

Gerencia organizacional: Retos y desafíos para la competitividad y el desarrollo empresarial

Compiladores:

Dolly Yamile Mayorca Beltrán

José Luis Díaz Ballesteros

José Luis Duque Ceballos

Emilio José Corrales Castillo



**Universidad
Pontificia
Bolivariana**

658.1
M473

Mayorca Beltrán, Dolly Yamile, compilador

Gerencia organizacional: retos y desafíos para la competitividad y el desarrollo empresarial / Compiladores, Dolly Yamile Mayorca Beltrán [y otros 3] -- 1 edición -- Medellín : Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Montería, 2020. 223 páginas, 16.5 x 23.5 cm.

ISBN: 978-958-764-909-3 (versión digital)

1. Gerencia organizacional -- 2. Comportamiento organizacional -- 3. Innovación empresarial -- I. Díaz Ballesteros, José Luis, compilador -- II. Duque Ceballos, José Luis, compilador -- III. Corrales Castillo, Emilio José, compilador -- IV. Título

CO-MdUPB / spa / rda
SCDD 21 / Cutter-Sanborn

© Varios autores

© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana

Vigilada Mineducación

Gerencia organizacional: retos y desafíos para la competitividad y el desarrollo empresarial

ISBN: 978-958-764-909-3 (versión digital)

DOI: <http://doi.org/10.18566/978-958-764-909-3>

Primera edición, 2020

Escuela de Economía, Administración y Negocios

Facultad de Administración de Empresas

Grupo de Equipo de Estudios Económicos y Administrativos para el desarrollo regional -ESDER-. Seccional Montería

Arzobispo de Medellín y Gran Canciller UPB: Mons. Ricardo Tobón Restrepo

Rector General: Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

Rector Seccional Montería: Pbro. Jorge Alonso Bedoya Vásquez

Vicerrector Académico Sede Medellín: Álvaro Gómez Fernández

Vicerrector Académico Montería: Roger Góez Gutiérrez

Decana de la Escuela de Economía y Administración: Aura Tatiana García

Editor: Juan Carlos Rodas Montoya

Gestora Editorial Seccional Montería: Flora del Pilar Fernández Ortega

Coordinación de Producción: Ana Milena Gómez Correa

Diseño y diagramación: María Isabel Arango Franco

Corrección de Estilo: Isadora González Rojas

Dirección Editorial:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2020

Correo electrónico: editorial@upb.edu.co

www.upb.edu.co

Telefax: (57)(4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

Radicado: 1982-01-05-20

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

› Capítulo 4

Gerencia, estrategia y responsabilidad socioambiental

Competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca

Lina Marcela Vargas García¹
María Angélica Hernández Córdoba²

Resumen

Este artículo tiene como propósito analizar la competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca. Las evidencias presentadas se basan en la información obtenida a través de un estudio descriptivo, utilizando la entrevista estructurada como herramienta principal de recolección de la información, la cual fue aplicada a cada uno de los gerentes de las PYMES del sector servicios de la muestra escogida. Se caracterizaron los principales factores, internos y externos, que afectan la competitividad de las PYMES, como la falta de componentes diferenciadores en los servicios ofrecidos, la falencia

1 Administradora de Empresas, magíster en Administración, PhD. (c) en Gerencia pública y Política social, Universidad Santiago de Cali, linamvargas@usc.edu.co

2 Estudiante de administración de empresas. Universidad Santiago de Cali, mahernandezcordoba@gmail.com

de innovación y la existencia de diversos impuestos que dejan pocas utilidades para invertir en las empresas, entre otras.

Palabras clave: competitividad, ventaja competitiva, PYMES, sector servicio, componentes diferenciadores.

Introducción

En Colombia las PYMES constituyen la principal fuente de generación de empleo y son parte fundamental del sistema económico, debido a que estimulan la economía y tienen una gran responsabilidad social al intervenir en la disminución de las situaciones de pobreza, subempleo y desempleo (Calderón, 2015).

Los principales obstáculos de las PYMES para su desarrollo en Colombia, según Sánchez (2007) son: las restricciones al crédito, las dificultades en la identificación y acceso a la tecnología adecuada, la formalización y absorción de nuevas tecnologías. Además de las limitaciones técnicas y competitivas que imponen las escalas de producción, la deficiente infraestructura física, la falta de asociatividad empresarial, la carencia de directivos con capacidad gerencial y pensamiento estratégico y la dificultad de cimentar la articulación del sector con la gran empresa y con los sistemas de compras estatales (Hernández, Marulanda y López, 2014).

Las principales causas de mortalidad que presentan las PYMES son: falta de un plan de negocios, insuficiencia de capital, inadecuado uso del financiamiento, excesiva carga financiera, falta de capacidad para acceso a nuevos mercados y carencia de habilidades financieras (Navarrete y Sensores, 2011).

Estas causas se presentan por inexperiencia por parte de los propietarios, ya que la mayoría son empíricos en el manejo administrativo y financiero, por falta de conocimiento los lleva a cometer grandes errores los cuales pueden ser endeudamiento, desconocimiento del mercado, altos costos y desventaja frente a la competencia. En consecuencia, esto conlleva al fracaso y se aumenta el índice de mortalidad en las PYMES. En muchas ocasiones los propietarios de estas empresas, son personas

con falta de conocimiento en temas de administración y competitividad empresarial, igualmente con falencias en habilidades para la toma de decisiones, debido a esto, la manera como administran las empresas no es la más adecuada ya que no crean un plan estratégico que cumpla con objetivos necesarios para fortalecer los factores internos y externos de las empresas, para así alcanzar metas reales a través del buen manejo administrativo y empresarial.

Producto de lo anterior, nace la necesidad de analizar la competitividad, en este caso en las PYMES del sector servicios, del municipio de Palmira, y de esta manera contribuir al mejoramiento de algunas problemáticas anteriormente mencionadas, de modo que los empresarios puedan conocer sus falencias en cuanto a competitividad y así fortalecerse en el futuro.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca.

Objetivos específicos

1. Identificar los factores que afectan la competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca.
2. Elaborar recomendaciones para fortalecer la competitividad en las PYMES del sector servicios en el municipio de Palmira, Valle del Cauca.

Marco referencial

Competitividad

La escuela tradicional, que considera a los países como unidad de análisis, mide y define la competitividad cuantitativamente a través de su rendimiento comercial, balanza de pagos, comportamientos de

la tasa de cambio, entre otras medidas; y cualitativamente, a través de la actividad científica y tecnológica del país o los resultados de las instituciones de investigación y desarrollo. En el nivel microeconómico, son los sectores, empresas y productos en los que se evalúa la competitividad. Este nivel de análisis es evaluado por lo que se podría llamar la aproximación moderna de la competitividad. Algunas de las formas de medir y definir la competitividad en este nivel se basan cuantitativamente en la participación del mercado, indicadores de productividad o costo, márgenes de ganancia o beneficios netos. Al igual que en el nivel macro, existen mediciones y definiciones de tipo cualitativo como la investigación y desarrollo además de las estrategias gerenciales (Castaño y Gutiérrez, 2011 p. 25).

Hernández (2000) se refiere a la competitividad, como el estadio compartido con las mejoras continuas, por el cual deben transitar las empresas en su camino hacia el éxito, en leal y solidaria competencia con otras de su tipo, sobre la base de ofertar productos o servicios de elevada calidad, con precios atractivos y plazos de entrega oportunos y confiables, que le permitan de manera creciente ganar la confianza de sus clientes, tanto nacionales como extranjeros, garantía para lograr ventajas competitivas de sus productos o servicios en otros mercados.

Ventaja competitiva

Según Michael Porter (1991) las bases de lo que sería una teoría de la competitividad, enuncia:

La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera. La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional (Castaño y Gutiérrez, 2011, p. 24).

El Centro de Estudios de Competitividad de México (Abdel y Romo, 2005) establece que la competitividad de la empresa se deriva de la ventaja competitiva que ella tiene en sus métodos de producción y de organización, en relación con los de sus rivales en un mercado específico. Al referirse a los factores subyacentes de la competitividad de la empresa, el Centro señala los siguientes: a) investigación y desarrollo; b) calificación de los trabajadores; c) cooperación con otras empresas; y d) sistemas de manufactura y producción.

En este sentido la ventaja competitiva es un factor que toda empresa debe poseer ante las demás para sobresalir y obtener una mejor posición competitiva en el sector que se desenvuelve, siempre y cuando cumplan con los cuatro pilares regidos por el centro de estudios de competitividad de México.

Drucker (1998) afirma que “el conocimiento es el componente clave en la ventaja competitiva de cualquier empresa porque, como activo, tiene propiedades como las de multiplicarse cuando se comparte, ser la fuente de la dinámica de los demás recursos (por ejemplo, los recursos materiales no se dinamizan si no es con el uso del conocimiento) y ser un recurso con posibilidades de incremento infinitas” (citado por Bernal, Fracica y Frost, 2012, p. 306).

Competitividad empresarial

El trabajo de investigación se centra en la competitividad empresarial. Aquí se presentan algunas definiciones desde diferentes miradas:

Alic (1987) la define como “la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”. Por su parte, Urrutia (1994) afirma que “es la capacidad de responder ventajosamente en los mercados internacionales” (p. 23); y Reinel (2005) expone que “la competitividad de la empresa es el performance valorado por la capacidad que tiene para generar más valor agregado que sus competidores” (Cabrera, López y Ramírez, 2011). Las empresas para ser competitivas deben de seguir ciertos elementos que favorezcan su desarrollo y sostenimiento a través del tiempo, para la OECD (1992), los elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa son: a) la exitosa administración de los flujos de producción

y de inventarios de materia prima y componentes; b) la integración exitosa de planeación de mercado, actividades de I+D, diseño, ingeniería y manufactura; c) la capacidad de combinar I+D interna con I+D realizada en universidades, centros de investigación y otras empresas; d) la capacidad de incorporar cambios en la demanda y la evolución de los mercados; e) la capacidad de establecer relaciones exitosas con otras empresas dentro de la cadena de valor.

Sector servicios

Cabe resaltar que los servicios son bienes intangibles que son suministrados a la población para satisfacer las necesidades de las personas. Según el Gobierno Nacional, los servicios han tenido un desarrollo relevante en el país y el mundo. En Colombia, actualmente representan el 61% del PIB y el 65% del empleo que se genera en la nación. Lograr una mayor competitividad de los servicios es una pieza fundamental para escalar en las cadenas globales de valor de cualquier proceso productivo, según lo afirmó el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados en una reunión con empresarios nacionales.

Dado lo anterior se puede observar que este sector aporte más de la mitad al PIB y al desarrollo de empleo en Colombia, por lo tanto, es de mucha importancia invertir en competitividad para tener una mejor posición en el orden mundial.

Metodología

Para realizar el análisis de la competitividad de las PYMES fue necesario determinar los factores que afectan la competitividad de las PYMES del sector servicio en la ciudad de Palmira, por lo cual se planteó una investigación de tipo exploratorio y descriptiva, que utilizó los métodos de observación y deductivo.

La población estuvo constituida por las PYMES del sector servicios, legalmente constituidas en la ciudad de Palmira y consideradas dentro de la de sección del sector servicios de la clasificación de la Cámara de Comercio de Palmira en el año 2016. Existen 215 PYMES del sector

servicios registradas en esta entidad, 185 de ellas son pequeñas y 30 son medianas empresas. A esta población se le aplicó un muestreo no probabilístico por cuotas y se tomaron los siguientes criterios de selección:

- PYMES de servicios
- Ingresos hasta 15.000 SMLV
- Tiempo de laborar en el mercado superior a 3 años
- Sociedad por acciones simplificada

La Cámara de Comercio del municipio de Palmira brindó información de 50 empresas que cumplían con los criterios seleccionados, de acuerdo con este dato, se tomó una muestra de 48 empresas, que corresponde al 96% del total, que estuvieron dispuestas a participar en el estudio. Se hizo uso de información secundaria contenida en libros, publicaciones periódicas y otro tipo de textos, elaborados por autores que han trabajado en temáticas similares a la planteada en este estudio. La recopilación de la información primaria se hizo a través del uso de técnicas de observación no participante y entrevistas, para lo cual se diseñaron dos instrumentos de recolección.

Resultados

De acuerdo con las preguntas realizadas en la entrevista, el 85% de la PYMES adquieren préstamos bancarios ya que por su experiencia crediticia se les facilita la aprobación de esto; el 15% restante financia su empresa con recursos propios debido a que no llevan un periodo determinado en el mercado y los bancos no facilitan los créditos. Algunas ventajas de manejar los préstamos bancarios son poder invertir en una mayor infraestructura (maquinaria, materia prima, personal), logrando así una mayor oferta y demanda frente a cualquier tipo de mercado, además permite generar una mayor proyección y emprender con más seguridad, sirviendo como impulso para los pequeños y medianos emprendedores que gracias a estos créditos bancarios encuentran una gran oportunidad para darse a conocer con sus negocios.

En cuanto a la tecnología moderna el 45% de las empresas no poseen la última versión, debido a que es costosa y la empresa no posee los recursos suficientes para obtenerla, sin embargo, con la que cuentan en el momento les ayuda a cumplir con su actividad económica; el 55% restante de las empresas sabe la importancia de estar actualizado para ser competitivos y es por ello por lo que invierten en este aspecto.

El 100% de las empresas cumplen con las políticas legales y los impuestos, sin embargo, no provisionan de manera efectiva el dinero para pagarlos y se ven obligados a endeudarse para poder cumplir con estos, según los dueños de las empresas los impuestos son muy altos para las PYMES y por esta razón las utilidades obtenidas son muy bajas, lo cual conlleva a no tener mayores inversiones para ser competitivos en el mercado.

En cuanto a capacitación del talento humano, todas las empresas entrevistadas capacitan a sus colaboradores, algunas lo hacen cada mes, otras cada dos, tres o seis meses, dependiendo de la necesidad de la empresa y de los programas definidos por el área de recursos humanos, se debe tener en cuenta que la adquisición de conocimiento de los empleados es un factor importante para la competitividad, pues se traduce en personal altamente calificado disminuyendo errores en los diferentes puestos de trabajo.

En relación con las líneas de acción organizacional, tan solo el 10% de las empresas entrevistadas tienen definido el plan estratégico, donde se evidencia todas las acciones organizacionales que las empresas deben realizar para cumplir y lograr con las metas y los objetivos, el 90% restante no tienen conocimiento de estos aspectos ya que al hacer esta pregunta los dueños o gerentes de las empresas no sabían que responder.

De acuerdo con la competitividad, en el aspecto diferenciador con su competencia, tan solo el 30% de las MIPYMES ofrece algo diferente, lo cual les permite conservar clientes y de la misma manera ir captando nuevos siempre y cuando estas empresas generen un valor agregado hacia ellos, con el fin de ser preferidos a pesar de la alta competencia que existe en el mercado, por el contrario, el otro 70% de las empresas no considera ofrecer algo diferente. En este punto se puede inferir que las empresas son muy conformistas y no se muestran interesadas en crear estrategias de diferenciación que les permita avanzar y permanecer en el mercado.

El 35% de las empresas se considera innovador con sus servicios, mientras que el otro 65% no, los dueños o gerentes de las MIPYMES que se encuentran en este último porcentaje no saben la importancia de este aspecto para ser competitivos, y no tienen claro la relación de innovación con crecimiento rentable, ya que no implementan estrategias que les ayude a obtener más clientes y a fidelizarlos por medio de la satisfacción de necesidades, y de asegurar una posición estratégica en el mercado con el fin de obtener mayores márgenes de utilidad.

En cuanto a los costos, el 20% de las empresas respondió que sí tiene costos más bajos en comparación a la competencia, mientras que el 80% dice tenerlos estandarizados, es decir, iguales a la competencia, se debe tener en cuenta que al tener un costo más bajo se puede ofrecer mejores precios y esto permite ser competitivos en el mercado, siempre y cuando la empresa, a pesar de sus precios bajos, ofrezca servicios de calidad.

Factores que afectan a las PYMES prestadoras de servicios en el municipio de Palmira

De acuerdo con las entrevistas realizadas se puede evidenciar y clasificar los factores más relevantes que influyen en la competitividad de las PYMES del sector servicios, en la ciudad de Palmira, en la siguiente tabla.

Tabla 1. Factores internos que afectan la competitividad.

Factores que afectan la competitividad de las MIPYMES del sector servicio en Palmira
No poseen la última tecnología para realizar la actividad económica debido a que las utilidades no permiten invertir en ella
No cuentan con componentes diferenciadores
No innovan
Sus costos son iguales a los de la competencia, por ende, no pueden ofrecer precios más bajos
No tienen definido el plan estratégico
Existen diversos impuestos dejando pocas utilidades para invertir en la empresa

Fuente: elaboración propia.

El entorno económico actual se caracteriza por un acusado ritmo de progreso técnico, cuyos aspectos como la innovación, las nuevas tecnologías junto a la capacitación del recurso humano, se constituyen en factores determinantes para la competitividad, y más allá, para el crecimiento económico. Según Peñalosa (2007) la competitividad de una empresa puede proceder de diferentes factores como la innovación y la tecnología, constituyéndose en determinantes de la productividad, de la estructura de costos de la empresa, de los precios de los productos y de los salarios de los trabajadores, lo cual impacta positivamente en los niveles de empleo, en el crecimiento económico nacional y en la calidad de vida de la población.

De acuerdo con lo anterior, se establece que la tecnología en la mayoría de las empresas entrevistadas se ha convertido en un factor crítico, debido a que no poseen los recursos suficientes para obtenerla, sin embargo, es de suma importancia para llevar a cabo la actividad económica de manera eficiente permitiendo crecimiento competitivo en el sector.

Los altos impuestos que deben pagar las PYMES para cumplir con las normas legales que exige el país, lo cual no deja gran utilidad para invertir en la empresa, ya sea en infraestructura, tecnología o capital humano.

Una de las causas de mortalidad empresarial, que establecieron Navarrete y Senores (2011), fue la falta de un plan estratégico, ya que este documento presenta los objetivos, estrategias y metas que las empresas quieren lograr en un determinado tiempo, especificando las formas de financiamiento en las cuales se basará para cumplir con los propósitos establecidos. En este sentido, se evidencia que rara vez una pequeña empresa cuenta con un plan estratégico, lo que le impide identificar posibles fuentes de financiamiento. La realización de un plan estratégico permite conocer de manera anticipada los posibles problemas que puedan ocurrir dentro y fuera de la empresa, con él se obtiene una visión más amplia del mercado, permitiendo ser competitivos con los servicios prestados.

Con base en la falta de ventajas competitivas en las PYMES, la mayoría de las empresas entrevistadas no poseen ventaja competitiva ya que

según Drucker (1998) el conocimiento es el componente clave en la ventaja competitiva de cualquier empresa porque, como activo, tiene propiedades como las de multiplicarse cuando se comparte, ser la fuente de la dinámica de los demás recursos (por ejemplo, los recursos materiales no se dinamizan sino es con el uso del conocimiento) y ser un recurso con posibilidades de incremento infinitas (Bernal, Fracica y Frost, 2012, p. 306).

De acuerdo con la definición planteada anteriormente se puede evidenciar que las empresas no poseen conocimientos administrativos claros, ya que no concentran sus esfuerzos en ser competitivos, debido a la falta de organización y estudio de los mismos, de igual forma tampoco cumplen con el mapa de competitividad, en tanto no tienen definidas las oportunidades y amenazas y, por ende, no existe un plan estratégico.

En el diamante de Porter se encuentran diferentes factores como la oferta, la demanda, integración con empresas relacionadas y estrategias empresariales, los cuales permiten conocer qué tan innovadoras son estas en el momento de competir. En las entrevistas se pudo evidenciar que la mayoría de las empresas no cuentan con estrategias empresariales que permitan generar mayor crecimiento en el mercado por medio de la creatividad e innovación.

Discusión y conclusiones

La mayoría de las empresas entrevistadas carecen de factores que las hacen competitivas. Según Reinel (2005) la competitividad de la empresa es el *performance* valorado por la capacidad que tiene para generar más valor agregado que sus competidores, con lo cual se puede evidenciar que las empresas no cumplen con esto, ya que menos de la mitad no cuenta con tecnología moderna para mejorar en su actividad económica y los impuestos establecidos no los dejan avanzar económicamente.

Se recomienda a las PYMES entrevistadas estructurar un plan estratégico, en donde consideren principalmente sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para que puedan realizar estrategias

competitivas, fortaleciendo aspectos como la innovación y la tecnología, ya que son factores clave en la generación de ventajas competitivas.

Las PYMES deben tener en cuenta la ventaja competitiva debido a que esta les ayudará a convertirse en empresa líder, potencializando efectivamente sus recursos, manteniendo y atrayendo nuevos clientes por medio de servicios innovadores y únicos en el mercado. La competitividad es la oportunidad que las empresas deben aprovechar para sobresalir ante su competencia, y de la misma manera ir creando un futuro sostenible a través del cumplimiento de metas de servicios, que esta ofrezca con atributos altamente efectivos y diferentes para así obtener mejores utilidades.

Referencias

- Abdel, G. y Romo, M. D. (2005). Sobre el concepto de competitividad. *Revista Comercio Exterior*, 55(3), 200-124
- Bernal, C. A., Fracica, G. y Frost, J. (2012). Análisis de la relación entre la innovación y la gestión del conocimiento con la competitividad empresarial en una muestra de empresas en la ciudad de Bogotá. *Estudios gerenciales*, 28, 303-315.
- Cabrera, A. López, P y Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Calderón Díaz, A. (2015). *Análisis de la competitividad empresarial en las PYMES del sector del calzado del barrio el Restrepo de la ciudad de Bogotá, a partir del factor humano*. Universidad Nacional de Colombia.
- Castaño, L y Gutiérrez, A. (2011). *Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente AMCO*. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/2041/658406C346.pdf?sequence=1>
- Drucker, P. (1998). *La sociedad postcapitalista*. Bogotá: Norma.
- Franco, C., Bautista J., (2009) *Asociatividad empresarial camino a la competitividad*. Recuperado de http://www.aciem.org/bancoconocimiento/M/Mem_AsociatividadEmpresarial_caminoalacompeti/asociatividad%20empresarial%20camino%20a%20la%20competitividad2%20%5BModo%20de%20compatibilidad%5D.pdf.

- Gobierno Nacional. (2013). *MinCIT destaca importancia del sector de servicios como factor de desarrollo*. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=8051>
- Hernández, A., Marulanda, C. y López, M. (2014). Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de PYMES en Colombia. *Información Tecnológica*, 25 (2), 111-122.
- Hernández, P. (2000) *Competitividad y éxito. Algunas tendencias actuales y su repercusión para el sector empresarial*. (CEDE).
- Navarrete, E. y Sensores, E. (2011). El fracaso de las micro, pequeñas y medianas empresas en quintana roo, México: un análisis multivariante. *Revista internacional administración y finanzas*, 4 (3), 21-33.
- OECD (1992). *Competitiveness. First report to the president and the Congress*. Washington D.C.
- Peñalosa, M. (2007). Tecnología e innovación. Factores claves para la competitividad. *Actualidad Contable Faces*, 10 (15), 82-94.
- Porter, M (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.
- Sánchez, J.J., J. Osorio y E. Baena. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las PYMES de Colombia. *Scientia et Technica*, Año XIII, 34, 321-324.