o en semestre de práctica que desarrollaron una idea de negocio pero que no se vincularon con un CDE. Simultáneamente se realizaron 20 entrevistas a profundidad a estudiantes de últimos

semestres o en semestre de práctica que desarrollaron una idea de negocio y sí se vincularon con un CDE.

Se decidió realizar entrevistas a profundidad con los estudiantes vinculados porque el objetivo era obtener información precisa que solo se logra con la confianza. Una vez obtenida la información de los estudiantes vinculados, se realizan las encuestas estructuradas a los estudiantes no vinculados. Estas encuestas realizadas a los estudiantes no vinculados, se estructuraron a partir de la información obtenida de los estudiantes que sí fueron parte del Centro, de esta manera, la encuesta estaba dirigida puntualmente a validar los criterios previamente establecidos.

Se utiliza una metodología cualitativa porque se pretende analizar e interpretar la percepción que los directamente vinculados con el centro, tienen de él, tomando sus palabras, gestos y posiciones, mucha información que los números por sí solos no podrían brindar.

Pertinencia

En la actualidad del mundo va más rápido de lo que muchas empresas pueden ir. Ese es el caso de muchas de las Pymes colombianas que día a día cierran sus puertas ante la imposibilidad de competir frente a grandes y organizadas empresas extranjeras. Es cierto que el ingreso de nuevas empresas genera un dinamismo en la economía necesario para el beneficio del consumidor, también es cierto que se necesita una apertura económica que permita acuerdos como la Alianza del Pacífico o UNASUR; pero también es cierto que antes de salir al mundo, a codearse con otras economías del primer mundo, es necesario fortalecer la economía local.

Por esta razón, herramientas como los CDE son necesarias para fortalecer a las Pymes. Logrando un desarrollo técnico y profesional que permita producir un valor agregado a nuestra producción.

En este orden, fomentar y generar el desarrollo de los CDE se torna una tarea indispensable e inherente al proceso de crecimiento de las Pymes, logrando así, la pertinencia requerida para realizar este trabajo de investigación.

Recursos

- ✓ 50 estudiantes de últimos semestres o en semestre de práctica de la Universidad ICESI.
- ✓ Más de 40 fuentes bibliográficas entre decretos, papers, tesis doctorales, informes estatales oficiales.
- ✓ 4 CDEE
 1. CDEE – ICESI
 2. CIEE – UAO
 3. Parque la Umbría – San Buenaventura.

4. Campus Nova – PUJ

- ✓ Plataformas virtuales dispuestas por el Gobierno.
 1. Mipyme.com
 2. Propaís.com
 3. Innpulsa.com
 4. Ministerio de Industria y comercio
- ✓ Ley de emprendimiento 2006
- ✓ Ley Mipyme.

CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA

¿Qué son las Pymes?

Según la ley 590 del mes de Julio del año 2000(Ley Mipyme) capítulo 1, artículo 2: la pequeña empresa debe contar con una planta personal de entre 11 y 50 trabajadores; y unos activos fijos totales entre 500 y 5.000 salarios mínimos legales vigentes.

Para la empresa mediana el número de trabajadores debe estar entre 51 y 200, y los activos totales fijos no deben superar los 15.000 salarios mínimos legales vigentes.

En caso de que estos parámetros sean diferentes a los estipulados, la ley determina que el factor determinante para la clasificación de la empresa será el valor de los activos totales.

Las Pymes, el presente y futuro de la economía colombiana.

Para el año 2013, el DANE(2013) confirmó que el 45,5% del Producto Interno Bruto del país (PIB) fue aportado por las Pymes colombianas. Adicionalmente, se estimó que 7 de cada 10 empleos se ubican en este mismo sector; esto evidencia no solamente el impacto en el desarrollo de la economía, si no también en el tejido social. Por otro lado, la Asociación Colombiana de Pequeños Industriales (2013) aseguró que el 27% de las exportaciones totales fueron realizadas por Pymes.

Cifras más recientes demuestran que las Pymes representan el 99% del total de las empresas en Colombia, según un estudio realizado por los docentes e investigadores de la Universidad EAN, Rafael Ignacio Uribe y María del Pilar Ramírez(2015).

Cifras como las anteriormente expuestas, demuestran la pertinencia de trabajar y desarrollar políticas en pro de las Pymes como sector base de la economía local. En la actualidad, la mayor parte de las Pymes no cuentan con tecnificación de procesos para productos mayormente elaborados. Sin embargo, ya se empiezan a notar casos de éxito a nivel global de pequeños empresarios que le han apostado a la innovación, al trabajo conjunto y a la versatilidad que permite una pequeña empresa.

Como se explicará más adelante, un buen ejemplo de innovación local es Superbrix, que desarrolla molinos de arroz que se venden en 32 países. También Famoc Depanel, que diseña muebles que son vanguardia en Europa. Y finalmente Dilenses, que creó unos lentes de contacto a la medida de cada córnea y recibe pacientes de Rusia y Austria.” (Revista dinero, 2015).

Es importante crear y apoyar el talento local. Actualmente a nivel mundial existen miles de empresarios colombianos que han podido competir de igual a igual con empresas que hace algunos años era impensable. El caso de Bogotá Beer Company(BBC) es uno de los casos más cercanos a la Universidad ICESI ya que el creador de esta idea de negocio es egresado de dicha institución.

La cerveza artesanal poco a poco va ganando participación en el mercado de bebidas embriagantes, y según cuenta su dueño Berny Silberwasser(2012) hoy en día el estatus de la cerveza ha subido, la manera en que la gente percibe una cerveza es diferente a unos 5 años atrás.

Con más de 160 puntos y con la expectativa de abrir 2 más cada año, BBC pasó de ser una pequeña productora de cerveza artesanal, a ser uno de los Pub's más frecuentados por personas de estratos medios y altos que buscan pasar un rato entre risas y cervezas de calidad, pues según asegura Silberwasser, el lúpulo y la cebada que componen las cervezas BBC son de los mejores y más escasos a nivel mundial.

Casos como el anteriormente expuesto, demuestran que los pequeños negocios con potencialidad de crecer, son el futuro de la economía colombiana. Mientras las multinacionales vienen y generan trabajo, pero no un verdadero impacto económico en el país, las Pymes no solo aportan al tejido social con más de 7 empleos por cada 10 personas, si no que también aporta al desarrollo económico del país como se ha evidenciado

¿Por qué están fracasando las Pymes en Colombia?

Acceso al financiamiento bancario y mercado de capitales

- Dicho acceso al financiamiento y a mercados de capital se interpreta como la cantidad de empresas constituidas legalmente que hacen parte de la bolsa de valores o que tienen relación constante con entidades bancarias a fin de acceder a créditos empresariales.

En Colombia particularmente, solo el 50% de las pequeñas y medianas empresas acceden a créditos o hacen parte de la bolsa de valores. Ver tabla1.

El bajo acceso a la financiación se convierte en uno de los mayores impedimentos a la hora de desarrollar una idea de negocio. Sin el capital es, en la mayoría de las veces, imposible iniciar una labor comercial que pueda asegurar su futuro.

Apropiación y uso adecuado de herramientas tecnológicas que permiten el desarrollo de las Pymes.

- Dicha apropiación hace referencia a las empresas constituidas legalmente que hacen uso de las herramientas tecnológicas como las páginas web con el fin de mejorar la cobertura de su servicio a nivel local e internacional.

Particularmente en el caso de Colombia, solo el 36% de las Pymes cuenta con página web o hace uso frecuente de plataformas digitales para optimizar la comunicación. Ver tabla 2.

Proyección y reconocimiento internacional.

- Dicha certificación hace referencia a las empresas constituidas legalmente que cuentan con una certificación internacional vigente, la cual les permite ejecutar modelos de internacionalización como la exportación de bienes y servicios. En el cuadro anterior se discriminan las empresas según su tamaño: Pequeñas y medianas.

Particularmente para el caso de Colombia, en promedio, solo el 15% de las Pymes cuentan con reconocimiento internacional. Lo cual, frente a las empresas extranjeras que fácilmente llegan a Colombia, lo convierte en una desventaja y amenaza. Ver tabla 3

Legislación Laboral

- Si bien hay otros países con mayores porcentajes que Colombia en esta problemática, internamente los pequeños y medianos empresarios sufren drásticamente por la legislación laboral vigente. Dichos resultados se podrán observar en las encuestas realizadas a pequeños y medianos empresarios de la ciudad de Cali. Ver tabla 4

AGENTES PARTICIPANTES:

Principales herramientas que el Estado ha implementado actualmente para fomentar el desarrollo de las Pymes en Colombia

El Estado como forma de organización social y económica, promueve e incentiva la generación de herramientas que permiten el desarrollo de la industria colombiana.

Las herramientas analizadas para la investigación, fueron las siguientes:

- **MiPymes(2015)** es una agencia estatal que tiene como misión proponer diferentes herramientas de desarrollo a los pequeños y medianos empresarios, algunas de dichas herramientas son: Acceso a contratación pública para Pymes, Centros de desarrollo empresarial, sistema nacional de apoyo a empresas.
- **Propaís (Procolombia, 2015)** es una entidad de carácter mixto que busca generar alianzas entre el gobierno y entidades privadas, dentro de las cuales se encuentran las Pymes. Dicha alianza tiene como finalidad generar un mayor desarrollo en el tejido empresarial colombiano.
- El **Programa de Transformación Productiva (PTP, 2015)** es otra de las herramientas dispuestas por el Gobierno Nacional para la ejecución de la **Política Industrial**. El PTP busca acelerar la competitividad y productividad de los empresarios colombianos con el fin de generar entornos más competitivos.
- **Innpulsa(2015)** es una institución del gobierno que busca apoyar y promover el crecimiento empresarial extraordinario, es decir, a iniciativas de negocio que puedan crecer de manera rápida, rentable y sostenida.
- **Bancoldex(2015)** Es el banco de desarrollo empresarial colombiano, que busca generar herramientas financieras y no financieras para generar competitividad, productividad, crecimiento y desarrollo de las pequeñas medianas y grandes empresas.

Principales herramientas que la Academia ha implementado actualmente para fomentar el desarrollo de las Pymes en Colombia.

- ✓ **Capacitaciones:** Dentro de las capacitaciones tenemos en cuenta las cátedras que, en universidades como ICESI y Javeriana, han hecho parte de los programas académicos de las carreras pertenecientes al departamento de ciencias administrativas y económicas.
- ✓ **Talleres:** Adicionalmente las universidades proponen talleres tanto para la comunidad estudiantil como interesados externos. Estos talleres con la finalidad de capacitar y tecnificar en temas puntuales al recurso humano.

- ✓ **Diplomados:** Los diplomados representan cursos intensivos y específicos dirigidos a personas, mínimo en pregrado, para profesionalizarse en un tema específico. A través de los diplomados, los estudiantes dirigen el rumbo de su vida profesional.
- ✓ **Ferias Empresariales:** Las ferias empresariales, muestras, eventos y conversatorios, hacen parte fundamental del proceso de los que apenas emprenden una idea, y de los que ya a través de los años han podido consolidar la suya. Este es un espacio que busca generar reconocimiento de la marca, de la empresa, crear relaciones públicas, conocer diferentes productores y demás.
- ✓ **CDEE:** Finalmente, Los Centros de Desarrollo Empresarial, son una herramienta que, mediante el apoyo del Estado y desde las Universidades, fomenta el emprendimiento, la creación de empresa, y el desarrollo de nuevas ideas. Esta herramienta es el objeto de este estudio ya que a diferencia de las anteriormente nombradas, es el punto de encuentro para la unión entre Academia, Estado y Pymes. De esta manera validamos la importancia de esta correlación y el fuerte impacto que tiene sobre el desarrollo económico del país.

Principales Herramientas que las Pymes colombianas han implementado actualmente para su propio desarrollo.

Las Pymes como principales afectadas, deben buscar soluciones de manera inmediata y efectiva que logren minar el impacto negativo de cualquier efecto sobre ellas.

Una de las herramientas más eficiente para las Pymes radica en la gestión y desarrollo de la innovación, ésta permite que la organización pueda responder eficientemente a los cambios propuestos por el mercado, con el fin de obtener ventajas competitivas sostenibles en el tiempo (Vermeulen, 2004).

Por lo anterior, las empresas que sobresalen son aquellas que proponen un valor agregado a su producción, de esta manera, logran captar la atención de más consumidores a lo largo y ancho de los mercados internacionales.

Un buen ejemplo de innovación local es Superbrix, que desarrolla molinos de arroz que se venden en 32 países, gracias a su eficiencia y capacidad. Otra, Famoc Depanel, diseña muebles que son vanguardia en Europa. Otra más, Dilenses, creó unos lentes de contacto a la medida de cada córnea y recibe pacientes de Rusia y Austria.” (Revista dinero, 2015). La globalización viene acompañada de muchas oportunidades, pero también de muchos retos para los empresarios nacionales, de ellos, y del apoyo pertinente de las demás partes, depende el camino que deberán seguir de ahora en adelante las Pymes.

No obstante, la innovación no es la única herramienta de desarrollo que utilizan las Pymes hoy en día. Algunas empresas desarrollan un crecimiento internacional basándose en la complementariedad de las ventajas competitivas propias con las de otras firmas.

TRIPLE HELICE

Los centros de Desarrollo empresarial CDE

En sus inicios, Colombia decidió replicar el modelo Small Business Development Center (SBDC) creado por la Universidad de UTSA en Estados Unidos(2015), con la finalidad de brindar el apoyo que requieren las Pyme.

Estos Centros de Desarrollo Empresarial (CDE), como se conocen en Colombia, son el vértice de encuentro entre el Estado y el Sector Privado mediante la Academia. A través de ellos, el Estado busca fortalecer a los pequeños y medianos empresarios con 3 servicios básicos:

Asesoría técnica individual: ofrecida de manera confidencial, gratuita y a largo plazo;

Capacitación grupal: enfocada en temas de interés para la pequeña empresa e impartida por los asesores del SBDC, del sector privado o por voluntarios;

Investigación de mercado: adaptada a los requisitos del cliente.

Los CDE, pues, se convierten en una herramienta fundamental para los pequeños y medianos empresarios del país, desempeñando un papel decisivo en el desarrollo de la economía.

Si bien la capacitación y el acompañamiento son los ejes temáticos más importantes de los Centros, el ser una dependencia de la rectoría de un Alma-matter, le da aún más peso. De esta manera, el conocimiento que en estas instituciones se forja, se dirige puntualmente a las necesidades que exige el contexto.

Centros de Desarrollo en Santiago de Cali, año 2015:

- **Universidad ICESI - Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE):**

Con más de 30 años de vigencia y de constante evolución, el CDEE es pionero no sólo a nivel nacional si no internacional, y es que así lo confirma el Dr. Rodrigo Varela(2015), director del centro, quien menciona que desde el año 80, la Universidad ICESI cuenta con el emprendimiento en su esencia. Gracias al conocimiento del Dr. Rodrigo Varela(2015), adquirido en viajes a Europa, el proyecto piloto empezó a comienzos de los años 80.

El CDEE como dependencia de la Rectoría, ha desarrollado e impulsado modelos pedagógicos que son base para la enseñanza del curso de Emprendimiento a nivel de Latinoamérica, convirtiéndose en referente en el ámbito del emprendimiento.

En la actualidad, el Centro cuenta con más de 50 persona dedicadas exclusivamente al desarrollo e innovación del centro y sus usuarios (pymes). Adicionalmente, el centro cuenta con un amplio espacio físico en el segundo piso del bloque A de la Universidad ICESI. Dichos recursos lo posicionan como el centro más grande y con mayor número de personas dedicadas exclusivamente al CDEE.

La estructura del CDEE es uno de sus grandes fuertes, ya que mediante las diferentes dependencias que posee, ataca diferentes frentes.

Estructura del CDEE – Universidad ICESI(2015)

- **Propyme:** A través de Propyme, El CDEE desarrolla programas de intervención social, con el fin de impactar positivamente diferentes sectores industriales. Conjuntamente, a través de Propyme se generaran herramientas de desarrollo para ideas de negocio en curso, tales como: Seminarios, diplomados y talleres enfocados en una formación de carácter gerencial, narra el Dr. Rodrigo Varela (2015)
- **Centro Alaya:** Como lo describe el Dr. Rodrigo Varela(2015) el Centro Alaya es la incubadora de las ideas de negocio que ahí llegan. A través del Centro Alaya, el cual es una iniciativa de la Universidad ICESI, en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria turismo, la Fundación de apoyo de la Universidad del Valle, se fomenta el desarrollo empresarial en el valle del cauca y el resto del país.
- **Start-up Café:** El Start-up café es dedicado exclusivamente a las ideas empresarial que pertenezcan al sector informático. En este espacio, los usuarios pueden encontrar las herramientas tecnológicas necesarias para iniciar su proceso de emprendimiento.
- **Centro de Industrias Culturales:** Finalmente, el centro de industrias culturales, que comenzó su funcionamiento desde el año 2011 con el apoyo de COMFANDI, EL BID,

La Alcaldía de Santiago de Cali, El ministerio de Cultura, la cámara de comercio de Cali y bajo la dirección del CDEE, es el encargado de fomentar y fortalecer el desarrollo entorno a la industria cultural de la región, creando así un mayor impacto social y cultural del CDEE en la región.

- **Universidad Javeriana – Campus Nova:**

En los años 1990 nace en la Pontificia universidad Javeriana, el concepto de *emprendimiento*, el cual, a través de ferias empresariales, buscaba generar una cultura de jóvenes empresarios.

Dicho concepto no hizo parte del plan de estudios de la Universidad, si no hasta el año 2002, año en el que, según registros del Campus Innova(2015) se incluyó dentro de la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas mediante la cátedra de Creación de Empresas.

Según registros del Campus Nova(2015) en sus instalaciones y bajo sus asesorías, se han desarrollado cerca de 1500 ideas de negocio de estudiantes y egresados.

Para brindar las asesorías y el acompañamiento, el Campus Nova(2015) cuenta con diferentes líneas de trabajo que permiten un acompañamiento integral a la comunidad javeriana, tales como:

- **Impulso financiero:** Su función es brindar oportunidades de financiamiento para los empresarios que llegan al Campus. A través grupos de inversionistas y capital estratégico, los emprendedores pueden financiar sus ideas de negocio.
- **Proyección Internacional:** Se encargan de fortalecer los parámetros necesarios para llevar a cabo la internacionalización de las ideas de negocio. Exportaciones directas o indirectas, franquicias, puntos de venta, entre otros, son los tipos de internacionalización que esta herramienta ayuda a gestionar.
- **Días E.:** Los días E, se crearon en l intención de dinamizar a la comunidad de emprendedores de la ciudad de Santiago de Cali, especialmente estudiantes o egresados de la Universidad Javeriana. Mediante estos eventos, se busca generar un mayor flujo de información a través de los diferentes empresarios que asisten.

Adicionalmente los Días E, sirven como plataforma para el lanzamiento de nuevas ideas de negocio.

- **Información Inteligente:** Esta es una herramienta digital que permite el acceso a información pertinente para los futuros y actuales empresarios. A través de esta plataforma se pueden conocer boletines, reportes económicos nacionales y tasas de cambio.

Adicionalmente, Esta plataforma sirve como red social, la cual permite un mayor intercambio de información a cerca de los temas de interés de los usuarios.

- **Orientación Empresarial:** El enfoque del Campus permite asesorías especializadas dependiendo del sector productivo de la idea de negocio. Adicionalmente ofrecen capacitación virtual, diplomados y seminarios que abordan diferentes temáticas.

- **Universidad Autónoma de Occidente – CIEE:**

El CIEE(Centro Institucional de Emprendimiento Empresarial) se formó en el año 2009 bajo las instalaciones de la Universidad Autónoma de Occidente. Este centro fue creado con el objetivo de apoyar y asesorar, mediante formación académica basada e la innovación e investigación, al campo empresarial de la ciudad de Santiago de Cali.

EL Centro, al igual que Campus Inova, fue adscrito al departamento de Ciencias Económicas y administrativas, adquiriendo total responsabilidad sobre todos los temas referentes a emprendimiento.

En la actualidad existen las siguientes cátedras dictadas para los pregrados de la Facultad:

- Emprendimiento e iniciativa empresarial.
- Ideas y oportunidad de negocio.
- Plan de Empresa.
- Autogestión Empresarial I.
- Autogestión Empresarial II.

Con el animo de perfeccionar las ideas de negocio que semestralmente llegan al centro, se han desarrollado diferentes actividades y programas que permiten el pleno

desarrollo del centro y sus usuarios. A través de programas como los que se expondrán a continuación, el centro logra una capacitación integral y enfocada 100% en las dificultades del emprendedor:

- Escuela de emprendedores
- UAO emprende (feria empresarial)
- Conversatorios.
- Capacitación y asesoría personalizada.
- Seminario: Creando mi Empresa
- Misiones Empresariales.
- Diplomados empresariales.
- Maestrías con enfoque gerencial.

EL CIEE es catalogado como uno de los mejores centros a nivel nacional, esto lo podemos observar el año 2012 cuando recibió por parte de INNPULSA una certificación que lo ubica dentro del grupo selecto de 50 instituciones a nivel nacional que buscan generar un desarrollo integral en las pequeñas y medianas empresas.

En la actualidad el Centro cuenta con más de 10 docentes dedicados a investigación y asesoría a emprendedores. Está ubicado dentro de la Universidad Autónoma de Occidente al sur occidente del territorio nacional.

Las diferentes metodologías utilizadas por el centro han servido para generar y promover el emprendimiento en la región. Según cuenta Cristian Burbano(2015) en el año 2012 mediante la cátedra de Autogestión Empresarial II, se buscaba mejorar y fortalecer los proyectos empresariales futuros a través de la lúdica como modelo de enseñanza.

La materia contó con 1156 estudiantes para el año 2013 según cifras del documento CIEE Línea curricular(2013).

Percepción social de estudiantes vinculados

Las entrevistas a profundidad que se realizaron a estudiantes de la Universidad Icesi(20) vinculados al CDEE con alguna idea de negocio, nos permitieron conocer su percepción no solo del acompañamiento y capacitaciones del centro, si no que también nos permitieron conocer de cerca lo que los estudiantes, desde sus áreas, perciben del centro.

Uno de los más recurrentes ejes en los que se centraron la mayoría de las entrevistas, fue la comunicación del centro. Al llegar al punto en que se debía detallar lo que les parecía funcionaba bien y lo que no también, la comunicación del centro tuvo un segmento especial.

Según algunos de los estudiantes entrevistados, en muchas ocasiones no se enteraban de eventos que les interesaban porque la comunicación del centro no era del todo efectiva. ¿A qué se debe esto? A que muchos estudiantes no veían durante mucho tiempo como relevante la información que los centros brindaban mediante sus canales de comunicación. Una vez hay

un desinterés de la comunidad, volver a establecer la comunicación es una tarea difícil, por esta razón el mensaje se pierde entre los miles de mensajes a los que está enfrentado un joven promedio de 23 años con más de 12 horas de conexión a Internet.

Por otro lado, las redes sociales del CDEE, como Facebook, carecen de interacción con la comunidad, según relata Richard Valencia. En ocasiones, los estudiantes entramos a las redes y no se responde a una pregunta o a un comentario que se realiza” A pesar de tener actualmente un manejo continuo de las redes sociales, su uso no es óptimo y no cumple la labor para las que dichas plataformas están diseñadas. La utilización de una sola red social y la falta de contenido unificado desorientan al público objetivo, obligándolo a obviar los mensajes que envía el centro.

Si bien muchos de los estudiantes hacen parte de la comunidad virtual del centro, solo 7 de 20, siguen al menos una vez a la semana las publicaciones de la página del CDEE. Dentro de estos 7, muchos aseguraron que lo seguían porque algún amigo trabaja en el centro o porque de la Universidad debía realizar algún análisis o trabajo.

Por esta razón, estos 7 estudiantes no tienen mucha relevancia para definir un público con un alto nivel de fidelidad, es por esto que el entorno digital carece de un plan de acción que se ejecute de manera organizada y continua para poder permitir el flujo de información importante para ambas partes.

Finalmente, se resaltó el hecho de que los estudiantes pasan en promedio más de 5 horas conectados a Internet desde un computador portátil o de escritorio, Adicionalmente pasan casi 10 horas diarias conectados a Internet desde sus smartphones o dispositivos móviles. Por esta razón, la frecuencia de visitas a páginas o fan page por parte de los estudiantes es significativamente alta.

Percepción social de estudiantes no vinculados.

Una vez realizadas las entrevistas a profundidad con estudiantes vinculados, y ya expuestos los criterios de evaluación para el CDEE, se procedió a realizar las encuestas estructuradas a los estudiantes de la Universidad ICESI con una idea de negocio en desarrollo o ya desarrollada; pero que no se vincularon al centro.

De este modo, las encuestas tuvieron el objetivo de evidenciar si realmente la comunicación era un problema del CDEE y cómo este problema había incidido en la no integración de estos estudiantes(30).

20 de los 30 estudiantes no vinculados marcaron la comunicación como un problema del Centro debido a que carecía de interés el manejo de las plataformas digitales. Dentro de estos 20 estudiantes, 18 aseguraron no haber entrado porque escucharon muy tarde o nunca escucharon acerca del CDEE. Por su parte los otros 2 si bien conocían el centro, no vieron la necesidad de hacer parte de este.

Finalmente cabe la pena resaltar que la mayoría de los estudiantes no vinculados al centro de la Universidad, hacen parte de alguna otra herramienta puesta a disposición de los emprendedores por parte del Estado. Lo cual indica que hay un interés por parte de los futuros empresarios en capacitarse y en hacer uso de herramientas que optimicen los recursos de las empresas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Propuesta digital

Una vez sistematizada y analizada la información que se obtuvo a partir de las entrevistas a profundidad y de las encuestas estructuradas, se hizo un análisis del entorno digital del Centro, como eje de la comunicación en la actualidad para cualquier entidad.

Se realizó un estudio de qué se estaba publicando, por qué y de qué manera se estaba llevando a cabo la ejecución de un plan de contenido para plataformas digitales si es que lo había.

Posteriormente se realizó una propuesta para solucionar u optimizar algunos de los recursos que ofrecen la plataformas digitales. La propuesta lleva por nombre: **Campaña de optimización de la comunicación a través de plataformas digitales** Fecha: 20/11/2015.

En la presente estrategia se busca optimizar los recursos virtuales a los que puede acceder al centro, creando y diseñando mensajes con un concepto que permita la creación de un vínculo entre el CDEE y su comunidad.

Campaña de optimización de la comunicación a través de plataformas digitales

A continuación se enumeran los diferentes ítems que se deben cumplir para llevar a cabo la propuesta realizada. Cada uno de estos ítems está explicado en una presentación que estará adjunta a este trabajo. En esta presentación se explica de manera clara y concisa el presente y el futuro al que se espera llegar con las plataformas digitales.

1. Concientización sobre el poder de las redes sociales.
2. Diferenciar los Stakeholders
3. Definir el mensaje
4. Evaluar el entorno digital
5. Definir los roles de los canales.
6. Diseñar la visión digital del Centro.
7. KPI's
8. Definir las líneas de contenido para cada canal.
9. Establecer el punto de partida de las plataformas digitales.
10. Rediseñar el flujo estratégico de las plataformas digitales.
11. Recomendaciones.
12. Timeline

CONCLUSIONES

Las Pymes representan la base de la economía colombiana. A través de ellas se construye país, se impacta positivamente a la sociedad, se genera desarrollo y se dignifica la labor y el talento de los emprendedores colombianos.

A través del sector de las Pymes Colombia puede llegar a fortalecer su economía y así poder hacer parte del selecto grupo de países desarrollados. Sin embargo, sin una real capacitación y tecnificación del recurso humano de las Pymes, es casi imposible poder competir a escala mundial cuando día tras día salen ideas de todo el mundo que compiten con todo el mundo. Un mundo en el que el consumidor, a diferencia de años atrás, puede escoger e investigar sobre el bien o servicio que desea adquirir mucho antes de efectuar la compra.

El mundo avanza a manera estremecedora y las empresas deben estar listas para estos avances y los cambios que esto conlleva. En gran medida, de esta capacidad de adaptación al entorno es que depende el futuro de las ideas de negocio.

Dicha capacidad de innovación de cooperación de entender el concepto de tecnificación y profesionalización de planta, se logran a través de la educación como herramienta de difusión del saber. Mediante los conceptos teóricos que nacen de la Academia, las empresas pueden potencializar sus labores y utilizar la apertura del mercado para su conveniencia.

En este sentido, los CDE y el impacto que estos tienen en las Pymes, los convierte en un punto clave para el desarrollo sostenible de la industria colombiana. A través de los centros, los pequeños y medianos empresarios pueden tener un mayor contacto con la teoría necesaria para avanzar en el proceso de profesionalización.

Los CDE como herramienta y punto de encuentro entre la Academia y el sector privado, constituyen así el objetivo fundamental de este trabajo. En consecuencia a la importancia de esta herramienta y al continuo desarrollo de las empresas colombianas, se lleva a cabo una estrategia de optimización de la comunicación. A través de la cual se busca redefinir el rol de los canales de comunicación con el fin de tener un mayor impacto en los stakeholders.

En la actualidad, el público objetivo de los CDE está conectado la mayor parte del día, expuesto a miles de anuncios de diferentes productos y servicios. Sí bien de todos esos anuncios y pautas solo unas pocas logran su cometido, la gran mayoría solo logran ruido que distrae a la audiencia.

Es importante tener en cuenta que pese a que históricamente el sector productivo ha estado desligado de los CDE, en la actualidad se nota un cierto giro con respecto a esta conducta. Los empresarios han empezado a entender que en muchas ocasiones es necesaria la capacitación en diferentes roles organizacionales para poder competir en el entorno cambiante. Por esto se debe aprovechar que la actual generación ha tenido la oportunidad de capacitarse en mayor medida que la inmediatamente anterior, conociendo así de primera mano el fundamento académico que aplicado a los intereses correctos, resulta una muy buena relación.

Bibliografía

- Albornoz, M. (2012) Efecto de la Academia en el sector productivo.
- Amezquita Zárate, P. (2007) Efecto TLC Colombia - EUA en las Pymes colombianas.
- Economía (2015, 2 de septiembre) ¿Por qué fracasan las Pymes en Colombia?. *Revista Dinero*
- DANE(2013) Informe trimestral sobre la evolución de las Pymes en Colombia.
- Galves Albarracín, E., & Riascos Erazo, S. (2013) Influencia de las tecnologías de la información eGómez Rodríguez, D.C., & Laguna Morales, L.M (2005) Programas y políticas gubernamentales de fomento a la investigación y desarrollo en Pymes.
- Gonzalez Campo, C., & Hurtado Ayala, A. (2013) Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: Un análisis empírico sobre las Pymes colombianas.
- Innpulsa. Contactos. [en línea][Consultado: Octubre 20 de 2015] Disponible en internet; <http://www.innulsacolombia.com>
- Manual Operativo (2014) Centros de desarrollo empresarial para las Pymes: Ministerio de Comercio Industria y turismo.
- Ley No. 590. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".
- Michalus, J.C., Hernandez, G. (2009) Redes de cooperación entre Pymes orientadas al desarrollo local: Una aproximación conceptual a su formación.
- MiPymes. Contactos. [en línea][Consultado: Octubre 02 de 2015] Disponible en internet; <http://www.mipymes.gov.co>
- Propaís Contactos. [en línea][Consultado: julio 12 de 2015] Disponible en internet; <http://propais.org.co>
- Quiñones Bejarano, T.(2010) Importancia de las Pymes en Colombia
- Tabares Arroyave, S. (2010) Revisión analítica de los procesos de internacionalización de las Pymes.
- Varela, R., Gómez, I., Vesga, R., Pererira, F. (2013) Dinámica Empresarial Colombiana: GEM
- Van Hoof, B., Gómez Samper, H. (2012) La Pymes de avanzada.
- Vermeluen H. (2004) Importancia de la triple Helice.
- Vesga, R.(2009) EmprendimientoCentros de desarrollo empresarial para las Pymes: Ministerio de Comercio Industria y turismo. (2014) Manual Operativo.
- Zevallos, E. (2009) Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en América Latina.