

**E**n la [Revista de Estudios Económicos](#) se lee: “(...) *A nivel de los actores inmersos en el comercio internacional -las empresas- se encuentra que su inserción en el mercado externo es bastante baja, en donde el margen de empresas exportadoras frente al total de empresas activas en Colombia no sobrepasa el 3%. (...)*” “(...) *Por un lado, se observa que cerca del 95% del valor exportado a lo largo del periodo 2010-2015, fue realizado por grandes empresas, en tanto, el 5% restante provino de las micro, pequeñas y medianas empresas. (...)*” “(...) *Al respecto, en el último informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014), se encuentra que la tasa de supervivencia de las nuevas empresas en Colombia es bastante baja (12,6%), es decir, 12 de cada 100 empresas en Colombia logran mantenerse activas en el mercado por encima de los 42 meses. Adicionalmente, en este informe, GEM (2014) estudia a los emprendedores establecidos y encuentra que, en 2014, Colombia se ubicó como la sexta economía con la tasa de empresarios establecidos más baja en América Latina y el Caribe, con 4,9%. De 2010 a 2014 la evolución de este indicador ha sido negativa, lo cual podría indicar que una parte importante de la población emprendedora en el país no está logrando consolidar sus empresas en el mercado interno. (...)*”

En verdad es muy poco lo que hemos estudiado de esa realidad compleja que llamamos Pequeñas y Medianas Empresas, conjunto que siempre nos ha parecido demasiado diverso, en forma que se incurre en muchos errores al pensar que a las

medianas empresas del país hay que tratarlas como a las pequeñas.

Según diferentes estudios, Colombia podría tener éxito en exportación de bienes no tradicionales (es decir, distintos de los mineros – energéticos), siempre que se dirigiera a países de patrones de consumo similares al nuestro.

En las escuelas contables no formamos para las empresas grandes, que son desconocidas para gran parte de los profesores, ni para las empresas pequeñas, que no hemos caracterizado debidamente en cuanto cuáles son sus posibilidades de éxito.

Las empresas no triunfan porque cumplan íntegramente con sus obligaciones, incluidas todas las que involucran la contabilidad en sus distintas expresiones. Las empresas triunfan cuando son capaces de introducirse en un mercado y crear una base cada vez mayor de clientes satisfechos. ¿Qué tanto saben de esto nuestros contables?

Hay que pensar que 88 de cada 100 empresas dejan de subsistir, perdiéndose así este mercado para los contadores. Si estos supiesen como ayudar a las entidades a crecer y sostenerse en el tiempo, seguramente tendrían mejores clientes y mejores ingresos.

¿De qué manera las nuevas normas de contabilidad, información financiera y aseguramiento de la información están cumpliendo los objetivos del artículo 1° de la [Ley 1314 de 2009](#)?

*Hernando Bermúdez Gómez*