

METODOS DE DOS EMPRESAS IMPULSADORAS DE PYMES DE LA CIUDAD
DE BARCELONA

MARIA CAMILA SÁNCHEZ ZORRO

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TRABAJO DE GRADO

2015

METODOS DE DOS EMPRESAS IMPULSADORAS DE PYMES DE LA CIUDAD
DE BARCELONA

MARIA CAMILA SÁNCHEZ ZORRO

ASESOR

Miguel Díaz

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE GRADO

2015

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. TEMA	1
2. AUTORES	1
3. RESUMEN	2
4. PALABRAS CLAVES	2
5. INTRODUCCIÓN	3
6. OBJETIVOS	5
6.1.Objetivo General	5
6.2.Objetivos Específicos	5
7. REVISIÓN DE LA LITERATURA	6
8. MÉTODO	16
9. RESULTADOS	16
10. CONCLUSIONES	24
11. ANEXOS	25
BIBLUIOGRAFÍA	27

1. TEMA

EMPRESAS IMPULSADORAS DE PYMES EN LA CIUDAD DE BARCELONA

2. AUTORES

MARIA CAMILA SANCHEZ ZORRO

Estudiante de Noveno Semestre de Administración de Empresas.

SEMINARIO:

INNOVACION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO. Universidad Autónoma de Barcelona - UAB. 6 de Junio 2015

CURSOS:

DISEÑO DE PROYECTOS. Corporación de Educación Tecnológica Colsubsidio – EADS. 2008

CONTABILIDAD BÁSICA. Centro de Educación para el trabajo- CAFAM. 2007

PROGRAMACIÓN EN VISUAL BASIC – NIVEL I. Centro de Educación para el trabajo- CAFAM. 2006

OTROS:

MONITOR ACADÉMICO- MATEMATICAS. Universidad Santo Tomas. Facultad de Administración de Empresas. 2013

3. RESUMEN

Los negocios ha entrado en una nueva fase de acuerdo a su evolución, que día a día van en aumento, pero de acuerdo a sus actividades y operaciones han interrumpido el crecimiento de las mismas, las cuales son obligadas a situarse en el hoy y visionar en el mañana.

Esta Administración para las empresas modernas PYMES están divididas entre los diversos agentes a los que van a darse atribuciones y funciones especializadas, que deben articularse en un conjunto coherente. Para ello debe integrar a empresarios y promotores; administradores, técnicos y especialistas, que ocupen las posiciones claves en la organización y cuya acción se hace mostrar en las diferentes aéreas que tenga dicha empresa.

Por esta razón es necesario que al tener un negocio sobre la mesa debe haber una técnica de innovación, rutinas y formulas estandarizas para que el avance sea tecnológico y sus productos tenga gran acogida. Con ello se busca básicamente garantizar la competitividad empresarial, nacional e internacional, en las cuales se logren mejores resultados recalcando la importancia de ser más eficaces y eficientes con el menor uso en las cantidades de sus recursos.

4. PALABRAS CLAVES

Pymes, Emprendimiento, Innovación, Competitividad, Empleo y Oportunidad.

5. INTRODUCCIÓN

La Innovación y el Emprendimiento se han visto reflejados a lo largo de un recorrido histórico ya que en la consulta del tema se pueden encontrar muchos aportes del mismo. Sobre el tema del emprendimiento recaen diferentes argumentos que se presentan básicamente en el desarrollo empresarial; algunas de las ideas generales del tópico se asemejan a la creatividad y radican en la transformación de ideas creativas en realizaciones materiales que se vislumbran frente al mercado. Con el contenido histórico que se refleja en sus definiciones, se dice que se busca básicamente garantizar la competitividad empresarial, nacional e internacional, en las cuales se logren mejores resultados recalcando la importancia de ser más eficaces y eficientes con el menor uso en las cantidades de sus recursos.

La historia revela que las cifras de fracaso de las Pymes son abrumadoras en cualquier país que se analicen. Estas estadísticas indican que, en promedio, el 80% de las Pymes fracasan antes de los cinco años y el 90% de ellas no llega a los 10 años. Para los dueños de Pymes, las razones del fracaso es necesario buscarlas fuera de las empresas, pero los analistas empresariales se orientan más a identificar las causas del fracaso en las propias Pymes y, en particular, en la capacidad de gestión de sus responsables. (Soriano D. C., 2005)

Como es lógico, las mismas varían según el país, pero se mantienen en altos niveles negativos muy similares, las estadísticas nos hablan de una elevada mortalidad en las empresas de nueva creación: según datos de 2003, más del 70% de los negocios no llegan a los cuatro años de vida”. De acuerdo con la CEPAL “en los países subdesarrollados entre un 50 y un 75% dejan de existir durante los primeros tres años”. (Soriano, 2009)

De lo anterior se ha podido observar que los problemas que se presentan con mayor frecuencia son: Problemas para producir y operar, problemas para controlar, problemas en la planificación y problemas en la gestión.

Las micros, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) colombianas, al igual que en la mayoría de los países, son el motor de la economía. Generan más del 50% del empleo nacional, significan el 36% del valor agregado industrial, el 92% de los establecimientos comerciales y el 40% de la producción total del país, lo cual demuestra su importancia y su gran potencial de crecimiento (al comparar su participación en el PIB y el número de establecimientos) pero, a diferencia de lo fundamentales que han sido en el notable crecimiento de los países del sudoeste asiático y europeos como Italia y España por su destacada participación en su comercio exterior, el aporte de las PYMES a la balanza comercial del país ha sido muy reducida. (Silva, 2009)

Frente a lo anterior, una de las mayores dificultades que se les presenta a las Pymes Colombianas es su baja capacidad administrativa para vincularse con el sector externo, la falta de información sobre oportunidades de exportaciones competitivas y sostenibles, con altos niveles de valor agregado local.

Los modelos actuales obstinadamente ofrecen a sus clientes unas cuantas opciones en servicios integrales y por lo tanto no encuentran el camino correcto para soluciones a corto plazo. El reto consiste hoy en generar respuestas flexibles, creativas, científicas e inmediatas.

6. OBJETIVOS

6.1. Objetivo General

- Realizar una investigación en empresas que impulsen PYMES, mediante el método de observación, en la ciudad de Barcelona (España)

6.2. Objetivos Específicos

- Entregar a los nuevos emprendedores parámetros establecidos por Barcelona Activa y Media TIC, con el fin de consolidar una PYME
- Análisis de la problemática de las Pymes
- Informar sobre los elementos q generan compromiso a los nuevos emprendedores
- Indicar algunas propiedades que se deben observar según Barcelona Activa y Media TIC.
- Mostrar las claves establecidas por la empresas Españolas Barcelona Activa y Media TIC

7. REVISIÓN DE LA LITERATURA

En esta parte se abordan los conceptos fundamentales para la realización de cualquier iniciativa. Para los economistas clásicos, la empresa tiene por objetivo fundamental maximizar las utilidades. Sin embargo, el autor ha comenzado a criticar este punto de vista simplista y sostiene que la empresa persigue en realidad varios objetivos a un mismo tiempo (utilidades, participación en el mercado, servicio, calidad, sostenibilidad, compromiso social, etc.).

ARTICULO No. 1: LAS PYMES: UNA MIRADA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA ACADÉMICA DEL MBA

Dora, L. & Iván, J. (2010, Mayo 14). Las pymes: una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. Revista MBA EAFIT, 2, pp.87-97.

Las Pymes se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las economías de los países emergentes, debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza. En Colombia la Ley 590 de 2000, expedida para promover su desarrollo, las define como: “Toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana,” y las clasifica en:

Microempresa: la que se conforma por persona natural o jurídica, con un personal hasta de 10 empleados y hasta 501 (smly). Las Pyme: la pequeña y mediana empresa conformada por la persona natural o jurídica, con fines de explotación económica, según el Artículo 2, de la Ley 905 de 2004. La gran empresa: es aquella cuya planta de personal es mayor a 200 trabajadores y cuenta con activos totales por un valor superior a 30.000 (smly)”.

Cabe señalar que la participación de las Pymes en la economía nacional se ha caracterizado por jalonar su desarrollo y convertirse en grandes generadoras de empleo. No obstante, algunos teóricos señalan que éstas aún existen algunas Pymes que incorporan en sus procesos mano de obra no calificada, uso de tecnologías obsoletas, directivos con carencias gerenciales y en pensamiento estratégico; limitaciones técnicas y competitivas que imponen las escalas de

producción, procesos y productos poco pertinentes para las necesidades de entorno, y han centrado su modelo en la base de la informalidad, aspecto muy negativo porque hace que sus gerentes perciban la productividad o expansión hacia otros mercados como una utopía, debido a las grandes exigencias que este tipo de operaciones conlleva.

Sin embargo, pese a estas limitaciones sus aportes son reconocidos y tanto el gobierno como las instituciones de educación superior y el sector industrial se han convertido en sus aliados estratégicos para apoyarlas y proyectarlas hacia un sendero más productivo. Este tipo de alianzas es esencial porque los desafíos son enormes y exigen grandes transformaciones del modelo de negocio y convierten la competitividad en un instrumento esencial para alcanzar el éxito empresarial.

Las Pymes colombianas deben alinearse con las tendencias que impone la gerencia del siglo XXI, en donde la competitividad se convierte en el eje central del negocio y la producción de conocimiento, en el factor determinante para transformar este tipo de empresas y estimular la creatividad, la generación de conocimientos y promover la creación de productos y servicios con valor agregado y pertinencia social.

Así mismo, las Pymes deben reinventar su modelo de negocio con base en una fuerza productiva que contemple una estructura corporativa y competitiva centrada en la cultura de la planificación, en el talento humano calificado, la flexibilidad y adaptabilidad del negocio, el marketing, las tecnologías de punta, la asociatividad empresarial y la estimulación del pensamiento estratégico de sus gerentes para que puedan sostener sus ventajas empresariales girando en torno a la frontera de la competitividad.

Todo país, dentro del marco del desarrollo económico, debe plantear una visión de largo plazo que promueva las condiciones adecuadas para lograr el desarrollo y crecimiento económico de la región en favor del bienestar social y calidad de vida de su comunidad. Hoy en día cuando las economías desarrolladas como Japón, Corea del Sur, Malasia, Singapur, Taiwán, Hong Kong y China demuestran que parte de su crecimiento económico se debe al alto índice de Pymes, los gobiernos de los países emergentes cambian su percepción y empiezan a tomar medidas para fortalecer este sector productivo e impulsarlo hacia un modelo de negocio más productivo y formal.

En la actualidad no se habla de empresas para producir eficientemente, sino de empresas organizadas para generar conocimiento y aplicarlo en beneficio de la sociedad. En Colombia, del mismo modo que en los países asiáticos, el sector de las Pymes representa un 96.4% del parque empresarial nacional y se reconocen por ser las principales propulsoras de la economía nacional. De igual forma, el Banco Mundial las define como la columna vertebral de la economía.

No obstante, estos resultados tan positivos en las economías emergentes exigen que las Pymes orienten su modelo de negocio hacia la competitividad y para lograrlo necesariamente deben crear alianzas estratégicas con el gobierno y el sector productivo y educativo, esto con el fin de responder a las exigencias del nuevo entorno económico.

ARTICULO No. 2: EL EMPRENDEDOR ACADÉMICO: SU PERFIL Y MOTIVACIONES PARA CONVERTIRSE EN EMPRESARIO

Morales, S. (2010, Enero 15). El emprendedor académico: Su perfil y motivaciones para convertirse en empresario. Tec Empresarial, IV, pp.9-12. 9 de Julio de 2015, The academic entrepernar: profile and motivación for becoming one Base de datos.

Los proyectos nacidos como extensión de otros anteriores, creadas por investigadores a partir de sus resultados de investigación, son un instrumento para transferir de forma eficiente el conocimiento desarrollado en las organizaciones académicas hacia el sector productivo. Esta es una de las razones por las cuales, durante los últimos años, se ha visto un incremento en el interés tanto por el sector académico como por el gubernamental de diferentes países en el fomento de este tipo de empresas que hacen que sus países crezcan de una manera rápida y eficiente.

El fomento de la creación de nuevas empresas académicas no es una tarea sencilla, especialmente teniendo en cuenta que el entorno académico está orientado por los valores académicos tradicionales en donde priman la vocación por la ciencia y el desinterés económico. Indudablemente, para poder fomentar adecuadamente este tipo de procesos es necesario

profundizar en el conocimiento de sus diferentes aspectos, dentro de los cuales el emprendedor académico es una figura central y debe relacionar todos los puntos de vista así generara mayores satisfacciones.

Los emprendedores son elementos cruciales en el proceso de creación de cualquier empresa, son quienes descubren, evalúan y deciden explotar oportunidades de negocio, y en el ámbito académico no es la excepción. Es el investigador el que tiene en su poder la decisión de crear empresa y quien debe decidir enfrentarse a los obstáculos inherentes a este tipo de proyectos.

Los profesores e investigadores universitarios generalmente han optado por la academia impulsados por una vocación hacia la investigación y la docencia; la perspectiva de un trabajo estable y relativamente bien remunerado con amplios beneficios, lo cual los distancia de la posibilidad de crear sus propias empresas, puesto que si crean empresa deben tener la capacidad y la sabiduría para afrontar los riesgos que esta le exige.

Adicionalmente, los sistemas de incentivos del mundo científico se diseñan para fomentar la producción científica en términos de publicaciones, lo cual desmotiva la transferencia de conocimiento mediante la creación de empresas.

Igualmente, la reconocida diferencia cultural entre la universidad y el mundo empresarial contribuye en abolir este déficit de espíritu emprendedor en la academia. En consecuencia, ¿por qué esperar que los investigadores deseen y decidan crear sus empresas?, ¿quiénes son los investigadores que deciden crear empresa?, ¿cuáles son sus características?, ¿proviene los emprendedores académicos de un grupo de investigadores con vocación empresarial y antecedentes emprendedores en su entorno familiar?. Estas son las preguntas que muchos nos hacemos a la hora de emprender un negocio puesto que no somos aguerridos y nos dejamos llevar por la zona de confort que manejamos. Para ser un buen empresario no es necesariamente tener un capital y poner en marcha mi producto sino tener ese carisma de supervivencia empresarial.

El sistema público español de I+D+i está constituido por todas las instituciones y organismos de titularidad pública dedicados a la generación de conocimiento, mediante la investigación y el desarrollo. Esta definición engloba principalmente a las universidades y a los organismos públicos de investigación (OPIs). Por su parte, existen ocho organismos públicos de

investigación responsables del 80% de la I+D pública que se hace en España y supone un gasto del 0,19% del PIB; dentro de estos organismos la institución más importante, por su tamaño, es el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), con un presupuesto de 610 millones de euros en 2005, más de cien centros de investigación y una plantilla conformada por 3 202 investigadores fijos y 3 802 investigadores pre- y posdoctorales (CSIC).

Las spin-offs académicas en España constituyen un fenómeno de reciente surgimiento. De hecho, durante la década de los noventa se crearon solamente siete spin-offs desde el sistema público de I+D+i (RedOTRI, 2007) y ha sido en la presente década cuando se ha incrementado el número de estas nuevas empresas.

ARTICULO No. 3: POLÍTICAS PARA PYME Y GESTIÓN DE EMPRESA FAMILIAR

Varela, R. (2011, Marzo 15). Políticas para Pyme y Gestión de empresa familiar. Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial, III, pp.17-25.

En los últimos años y en todo el mundo, los formuladores de políticas públicas han mostrado gran interés en el Espíritu Empresarial, pues su contribución al crecimiento económico y al desarrollo se reconoce cada vez más en todo el mundo. Esto se refleja en el surgimiento del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que se concentra en estudiar la relación entre el Espíritu Empresarial y el desarrollo económico y que en el 2008 ya incluía cuarenta y tres países, y contaba con el apoyo de los formuladores de políticas nacionales de Espíritu Empresarial.

Mientras la importancia económica del Espíritu Empresarial va en aumento, la naturaleza de las inter relaciones entre este y el desarrollo económico no es tan clara, sobre todo por la variedad de contextos sociales en los cuales se da el proceso empresarial. Varios autores han argumentado la necesidad de investigar sobre el tema con el fin de reconocer la heterogeneidad de las condiciones del medio ambiente, los resultados y las conductas que existen con respecto al proceso empresarial.

A pesar de que el Espíritu Empresarial resulta de la creatividad, el impulso y el compromiso de los individuos, el Estado tiene una gran influencia en el ambiente en el cual se pueden desarrollar las iniciativas empresariales y las pequeñas empresas privadas.

Esto plantea preguntarse qué deben contener las políticas para desarrollar el Espíritu Empresarial en las Pyme y cómo aplicarlas. Una interpretación limitada podría ser: “iniciativas de políticas diseñadas para ayudar específicamente a las Pyme”, mientras que una visión amplia incluye las diversas maneras como las políticas y acciones gubernamentales pueden impactar el desarrollo del Espíritu Empresarial y de las Pyme. El argumento se aplica a economías de mercado maduras, pero es particularmente importante en economías de transición y en aquellas en vías de desarrollo, en las que algunas de las condiciones del llamado marco de trabajo del Espíritu Empresarial no han sido aún instauradas.

Para un sector de las Pyme con Espíritu Empresarial contribuye a la competitividad económica y al crecimiento del PIB a través de tres procesos principales. Primero, el índice de rotación productivo de los clientes, que se refiere a los procesos de nacimiento y muerte de las empresas. Este proceso empresarial es productivo y contribuye al crecimiento de la productividad a nivel macro, si la productividad de las nuevas empresas nacientes es superior a la productividad de las empresas que no sobreviven. El segundo proceso importante es la competencia entre empresas, que se ve como el impulsor del incremento de la productividad. En otras palabras, se espera que la creación y el crecimiento de nuevas y pequeñas empresas impulsen la productividad al actuar como un incentivo competitivo para otros negocios y a fomentar mejoras en calidad y eficiencia. El tercer vínculo es la innovación, puesto que las empresas buscan competir con otras empresas mediante innovación a través del desarrollo de ventajas competitivas que no se basan en el precio. El crecimiento de empleo se presenta como consecuencia del crecimiento competitivo y productivo de la empresa.

Administrar una empresa propia puede ofrecer un medio potencial para elevar los ingresos para las personas dependientes y para los individuos que realmente inician una empresa, pero también puede brindar una autorrealización, en particular en contextos en los cuales las alternativas son poco atractivas. Los empresarios pueden también contribuir a crear oportunidades de empleo para otros. Dado que las Pyme crean empleo fundamentalmente en su comunidad, pueden ofrecer empleos en áreas donde las oportunidades de empleo alternativas están limitadas, así

como contribuir a la provisión de servicio local y generar capital social. Pero también existen evidencias en sentido contrario, ya que algunas pequeñas empresas pagan bajos salarios, ofrecen pobres condiciones de trabajo y contratan de manera tal que confinan cualquier beneficio laboral a amigos y familia. En pocas palabras, el Espíritu Empresarial puede contribuir a aumentar la inclusión social para algunos, pero no es un remedio para la exclusión social.

Una de las funciones de las Pyme en las economías de mercado maduras es ser fuente de innovación. Hasta cierto punto las empresas privadas pequeñas han sido responsables de introducir nuevos productos y servicios a mercados, aunque una de las principales limitantes de ello fueron los sistemas de innovación que se desarrollaron débilmente. Los sistemas nacionales de innovación se centraron en las necesidades de las empresas grandes de propiedad del Estado, con su esfuerzo innovador típicamente orientado hacia las necesidades del CLIENTE.

Es claro que las bases de las políticas públicas para promover el Espíritu Empresarial y las Pyme, así como las prioridades de las acciones de las mismas, van a variar según las fases del desarrollo de la economía del mercado.

ARTICULO No 4: EMPRESARIALIDAD EN ECONOMÍAS EMERGENTES: CREACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS EMPRESAS EN AMÉRICA LATINA Y EL ESTE DE ASIA.

Kantis, H. & Ishid, M. & Komor, M. (2011, Julio 10). Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia. EMPRESARIALIDAD EN ECONOMÍAS EMERGENTES, II, pp.11-21. 5 de Julio de 2015, De BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Base de datos.

Entre las diferencias del patrón de emprendimiento empresarial cabe destacar que las nuevas empresas del Este de Asia comienzan con un equipo de socios más numeroso que las de América Latina, invierten montos más elevados, crecen más rápidamente en términos de volumen de ventas, aprovechan más las oportunidades creadas por el entorno empresarial local, básicamente

con subcontratación, y compiten con productos o servicios más innovadores. La mayoría de ellas operan en sectores con una fuerte utilización del conocimiento.

La EMPRESARIALIDAD EN ECONOMÍAS EMERGENTES de empresas exportadoras es mucho mayor que el de América Latina. La influencia de modelos de empresarios ejemplares, especialmente a través de los medios de comunicación, es mayor en el Este de Asia. El tiempo utilizado para identificar una oportunidad de negocio en América Latina es un 80% más largo que en los países asiáticos, aunque la vocación empresarial se detecta en edades más tempranas. La red de contactos de los emprendedores latinoamericanos tiende a descansar más en las relaciones sociales próximas (parientes, amigos y conocidos), mientras que la del emprendedor del Este de Asia se extiende, con mayor frecuencia, al ambiente de empresas. Además, las redes en América Latina están más restringidas al interior de sectores socioeconómicos similares y circunscritos a áreas locales. Curiosamente, los empresarios asiáticos mantienen la misma red de contactos de negocio en las tres fases de creación de la empresa, a través de la cual consiguen apoyo para resolver los problemas de la fase inicial de desarrollo.

Entre otros aspectos comunes cabe destacar el papel clave de la experiencia laboral como ámbito primordial de la motivación y las capacidades empresariales, y de las redes de contactos.

Las redes de los nuevos empresarios son críticas para la identificación de oportunidades de negocio, el acceso a recursos financieros y a insumos y conocimiento; y para enfrentar los desafíos y problemas de la gestión durante los primeros años de vida de la empresa. Las redes de los empresarios dinámicos tienden a incorporar a otros empresarios de Pymes y a ejecutivos de grandes empresas. En cambio, el sistema educativo desempeña un papel muy limitado en la adquisición de la motivación y las competencias empresariales, y las instituciones de apoyo y de investigación no fueron utilizadas para resolver problemas de lanzamiento y gestión de las empresas.

ARTICULO No.5: LAS TIC EN EL DESARROLLO DE LA PYME

Ca' Zorzi, A. (2011, Marzo 7). Las TIC en el desarrollo de la PYME. FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES, V, pp.7-16. 14 de Julio de 2015, De BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO Base de datos.

Durante la última década la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC), en particular aquella soportada sobre la WEB, ha modificado de manera profunda la vida moderna. El impacto de esta tecnología se detecta en una infinidad de actos cotidianos de la información y la comunicación entre personas: en fin el *modus operandi* de la sociedad moderna y de sus instituciones públicas y privadas se ve profundamente modificado.

Lo que hace unos años se definía como el “tsunami” de las nuevas tecnologías ha afectado también al sector empresarial. La adopción de TIC en las empresas se ha sucedido en etapas. Si bien con altas y bajas, puesto que las grandes empresas han mantenido las inversiones en sistemas de soporte a sus funciones empresariales desde hace varias décadas, por ejemplo en sistemas de intercambio electrónico de datos (EDI – Electronic Data Interchange).

En cierta medida las grandes empresas han señalado el camino a las empresas de menor tamaño. Con la simplificación y reducción de los costos de la tecnología, los servicios que antes estaban al alcance de las grandes empresas poco a poco se han difundido a medianas y hasta pequeñas empresas.

Las PYMES han experimentado movimientos más bruscos en su acercamiento a la tecnología. Durante la “burbuja de Internet”, que culminó en 2000, las nuevas empresas “dotcom” mostraron un fuerte interés por el sector de la PYME, un mercado potencial de millones de empresas accesibles con un solo par de “clics”. Estas iniciativas de comercio electrónico y otros servicios dedicados a las PYMES se multiplicaban y lanzan sin tener realmente un modelo de negocio claramente definido y aprobado. La esperanza de las empresas era grande y los proveedores de tecnología (software e infraestructura), junto a fondos de inversión, manifestaban un gran apetito para este tipo de operaciones.

Cuando la “burbuja” explotó, la desilusión fue grande: el sector de empresas de Internet se derrumbó de golpe y las compañías de software que sobrevivieron tuvieron que orientar su negocio hacia nichos de mercados solventes.

A nivel de empresa y de la cadena de valor se evidencia un importante crecimiento del manejo del conocimiento, que es la base del uso de TIC. Se observan entonces aplicaciones de TIC que incluyen servicios de inteligencia de mercados, sistemas de posicionamiento e información georeferenciada, procesos de gestión de la relación con usuarios-clientes, nuevas estructuras empresariales, sistemas de control, uso de tecnología para certificar la calidad, inteligencia competitiva, automatización industrial, sistemas para la toma de decisiones, etc.

La contribución de la inversión en las TIC'S al crecimiento de la productividad también varía según el sector, pudiéndose observar además una correlación entre el nivel de inversión en TIC en un sector y su contribución al incremento de la productividad del trabajo

En los países de América Latina y del Caribe el gasto y la inversión en TIC muestran características y tendencias diferentes. Sin embargo, el peso directo de las TIC en la economía fluctúa entre el 3,2% (Jamaica) y el 6,5% (Costa Rica), con un promedio que se acerca al 5%, situándose aproximadamente dos puntos porcentuales por debajo de la media europea.¹

¹ A. Sharpe, The Relationship between ICT Investment and Productivity in the Canadian Economy: A Review of the Evidence, CLSC Research Report, December 2006.

8. MÉTODO

Método Científico: El método de observación como instrumento de análisis

El instrumento de observación no sistemática me permitió categorizar los hechos y conductas en el marco de la investigación:

En Barcelona comprendí y ratifique al visitar dos de las más importantes empresas innovadoras; Barcelona Activa y Media Tic que en las mismas existió antes de su consolidación la inquietud por motivar e incitar a las personas a escuchar experiencias de cómo se crearon diferentes PYMES y sus aportes para surgir en el mercado.

Durante el recorrido por cada uno de los diferentes departamentos de la empresa evidencie la importancia de impulsar y consolidar las PYMES, destacando el valioso aporte de brindar asesoramiento y lineamientos que guían la creación de las mismas.

9. RESULTADOS (Aplicación de la Observación no Sistemática)

Este trabajo de investigación tiene como finalidad, encaminar a cualquier persona a consolidar una empresa, informando los lineamientos de Empresas en Barcelona (España) interesadas en las

Pymes, la cual le servirá al empresario, en cada uno de los procesos de la organización empresarial.

Se realizó un estudio de caso exploratorio a través del método de Observación bajo el instrumento de la Observación no Sistemática de las dos empresas mencionadas a continuación. (Ver Anexos). Esta indagación se centra en las dos principales empresas impulsadoras de Pymes en la ciudad de Barcelona:

- BARCELONA ACTIVA



Barcelona Activa es una organización singular que se caracteriza por su actuación innovadora no sólo en el diseño de programas y actividades, sino también en la creación de entornos favorables que faciliten la actividad económica, la dinamización del mercado laboral y la atracción y retención de talento en la ciudad, buscando siempre la cooperación entre los distintos operadores que actúan en el territorio para maximizar el impacto y potencialidades de las medidas implementadas.

Con tal actuación, la agencia busca contribuir en el progreso de la ciudad y el cambio del modelo económico hacia un modelo de crecimiento con otras dosis de competitividad y productividad a través de actividades con un valor mayor añadido, al mismo tiempo que trabaja para hacer frente a la crisis buscando la reactivación de la actividad económica y la apoyo en la ocupación.

La dirección operativa de Emprendeduría es una línea creada por Barcelona Activa, que ofrece, a las personas con ideas de negocio, información y herramientas de calidad para que puedan emprender y consolidar su negocio con autonomía.

Este portal pionero en el sector, es un eficaz canal de contenidos y aplicaciones en continua actualización y mejora, que permite a las Pymes , sin restricciones de tiempo o espacio, elaborar el plan de empresa de su negocio, evaluar su idea de negocio, conocer los trámites a seguir para poner en marcha la empresa, conocer las soluciones de financiación, públicas y privadas, que tiene a su alcance para crear y hacer crecer su empresa, o estar permanentemente informados de la actualidad económica y emprendedora.

Para avanzar en su cometido y objetivos, la agencia estructura su actuación durante este período alrededor de cuatro líneas de actividad que se complementan con dos ejes transversales de actuación.

1. Creación de empresas: para facilitar la creación de nuevas iniciativas empresariales con potencial de crecimiento y futuro, con especial incidencia en el desarrollo de sectores estratégicos y en el emprendimiento como motor de inclusión.
2. Crecimiento empresarial: para generar las condiciones que impulsen el crecimiento sostenido de las empresas innovadoras de la ciudad a través de su internacionalización, el acceso a la financiación, la cooperación y la innovación.
3. Ocupación: para facilitar la formación ocupacional y el acceso a la ocupación avanzando en un mercado laboral de calidad e inclusivo.
4. Capital humano: para promover la orientación profesional y la atracción y desarrollo del capital humano, favoreciendo el progreso profesional.

Barcelona Activa ha atendido 4.293 empresas mediante sus servicios y programas de apoyo empresarial, que se integrarán en la OAE (Oficina de Atención a la Empresa) y ha acompañado 2.653 proyectos emprendedores. Además, 132 empresas y 15 proyectos han sido instalados en sus incubadoras. En el ámbito de Empleo, se han atendido 19.332 personas, un 46% de las cuales han encontrado trabajo en seis meses. (barcelonactiva.cat, 2011)

- MEDIA TIC (BIG DATA)



El edificio MediaTIC es una construcción emblemática, con una arquitectura pionera y que se ha convertido en uno de los símbolos del clúster TIC en el distrito de la innovación de Barcelona.

MediaTIC, agencia creativa digital; una compañía que nace del emprendimiento y se ha fortalecido con la experiencia y la disciplina. Somos un equipo de trabajo auténtico con gran proyección hacia el mercado digital NACIONAL Y EXTRANJERO.

El Centro Cibernàrium de Capacitación Tecnológica para Profesionales y Empresas Pymes es un espacio de 1.400 metros cuadrados, con 9 aulas equipadas para la formación tecnológica, con 20 ordenadores por aula y pizarras digitales. Son espacios modulables que pueden transformarse en más o menos aulas de acuerdo a las necesidades formativas.

Formamos parte del mercado publicitario desde hace más de tres años y nuestro objetivo siempre ha sido asumir retos cada vez más importantes.

Existimos en el ecosistema online para desarrollar CONCEPTOS CLAROS, ESTRATEGIAS EFECTIVAS, y especialmente para ejecutar proyectos creativos que solucionen la incógnita de toda marca hoy día: ¿Cómo dar el paso de lo real a lo digital?

La participación en redes sociales nos permite obtener retroalimentación de los seguidores y genera vínculos de confianza y fidelidad para las Pymes. Sabemos que para alcanzar estas metas es necesario implementar canales y estrategias de comunicación dirigidas a segmentos

específicos, útiles para la marca. Se sabe que la estrategia es el mejor camino para integrar de manera efectiva los canales de comunicación digital.

Principales objetivos:

-Agregar valor a la marca.

-Generar reacciones.

-Interactuar con el cliente.

- Interactuar con las Pymes y convertirlo en el centro de toda la comunicación online.

En MediaTIC sabemos que adaptarse a los cambios es la mejor forma de evolucionar al universo digital. Por eso construimos planes de marketing integrales e innovadores que se adaptan a sus necesidades para lograr finalmente una genuina METAMORFOSIS DE MARCA. (mediatic.com, 2012)

Como principio básico que propone BARCELONA ACTIVA es la “creación y generación de empleo y que las Pymes sean viables en todos los aspectos”. Esto se logra prestando un apoyo a los nuevos emprendedores y a las microempresas, tanto en la parte formativa como en la proyección hacia el mercado objetivo.

Se tuvo la posibilidad de realizar un recorrido por los diferentes departamentos de dicha empresa en donde la compañía trabaja de la mano con los dueños de los nuevos negocios a formalizar su empresa y que esta tenga unas bases sólidas para el futuro.

Esta empresa no solo presta el servicio a las Pymes de forma presencial sino que se puede hacer un contacto por medio de su página web, así los dueños de las empresas tendrán a su disposición expertos que lo guiaran en cualquier situación o duda que se les presente.

El departamento más llamativo son las “incubadoras” las cuales permiten agrupar los procesos de una manera pausada y confiable. Allí los expertos brindan asesorías especializadas para aumentar la idea de negocio que el emprendedor quiera potencializar y lograr que su Pyme se convierta en una empresa factible. En este mismo lugar se ofrece tiempos libres donde los

empresarios pueden compartir con otras empresas sus incertidumbres o metas de éxito así podrán absorber puntos positivos de cada una y poder implementarlas en las propias empresas.

Los expertos de Barcelona Activa analizan los proyectos nuevos partiendo si se tiene una viabilidad económica-financiera, su capacidad tecnológica y que tan fuerte llegaría a ser su potencial de mercado, para así lograr tener creación de nuevas unidades productivas, generación de empleo y lo más importante generación de valor.

Además, se dispone de una sala de redacción que tiene un tablón donde se organizan las empresas que ellos habían ayudado a nacer diferenciándolas por sus modelos de negocio y mercado objetivo, esto con el fin de que Barcelona Activa tenga un registro de los mercados que ha llegado y en cuales podría tener mayor potencial.

El mayor aporte que se quiere lograr con estas “incubadoras” para el éxito de las Pymes, es que el negocio minimice el riesgo a nivel empresarial y haya un aumento en sus fortalezas.

De acuerdo a esto, dicha empresa ha estipulado una serie de elementos los cuales generar mejor compromiso para los futuros emprendedores, dentro de ellas está:

- Programas y servicios empresariales
- Servicios de formación al emprendimiento
- Apoyo en las tic para las empresas

Pero para que esto funcione es necesario que los grupos de inversores se queden en el focus del empleo ayude a expandir empleo. También se diseñan políticas para apoyar aquellos sectores económicos para realizar proyectos de emprendimiento pero priorizándolo en el sector móvil. Adicionalmente la Cámara de Comercio realiza políticas de desarrollo económico para que los jefes comerciantes tengan una protección en el mercado.

Mecanismos utilizados:

- Simulador on-line, diseñar el plan de negocio así se tendrá desde el principio las bases sólidas para crear una excelente empresa.
- Asesoramiento en donde el empresario pueda trabajar en su proyecto por medio de unas capsulas informativas.

- Programa de formación por medio de preguntas y consultas al emprendedor, lo cual ayuda a que el empresario sepa cada día más de su negocio y en que círculo se está moviendo.

Por último se brinda al emprendedor unas claves para emprender, en las que se fortalece su idea de negocio y hace que pueda después de un tiempo salir al mundo. La primera hace parte de “Plantear el problema”, en donde se le sugiere al emprendedor 4 opciones diferentes de mejora y este opta por la que más le convenga así iniciará su idea de negocio; la segunda parte de “Ubícate”, ayuda a los emprendedores en el plan de marketing, el cual se realiza un análisis de su entorno y la competencia.; la tercera va enfocada hacia “Formas Jurídicas”, en el que se presenta un cuadro comparativo de como constituir su empresa de acuerdo a los parámetros y características de la misma; y finalmente esta la cuarta que se designa “Financiación”, se describe la asociación bancaria que mejor se acomode a sus necesidades y limitaciones, tanto inversionistas nacionales como extranjeros.

Pero esta empresa no es la única que proporciona una ayuda a las Pymes, esta MEDIA TIC, la cual nació de esa motivación emprendedora y ahora hace parte de una de las compañías más sólidas en el mercado español.

Es así que esta compañía nos permitió conocer un poco más que pretende rescatar de las Pymes y como estas pueden llegar a ser grandes innovadoras como lo fue MEDIA TIC.

Para que esto tenga gran validez es primordial que se ayuden de los programas y de las nuevas informaciones como lo es “BIG DATA”, la cual se especializan en I+D+i acompañadas de las TIC’S puesto que el objetivo primordial es ayudar a las empresas a innovar.

El BIG DATA proporciona en las Pymes un cambio cultural para que estas mejoren en la toma de decisiones. Esto se creó para que estas empresas tengan nuevas técnicas de análisis, captación, gestión de información ya que los sistemas tradicionales no pueden almacenar y procesar la información en un tiempo útil.

Las claves tecnológicas que esta empresa proporciona a sus aliados es: 1. Infraestructura para la computación y almacenaje de información, el cual van dirigidos hacia los servidores; 2. Capacidad de analizar el modelo predictivo puesto que siempre hay que controlar y direccionar la información; y por ultimo 3. Estadísticas de la información obtenida e indicadores de gestión.

Estos datos se pueden obtener de medios transaccionales, registros de las máquinas de las empresas, manipulación de sensores, análisis de mails y documentos y social media. Pero lo más importante es que estas fuentes de información se vean reflejadas en la utilización de análisis predictivos y de toma de decisiones interactivos.

El mayor impacto que las Pymes lograrían con estos métodos son:

- Como saber extraer valor a esa información obtenida de las diferentes fuentes
- Precaución por la seguridad, privacidad y calidad de los datos.

Esta empresa da a las Pymes una gran ayuda para su mejor funcionamiento y que no se queden con sus registros sino que proporcionen un mayor ingreso e investigación para nuevos negocios y proyectos.

Estas empresas de investigación tienen como finalidad, encaminar a cualquier persona a crear empresa, dándole los lineamientos de cómo implementar una Pyme, sus requisitos y posibilidades de financiación, igualmente una fundamentación de lo que es la planeación.

10. CONCLUSIONES

En la presente investigación se concluye que es fundamental para la creación de una empresa PYME la guía y lineamientos de personas que tengan el conocimiento para su creación e impulsen al futuro empresario a su consolidación.

Expertos que diseñen sistemas de capacitación eficaces, que permitan crear un portal de comunicación.

Las Pymes son vitales para el desarrollo económico del país, teniendo la posibilidad de generar nuevos empleos. Alientan a salir de una zona de confort y arriesgarse a crear empresa.

El éxito de la aplicación de las claves se basa en la oportunidad y solidez con que se ejecute. El nivel profesional y el compromiso que pueda tener el gerente tienen necesariamente que estar respaldado por elementos de peso como el nivel de conocimientos, experiencia, eficacia y, en especial calidad, su adecuada comprensión y administración implica un compromiso permanente para asegurar que los resultados sean entendidos y satisfechos.

La implementación de lo establecido por las empresas puede diferir y las diferencias pueden deberse tanto en errores de comprensión como a cambios impredecibles en las condiciones externas incontrolables, tales como variaciones de precios o de los costos deficiencias técnicas, políticas, gubernamentales etc., cualquiera que sea el caso, deberá determinarse el grado en que se están logrando los objetivos iniciales.

11. ANEXOS

8.1 Anexo No. 1: Observación no sistemática

LISTA DE CHEQUEO				
EMPRESA: BARCELONA ACTIVA Y MEDIATIC				
8 Y 10 DE JUNIO DE 2015				
		CUMPLE		OBSERVACIONES
No.	CRITERIOS PARA EVALUAR	SI	NO	
1	¿Podemos llamar a las Pymes grandes generadores de empleo?	X		Se puede afirmar esta pregunta puesto que uno de los objetivos de una Pyme es la generación de nuevos empleos.
2	¿La competitividad es un instrumento esencial para alcanzar el éxito empresarial?	X		Si es posible a razón que cada negocio estará disputando con su competencia y tendrá que fortalecerse cada día más.
3	¿Los emprendedores son elementos esenciales en el proceso de creación de empresas?	X		Los emprendedores son las personas capaces tomar esa iniciativa y hacer empresa.
4	¿Es necesario esperar que los		X	No necesariamente, puesto que para crear empresa

	investigadores decidan crear sus empresas?			se necesita es satisfacer una necesidad.
5	¿Es pertinente decir que los emprendedores deben tener una vocación empresarial?	X		Los emprendedores deben tener la capacidad y habilidades para llevar a cabo su idea de negocio.
6	¿Qué deben tener las políticas para desarrollar el Espíritu Empresarial?	X		Apoyar aquellos sectores económicos para realizar proyectos de emprendimiento y garantías para el propio mercado.
7	¿Podría decirse que la fuente de innovación en un mercado maduro sería las Pymes?	X		Las Pymes están en la capacidad de especializarse en I+D+i acompañadas de las TIC'S puesto que el objetivo primordial es ayudar a las empresas a innovar.
8	¿Es posible que las oportunidades de negocio se puedan fortalecer con la interacción de otras empresas?	X		Eso es de gran ayuda puesto que refuerza a consolidar negocios y fortalecer alianzas entre las mismas.
9	¿La adopción de las TIC'S ha logrado un impacto positivo en las empresas de menor tamaño?	X		-Como saber extraer valor a esa información obtenida de las diferentes fuentes. -Precaución por la seguridad, privacidad y calidad de los datos.
10	¿Es necesario que las Pymes tengan un fortalecimiento empresarial por medio de un "clic"?	X		Las TIC'S proporcionan en las Pymes un cambio cultural para que estas mejoren en la toma de decisiones.

8.2. Anexo No.2: Observación no Sistemática (Formato del instrumento)

LISTA DE CHEQUEO				
EMPRESAS: BARCELONA ACTIVA Y MEDIATIC				
8 Y 10 DE JUNIO DE 2015				
		CUMPLE		
No.	CRITERIOS PARA EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
1	¿Podemos llamar a las Pymes grandes generadores de empleo?			
2	¿La competitividad es un instrumento esencial para alcanzar el éxito empresarial?			
3	¿Los emprendedores son elementos esenciales en el proceso de creación de empresas?			
4	¿Es necesario esperar que los investigadores decidan crear sus			

	empresas?			
5	¿Es pertinente decir que los emprendedores deben tener una vocación empresarial?			
6	¿Qué deben tener las políticas para desarrollar el Espíritu Empresarial?			
7	¿Podría decirse que la fuente de innovación en un mercado maduro sería las Pymes?			
8	¿Es posible que las oportunidades de negocio se puedan fortalecer con la interacción de otras empresas?			
9	¿La adopción de las TIC'S ha logrado un impacto positivo en las empresas de menor tamaño?			
10	¿Es necesario que las Pymes tengan un fortalecimiento empresarial por medio de un “clic”?			

12. BIBLIOGRAFÍA

- Actualicese.com. (10 de Junio de 2000). *Ley 590 de 10-07-2000*. Recuperado el 3 de Octubre de 2011, de <http://www.actualicese.com/normatividad/2000/07/10/ley-590-de-10-07-2000/>
- barcelonactiva.cat. (12 de JUNIO de 2011). *QUE ES BARCELONA ACTIVA*. Obtenido de https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=es&prev=search&rurl=translate.google.com.co&sl=ca&u=http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/cat/que-es-barcelona-activa/qui-som/index.jsp&usg=ALkJrhE0u6f4tsnUGlEZz8TSp1P7KVqqA
- Camara de Comercio de Bogota. (12 de Octubre de 2014). *Cree su propia Empresa*. Obtenido de www.ccb.org.co

Creación de empresas y financiación. Retrieved Octubre 2, 2011, from <http://www.blogger.com/email-post.g?blogID=1825110356422038748&postID=8356523709095644994>

DORA INÉS VILLEGAS LONDOÑO, I. D. (2010). LAS PYMES: UNA MIRADA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA ACADEMICA DEL MBA. *REVISTA MBA EAFIT*, 87-94.

mediatic.com. (21 de Enero de 2012). *QUE ES MEDIA TIC*. Obtenido de <http://www.mediatic.com.co/>

MIPYMES, P. p. (2006). Recuperado el 2 de Octubre de 2011, de <http://www.pymesfuturo.com/Pymes.htm>

Silva, D. G. (2009). *La Problematica de las Pymes en Colombia*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2011, de www.usergioarboleda.edu.co/pymes/noticia1.htm

Silva, D. G. (2009). *La Problematica de las Pymes en Colombia*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2011, de www.angelfire.com/dragon2/diariofinanciero/social.htm

Soriano, C. (2009). *Pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2011, de <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/ochentapy.htm/>

Soriano, D. C. (Noviembre de 2005). *El 80% de las pymes fracasa antes de los cinco años y el 90% no llega a los diez años. ¿por qué?* Recuperado el 6 de Octubre de 2011, de <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/ochentapy.htm>

vivo, P. e. (2009). *Creacion de empresas y financiacion*. Recuperado el 2 de Octubre de 2011, de <http://www.blogger.com/email-post.g?blogID=1825110356422038748&postID=8356523709095644994>

