

FACTORES QUE INCIDEN EN EL ÉXITO O FRACASO EN EL PROCESO DE EXPORTACION DE LAS PYMES

FACTORS WHICH INCIDENCE AT SUCCESS OR FAILURE IN EXPORT PROCESS OF SMES

Roberto Cabeza Gil*, María Alejandra Villegas Vargas* & María Auxiliadora Iglesias-Navas**
{robertocabeza9@hotmail.com} {marialejandrav5@gmail.com} {miglesias1@unisimonbolivar.edu.co}

Universidad Simón Bolívar, Barranquilla-Colombia

Resumen | Este documento describe la importancia de las pymes para el desarrollo económico de cualquier país, específicamente en el de Colombia donde se destacan por ser el sector que más genera empleo además de contribuir en gran parte al producto interno bruto del país, sin embargo, pocas son las que exportan, lo que nos conlleva a preguntarnos ¿Cuáles son los factores que inciden en el éxito o en fracaso en los procesos de exportación? Trayendo consigo las razones por las cuales, si tienen la capacidad de hacerlo, ¿porque no lo hacen?, a su vez nos muestra las causas de porque no crecen ni siquiera a nivel local.

Palabras clave: *Pymes, exportación, Factores, economía, Tratados de Libre Comercio*

Abstract | This document describes the importance of the small and medium enterprises for the economic development of any country, especially in that of Colombia where they stand out for being the sector that more generates employment in addition to contributing largely to the gross internal product of the country, nevertheless few ones are those that they export, what bears to wonder us: What are the factors that affect in the success or in defeat in the exportation processes? Bringing me obtains the reasons for which if they have the aptitude to do it: because they do not do it? In turn it shows us the causes of because they do not grow not even at local level.

Key-words: *SMEs, Export, Factors of economy, Free Trade Treaties.*



Para referenciar este artículo (IEEE):

[N] R. Cabeza, M. A. Villegas & M. Iglesias-Navas, "Factores que inciden en el éxito o fracaso en el proceso de exportación de las PYMES", *Investigación y Desarrollo en TIC*, vol. 7, no. 1, pp. 86-98, 2016.

Artículo resultado de formación para la investigación

*Estudiante del programa de Ingeniería de Mercados.

** *Tutora*, Profesora e investigadora del grupo de Innovación y Desarrollo Empresarial.

I. INTRODUCCIÓN

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) constituyen la principal fuente de generación de empleo no solo en Colombia, sino también en el resto de países del planeta. Son parte fundamental del sistema económico, estimulan la economía y tienen una gran responsabilidad social al intervenir en la disminución de las situaciones de pobreza, subempleo y desempleo.

En todas las economías del mundo, las PYMES son de gran importancia. En Europa, por ejemplo, se estima que un 97% de todas las empresas son PYMES.

Las PYMES cumplen un rol fundamental, pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo. En aquel sentido, gracias a que estas emplean a una gran cantidad de personas con menores costes salariales por trabajador, aportan cierta estabilidad al mercado laboral (muchos empleados ubicados en muchas empresas, en lugar de concentrados en unas pocas empresas grandes). Por su tamaño, las Pymes poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y para emprender proyectos innovadores [1].

En Colombia las PYMES también constituyen la principal fuente de generación de empleo, y son uno de los pilares fundamentales para el sistema económico, por ello el gobierno a través de diferentes instituciones como la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias (ACOPI) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo trabajan en diferentes programas para establecer e incrementar sus fortalezas e identificar y corregir sus debilidades, con el fin de dinamizarlas y fortalecerlas, en los últimos años han evolucionado de una forma significativa, destacándose en algunas de ellas un aumento en la producción [2].

Las PYMES exportadoras colombianas han sido por largo tiempo dejadas de lado y no han tenido un verdadero y adecuado apoyo en su aventura internacional, pero los tiempos están cambiando y nuevas orientaciones y cambios de rumbo en las políticas gubernamentales están

permitiendo que estas empresas puedan cumplir con el rol clave que les corresponde como estimuladoras de empleo y generadoras de divisas. Hoy por hoy, las PYMES siguen presentado muchas deficiencias que las hacen vulnerables destacándose entre otros: la capacidad y potencial subutilizado, falta de tecnología, deficiencia en los procesos de producción y mercados, dificultad en el acceso al mercado de capitales y el crédito a largo plazo, rechazo por parte de la banca, estructuras organizacionales de carácter familiar sin proyección para evolucionar a otras formas asociativas y la no orientación al mercado de exportaciones, sin embargo estas empresas están aplicando mecanismos para afrontar el reto que conlleva la internacionalización, miraremos que está haciendo el estado para apoyarlas en este proceso, A raíz de lo anteriormente mencionado, surgen el siguiente interrogante: ¿cuáles son los factores que inciden en el fracaso o éxito en el proceso de exportación de las PYMES?.

II. DESARROLLO DEL ARTÍCULO

Aunque la economía global está asociada con las grandes corporaciones multinacionales, cuyos productos pueden ser encontrados alrededor del mundo, las PYMES también contribuyen y se benefician del comercio internacional de diferentes maneras:

- Forman parte de la cadena de valor de grandes exportadores locales.
- Exportan productos y servicios para nichos de mercado más especializados.
- Importan y distribuyen productos de PYMES extranjeras.

Además, en las economías emergentes Como Colombia, el rol de las pequeñas y medianas empresas es fundamental para la promoción de la actividad emprendedora, el fomento de la innovación y la capacidad de diversificación [3].

Diagnosticar los factores que inciden en el fracaso o éxito en el proceso de exportación de las pymes. Es el punto de partida para determinar porque estas no han tenido un gran progreso en el mercado internacional, donde el primer paso es realizar un diagnóstico de las PYMES

colombianas, para luego establecer las capacidades que estas poseen, analizando los casos exitosos y de fracasos para determinar cuáles son las variables más influyentes que hacen que un proceso de internalización tenga un buen resultado.

Sin embargo, la actual política industrial, replantea la posición de las PYMES en Colombia como un factor potencial de competitividad internacional. Generar PYMES exportadoras, sólidas y competitivas se convierte en un punto central para insertar nuestra economía en un mundo globalizado. Las PYMES pueden constituirse en fuente de crecimiento de las exportaciones no tradicionales; pueden ayudar a solventar los graves problemas que actualmente atraviesa el país. Sin ir más lejos, uno de ellos, el desempleo encontraría en gran medida la solución en las PYMES [4].

Colombia ha necesitado de un cuarto de siglo para transformar su economía y ganarse un lugar en el contexto internacional. De acuerdo con el Banco Mundial, mientras en 1990 tenía el PIB número 40 del planeta, en 2014 ascendió al puesto 26. Su agregado productivo pesa US\$377.739,6 millones, lo que le permite ser la cuarta economía de América Latina y el Caribe. En dicha evolución, el parque fabril ha sido el mayor responsable y dentro de este espacio las microempresas, pequeñas y medianas empresas se han convertido en protagonistas de primer orden por su impacto en varios indicadores macroeconómicos. Según el DANE, las PYMES generan alrededor de 67% del empleo y aportan 28% del Producto Interno Bruto (PIB) [5].

“No cabe duda sobre la importancia de las Pymes en nuestro país. Las micro, pequeñas y medianas empresas son fundamentales para el sistema productivo colombiano, como lo demuestra el hecho de que, según el Registro Único Empresarial y Social, en el país 94,7% de las empresas registradas son microempresas y 4,9% pequeñas y medianas”, explica Julián Domínguez, presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (CONFECAMARAS) [5].

En valores absolutos, según este organismo gremial, a corte del primer trimestre de 2016 había en el país un total de 2.518.181 matrículas activas que corresponden a las PYMES. De este total, 1.561.733 registros mercantiles son de personas naturales y 979.220 de sociedades.

Al desagregar por tamaño de las empresas, en el primer grupo 1.522.394 son micro, 22.772 son no determinadas-

aquellas cuyo dato de activos no ha sido actualizado-, 14.567 pequeñas y 2.000 medianas. En el segundo grupo, 749.806 son microempresas, 101.957 no determinadas, 100.350 pequeñas y 27.107 medianas.

Por distribución geográfica, las PYMES se encuentran ubicadas principalmente en Bogotá, Cundinamarca, Atlántico, Antioquia y Valle del Cauca. Más en detalle, según lo reseña Helmuth Arias, académico y doctor en análisis económico aplicado de la Universidad de Sevilla, el 41% están matriculadas en Bogotá, 13% en Antioquia, 9% en el Valle del Cauca y 6% en el Atlántico [6].

Exportar es una opción de desarrollo para las empresas Colombianas, pero no todas conocen la manera de ingresar a este campo, énfasis especial en las PYMES, las cuales por problemáticas como; la inexistencia de un plan estratégico en la fijación de objetivos, el desaprovechamiento de las políticas e instrumentos de promoción a las exportaciones de los programas creados por el gobierno, desconocimiento de los tratados de intercambio comercial a nivel internacional, desconocimiento de los mercados potenciales por atender y de forma específica la falta de una guía informativa con procedimientos claros para iniciar en el mundo de la exportación se convierten en diversas barreras y a su vez en desventaja de las Pymes frente a las grandes compañías, que gracias a sus años de experiencia obtienen mayores beneficios con la exportación [7].

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo BANCOLDEX, PROEXPORT, son algunas de las entidades del gobierno colombiano como apoyo al desarrollo de exportación para las empresas colombianas. A pesar de contar con muchas entidades que impulsan las exportaciones, aún sigue siendo poca la participación de comercialización internacional de estas. Como lo demuestran los resultados de un informe de PROCOLOMBIA que indica que el año pasado “95% de las exportaciones colombianas las realizaron 531 grandes empresas, mientras que el 5% restante de las ventas las protagonizaron 5.831 PYMES.” A pesar de que estas, representan el 67% del empleo en Colombia, aportan 28% al PIB y participan con 96,4% de la industria”. Con esto podemos determinar la importancia de que estas representan en la economía colombiana y la urgencia de promoverlas aún más el mercado internacional. La falta de información o desconocimiento es uno de los principales problemáticas que enfrentan las pymes para poder llegar a

mercados internacionales, ya que a la hora de solicitar asesorías de exportación, trámites para acompañamiento y apoyo financiero del gobierno para nuevos proyectos, se tornan muy engorrosos lo que impide a las pymes acercarse a nuevas ayudas. Y cuando se acercan desconfían ya que piensan que será muy costoso haciendo difícil integrarse en un ecosistema empresarial eficiente. [8]

Estos datos nos muestran lo fundamentales que son para el sistema productivo colombiano, como lo demuestra el hecho de que, estas son mayoría a comparación con las grandes industrias [3]. En el departamento del Atlántico se encuentran concentradas el 6% del total de las PYMES a nivel nacional, lo cual nos lleva a justificar y destacar la importancia de que todas estas empresas, posean el pleno y claro conocimiento de los procedimientos a seguir para participar en el ámbito de la exportación y obtener los grandes beneficios que genera la misma y por ende innovar en función del desarrollo de la economía del departamento, el país y aportar a la satisfacción de las necesidades de los mercados internacionales, contribuyendo a mitigar los efectos de unas de las mayores problemáticas en la ciudad de Barranquilla como lo es el desempleo y el desarrollo económico e industrial.

Por otro lado, se entiende por empresa como una unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado [9].

En Colombia, el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la ley 590 de 2000 y sus modificaciones.

El término PYMES hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 y hasta 30.000 salarios mínimos legales vigentes [10].

PYMES es un abreviado que se utiliza comúnmente para definir a la pequeña y mediana empresa, en donde se trata de una empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados. Estas se clasifican según la ley 905 de 2004 de la siguiente manera:

EMPRESA	NÚMERO DE TRABAJADORES	ACTIVOS TOTALES POR VALOR
MICROEMPRESA **	Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores	inferior a quinientos (500) SMMLV / excluida la vivienda
PEQUEÑA **	Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50)	entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) SMMLV
MEDIANA **	Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200)	entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) SMMLV

Tabla 1. Clasificación de empresas PYMES [11]

Las empresas PYMES poseen las siguientes características comunes:

- No emiten valores negociables.
- Los propietarios no disponen de portafolios de inversión diversificados.
- La responsabilidad de los propietarios es ilimitada o inefectiva.
- La primera generación de propietarios son emprendedores y propensos al riesgo.
- No cuentan con un equipo gerencial completo para dirigir la empresa.
- Se enfrentan a costes de mercado elevados.
- Las relaciones de los accionistas son menos formales, y los esquemas de compensación son altamente flexibles.
- La opacidad en la información y la falta de un historial financiero limitan el acceso a las Pymes a las fuentes de financiación, siendo en muchos casos el acceso al mercado de capitales públicos relativamente costoso.
- Motivados por mantener la propiedad y control, lo que demanda una inversión cuantiosa por parte de los propietarios, al punto de constituir la mayor proporción de sus portafolios de inversión escasamente diversificados.
- Sus inversores y acreedores, tienen a demandar garantías de tipo personal o no corporativa en calidad colateral de la deuda, por lo cual los propietarios de las Pymes están altamente expuestos al riesgo de quiebra personal.
- Durante los primeros años de constitución, los beneficios e indemnizaciones de los propietarios pueden ser postergados en procura de la estabilidad económica y financiera de la empresa [12].

A. PYMES y exportación

1. Ventajas de las PYMES

- La asimilación y adaptación de tecnología
- La contribución al desarrollo regional
- Flexibilidad al tamaño de mercado (aumento o disminución de su oferta cuando se hace necesario).
- El fácil conocimiento de empleados y trabajadores facilitando resolver los problemas que se presentan debido a la baja ocupación de persona, mantienen una unidad de mando permitiendo una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y operativas.
- Producen y venden artículos a precios competitivos ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas.
- Por su dinamismo tiene posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.

2. Desventajas de las PYMES

Por otra parte algunas de las principales desventajas que presentan las PYMES son las siguientes:

- Les afecta con mayor facilidad los problemas que suscitan en el entorno económico como la inflación y la devolución.
- Son más vulnerables a la fiscalización y al control gubernamental.
- Los recursos financieros son limitados, ya que no tiene fácil acceso a las fuentes de financiamiento.
- Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los dueños [13].

Por otro lado la exportación es una de las tantas herramientas que las PYMES de nuestro país pueden implementar para lograr la competitividad con el resto de los países del mundo. La exportación es una actividad muy importante que no es exclusiva a las grandes empresas, sino aquellas que llevan a cabo una planeación para poder realizar dicha actividad; se entiende como exportación:

- Como el intercambio de bienes y servicios entre residentes de diferentes países [14].

- La exportación es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país para su uso o consumo en el extranjero [15].

B. Ventajas y desventajas de la exportación

1. Ventajas

- Ampliar facturación.
- Nuevos mercados, nuevas oportunidades y nuevos retos.
- Mejorar imagen de la marca tanto de la empresa y del producto.
- Globalización de la marca
- Incremento de cliente potenciales al comenzar a exportar.

2. Desventajas

- Modificar el producto, el envase o su presentación.
- Logística y adaptarse a nuevos canales de distribución.
- Obtener nuevas certificaciones especiales de calidad.
- Tiempo y dedicación para estudiar y conocer el mercado objetivo.
- Solicitar apoyo financiero.
- Crear nuevos productos para adaptarse a nuevos mercados [16].

3. Formas de exportación

En Colombia existen diversas modalidades de exportación, dictadas en el Decreto No. 2685 del 28 de Diciembre de 1999, estos son:

- Exportación definitiva: Salida de mercancías nacionales o nacionalizadas, del territorio aduanero nacional para su uso o consumo definitivo en otro país o una zona franca.
- Exportación temporal para reimportar en el mismo estado: Salida temporal de mercancías del territorio aduanero nacional, para atender una finalidad específica en el exterior, en un plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal originado en el uso que de ellas se haga.

- Muestras sin valor comercial:
 - Cupo anual de USD 10.000 valor FOB
 - Requiere certificado de origen, factura comercial y visto bueno.
 - Valor simbólico para efectos aduaneros
 - No permitidos para este tipo de modalidad: 1. Café 2. Esmeraldas 3. Artículos manufacturados de metales preciosos 4. Oro y sus aleaciones 5. Platino y metales del grupo platino 6. Cenizas de orfebrería, residuos o desperdicios de oro 7. Productos minerales con concentrados auríferos, plata y platino 8. Plasma humano, órganos humanos, estupefacientes y los productos cuya exportación está prohibida, tales como los bienes que forman parte del patrimonio artístico, histórico y arqueológico de la Nación.
- Exportación por tráfico postal y envíos urgentes: Permite la salida de mercancías del territorio aduanero nacional a través de una empresa de correo postal siempre que su valor no supere de USD5.000
 - Guía aérea (empresa de correo)
 - Carta de responsabilidad antinarcóticos
 - Factura comercial o formato definido por la empresa de correo [17].

Igualmente también existen otras dos formas de exportar, la exportación directa e indirecta. La decisión sobre las formas de exportar que debe emplear una empresa dependerá del nivel de riesgo y las oportunidades que ofrece el mercado, así como con los recursos que cuenta la empresa.

- La exportación directa: consiste en tener contacto directo con el importador, realizar todos los requerimientos del proceso de exportación, por lo que la empresa exportadora debe tener una infraestructura adecuada, es decir contar con recursos humanos capacitados en comercio internacional y tener contactos de proveedores de servicios a las exportaciones; aunado a esto debe asumir los riesgos de toda la operación.
- En la exportación indirecta se cuenta con un intermediario, el cual se encargara de seguir todos los pasos para la actividad comercial. La exportación indirecta es menos compleja que la exportación

directa, este tipo de exportación es realizada, por empresas que no tienen mucha experiencia o bien están iniciando transacciones en los mercados internacionales [12].

En el proceso de exportación existen diversas barreras y estas son:

- Barreras internas: una de las principales razones para evitar la exportación reside en la decisión de la gerencia de abastecer solo al mercado interno. Sin embargo al entrar a mercados extranjeros, algunos impedimentos que se pueden presentar son: la insuficiente capacidad de exportación así como personal mal capacitado para realizar actividades de exportación, problemas de logística y falta de servicio al cliente.
- Barreras externas domesticas: Este tipo de barreras están representadas por el ambiente externo de la empresa, como puede ser: altos costos de financiamiento, falta de inversión, excesiva documentación, dificultades de los procedimientos de la exportación y falta de conocimiento por parte de la empresa de la asistencia brindada por el gobierno, y sobre programa de apoyo a las exportaciones. En cuanto a las barreras externas extranjeras encontramos las diferencias en los gustos, diferentes prácticas, protocolos, problemas en los canales de distribución, mayor número de competidores. Entre otros aspectos. [12]
- Barreras arancelarias: son las cuotas que se establecen en las tarifas de las leyes de los impuestos generales de importación o exportación. Es un impuesto que se aplica al comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado receptor, es una medida protectora.
- Barreras no arancelarias: son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales. [12]

C. Tratados de Libre Comercio

Se trata de un acuerdo comercial vinculante firmado por dos o más países que acuerdan una serie de preferencias arancelarias mutuas y también la reducción de barreras no arancelarias para el comercio de bienes y servicios entre ambas naciones. Estos acuerdos incorporan habitualmente

otras normas relativas a inversiones, servicios financieros, propiedad intelectual, telecomunicaciones, aspectos laborales y muchos otros, que además tienen un plazo indefinido, es decir, se firman con vocación de perpetuidad para garantizar el libre comercio de bienes y servicios.

Los objetivos de los Tratados de Libre Comercio (TLC) son el desarme arancelario: eliminar barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación e importación de productos entre naciones. Derivado de este mayor flujo de mercancías, se aumenta la producción de productos nacionales, se genera empleo, hace a las empresas más competitivas, fomenta la creación de nuevas empresas, la inversión entre ambos países y la compra de productos extranjeros más baratos, además de facilitar los procedimientos aduaneros que en ocasiones resultan muy engorrosos entre determinados países.

- Las ventajas son claras: reforzar la estabilidad macroeconómica, incrementar las exportaciones e importaciones y diversificar mercados, reforzar la seguridad jurídica y facilitar las reglas del juego en el comercio internacional.
- Las desventajas: como el consumo de muchos recursos de Comités y grupos sectoriales que dedican muchas horas de trabajo, la competencia de otros países que venden sus productos mucho más baratos por tener bajos costes de producción, problemas medioambientales por exceso de producción no bien regulada [18].

Los tratados libre comercio buscan principalmente generar los siguientes aspectos:

- Preferencia Arancelaria: Reducción o eliminación de los derechos de importación, concedida por un país a otro en el marco de un acuerdo o de un instrumento unilateral.
- Desgravación Arancelaria: Eliminación o reducción gradual o total de los aranceles de importación.[19]

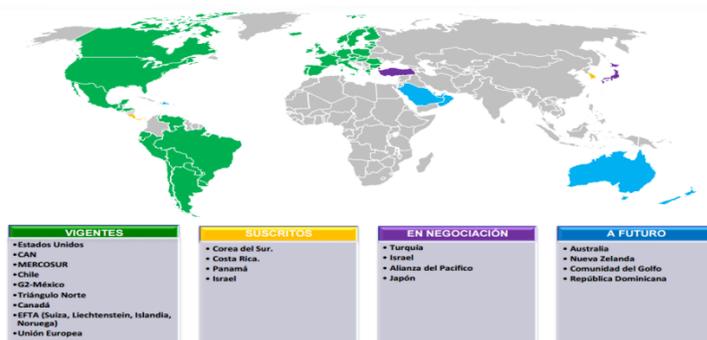


Figura 1. Colombia y sus acuerdos comerciales [16]

D. Organizaciones que apoyan las exportaciones colombianas

1. Asociación Nacional de Comercio Exterior

ANALDEX es una entidad privada, creada con el propósito de fomentar y fortalecer la actividad exportadora de Colombia, promover la imagen del país en el exterior, y apoyar el diseño y ejecución de las políticas de exportación nacionales.

En ANALDEX se puede encontrar:

- Planes de Estructuración
- Auditorías
- Capacitación en cambios internacionales
- Capacitación en el nuevo cambio aduanero
- Capacitación en origen o Estudio de mercado.[20]

2. Asociación Nacional de Empresarios

La gerencia de asuntos internacionales de la ANDI está encargada de articular los intereses sectoriales y regionales de la asociación, que acompañe los intereses de internacionalización de los empresarios colombianos a través de un conjunto integral de servicios.

En la ANDI se puede encontrar:

- Inversión
- Relacionamento Empresarial
- Buenas Prácticas [21]

3. Banco de Comercio Exterior de Colombia

BANCOLDEX asesora para disminuir los riesgos en las negociaciones coordinando actores internos y externos. Además pone a su disposición la experiencia en comercio

exterior y un equipo comercial que ofrece asesoría integral para el desarrollo de los negocios internacionales [22].

En BANCOLDEX se puede encontrar:

- Financiamiento al comprador de bienes y servicios
- Compra de títulos valores
- Servicios de Operación Bancaria Internacional (O.B.I.)
- Coberturas cambiarias o Compra de cartera internacional

4. Cámaras de Comercio

Cuenta con un servicio llamado Consultorio en Comercio Exterior el cual informa y orienta empresas con sus operaciones internacionales.

En el consultorio de comercio exterior se puede encontrar asesorías en:

- Registro y constitución como exportador
- Proceso general de una exportación
- Inteligencia de mercados o asesoría en términos de negociación Internacional
- Costeo de Exportación o Certificados de Origen o Régimen Cambiario [23]

5. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) apoya la actividad productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país, con el fin de mejorar su competitividad, su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado, lo cual permitirá consolidar su presencia en el mercado local y en los mercados internacionales [24].

En el MINCIT se encuentra el vice-ministerio de Comercio Exterior donde se puede encontrar una guía completa sobre ¿Cómo Exportar? con todos los pasos y procedimientos que se deben tener en cuenta.

6. PROCOLOMBIA

Es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia. Presta varios servicios para facilitar a los empresarios colombianos hacerse presentes en el mundo.

En PROCOLOMBIA se puede encontrar:

- Asesoría especializada
- Formación en exportación
- Estudios de mercado [25]

III. FACTORES EN EL PROCESO DE EXPORTACION DE LAS PYMES

A pesar de la importancia económica y estratégica, las pequeñas y medianas empresas enfrentan problemas que dificultan su expansión, siendo algunos de estos: la baja productividad y falta de competitividad, reducidos niveles de capitalización, escaso acceso a crédito e incentivos, falta de capacitación laboral y gerencial, uso de tecnologías obsoletas, inadecuada organización interna, ausencia de redes de asociación entre las empresas, la falta de una cultura empresarial. Este y otros factores no permiten que las PYMES. En cuanto a las barreras de baja productividad en las pequeñas y medianas empresas el autor Mercado Hernández lo clasifica de la siguiente manera:

A. Empresario

- Capacitación insuficiente del empresario para el ejercicio de sus funciones de técnico y administrador; fallas generales en la administración
- El empresario dispone de escasa información sobre los cambios que se registran en la demanda y ello se traduce en una orientación deficiente de la empresa.
- Esfuerzos insuficientes para mejorar los productos.
- Medidas inadecuadas para aumentar la producción y reducir los gastos de producción mediante una mejor utilización de la maquinaria y el equipo.
- Ausencia de planes apropiados sobre la inversión necesaria para mejorar la operación productiva.
- Sistema deficiente de reclutamiento, adiestramiento, remuneración y de orientación del personal; fallas en las relaciones obrero patronales que tienen como resultado frecuentes cambios de personal y por lo tanto disminución de la productividad laboral.

B. Producción

- Defectos de los productos elaborados por falla tanto en el diseño adecuado, como de supervisión de los procesos o de control de las materias utilizadas en la producción o en el empaque.

C. Financiamiento

- Defectos importantes en la administración financiera y el funcionamiento de esta.
- Contabilidad inadecuada.
- Utilización del capital circulante para inversiones, reduciendo de este modo, la base para la adquisición de materias primas y para retribuir en forma apropiada al personal (puntualidad en el pago, concesión de primas, horas extras, entre otras). Lo que entorpece, a su vez, la utilización de la capacidad de las nuevas inversiones.
- Descuido del oportuno cobro de los créditos que se otorgan a los clientes, lo que origina gastos elevados por deudas a corto plazo que, como consecuencia de las demoras en los cobros, se ve obligado a contraer el empresario.
- Confusión en la marcha del negocio y formulación deficiente de las solicitudes para obtener crédito de inversión. Lo que determina dificultades o rechazos por parte de las instituciones financieras [12].

D. Organización

- Deficiencia en la organización de las ventas
- Falta de cumplimiento en los plazos de entrega, en los precios y en la calidad convenida.
- Carencia de adiestramiento y atención al personal (de venta y de atención al cliente, lo que ocasiona dificultades con los clientes).
- Débil o nula acción de propaganda, fallas en el servicio de clientes, mala distribución de las instalaciones e irregular funcionamiento de la organización que influyen desfavorablemente en el ánimo de los compradores.
- Deficiencias en la organización de compras.
- Fallas en el control de calidad y de cantidad de los materiales adquiridos.
- Defectuosa política de aprovisionamiento; a veces los proveedores no han sido seleccionados.
- Falta de administración adecuada en el almacén de materiales [12].

Por otra parte, el regazo tecnológico ocasionado por las limitaciones financieras con las que se enfrentan estas empresas se refleja en el volumen de producción de las

mimas, la improvisación que en muchas ocasiones realizan los emprendedores para iniciar un negocio y la toma de decisiones equivocada en la localización de las mismas, sin tomar en cuenta factores como la cercanía de las materias primas, condiciones del mercado, costo de la mano de obra, entre otros., son factores que repercuten el desempeño de las pymes provocando su fracaso en muchas ocasiones [12].

Como se ha podido analizar a lo largo de este artículo, las pequeñas y medianas empresas son fundamentales para impulsar el crecimiento tanto de los países industrializados como los de menor grado de desarrollo como lo es Colombia, es por ello que las pymes deben implementar estrategias que les permitan no solo lograr la supervivencia, sino tener ventajas competitivas a nivel global, ya que actualmente la competencia de las empresas incluye tanto al mercado interno como externo.

Aunque actualmente Colombia muestra un incremento en las exportaciones por parte de las pymes, este sigue siendo muy poco a diferencia de las grandes, como lo muestran las siguientes figuras.



Figura 2. Comportamiento de las PYMES 2016-2 [19]



Figura 3. Comportamiento de las PYMES 2016-2 [19]



Figura 4. Comportamiento de las PYMES 2016-2 [19]

Uno de los factores claves para una exportación exitosa es explorar primero en una ciudad diferente del mismo país donde se este se encuentre sin embargo la búsqueda de nuevos nichos dentro del mismo país es una actividad que solo realizan unas pocas PYMES locales. “De acuerdo con un estudio realizado por CONFECAMARAS, las empresas ‘multi-regionales’, es decir, aquellas localizadas en una ciudad que se están expandiendo a otras regiones, representan solo 1% del total de las sociedades registradas”, planteó [26].

E. Obstáculos a la internacionalización

- Obstáculos financieros que consisten en la falta de adecuados créditos a la exportación, volatilidad de los tipos de cambio.
 - Obstáculos comerciales: desconocimiento de oportunidades comerciales difícil acceso a compradores potenciales en el extranjero, falta de contactos y de conocimiento de las formas de actuar en el mercado de destino.
 - Obstáculos logísticos: elevados costos de los transportes, de la coordinación y del control, que se acentúan cuanto más lejos se encuentre el país elegido.
 - Obstáculos culturales: idioma, gustos, costumbres, y tradiciones.
 - Restricciones legales impuestas por los gobiernos: barreras arancelarias como derechos aduaneros. Barreras no arancelarias: controles de calidad, sanidad, especificaciones técnicas, normas de seguridad, entre otras [27].
- *Registro como exportador:* Tramitar el Registro Único Tributario (RUT) en cualquier oficina de la DIAN o SuperCade.
 - *Estudio de mercado y localización de la demanda potencial:* Seleccionar el mercado en el que se quiere incursionar. Identificar las características del país a donde se va a exportar, como preferencias de los consumidores y normatividad.
 - *Ubicación de la posición arancelaria:* Localice la subpartida arancelaria de su producto a través del arancel de aduanas o en el Centro de Información de su ciudad.
 - *Procedimientos de visto bueno:* Consultarle a la DIAN si su producto requiere permisos previos para la autorización de la exportación. Luego de tramitarlos, debe presentar la Solicitud de Autorización de Embarque ante el sistema informático de la DIAN.
 - *Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN:*
 - Cuando tenga lista la mercancía verifique términos de negociación.
 - Puede utilizar un agente de carga o marítimo para la contratación de transporte internacional.
 - En la DIAN del Puerto, Aeropuerto o Paso de Frontera, puede solicitar la Solicitud de Autorización de Embarque.
 - Si la exportación tiene un valor superior a USD10.000, este procedimiento se debe hacer a través de una Agencia de Aduanas.
 - *Medios de pago:* Hay diferentes medios de pago internacional: transferencias bancarias, cartas de crédito, letras avaladas, garantías *Stand-by*.
 - *Procedimientos cambiarios o reintegro de divisas:* Debe reintegrar las divisas a través de los intermediarios del mercado cambiario, como son: bancos comerciales y otras entidades financieras. [28]. pero para lograr cada uno de estos pasos PROCOLOMBIA propone una ruta

llamada “ruta exportadora”, la cual consiste en una evaluación interna como empresa para luego cumplir con lo anteriormente visto. La cual consiste en los siguientes aspectos:

- Evalúe su potencial exportador (disponibilidad de producto, calidad, valor agregado, optima relación calidad/precio, adaptabilidad).
- Evalúe cuál de sus productos tiene mayor potencial exportador.
- Fortalezca sus conocimientos en comercio exterior.
- Identifique la posición arancelaria de sus productos.
- Encuentre los mercados potenciales para sus productos.
- Condiciones de acceso (certificaciones y otros requerimientos).
- Oportunidades y tendencias en el mercado que se quiere llegar.
- Logística internacional
- Aspectos logísticos para la exportación de perecederos.
- Términos de negociación INCOTERMS 2010.
- Simulador de costos y lista de chequeo.
- Empaques y embalajes.
- Seguros
- Alianzas de transporte [29]

Pero para poder exportar no necesariamente hay que realizarlo de manera directa, pues existen numerosas estrategias para que una compañía pueda expandirse en un mercado internacional, como por ejemplo:

- Mantener una base de producción nacional (en un país) y exportar los productos a los mercados extranjeros utilizando canales de distribución ya sea propiedad de compañía o controlados en el extranjero. Esta es a menudo una excelente estrategia inicial para buscar ventas internacionales. El éxito a largo plazo de una estrategia de exportación depende de la competitividad relativa en costos de la base de producción en el país de origen. A menos que el exportador pueda mantener sus costos de producción y envío en un nivel competitivo con respecto a los

rivales que tienen plantas de bajo costo en los mercados de los usuarios finales, su éxito será limitado.

- Otorgar licencias a compañías extranjeras para que usen la tecnología de la empresa o produzcan y distribuyan los productos de ésta. Esta estrategia conviene cuando una empresa que posee experiencia y conocimientos técnicos valiosos o un producto patentado único carece de la capacidad organizacional interna o de los recursos para incursionar en mercados extranjeros. Con esto, se evita el riesgo de asignar recursos a mercados nacionales que son desconocidos, presentan considerable incertidumbre económica o son políticamente volátiles. La gran desventaja del otorgamiento de licencias es que la supervisión de las licencias y la protección de los conocimientos patentados de la firma pueden resultar muy difíciles en ciertas circunstancias.
- Emplear la estrategia de franquicias. Aunque el otorgamiento de licencias funciona bien para los fabricantes, las franquicias suelen ser más adecuadas para los esfuerzos de expansión global de empresas de servicios y comercio minorista. Las franquicias tienen ventajas muy similares a las de las licencias. El titular de la franquicia corre con la mayor parte de los costos y riesgos de establecerse en el extranjero. El gran problema que enfrenta el otorgante de la franquicia es el mantenimiento del control de calidad.
- Seguir una estrategia multinacional, modificando el enfoque estratégico de la compañía (quizás poco, quizás mucho) de un país a otro, de conformidad con las condiciones locales y los diferentes gustos y preferencias de los compradores. La ventaja competitiva sobre los rivales a la que aspira la firma puede ser el costo inferior en algunos países, atributos diferenciados de los productos en otras naciones, o mejor valor por el dinero en otras más. La base de clientes objetivo puede variar de ser amplia en algunos países a ser enfocada de manera limitada en otros. Además, las medidas estratégicas en un país deben ser independientes de las iniciativas emprendidas en otros.
- Uso de alianzas estratégicas o sociedades en participación con compañías estratégicas como vehículo primario para incursionar en mercados extranjeros y tal vez emplearlas también como una

táctica estratégica continua para mantener o fortalecer su competitividad [30].

IV. CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación realizada, se puede determinar que, para poder aumentar la participación de las pymes a nivel internacional, es fundamental el apoyo del gobierno y este debe ser desde en el momento en que la empresa se constituya, para crear pymes con una buena organización estructural y financiera, además de una cultura empresarial y visión de querer y poder crecer siempre a lo largo del tiempo, este implica tanto apoyo económico como de educación, y es precisamente en la educación la que radica muchas veces que las micro no puedan pasar pequeñas ni medianas empresas, ya que por desconocimiento se comenten muchos errores, también uno de los factores más importantes es como proyecta el o los propietarios su empresa pues estos tienden hacer, en un inicio casi todo, tienden estar involucrados en cada uno de los procesos, lo que hace que sea clave para el futuro de esta, por otra parte cuando ya está posee una buena organización e incursione apropiadamente en su territorio, este debe comenzar abrir otras sucursales o puntos a nivel nacional, en este proceso ira tomando experiencia en logística, adecuación de sus productos y servicios lo que le dará una visión de cómo se debe ir desempeñando a nivel internacional, donde con asesorías del gobierno o propias puede ir consiguiendo cada uno de los requisitos o pasos para llegar a otro país, siendo una pieza clave determinar en qué país es apetecido nuestro producto, las barreras arancelarias y no arancelarias, que tipo de tratados tiene Colombia con ese país, evaluar cuál es la mejor manera de iniciar las exportaciones ya sea por franquicias, realizando sociedades, buscando distribuidores, o de manera directa, sin embargo como lo vimos en el caso de Alpina siempre se debe estar dispuesto afrontar los retos, y hacer mejoras para poder dejar de ser PYMES para llegar hacer Grandes Empresas y después multinacionales.

Actualmente Colombia tiene un pequeño pero significativo aumento de exportaciones como lo dice la presidencia de BANCOLDEX que: las 'cosechas tempranas' que está obteniendo el desarrollo exportador, que el año pasado tuvo su transformación. Al cierre de agosto, BANCOLDEX había destinado \$1,02 billones para 598 compañías que este año han aumentado sus exportaciones por encima de 46%. "El aumento de los recursos a apalancado los planes de expansión internacional y el crecimiento de los

empresarios colombianos que se atreven a crecer y exportar" [40]. Esto se debe a que están dando resultado dos estrategias que vienen impulsando PROCOLOMBIA estas son: "por un lado, la gestión del Gobierno y PROCOLOMBIA para lograr la ampliación de oferta exportable y búsqueda de nuevos mercados y, por el otro, que los empresarios cada vez son más conscientes de la importancia de la internacionalización".

V. REFERENCIAS

- [1] SAP, "New SAP" Octubre 2013. [En línea]. Available: <http://news.sap.com/latinamerica/2013/10/10/importancia-global-pymes/>
- [2] J. J. Quintero, "biblioteca un tecnológica," 2013. [En línea]. Available: <http://biblioteca.unitecnologica.edu.co/notas/tesis/0063203.pdf>
- [3] Emprende pyme.net, "emprendepyme.net," 2014. [En línea]. Available: <http://www.emprendepyme.net/lainformacion-de-las-pyme-en-la-economia.html>
- [4] Universidad Industrial de Santander, "Las pymes frente a la política pública Colombiana" 2015. [En línea]. Available: <http://repositorio.uis.edu.co/jspui/bitstream/123456789/8557/2/119572.pdf>
- [5] Miputumayo, "Miputumayo," 2016. [En línea]. Available: <http://miputumayo.com.co/2016/04/14/PYMES-generan-alrededor-del-67-del-empleo-en-colombia/>
- [6] Universidad Javeriana, "Universidad Javeriana," 2000. [En línea]. Available: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/derecho2/Tesis31.pdf>
- [7] Revista Dinero, "Dinero.com," 2015. [En línea]. Available: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/que-tanto-han-aprovechado-pymes-comercio-exterior-colombia/213538>
- [8] Revista Dinero, "Dinero.com," 2016. [En línea]. Available: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-PYMES-en-colombia/222395>
- [9] Gestipolis, "Gestipolis.com," 2014. [En línea]. Available: <https://www.gestipolis.com/importancia-pymes-mexico-mundo/>

- [10] BANCOLDDEX, "BANCOLDDEX," 2014. [En línea]. Available: <https://www.bancoldex.com/Sobre-pymes/Que-es-Pyme.aspx>
- [11] Ministerio de Comercio Industria y Turismo, "Definición de tamaño empresarial" 2012. [En línea]. Available: http://www.mincit.gov.co/PYMES/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresarial_micro_pequena_mediana_o_grande
- [12] R. Espinosa, E. Fernández & R. Contreras, "Concepto de PYME" 2014. [En línea]. Available: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1191/concepto_de_pyme.html
- [13] C. Ruiz, "Cdigital," 2013. [En línea]. Available: http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/28333/1/Do_minguez%20Ruiz.pdf .
- [14] R. Ramírez, "La nueva economía," 2011. [En línea]. Available: <http://lanuevaeconomia.com/comercio-internacional-conceptos-y-teorias.html>
- [15] Y. Sánchez, "Importaciones y exportaciones" 2014. [En línea]. Available: <https://es.slideshare.net/yarissasanchez/importaciones-y-exportaciones-27365161>.
- [16] Diario el Exportador, "Diario el Exportador," 2016. [En línea]. Available: <http://www.diariodelexportador.com/2016/08/cuales-son-las-ventajas-y-desventajas.html>
- [17] PROCOLOMBIA, "PROCOLOMBIA," 2013. [En línea]. Available: http://www.procolombia.co/sites/default/files/proceso_exportador_expoartesanas_2013.pdf
- [18] ANALDEX "¿Quiénes somos?" 2012. [En línea]. Available: <http://www.analdex.org/>
- [19] ANDI, "¿Quiénes somos?," [En línea]. Available: <http://www.andi.com.co/QuiSom/Paginas/Default.aspx> .
- [20] BANCOLDDEX, "¿Qué es Bancoldex?" [En línea]. Available: <https://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Que-es-Bancoldex.aspx>
- [21] Cámara de Comercio de Barranquilla "¿Quiénes somos?" [En línea]. Available: <http://www.camarabaq.org.co/> .
- [22] Ministerio de Comercio, Industria y Turismo "¿Quiénes somos?" [En línea]. Available: <http://www.mincit.gov.co/>
- [23] PROCOLOMBIA, "¿Qué es Procolombia?" [En línea]. Available: <http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia>
- [24] A. Cañada, "La importancia de los tratados de libre comercio" 2015. [En línea]. Available: <http://www.camaranavarra.com/Camara/blog/1767/la-importancia-de-los-tratados-de-libre-comercio>
- [25] Cámara de Comercio De Medellín. "Clúster textil/confección diseño y moda" 2014. [En línea]. Available: <http://www.camaramedellin.com.co/site/portals/0/documentos/guia%20entidades%20exportaciones.pdf>
- [26] Revista Dinero, "Exportaciones de las PYMES en Colombia". [En línea]. Available: <http://www.dinero.com/economia/articulo/exportaciones-de-las-PYMES-en-colombia/241893>
- [27] Revista Dinero, "Percepciones de los empresarios PYME en Colombia". [En línea]. Available: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/percepciones-de-los-empresarios-pyme-en-colombia/241660>
- [28] ICEX, "Internacionalización" [En línea]. Available: https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mde0/mjgx/~edisp/dax2014281929.pdf
- [29] PROCOLOMBIA, "Proceso exportador expoartesanas 2013" 2013. [En línea]. Available: http://www.procolombia.co/sites/default/files/proceso_exportador_expoartesanas_2013.pdf
- [30] PROCOLOMBIA, "Ruta exportadora" 2014. [En línea]. Available: <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/>