

Internacionalización de mipymes de Soacha mediante el proceso de Exporta-fácil

Juan Felipe Torres García

Universitaria Agustiniana

Facultad de ciencias económicas y administrativas

Programa de negocios internacionales

Bogotá D.C.

2018

Internacionalización de mipymes de Soacha mediante el proceso de Exporta-fácil

Juan Felipe Torres García

Asesor de trabajo

Carlos Andrés Pinzón Muñoz

Trabajo de grado para optar al título como Profesional en negocios internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de ciencias económicas y administrativas

Negocios internacionales

Bogotá D.C.

2018

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá D.C.

Dedicatoria

A mi madre, esa mujer sin la que no sería nada en la vida,

Aquella que ha sabido cómo darme más que su

Apoyo económico, la mayor razón para vivir.

A mi padre por estar ahí junto a mi madre, dándome

Voz de aliento para llegar a la meta.

A mi hermano Sergio, por ser un segundo padre para mí,

Por brindarme su amistad y su compañía.

A la vida, por dejarme ir en ella.

Agradecimientos

En primer lugar, a mi madre por su gran amor reflejado en el apoyo incondicional durante toda mi vida escolar y universitaria, a mi padre por acompañar a mi madre en todo este proceso, a mi hermano Sergio por brindarme su apoyo, su amistad y su paternidad, a mi hermana Patricia por impulsarme a elegir esta maravillosa carrera, a mis otros hermanos por estar pendientes de mí. A Laura por acompañarme al final de esta etapa y brindarme su amor incondicional y su apoyo permanente para conseguir lo que quiero, a mis mejores amigos Sebastián S. y Sebastián A. por acompañarme durante este proceso y ser fieles oyentes de mis problemas y éxitos. A todos aquellos compañeros que me marcaron durante esta larga travesía llena de aventuras. Finalmente a mi tutor Andrés Pinzón, quien es uno de los mejores profesores de la universidad y, sin miedo a mencionarlo, el mejor tutor que pudo asesorarme en este trabajo y sin el que este trabajo no tendría sentido alguno.

Resumen

El objetivo central del presente documento es establecer estrategias que permitan, a las unidades productivas del municipio de Soacha, internacionalizarse mediante el programa de exporta fácil. Para lo cual, se describe la economía del municipio partiendo del análisis en relación con la economía nacional y departamental, evidenciando su potencial en comercio exterior y realizando una breve categorización de sus unidades productivas. Posteriormente, se analiza el marco vigente del programa exporta fácil, los beneficios otorgados y la evolución que ha tenido a nivel nacional y municipal. Para finalizar, se determina las problemáticas actuales que poseen las unidades productivas del municipio para internacionalizarse bajo el programa, mientras se identifican las estrategias de exporta fácil en Colombia, y así concluir estableciendo estrategias de doble vía, es decir, que ayuden a los empresarios del municipio a internacionalizarse y, al programa lo ayude a crecer mediante la adhesión de nuevos exportadores.

Palabras clave: Internacionalización, estrategias, programa, unidades productivas, exporta fácil.

Abstract

The main objective of this document is establish strategies to allow, the Soacha town's productive units, internationalize through the Exporta Facil's program. For which, will describe the town's economy starting off the analysis regarding with the national and Cundinamarca's economy, evidencing its potential in foreign trade and doing a small categorization of its productive units. Later, will analyze the program's current framework, the benefits granted, and the evolution it has had at national and town's levels. To end, will determine the productive units' current problems to internationalize with the program, while will identify the Exporta Facil strategies, and then will conclude stablishing strategies of double via, namely, that help to the Soacha's businessmen to internationalize, and to the program to grow through the new exporters' accession.

Key words: Internationalize, strategies, program, productive units, Exporta Facil.

Tabla de contenido

Tabla de contenido	8
Introducción	10
Planteamiento del problema	12
Pregunta problema	15
Objetivos	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos	16
Justificación	17
Marco de referencias de la investigación	19
Estado del arte	19
Marco teórico	22
Metodología de la investigación	24
Capítulo I: Análisis de las unidades productivas del municipio de Soacha	25
Descripción exportaciones de Colombia y Cundinamarca	25
Descripción económica del municipio de Soacha	28
Categorización de las unidades productivas	32
Análisis mipymes de Soacha	33
Capítulo II: Programa Exporta fácil	35
Acogida del programa por Colombia	35
Caracterización del programa de exporta-fácil	36
Características de acuerdo a la carga y modalidades del programa	38
Evolución en Colombia	40
Capítulo III: Estrategias para internacionalizar las mipymes de Soacha mediante el programa de Exporta fácil	42
Estrategias de la IIRSA	43
Países con Exporta-fácil implementado	44
Brasil	44
Ecuador	45
Perú	45
Uruguay	46
Exporta-fácil Colombia	47
Relación unidades productivas de Soacha – Exporta fácil	48
Estrategias atractivas para las unidades productivas del municipio	49

Campañas publicitarias	50
Ferias empresariales.....	52
Prácticas estudiantiles especializadas	53
Conclusiones	57
Recomendaciones	59
Tabla de referencias	60

Introducción

El gobierno de Colombia, basado en la política de promoción de exportaciones no minero-energéticas, vela por el aumento de las unidades productivas colombianas internacionalizadas en el mercado internacional y por ello se enfoca en las micro, pequeñas y medianas empresas, quienes corresponden al 94,6% de las unidades productivas totales de Colombia. Sin embargo, ésta tendencia no es única de Colombia, sino que por el contrario es una tendencia compartida por todos los países de América Latina, quienes para hacer frente a la falta de internacionalización de sus mipymes y para desarrollar un programa de integración comercial entre los países de Suramérica, crean en el año 2000 una plataforma de integración llamada “Integración de la Infraestructura Regional Suramericana”, por sus siglas IIRSA, dentro de la cual en el año 2005 desarrollan la Agenda de Implementación Consensuada 2005-2013 (AIC) que contenía 31 proyectos de los cuales uno fomentaba las exportaciones mediante el uso de envíos postales. Es así como nace la idea de Exporta fácil, basado en una experiencia exitosa de la empresa de correos y telégrafos de Brasil.

Exporta fácil llega a Colombia en el año 2009 y es regulada por el CONPES 3628 con el objetivo principal de “promover la cultura exportadora, en las mipymes del país mediante un sistema simplificado de exportaciones por tráfico postal y envíos urgentes”. (CONPES, 2009). De inmediato es aprovechado por diferentes ciudades alrededor del país y, como uno de los objetivos es descentralizar las exportaciones del país, muchos municipios pequeños empiezan a escribir su nombre en los registros de origen de las exportaciones. Sin embargo, se evidencia una serie de problemáticas que detienen a los pequeños empresarios a realizar su adhesión al programa, como lo son el desconocimiento del programa, la falta de personal calificado, la falta de información de los mercados internacionales, la escasez de recursos, problemas logísticos, e individualidad acompañada por el miedo a arriesgar todos sus activos en la internacionalización de las empresas. De esta manera, muchos municipios no participan en el programa, u otros municipios ingresan al programa pero poco a poco reducen sus exportaciones. Este es el caso del municipio de Soacha, el cual entra de forma activa al programa en el año 2015 pero empieza a reducir los envíos y las empresas iniciales empiezan a desaparecer de los registros.

Se entiende que el municipio de Soacha posee un alto potencial en cuanto a unidades productivas y ventajas competitivas en relación con otros municipios similares e incluso con departamentos enteros pero, sin embargo, sus unidades productivas no están exportando por el

programa. Soacha posee actualmente un promedio de 15000 unidades productivas, según los pronósticos del censo del año 2010, de las cuales el 96,4% son micro empresas, seguidas por el 1,9% de pequeñas empresas, el 0,5% de empresas medianas y el 0,2% de grandes empresas. Estas unidades productivas se agrupan en diferentes sectores económicos como lo son el sector comercial, de servicios, mineros, manufactura e industrial. A pesar de ello, el municipio comparte muchas de las problemáticas, ya mencionadas, para la internacionalización de sus mipymes.

Por todo lo anterior, lo que se busca en el presente trabajo es identificar una serie de estrategias que sirvan como un puente entre las unidades productivas del municipio de Soacha y las estrategias de internacionalización que posee el programa de Exporta fácil, con el fin de resarcir dichas problemáticas, darle confianza al empresario de Soacha y sobre todo, aumentar el uso del programa por parte de los empresarios del municipio.

Planteamiento del problema

Colombia es un país que basa su economía en la explotación del sector primario. Así mismo se refleja ésta situación en las exportaciones. Donde su principal grupo de productos, destinado a mercados internacionales, como se puede apreciar en un informe publicado por International Trade Center (2016) es el de combustibles minerales y aceites minerales; seguido a éste se halla café, perlas, plantas y frutas. Sin embargo, en los últimos años se ha presentado un decrecimiento por parte del valor total de las exportaciones; Según otro informe de International Trade Centre (2016) para el año 2012 se exportaban 60.273.618 miles de dólares, que para el año 2013 se convirtieron en 58.821.870 miles de dólares, en el 2014 fueron 54.794.812 miles de dólares, en el 2015 pasaron a 35.690.767 miles de dólares, y por último, para el 2016 se cerró con 30.984.392 miles de dólares. Ésta reducción del 51% aproximadamente se debe a una serie de inconvenientes traídos por la caída internacional del precio del dólar.

En Colombia, existe mediante el artículo 2 de la ley 905 de 2004 una breve definición y a su vez clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas que para el último censo económico realizado en el país, en el año 2005, contaba con un registro ante cámara y comercio de 1'336.051 microempresas, 46.200 pequeñas empresas, 7.447 medianas empresas y 1.844 grandes empresas; Lo cual muestra un 96.4% de mipymes en el total del censo y así lo muestra el reporte número tres de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2008). Además, se visualizaba la tendencia de éstas compañías según su actividad económica, siendo liderada por el comercio, seguida por servicios, más exactamente de alimentos, y finalmente por un sector industrial, más específicamente de la manufactura.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE (2015):

“En el año 2015 se identificaron 4.7 millones de micro negocios en todo el país, de los cuales el 38.9% pertenecían al sector comercial, el 14% de la industria manufacturera, el 11.5% de transporte, almacenamiento y comunicaciones, el 11,3% de otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales, servicios de salud y educación, el 9,3% son hoteles, restaurantes bares y similares, el 8,9% pertenece a las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler y el 6,0% a construcción.”

Según la encuesta a micro negocios realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE (2015) se muestra que el 74.6% de las microempresas no se habían registrado,

lo cual se puede entender desde una perspectiva en que el 73.2% de estas microempresas, contaban con un solo empleado, que es el mismo dueño. Ésta cifra siguiendo la constante de aumentar anualmente, para el 2016 dejó un total de 299.632 nuevas unidades productivas, de las cuales 76.794 fueron sociedades y 222.838 fueron personas naturales, así lo muestra el boletín de CONFECAMARAS publicado el 24 de enero del 2017 (CONFECAMARAS, 2017)

Según PROCOLOMBIA (2014):

“La participación de estas empresas también aumenta. En 2010, por ejemplo, el 17,7% de las compañías que exportaron fueron grandes y el 14,9%, microempresas. Para 2013, el 16,7% de las exportadoras eran grandes, mientras que el porcentaje de las ‘micro’ creció al 18,6%, de acuerdo con el análisis de PROCOLOMBIA basado en cifras del DANE.”

Lo cual es una realidad y una tendencia en América Latina, e incluso en Europa. Sin embargo, una importante organización peruana de pymes hablaba sobre las falencias que impedían que las mipymes exportaran más. Falta de conocimientos, falta de preparación, falta de personal calificado, la poca información sobre los mercados internacionales, la escasez de recursos, problemas logísticos, carencia de una marca propia, dificultades con el manejo de operaciones aduaneras y problemas con requisitos extranjeros, son muchas de las razones que se explican, y no son tan alejados de la realidad colombiana. (PIMEX, 2011)

Por otra parte, bajo la necesidad de integración física de Suramérica, para el año 2000 se celebra una cumbre en Brasil con el fin de lanzar un proceso de integración y cooperación que integrara a los doce países independientes del continente. De ésta manera se da la iniciativa para la creación de la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA). Y es en ésta plataforma donde con el objetivo de fomentar las exportaciones de las mipymes americanas mediante una plataforma sencilla de utilizar se estipula en la agenda de implementación consensuada (AIC) 2005 – 2010, 31 proyectos de los cuales la exportación por envíos postales para mipymes busca cumplir ese objetivo. (COSIPLAN, 2009)

El programa de exportación para mipymes mediante envíos postales fue postulado a los representantes de los países miembros de la IIRSA por el ministerio de comercio de Brasil, todo esto por la experiencia exitosa e innovadora, diseñada e implementada por la empresa de correos y telégrafos de Brasil (ECT), posteriormente lo adopta Perú, y finalmente Colombia en el año 2009.

Actualmente se encuentran vinculados a éste programa Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay.

Retomando con Colombia, existe un pequeño municipio ubicado al sur-occidente del distrito capital llamado Soacha. Éste a su vez, limita con municipios como Sibaté, Pasca, Granada, San Antonio del Tequendama, y cuenta con una concentración urbana de poco más del 10% del territorio total, siendo el porcentaje restante una zona rural cubierta por grandes parques ecológicos. Según datos del último censo empresarial dado en el año 2010 y como se expone en sus resultados, se hallan censadas 13.108 unidades productivas activas, pero se identifican 15.204. De las cuales el 54% se identificaron con cedula de ciudadanía, seguido con el 46% identificadas con NIT. También se resalta que un 40% de los censados aseguro tener matricula mercantil, mientras que la tendencia es dominada por un 60% al no tenerla. Al preguntar sobre el por qué no tenían ésta matricula, se hallaron respuestas como desinformación, carencia de tiempo, falta de utilidad y elevados costos. (Cámara de comercio de Bogotá, 2010)

En cuanto a la organización jurídica de las unidades productivas del municipio de Soacha, se encontró un 67% como personas naturales, un 25% sin organización jurídica alguna, y el porcentaje restante repartido entre sociedades limitadas, anónimas, por acciones simplificadas, unipersonal y sin ánimo de lucro. Así mismo, se encontró que el 77% de las unidades productivas se hallaban con locales comerciales, mientras que el 18% adecuaba su vivienda con la actividad económica. Sin embargo, el 66% funcionaban bajo un contrato de arrendamiento, en comparación con un 33% que posee su emplazamiento propio. En conclusión se determina que el 97.4% de las unidades productivas son microempresas, mientras que un 1.9% son pequeñas y un 0.4 son medianas. Además de que del universo de unidades productivas en Soacha, el 57% tiene como actividad económica, alguna relacionada con lo comercial, el 31% con servicios y el 11% con industria.

De ésta manera se puede visualizar varias problemáticas en el municipio, entre ellas la informalidad. Como se mencionaba anteriormente, esto se puede dar por diversos factores, pero la desinformación es alta, ya sea porque los empresarios soachunos no averiguan antes de montar empresa o porque realmente no hay un apoyo por parte de la alcaldía. Sin embargo, se cuenta con una gran conglomeración de unidades productivas dedicadas a la comercialización de productos, además de un buen margen de unidades dedicadas a la prestación de servicios, lo cual deja con un

11% de industria que será el foco de ésta investigación, puesto que son ellos los encargados de producir para, posteriormente, exportar.

El ministerio de comercio, industria y turismo de Colombia, realiza cada miércoles del año una charla con diferentes ejes temáticos que reúnan ciudadanos, comerciantes y entidades del estado con el fin de informar, actualizar y resolver dudas sobre los mismos ejes. El 26 de abril de 2017, la Dra. Mireya Bermeo y el Dr. Iván Solano, entregan la capacitación sobre exporta fácil en Colombia, dentro de lo cual se explica claramente la necesidad de solucionar problemáticas que sufren las mipymes en Colombia. De ésta manera fomentan, en primer lugar, la formalización de las empresas como requisito de ingreso al programa; también busca descentralizar las exportaciones de las grande áreas urbanas, reduciendo así costos de logística, y por último, busca aumentar la cantidad de exportaciones mediante el trafico postal y envíos urgentes.

Según la presentación sobre exporta fácil, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2016) Soacha no había entrado en el programa desde su acogida en Colombia en el 2009, y sólo fue hasta el año 2016 donde se reporta con 101 exportaciones mediante el programa de exporta fácil, uniéndose a las grandes ciudades y a municipios como Jericó, Bello, Itagüí, Maicao, entre otros. También se muestra que los productos sometidos a la exportación fueron mochilas y prendas de vestir, seguidas por artesanías, fajas quirúrgicas, chaquetas, entre otros.

Según la presentación de 4-72 (2017) en los procesos que se suprimen al utilizar el programa se encuentra el encargado, quien en las exportaciones tradicionales se utiliza un agente aduanero o una comercializadora internacional, quienes se quedaban con un porcentaje de comisión, bajo éste programa se utiliza el operador postal correspondiente. Por otra parte, en la exportación tradicional, se genera una declaración de exportación, mientras que en exporta fácil se genera un sistema simplificado. Todo esto con el fin de reducir tiempos y aumentar el margen de ganancia

Pregunta problema

¿Cuál es el funcionamiento del programa de exporta fácil, como estrategia de internacionalización para las unidades productivas del municipio de Soacha?

Objetivos

Objetivo general

Definir las estrategias que permitan la internacionalización de las unidades productivas de Soacha por medio de **exporta fácil**.

Objetivos específicos

1. Describir las unidades productivas del municipio de Soacha.
2. Analizar la estructura del programa **Exporta fácil**.
3. Identificar las estrategias que ayuden a la internacionalización de las unidades productivas de Soacha.

Justificación

La presente investigación se enfocará en analizar las diferentes unidades productivas del municipio de Soacha con el fin de identificar los diferentes puntos a mejorar al momento de exportar sus productos, dado que se ha observado una participación mínima de sus empresarios en las exportaciones directas de los últimos años. Esto provocado porque Soacha no posee ni un solo agente comercial en el municipio que preste sus servicios para las mipymes, y por ende las pocas empresas que se encuentran en el sector se ven obligadas a trasladar sus productos hasta Bogotá incurriendo así en mayores costos. A su vez, se analizará el proceso de exporta fácil adoptado por el gobierno nacional en 2009 para incentivar las exportaciones de las mipymes nacionales y ofrecer una alternativa a aquellos empresarios que aún no se deciden a internacionalizar sus empresas, siendo éste, por sus facilidades y características, una posible manera de internacionalizar las mipymes de Soacha, reduciendo costos.

Los motivos que incentivan a ésta investigación, se centran en la preocupación por las bajas exportaciones del municipio directamente en comparación con la alta competitividad que poseen las mipymes del municipio, representada en varios puntos clave: en primer lugar, se encuentra que Soacha posee, después de Bogotá, la mayor densidad de población en el departamento de Cundinamarca y siendo comparable con la de grandes ciudades como Cartagena; Además, según el último censo realizado en 2005 por el DANE, se observaba que la población principal eran niños en edades de 0 a 10 años de edad, seguidos por jóvenes de 10 a 19 años de edad, lo cual da una idea que hoy, doce años después, la fuerza trabajadora del municipio es alta. En segundo lugar, el PIB de Soacha, es el tercero en Cundinamarca y es comparable con departamentos enteros como Quindío, productor de café; Arauca, potencial en hidrocarburos; o Sucre. En tercer lugar, se puede enfatizar en la base empresarial que posee el municipio de Soacha corresponde a poco más de la mitad que la registrada en Bogotá, y del universo de unidades productivas reconocidas en el municipio de Soacha, el 11% se dedican a procesos de manufactura idóneos para exportar. En cuarto y último lugar, se evidencia una ventaja natural del municipio en cuanto a áreas rurales disponibles para cosecha; esto dado por la distribución de más del 70% de su extensión territorial en veredas o zonas rurales, donde la papa, las fresas y las uchucas son los frutos cosechados. (Secretaria de planeación, 2018)

De ésta manera, mediante el análisis de la situación de las unidades productivas del municipio de Soacha y las estrategias de internacionalización del proceso exporta fácil, se podrá tomar

decisiones críticas sobre los métodos más adecuados para que las mipymes puedan exportar directamente, sin intermediarios aduaneros, con reducción de trámites y un aumento en el margen de utilidad, y lo más importante, desde Soacha.

Marco de referencias de la investigación

Estado del arte

Según Banco Mundial (2016) las pymes representan la mayoría de los negocios, así mismo, más de la mitad de los puestos formales en todo el mundo. De ésta manera muchos interesados en la materia han intentado explicar y aportar teóricamente el crecimiento de las mismas, generando así diversos pensamientos orientados a la internacionalización de pymes en todo el mundo.

En una investigación con el fin de determinar la influencia ejercida por la promoción de exportaciones que opera en el Caribe colombiano se demostró que la promoción de exportaciones surge como una respuesta amplia a las necesidades de la Pyme, a raíz de la complejidad para exportar y de su carencia de recursos, capacidades, experiencia y conocimientos, que pueden situarla en desventaja competitiva en los mercados internacionales (Martinez, 2007). Su búsqueda se basó en el modelo empírico de Czinkota y Singer (1994) donde se demuestra que el compromiso y la persistencia por parte de la dirección de la empresa ejercen mayor influencia sobre el uso efectivo de la promoción de las exportaciones, que la producida por el tamaño o la etapa de desarrollo en que se encuentra la empresa. Es de ésta manera donde se empieza a ver desde hace más de dos décadas la percepción de que una empresa no se internacionaliza por su tamaño, sí no por la visión que posee un empresario para poder expandir su negocio fuera del país.

En ese mismo orden de ideas se puede resaltar diferentes vías teóricas para poder internacionalizar las pymes. En primer lugar se resalta el modelo Uppsala, donde se considera la internacionalización como un proceso lento y gradual que se inicia con exportaciones irregulares, se consolida con la instauración de filiales en el extranjero, y concibe cada fase como un paso adelante en términos de conocimiento de los mercados y asignación de recursos efectivos al proceso. Para Gomez y Gonzalez (2011) “las exportaciones las realizan de manera directa a través de agentes o distribuidores, por medio de ventas directas a clientes externos y, de manera indirecta, a través de comercializadoras internacionales.” Y añaden: “un elemento positivo detectado es la tendencia, en la mayoría de las empresas, a realizar las exportaciones de manera directa, por lo que se está en la vía correcta para adquirir conocimiento de los mercados externos y del proceso mismo de exportación.”

Más adelante, Tabares, Anzo, & Estrada (2014) añaden que según éste modelo, “los mayores obstáculos que enfrentan las empresas que se internacionalizan por procesos son la falta de

conocimiento del mercado y la ausencia de experiencia. Estos obstáculos son reducidos a través del aprendizaje y la toma de decisiones graduales en el mercado internacional.” Pero también se tiene en cuenta que éste proceso de apertura internacional no es solo dado por grandes empresas, puesto que muchas pymes logran hacerlo gracias a un factor muy importante: una visión emprendedora que es dada por “atributos que hacen parte de su naturaleza emprendedora y que pueden favorecer las exportaciones de una empresa; su edad, su experiencia como creador de empresas y su nivel de educación le permiten tener una mejor perspectiva para enfrentarse al mercado global.” (Escandon & Hurtado, 2014)

También se tiene en cuenta que existe una serie de modelos que son ayuda fundamental al momento de decidir internacionalizar la empresa: Contrato de manufactura, maquila, Licenciamiento, Franquicias, Contrato de gerencia, Join Venture, IED, Greenfield, y F&A. De ésta manera, Botero, Alvarez, y Gonzalez (2012) indican en su trabajo Modelos de Internacionalización para las Pymes Colombianas: “para entrar en un proceso de internacionalización, aparte de sobreponerse a estas dificultades, las pyme deberán definir su modelo de entrada a nuevos mercados. Para esto disponen de una serie de alternativas que no se reducen únicamente a la exportación” y así es como se dan pautas apropiadas y necesarias para abordar los primeros pasos para conocer el entorno y el mercado en el que se desarrollará la actividad económica, sin necesidad de ser únicamente una exportación de bienes indiferente.

A pesar de las múltiples formas de tocar el mercado internacional, las pymes colombianas aún no toman el explorar nuevos mercados como un hábito y esa es la preocupación que expresa Melendez (2013) al reafirmar que “el desarrollo exportador en Colombia entre los años 2000 y 2012 ha estado fundamentalmente a cargo de las empresas grandes con casi un 90% de las exportaciones en y que el rol de las PYMES ha sido exiguo.” Puesto que muy pocas son las exportaciones en comparación con las grandes compañías. Esto también es compartido por Peñalosa y Dueñas (2013), quienes en su artículo Internacionalización de las Pymes del Sector Textil, Confección, Diseño y Moda en Bogotá, Colombia, resaltan que “las pymes colombianas generan más del 70 por ciento del empleo y más del 50 por ciento de la producción bruta de la industria, el comercio y los servicios.” A pesar de lo anterior, la información que se puede detectar de esta gran masa de pymes es muy reducida, desactualizada e inexacta. Sin embargo, éste no es un tema que solo cae sobre Colombia, puesto que en Costa Rica por ejemplo, los estudios sobre el

mismo tema arrojan resultados preocupantes y fuertes llamados de atención al gobierno para que aumente los esfuerzos en pro del mejoramiento de la competitividad nacional y específica en tres temas acuciantes: infraestructura, tramitología, y eficiencia del gasto público (Leiva, 2013)

Es curioso verlo de esa manera, puesto que existen diferentes mecanismos de ayuda internacional que proveen al empresario, que desea internacionalizar su empresa, oportunidades de hacerlo de manera eficaz y segura pero, como lo menciona Tabares, Anzo, y Estrada (2014) “independientemente de la ayuda, la internacionalización dependerá de la manera como las empresas hagan uso de su conocimiento experimental y desarrollen un modelo de construcción de confianza y de redes comerciales.”

Surge una segunda teoría, las born global, o empresas que nacen internacionalizadas o se internacionalizan a temprana edad. Aquí cabe resaltar que “en este modelo se muestra como la reconfiguración de la orientación al mercado y la orientación emprendedora, como recursos distintivos, permiten, en tales empresas, el desarrollo de tres capacidades dinámicas: la capacidad de percepción del mercado, la capacidad de relacionarse con los clientes y con otras organizaciones, y la capacidad de innovación.” (Rodríguez, Ruiz, & Martín, 2017). Sin embargo desde un planteamiento teórico, estas empresas son en su mayoría orientadas a las tecnologías o bienes intangibles que no necesitan un proceso arduo de logística para su internacionalización.

Por último se analiza el uso de las nuevas tecnologías para la información y la comunicación en las pymes exportadoras donde las éstas TIC's se constituyen en un activo relevante que permite generar estrategias para lograr una mayor competitividad y así lo explica Escandon Barbosa y Hurtado (2016) :“esto debido a su gran potencial para impactar la productividad de la organización, por medio de la reducción de costos de transacción y la difusión del conocimiento permiten superar las limitaciones típicas de las empresas nuevas en el mercado como acceso a la información, gestión administrativa, niveles bajos de productividad, establecimiento de redes, captación de oportunidades de mercado, entre otras”. Se resalta la manera en cómo las TIC's, a pesar de ser una inversión importante, amortiguan errores que no se pueden aceptar en una exportación tradicional sin ayuda de éstas tecnologías.

Así se puede concluir que las tendencias de las pymes hacia la internacionalización es muy baja, dado por la serie de dificultades y amenazas que posee dicho proceso, sin embargo desde una explicación teórica se plantea el modelo Uppsala como método de internacionalización progresiva

mediante fases, que pueden ser reflejadas en los mismos modelos de exportación, que según su riesgo se puedan ajustar a la capacidad de la pyme para tomar la decisión final. Claro ésta que la empresa no tomará ningún rumbo sí a la cabeza de la compañía no se halla una persona que cumpla con las aptitudes de un empresario que sepa leer el mercado, utilizar las herramientas disponibles y aprovechar los acuerdos internacionales que posee el país, entre ellos el caso de exporta fácil que provee al empresario la posibilidad de reducir sus costos variables y cumplir las necesidades de un cliente foráneo.

Marco teórico

Las empresas que se internacionalizan lo hacen por diferentes razones: por un exceso de capacidad de producción, por reducir costos, por el crecimiento de la compañía en comparación con la demanda, porque se ven en un mercado limitado, y por el ciclo de vida del producto. Cuando una empresa analiza la posibilidad de internacionalizarse se enfrenta a un entorno desconocido que ofrece oportunidades de crecimiento y expansión del mercado, pero a su vez ese desconocimiento de un mercado nuevo se vuelca en contra de la compañía. Por ello, existen diversas teorías de internacionalización que proveen herramientas técnicas para que las empresas logren una exitosa internacionalización, entre ellas se encuentran:

El modelo de uppsala que exponían Johansson y Wiendersheim indica que:

“La empresa incrementará gradualmente los recursos comprometidos en un país a medida que va adquiriendo experiencia en las actividades que realizan en dicho mercado, así mismo, que la actividad en el exterior sucederá a lo largo de una serie de etapas sucesivas que representarían un grado cada vez mayor de implicación en sus operaciones internacionales.” (Cardozo, Chavarro, & Ramirez, 2007)

Aparece aquí también la cadena de establecimiento, que consta de cuatro etapas por las que una empresa debe pasar para ingresar al mercado extranjero. Estas etapas son: actividades esporádicas o no regulares de exportación, exportaciones a través de representantes independientes, establecimiento de una sucursal en el país extranjero, y establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

Ésta teoría ofrece una perspectiva adecuada para que las mipymes se logren internacionalizar, puesto que reducen el riesgo asumido por el desconocimiento de los nuevos mercados y genera una expansión escalonada donde las exportaciones esporádicas fomentan la exploración de un mercado

nuevo y diferente, mientras realizan el posicionamiento y adecuación de la demanda a un producto nuevo.

Por otra parte, como lo menciona Alderete (2015) “la cooperación es una estrategia para superar algunas debilidades de las empresas pequeñas y medianas como el limitado acceso a los mercados externos y a la financiación o el rezago tecnológico, y así mejorar su competitividad”. De ésta manera se presenta el modelo de red, en el cual la entrada en mercados exteriores es entendida como función de las interacciones inter-organizativas continuas entre las empresas locales y sus redes internacionales, significando esto que las oportunidades de los mercados exteriores le llegan a la empresa local a través de los miembros de su red de contactos internacionales. (Cardozo, Chavarro, & Ramirez, 2007)

Es así como muchas mipymes inician su proceso de internacionalización, dado que sin necesidad de inversión en estrategias de marketing internacional y por medio de sus redes, establecen una alternativa sencilla donde un conocido o un contacto a quien ya se conoce, deciden apoyar el proceso y compra las mercancías. En ésta teoría se reducen los costos y la certidumbre sobre la exploración de un nuevo mercado.

Metodología de la investigación

La metodología utilizada en el desarrollo del proyecto está basada en una técnica cualitativa ya que, como lo expone (Begoña, 2018) Esta investigación requiere partir de una serie de supuestos que requieren una metodología sensible a las diferencias, además de realizar el estudio en un escenario donde ocurren los hechos y que, finalmente tienen definiciones conceptuales inmersas en la misma investigación como aclaración para el lector. Esta técnica tiene un enfoque descriptivo, el cual: “Trata de describir las características más importantes de un determinado objeto de estudio con respecto a su aparición y comportamiento, o simplemente el investigador buscará describir las maneras o formas en que éste se parece o diferencia de él mismo en otra situación o contexto dado.” (Psicol.unam, 2018).

Este enfoque estará basada en un análisis de fuentes documentales que realizan profesionales en la materia sobre los procesos de internacionalización de las pyme, además de las estrategias utilizadas por asociaciones similares en diferentes países, que permitan visualizar la realidad de los procesos que posteriormente se explicarán; de ésta manera, conseguir una plena percepción de la importancia del tema mediante su respectivo análisis.

En las técnicas utilizadas para recolectar información se utiliza la observación de evidencias generadas por anteriores estudios relacionados al tema base, que finalmente será apoyado por documentos, videos y conferencias expuestas por organismos involucrados en la investigación como 472, MINCIT Cámara de Comercio de Bogotá, IIRSA, y la Alcaldía de Soacha.

Capítulo I: Análisis de las unidades productivas del municipio de Soacha

En este capítulo se identificarán las unidades productivas del municipio de Soacha, partiendo desde un breve análisis de la situación económica del país, del departamento, y finalmente, la importancia que posee el municipio a nivel de ya mencionados. Además se realizará una introducción a las unidades productivas en general, para poder ingresar de lleno a la caracterización total de las unidades de Soacha donde se logre visualizar, a grandes rasgos, el potencial que posee el municipio de Soacha para internacionalizar sus productos y servicios.

Para ello se da a conocer cifras comparativas entre el municipio y otros similares, e incluso, departamentos enteros con similar capacidad económica de Soacha

Descripción exportaciones de Colombia y Cundinamarca



Gráfico 1 Elaboración propia. (2018). Exportaciones colombianas en los últimos veinte años. Tomado de (DANE, 2018).

Como se puede observar en el gráfico 1 sobre la evolución de las exportaciones colombianas en los últimos veinte años, información tomada del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2018), las exportaciones del país han fluctuado en los últimos veinte años de manera que la dichas exportaciones han crecido respecto a dos décadas atrás pero tuvieron un periodo de rezago en los años de 2013 a 2016, por diferentes problemáticas a nivel internacional

como la caída del precio del crudo, la crisis financiera internacional, el paro cafetero de 2013 y las relaciones comerciales con Venezuela. (Ramoni & Orlandoni, 2017). Sin embargo, para el año 2017 las exportaciones empezaron a crecer gradualmente y se estima que seguirán recuperándose poco a poco, nuevamente. Esto se ve reflejado en el informe del BID sobre las estimaciones de las tendencias comerciales de América Latina y el Caribe, donde se referencia una desaceleración de hasta el 10% por año dado por el aumento de la demanda mundial y la reducción de los precios de bienes primarios (Banco Interamericano de Desarrollo, 2018) .

Cabe destacar que, a pesar de la caída en las exportaciones de los últimos años, la evolución y crecimiento de las mismas en las últimas décadas ha sido considerable y se convierte en el reflejo de una “nueva” cultura exportadora colombiana, que busca internacionalizarse y abrir nuevos negocios en el exterior.



Grafica 2. Elaboración propia. (2018). Participación departamental en las exportaciones 2017. Tomado de (Vargas, 2017).

Como lo muestra la gráfica 2, se puede evidenciar que, aunque no es el más exportador, Cundinamarca, excluyendo a Bogotá, es uno de los departamentos más exportadores del país, aportando el 6.9% para el año 2017. Sin embargo, tan solo Bogotá participó con el 10.2% del total de las exportaciones y aunque La Guajira y Cesar no son departamentos altamente industrializados, se posicionan por encima de Bogotá, posiblemente porque muchos de los municipios de

Cundinamarca, más específicamente los de la Sabana, se movilizan hasta Bogotá para realizar la operación económica.

Tabla 1 Exportaciones según sector 2017 parciales.

	AÑO COMPLETO			PARCIAL		
	2016	2017	VAR %	may-17	may-18	VAR %
TOTAL	\$ 1.374.648	\$ 1.690.796	23%	\$ 649.926	\$ 800.134	23,1%
minero-energético	\$ 174.244	\$ 346.533	98,9%	\$ 122.831	\$ 189.554	54,3%
No minero-energético	\$ 1.200.404	\$ 1.344.263	12%	\$ 527.095	\$ 610.580	15,8%

Tabla de elaboración propia. (2018). Exportaciones según sector 2017 parciales. Tomado de (Oficina de estudios económicos, 2018)

Según el informe de perfiles económicos departamentales, reflejado en la tabla 1 (Oficina de estudios económicos, 2018), las exportaciones del departamento de Cundinamarca en el año 2017, excluyendo a Bogotá, aumento un 23.% respecto al año 2016, y así mismo, las exportaciones parciales hasta mayo del presente año se han incrementado.

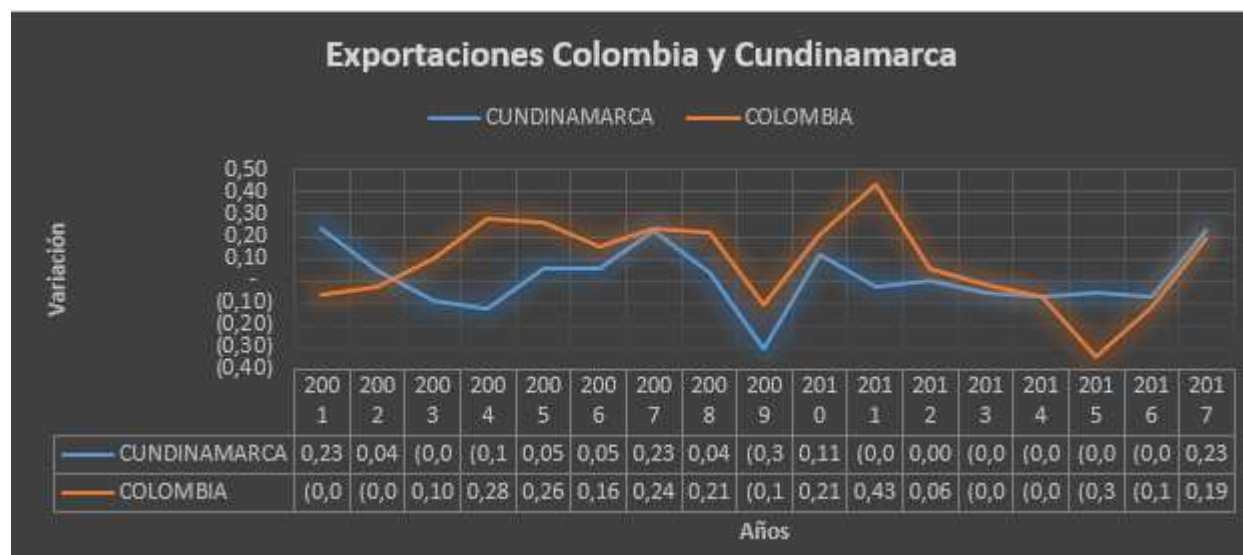


Gráfico 3. Elaboración propia. (2018). Comparación exportaciones Colombia-Cundinamarca. Tomado de (ICER, 2011)

Finalmente, en el gráfico 3 se puede observar el comportamiento de las exportaciones colombianas en relación con las exportaciones del departamento de Cundinamarca. El porcentaje de variación anual de ambos tiene un pico negativo para el año 2009, sin embargo para el año 2010

se observa un crecimiento en ambas partes. Para el año 2016, en ambos casos, se presenta un crecimiento notorio de más del 15%, lo cual es una buena proyección al alta.

Descripción económica del municipio de Soacha

Soacha es un municipio del departamento de Cundinamarca que según el POT consta con una superficie total de 184.4 km² divididos en dos: El área rural está dividido en dos corregimientos y 14 veredas; y el área urbana posee seis comunas y 328 barrios. (CCB, 2016). De esta manera el municipio cuenta con una población, según el DANE, de poco más de 550.000 habitantes, utilizando las proyecciones del último censo nacional realizado en el año 2005, pero que presenta información que no corresponde a grandes rasgos con el crecimiento municipal de los últimos años y que prevé una población superior a 1'200.000 habitantes. (CCB, 2016).

El perfil económico del municipio de Soacha se logra visualizar en el Diagnostico final del POT (Bogota, 2018), del cual se puede rescatar varios ítems a resaltar:

- Soacha además de ser el municipio más cercano a la capital, comparte la misma estructura económica, urbana y físico ambiental con Bogotá, lo cual condiciona la posibilidad económica y espacial del municipio dado por la división de una simple calle donde cambia la nomenclatura. Esto fomenta la fragilidad y vulnerabilidad del municipio respecto al ingreso de las familias, las condiciones medioambientales y las condiciones que posee el municipio para cumplir con la función de albergar el parque industrial sur de la capital, además de la recepción del desborde poblacional que sufre actualmente Bogotá.
- En simultáneo con la premisa anterior, se da una ciudadela industrial en la región, principalmente por tres factores primordiales:
 - Bajos costos de la tierra y de los servicios públicos
 - Conectividad con la capital a través de la autopista sur
 - Bajas tasas de tributación del municipio

Estos factores se ven reflejados directamente en la productividad de los diferentes tipos de industria localizados en el sector y se manifiestan en forma de precios “competitivos” en el mercado local. Además cabe resaltar, su cercanía a la zona industrial de Montevideo, al centro de la ciudad capital y a la zona franca de Fontibón.

- La doble función del municipio industrial y de receptor de la población desborde de la capital, genera que las tasas de crecimiento poblacional se explique como un efecto de la dinámica migratoria y no del crecimiento natural de la población.
- Los inconvenientes generados por el mal manejo de la planeación urbana se visualiza en niveles de aglomeración y reducción de economías externas y competitividad en la localización industrial de Soacha.

Para entender un poco más el perfil económico del municipio de Soacha, se debe desglosar cada uno de los sectores que posee. El primero, es el sector agropecuario, que se caracteriza por estar condicionado a la estructura económica urbana rentista, puesto que según el POT vigente, se percibe que 3 propietarios de tierras, poseen el 12.5% del total de las mismas. Así mismo, el 1% de las tierras son propiedad del 45% de propietarios totales. Por tal razón, el movimiento económico rural del municipio se ve en el 3% del total de las tierras, que se destinan a los cultivos de papa, arveja, fresa y flores, que en conjunto llegan a 485 hectáreas, aproximadamente. En contraste, se observa que el uso más generalizado de las tierras en actividades económicas es el de pastos para ganado bovino, que ocupan el 41.7% de las tierras rurales. Finalmente, cerca del 55% de todas las tierras rurales del municipio, no reportan actividad económica alguna.

El sector minero es característico del municipio de Soacha ya que presenta los más importantes yacimientos de materiales de construcción en la sabana de Bogotá, con casi mil millones de metros cúbicos de arenas y rechos, y aproximadamente 160 millones de metros cúbicos en arcillas. Según el catastro minero, existe un total de 103 minas con licencia pero así mismo, existe un número indeterminado de explotaciones ilegales. De igual manera, de las empresas registradas, se encuentra que el 75.7% corresponden a empresas unipersonales o de personas naturales y el 24.3% restante, corresponde a organizaciones empresariales como Alfagres, Ladrillera Santafé, Ladrillera Monserrate y otros.

El sector industrial del municipio, como se analizaba anteriormente, padece de dispersión de algunas de sus empresas y la pérdida de empleo industrial. De esta manera se puede observar la distribución del empleo entre las diferentes ramas industriales, donde la de mayor importancia es alimentos y bebidas, seguidas por confecciones, textiles, muebles, sustancias químicas, impresos, cueros, minerales no metálicos, metalúrgica no básica y, automóviles y vehículos. Estas actividades industriales, corresponden al 83.3% de todo el empleo industrial del municipio. Sin embargo, a

causa de la contaminación y el desorden urbano, reducen las posibilidades de crecimiento de las firmas ya localizadas en el municipio.

El sector comercial del municipio es particular frente a sus municipios aledaños a Bogotá, porque no ocupa el 95% o 90% de los establecimientos empresariales locales, ya que esta cifra llega tan solo al 70.8%. Llama mucho la atención el hecho de carecer de un puente entre la producción industrial del municipio y el sector comercial del mismo, puesto que no existen establecimientos comerciales especializados en la venta y distribución de los productos industriales soachunos. De darse este puente, se podría estar hablando de un desarrollo económico en el municipio a causa de la mejora de la inserción urbana de las actividades económicas, permitiendo la reducción de costos, e impulsaría notoriamente las potencialidades del municipio.

El sector servicios está conformado por varios subsectores: hotelería y similares, transporte, servicios públicos, servicios financieros e inmobiliarios y otros no especificados. En total, este sector reúne, aproximadamente el 11.8% del empleo formal del municipio.

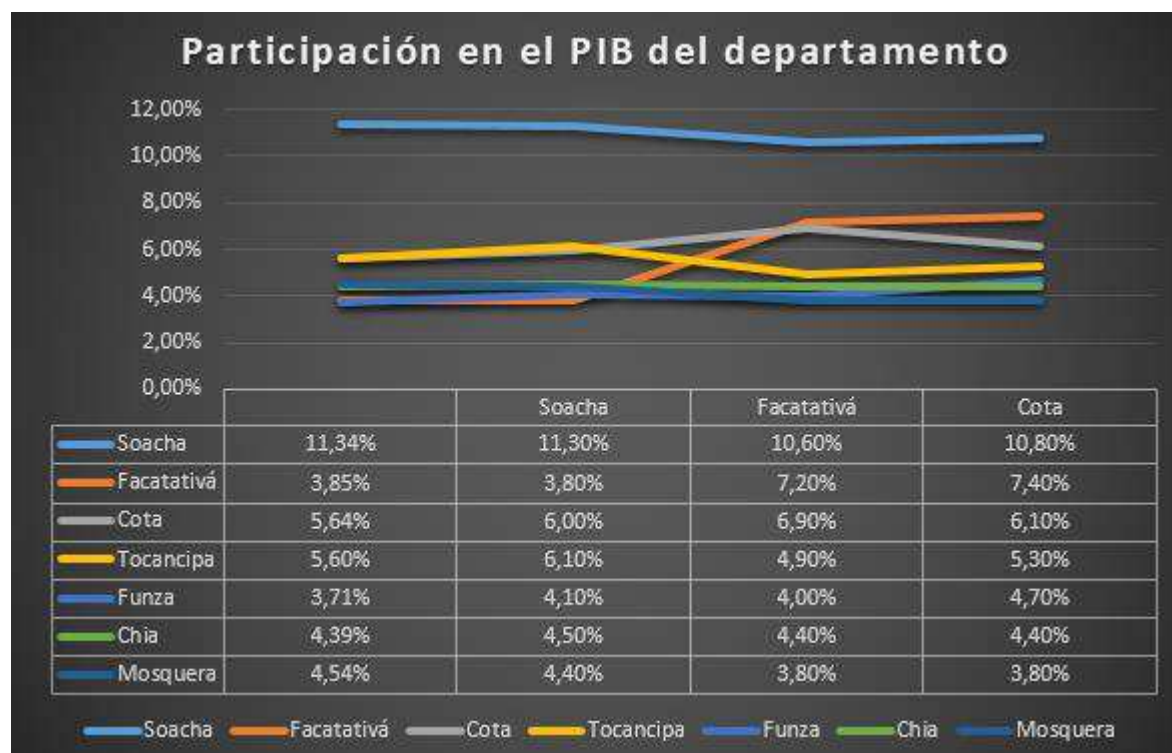


Gráfico 4. Elaboración propia. (2018). Participación en el PIB departamental. Tomado de (Bogota, 2018)

Al momento de realizar un paralelo entre los más importantes municipios del departamento de Cundinamarca, se encuentra que el municipio de Soacha se ha consolidado en los últimos años

como el mayor contribuyente al crecimiento económico del departamento. El en grafico 4 se puede observar que se encuentra por encima de Facatativá, Cota, Tocancipá, Funza, Chía y Mosquera.

Otra variable que cabe destacar, es La Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), que tenía el objetivo de indagar sobre el estado del empleo y capacidad de empleo de los habitantes de diferentes municipios en comparación con la capital. Para ellos se toman las siguientes variables, que se reflejaran en la tabla 2:

- Población en edad de trabajar (PET),
- Población económicamente activa (PEA),
- Tasa de ocupación (TO)
- Tasa de desempleo (TS)
- Tasa global de participación (TGP)

Tabla 2 Gran encuesta integrada de hogares 2016

Municipio	PET	PEA	Población desocupada	Población Ocupada	TS	TO	TGP
Soacha	386.955	228.185	19.271	208.913	8.4%	54%	59%
Facatativá	92.104	54.716	2.652	51.524	4.9%	55.9%	58.8%
Cota	11.604	7.496	292	7.204	3.9%	62.1%	64.6%
Tocancipá	10.551	6.620	376	6.244	5.7%	59.2%	62.7%
Funza	55.093	33.496	1.946	31.550	5.8%	57.3%	60.8%
Chía	80.182	48.214	2.533	45.661	5.3%	56.9%	60.1%
Mosquera	60.833	38.469	1.857	36.612	4.8%	60.2%	63.2%
Bogotá	6'358.654	4'058.413	267.577	3'790.835	6.6%	59.6%	63.8%

Tabla de elaboración propia. (2018). Gran encuesta integrada de hogares 2016. Tomada de (Bogota, 2018)

Por ende se determina que el municipio de Soacha posee una tasa de desempleo mayor que la capital y otros municipios importantes del departamento, justificado por la más baja tasa de ocupación y por ende, la más baja tasa de participación laboral en la periferia central. A esto se le puede añadir, del mismo estudio, la diferencia en promedio salarial del municipio como ingreso mensual en comparación con los mismos municipios y la capital.

Tabla 3 Salario promedio 2016 comparativo

MUNICIPIO / CIUDAD	SALARIO PROMEDIO
Soacha	\$750.125
Facatativá	\$1'048.412
Cota	\$1'485.727
Tocancipá	\$955.222
Funza	\$1'038.912
Chía	\$1'911.406
Mosquera	\$1'036.877
Bogotá	\$1'356.180

Tabla de elaboración propia. (2018) salario promedio 2016 comparativo. Tomado de (Bogota, 2018)

Categorización de las unidades productivas

Las unidades productivas se definen como cualquier empresa o persona que realice actividades de interés económico con ánimo de lucro (Bogota, 2018). Estas se categorizan como micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. A continuación se muestra una tabla comparativa entre las diferentes unidades productivas:

Tabla 4 Categorización de unidades productivas.

	TOTAL TRABAJADORES	TOTAL ACTIVOS (smlv)
MICROEMPRESA	< 10 Personas	<500 / excluida la vivienda
PEQUEÑA EMPRESA	>11 Personas < 50 Personas	>501 y <5000
MEDIANA EMPRESA	>51 Personas <200 personas	>5001 y <50000
GRAN EMPRESA	>200 Personas	>50001

Tabla de elaboración propia. (2018). Categorización de unidades productivas. Tomado de (Bogota, 2018)

Ésta categorización está definida por la ley 905 del 02 de Agosto de 2004, donde se aclara que las anteriores unidades productivas realizan explotación económica, siendo personas naturales o jurídicas, que se encuentren ejerciendo actividades empresariales, industriales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios; además que respondan a los criterios ya mencionados en la tabla 4. (Bogota, 2018)

Análisis mipymes de Soacha

Como lo menciona El Plan de Ordenamiento Territorial del año 2018, en su sección económica y en base del censo empresarial del municipio del 2016:

“Para el año 2016 el municipio de Soacha contaba con 10.662 empresas matriculadas (CCB, 2016). De estas, las grandes constituían tan sólo el 0,2% (23 empresas), sin embargo, sus activos equivalían al 73% de los activos del total de las empresas asentadas en el municipio. Las empresas medianas, por su parte, representaban el 0,5% del total de empresas (52 empresas), las pequeñas el 1,9% (206 empresas), y las microempresas el 96,4% (10.277 empresas) que corresponden a un 3% de los activos totales”. (Bogota, 2018).

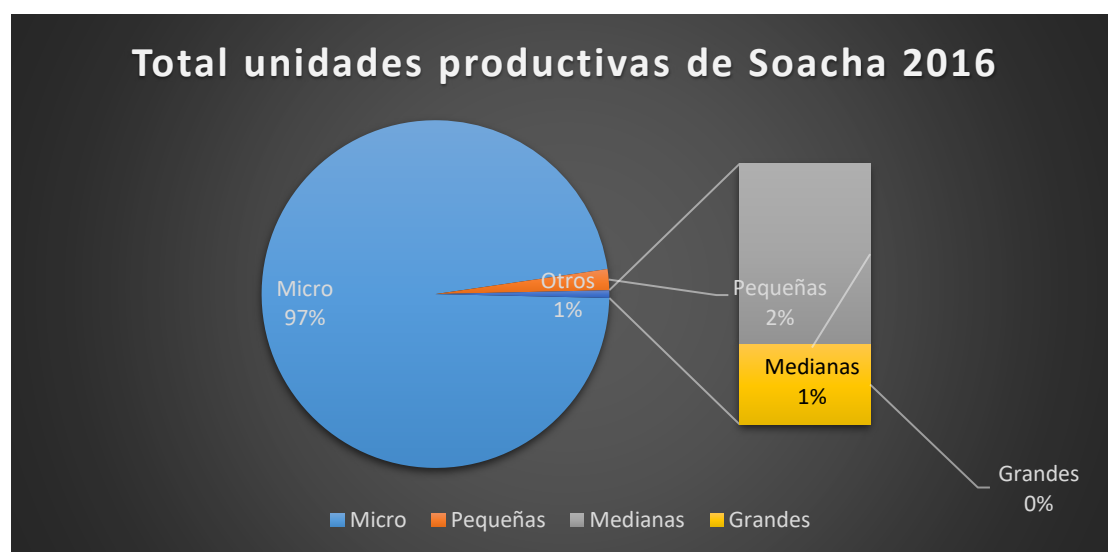


Grafico 5. Elaboración propia. (2018). Total unidades productivas de Soacha 2016. Tomado de. (Bogota, 2018).

Así mismo se encontró que del universo de unidades productivas del municipio matriculadas, el 42% tiene como objeto social el comercio, el 34% actividades de servicio y el 16% actividades de manufactura e industriales. Finalmente, por debajo del 1% se encuentran las empresas dedicadas a la explotación del sector primario. Para entender un poco mejor la información, a continuación se presenta una breve descripción del movimiento de cada sector previamente mencionado:

- “Según la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB, 2010), Soacha ha construido una identidad productiva industrial desde mediados del siglo XX, pues el 50% del PIB del

municipio era industrial para el año 2010. Esta importante dinámica de industrialización ha estado acompañada de actividades de comercio y servicios que han venido adquiriendo cada vez mayor peso relativo, en detrimento de la producción agropecuaria.”

Este sector se encuentra subdividido en 4 subsectores: alimentos y bebidas, textil, confección y muebles. De los cuales, para el año 2016, el 92.8% eran microempresas, 4.4% pequeñas, 1.4% medianas y 0.9% grandes. Además se resalta que:

“de acuerdo al número de empresas que se dedican a actividades industriales manufactureras, son: confección de prendas de vestir (excepto prendas de piel) con 301 empresas, equivalentes al 17% de las empresas industriales manufactureras; elaboración de productos de panadería, con 287 empresas, equivalentes al 16%; fabricación de productos metálicos para uso estructural, con 105 empresas, equivalentes al 6%; fabricación de muebles, con 101 empresas, equivalentes al 6%, y finalmente mantenimiento y reparación especializada de maquinaria y equipo con 92 empresas, equivalentes al 5%”

- El sector de servicios está dado por los servicios financieros, que para Soacha corresponden al 9.3% de las captaciones de los bancos a nivel de Cundinamarca, representadas en los diferentes servicios ofertados por las entidades bancarias e inmobiliarias.
- El sector comercial se encuentra dado por “reparación de vehículos automotores, los hoteles y restaurantes, otras actividades de servicios comunitarios y sociales, y actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.”
- En el sector de la minería, “Para el año 2015, el Municipio de Soacha tenía 64 títulos mineros, de los cuales 35 se encontraban en actividad y 29 inactivos. De las minas inactivas sólo 4 contaban con licencia ambiental, mientras que, de las activas, 22 contaban con licencia”

En el sector agropecuario “pese a que en el año 2006 el municipio de Soacha era bastante fuerte, a nivel departamental, en la producción de hortalizas (921 hectáreas sembradas), esta se ha reducido dramáticamente, pasando de 20.840 toneladas en ese año a tan sólo 677 en 2014 (77 hectáreas sembradas), siendo desplazado por municipios como Mosquera” (Bogota, 2018).

De esta manera, el municipio de Soacha se presenta no solo como el más importante municipio de Cundinamarca sino que se establece como un potencial para el país debido a su fuerza de trabajo en edad de producción, sus riquezas naturales, su cercanía a la capital y lo que esto implica en ventajas competitivas logísticas y comerciales, y su fuerte sector comercial y manufacturero

basado en artesanías, plásticos y químicos, que trasciende las fronteras y que ya han sido objeto de comercio exterior. Cabe resaltar que el municipio es considerado potencia económica en el país según su plan de competitividad. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010). Y es así como, Soacha se perfila como un gran candidato para, bajo el proceso de exporta-fácil, exportar sus productos, crecer económicamente como municipio, e internacionalizar sus mipymes, según los parámetros establecidos por la ley.

Capítulo II: Programa Exporta fácil

En este capítulo se caracterizará el programa de Exporta-fácil basado en un primer cuestionamiento: ¿por qué las mipymes no exportan si son la mayor fuerza productiva alrededor del mundo? Para responder a ello, se remite a la página oficial de la IIRSA (Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana) que resalta como problema principal el encarecimiento de los costos logísticos y de distribución de los productos de las mipyme, debido a su ubicación al interior del país, lo cual inhibe la vocación exportadora de este tipo de empresas. Además, resalta también, que el exceso de trámites y papeleo según las normas, encarecen y dificultan la actividad empresarial, sobre todo en aquellas empresas que por su tamaño, son más vulnerables a estos costos de gestión. (IIRSA, 2010).

De esta manera, este programa está dirigido a las mipymes que deseen exportar, “facilitando su acceso al mercado internacional a través de una simplificación de los procedimientos necesarios para la exportación, y una solución logística basada en la utilización de la infraestructura postal del operador público”. (IIRSA, 2010)

Acogida del programa por Colombia

La legislación colombiana fomenta el desarrollo del comercio exterior en su decreto 2685 de 1999, donde especifica en su capítulo séptimo, la modalidad de exportación por tráfico postal. (MINCIT, 2017). Y a su vez, mediante el decreto 229 de 1995 se reglamentan los servicios postales, dando la responsabilidad al operador oficial de prestar los servicios de correo a través de la red oficial. (MINCIT, 1995). Finalmente, la Ley 1341 de 2009 determinó como uno de los objetivos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: “definir la política y ejercer la gestión, planeación y administración de los servicios postales, así como una de las funciones de dicho Ministerio el ejecutar los tratados y convenios sobre TIC ratificados por el país, especialmente en los temas relacionados con los servicios postales.” (MINTIC, 2019)

El programa de exporta-fácil era uno de los 31 proyectos de integración acordados, por los países miembros a la IIRSA, de la agenda de implementación consensuada 2005-2010 que fue aprobada en la cumbre de Cusco en diciembre de 2004. (IIRSA, 2010). Este programa llega a Colombia en 2009, gracias a una alianza entre los ministerios de comercio y telecomunicaciones, 4-72, la DIAN, Proexport, la policía anti-narcóticos y el DNP. (Renteria, 2008). Bajo el memorando de entendimiento entre Colombia y Brasil, que permitía agilizar el proceso de entrada del programa al país, dado que para la fecha ya estaba en funcionamiento en Brasil, Uruguay y Perú.

Para el año 2009, Colombia implementa el proyecto mediante el documento del consejo nacional de política económica y social, COMPES No. 3628 de diciembre del mismo año, determinando la importancia que poseía este programa a la promoción de una cultura exportadora en las micro, pequeñas y medianas empresas. (COMPES, 2009).

Caracterización del programa de exporta-fácil.

El objetivo principal del programa, según la presentación del programa por parte de 4-72 es: “promover la cultura exportadora, en las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a los mercados internacionales, a través de un sistema simplificado de exportación por tráfico postal y envíos urgentes, siendo la forma más ágil y sencilla de exportar.” (MINCIT, 2017)

De este objetivo principal, se desglosan cuatro específicos y a largo plazo: (COMPES, 2009)

- Incrementar las exportaciones a través del tráfico postal y los envíos urgentes gracias a la promoción de esta modalidad de exportación.
- Descentralizar las exportaciones de las grandes ciudades de tal manera que las regiones tengan oportunidades en el mercado internacional.
- Fomentar la formalización de las Mipymes gracias a la oferta de nuevos servicios de exportación simplificados.
- Consolidar una cultura exportadora a través de la puesta en marcha de soluciones de exportación alternativas

Con la implementación del programa, se brindan una serie de beneficios a los empresarios de mipymes para que se adhieran al mismo. Dentro de estos beneficios se habla de simplificación de los procesos y reducción de costos, el acercamiento de las mipymes a los procesos logísticos

simplificados, el aumento del portafolio de exportación, diversificación de mercados, y apoyos tributarios, como la devolución del IVA por exportaciones. (MINCIT, 2017)

El Proceso de exportación mediante este programa es dado, por 4-72, en tres pasos o etapas, siendo la primera la de alistamiento. Es esta etapa el exportador debe estar inscrito como exportador en el Registro único Tributario (RUT), lo cual promueve la legalización de las empresas. Además, el exportador debe conocer la posición arancelaria del producto a exportar y los vistos buenos que se requieren en el mercado destino, y finalmente tener presente los métodos de pago, junto con el reintegro de divisas. De esta manera el exportador estará listo para iniciar el proceso.

El segundo paso corresponde a la verificación, donde el exportador debe empacar muy bien su producto, así mismo embalarlo. Cabe destacar que el exportador se debe ajustar a las políticas de cuantía, dimensiones y peso especificado para los paquetes. Además, el exportador debe anexar a la documentación requerida los vistos buenos solicitados en el país destino.

Finalmente, el paso tres corresponde a la entrega de parte del exportador a 4-72 en el punto de servicio al cliente más cercano y cómodo, donde se debe diligenciar la guía de transporte y la declaración de exporta-fácil. Se elige entre cualquiera de los dos métodos del programa y adjunta los siguientes documentos: la factura comercial, la carta de responsabilidad antinarcóticos, una copia de la cedula, una copia del RUT, el certificado de origen y los demás documentos, de acuerdo a la naturaleza del producto. (MINCIT, 2017).

Tabla 5 Diferencias exporta-fácil vs tradicional

Proceso de exportación	Tradicional		Tráfico postal
	Menor de USD 10.000		Menor de USD 5.000
Posible encargado	Agente Aduanero	Comercializadora internacional	Operador postal
Requisitos de envío		Depende del producto Certificado de Origen	Depende del producto Certificado de Origen
Aduana	Declaración de Exportación		Sistema simplificado

Tabla de elaboración propia. (2018). Diferencias exporta-fácil vs tradicional. Tomado de (MINCIT, 2017)

En la tabla 5 se puede observar la reducción de trámites por exportación, teniendo en cuenta que la transacción la realiza el mismo exportador en un punto de 4-72 y no requiere de costos adicionales en agentes aduaneros o comercializadoras internacionales, además que la documentación es más sencilla y se remonta a un formulario que se puede llenar en línea o llenar al momento de entregar la mercancía al operador postal. Los requisitos, dependen de la naturaleza de los productos y los requerimientos del país de destino para dichos productos.

Características de acuerdo a la carga y modalidades del programa

Tabla 6 Modalidades de exporta-fácil comparación

Variable	Exporta-fácil EMS	Exporta-fácil Courier
Servicio	Servicio de correo expreso para transporte de paquetes, documentos y mercancía	Servicio de envío urgente para transporte de paquetes, documentos y mercancía
Trazabilidad	Entrega en el país destino	Entrega en el destino final
Cobertura	Internacional	Internacional
Intentos de entrega	Dos (2)	Dos (2)
Peso máximo	30 kg/envío	50 Kg/envío
Prueba de entrega	Reporte de entrega por parte del operador postal en el país destino	Notificación con fecha y firma de la persona que recibe el envío
Sitios de admisión	Puntos de 4-72	Puntos de 4-72

Tabla de elaboración propia. (2018). Modalidades de exporta-fácil comparación. Tomado de (4-72, 2017)

El programa de Exporta-fácil posee dos modalidades o servicios, según los requerimientos del cliente: *Exporta-fácil EMS* y *Exporta-fácil Courier*. Ambos cumplen la misma función de exportación, la diferencia radica en el proceso de trazabilidad y de envío de la mercancía: el primero utiliza la red de operadores postales oficiales del mundo para hacer el traspaso de la mercancía de país a país, de esta manera la trazabilidad de la mercancía se realiza hasta la llegada al país destino, siendo la entrega final de la mercancía en una sucursal del operador postal oficial del mismo. Además, por ésta modalidad, sólo se podrán enviar, máximo, 30 kilogramos por envío.

En comparación al anterior, el sistema de Courier entrega la mercancía en la dirección establecida por el exportador, debido a que el operador postal nacional utiliza sus socios aliados y, en relación con la cobertura de los mismos, envía la mercancía por medio de ellos. En este caso, la

trazabilidad de la mercancía se dará hasta que el importador, o alguien más, reciban la mercancía en la dirección establecida y firme el documento de entrega. Además, por esta modalidad, sólo se podrán enviar, máximo, 50 kilogramos por envío.

En ambos casos, para realizar la liquidación de las tarifas, se tomará el peso mayor entre peso físico y peso volumétrico, siendo el primero el peso real del paquete, mientras que el segundo hace referencia a la siguiente operación matemática:

$$\frac{L * A' * A''}{5000}$$

Siendo L, el largo en centímetros de la caja. A', el ancho en centímetros de la caja. A'', el alto en centímetros de la caja.

De esta manera, los precios en EMS para un envío de 30 kilogramos corresponden, según la categoría del lugar origen, entre COP \$400.000 y COP \$587.000. (4-72, 2018). Mientras que en Courier, para un envío de las mismas condiciones, según la categoría del lugar de origen, entre COP \$518.600 y COP \$1'537.400. (El servicio de envíos de Colombia, 2018) Esto está determinado en que el servicio de Courier, es un servicio expreso que no solamente lleva la mercancía hasta un punto determinado por el exportador, sino que es más rápido en cuestión de días. Por ejemplo, si un exportador de Soacha desea enviar su mercancía a Perú, mediante EMS, la mercancía estará en las oficinas de SERPOST de 7 a 9 días hábiles. (4-72 Exporta fácil EMS, 2016). Mientras que la modalidad de Courier le ofrece al exportador la posibilidad de tenerlo en la dirección proporcionada, de 6 a 8 días hábiles. (4-72 Exporta fácil Courier, 2016). Sin embargo, cabe destacar que estos días son los estimados por 4-72 para mercancía con perfecta documentación y sin estar contaminada, dado que los retrasos se dan por la Policía Nacional, la aduana destino y eventos de fuerza mayor.

Evolución en Colombia



Gráfico 6. Elaboración propia. (2018). Total número de exportaciones. Tomado de (Mipymes, 2018).

Las exportaciones colombianas mediante el proceso de exporta fácil, como se mencionó anteriormente, inician en el año 2009 y desde ese momento, como se puede observar en la gráfica 6, las ciudades que más se han acogido al proceso, son Bogotá, Cali y Medellín. Sin embargo, ciudades más pequeñas como Manizales, Pereira y Soacha también se ubican dentro de la tabla como exportadores. Cabe cuestionarnos, qué porcentaje del total de las exportaciones de Bogotá, corresponde a mipymes de Soacha o municipios circunvecinos, que prefirieron ir hasta Bogotá para realizar el envío, posiblemente porque Bogotá es considerado como categoría 1 dentro de exporta fácil y sus tiempos de envío son menores, al igual que los costos de envío.

La gráfica 6 hace referencia al número de declaraciones que se presentaron cada año, más sin embargo, en la siguiente gráfica se puede observar la cuantía en miles de dólares según la misma línea de tiempo.

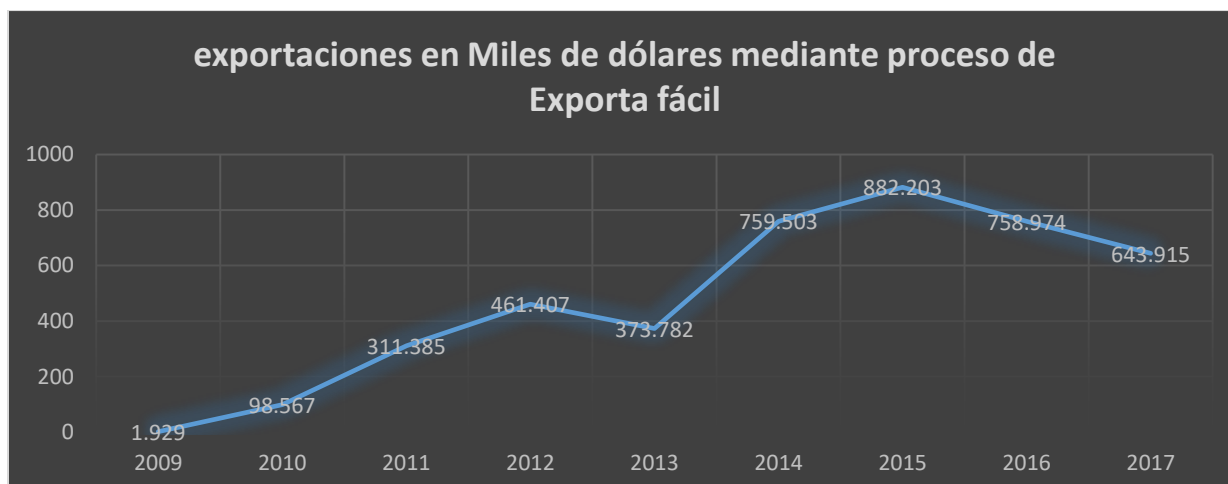


Gráfico 6. Elaboración propia. (2018). Exportaciones totales miles de dólares. Tomado de (Mipymes, 2018)

Además, al realizar la visualización de los mercados destinos predominantes, a través de los últimos nueve años, se puede observar en la gráfica 7, nuestro principal socio comercial en el programa sigue siendo Estados Unidos de América con el 34% de las declaraciones de exportación realizadas, seguido de Chile con un 11%, siendo éste el primer socio latinoamericano para Colombia. Sin embargo, Chile ocupa este lugar gracias a que en el 2014 fue el destino de 1278 declaraciones. (Mipymes, 2018) Finalmente, en los primeros socios comerciales de Colombia, ese encuentra a China, España, México, Francia, Canadá, Australia y Alemania, Con un total de declaraciones que oscilan entre 300 y 700. En el grupo de otros, se puede encontrar socios latinoamericanos como Perú, Brasil y Ecuador, con 278, 209 y 182 respectivamente.



Gráfico 7. Autoría propia. (2018). Destino de las declaraciones Exporta-Fácil 2009-2017. Tomado de (Mipymes, 2018)

Finalmente, la gráfica 8 permite visualizar las partidas arancelarias que más se han exportado a mayo de 2018 mediante el programa, siendo “Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería” la más declarada, seguida por “Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto”, “Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin”, y luego por “Madera; carbón vegetal y manufactura de manera”. De esta manera se puede observar que el principal foco de mercado para las mipyme que están adheridas al programa, es la venta de manufactura industrial.

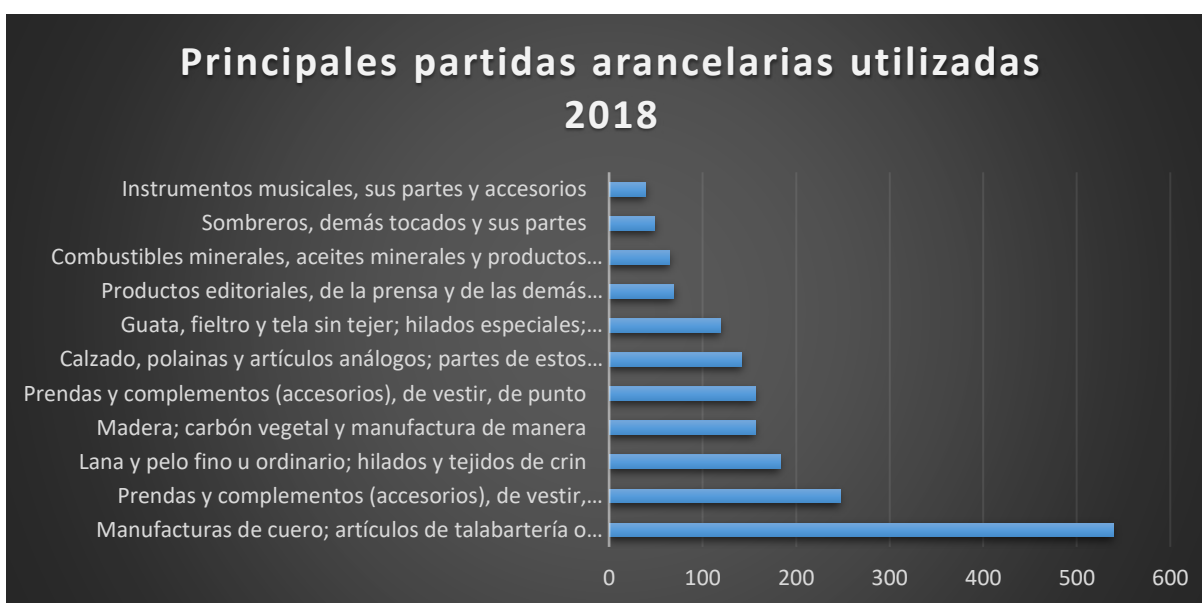


Gráfico 8. Autoría propia. (2018). Principales partidas arancelarias utilizadas 2018. Tomado de (Mipymes, 2018)

Claramente se logra observar que el programa de exporta fácil, desde su marco de planeación estratégica, ayuda a interconectar unidades productivas de diferentes países con las nuestras, promoviendo las exportaciones no tradicionales y fomentando el crecimiento económico de pequeños lugares en el territorio nacional, descentralizando los negocios internacionales y posibilitando a una empresa a que se internacionalice. Además, la adherencia del municipio al programa da una pequeña muestra de que no existen barreras para una empresa que, en su visión, tenga la mentalidad de exportar sus productos e internacionalizar su marca personal.

Capítulo III: Estrategias para internacionalizar las mipymes de Soacha mediante el programa de Exporta fácil

Para establecer las estrategias pertinentes para el acercamiento de las unidades productivas de Soacha con Exporta-fácil, se debe partir de una breve demostración de las estrategias planteadas

por la IIRSA, y de esta manera observar las planteadas por los países Latinoamericanos con el programa ya implementado para finalmente analizar las estrategias colombianas y cómo éstas se adecuan a las mipymes del municipio.

Estrategias de la IIRSA

La IIRSA contempla la propuesta de “modelo simplificado”, donde se busca dar soluciones a los problemas logísticos que presentan las mipymes al momento de realizar una exportación mediante la simplificación de procesos, dada por las alianzas estratégicas entre los diferentes componentes involucrados en la transacción a través de una red basada en el uso de las tecnologías de la información e internet. En el siguiente gráfico se puede observar el proceso ideal de soluciones integradas que ofrece el programa al cual se han adherido diferentes países.

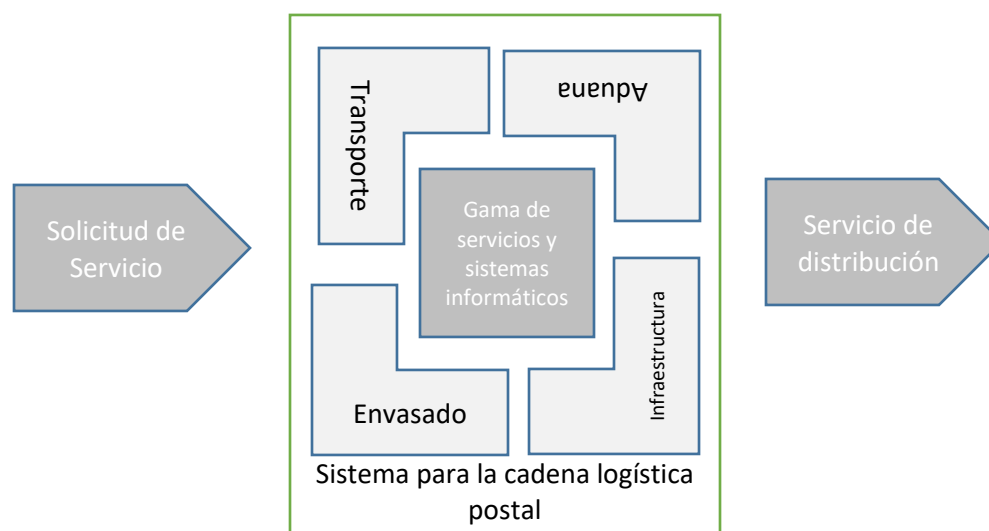


Grafico9: Soluciones integradas IIRSA. Elaboración propia.

De esta manera, el programa procura reunir los trámites de Aduana y envasado mediante una solución integral de transporte e infraestructura internacional, por medio de una gama de servicios y sistemas informáticos que convierten una solicitud de servicio de parte del exportador en un servicio de calidad y con una reducción de costos en comparación con el trámite ordinario. La cadena de suministro se verá recortada al poseer menos eslabones involucrados directamente, lo que finalmente se convierte en precios competitivos para aquellas unidades productivas que desean exportar.

A continuación se hará un breve paralelo entre los países con el programa ya instaurado y funcionando, para lograr extraer las principales estrategias utilizadas.

Países con Exporta-fácil implementado

Brasil

Brasil es un eje clave dentro del programa, dado que el mismo sistema es tomado en base a un caso de éxito de la empresa de correos de Brasil. Es así como Brasil promueve el comercio por un modelo simplificado de exportaciones. Ellos definen Exporta-fácil como:

“Programa Portal Único del Comercio Exterior (Portal Único Siscomex) es una iniciativa de gobierno centrada en la transparencia y eficiencia de los procesos de importación, exportación, carga y tránsito costumbres. Se busca establecer procesos armonizados e integrados entre todos los agentes públicos y privados comercio Exterior.” (Correos de Brasil, 2017).

El programa ofrece a los empresarios una serie de beneficios a los exportadores que se adhieran al mismo, entre ellos se puede encontrar:

- Eliminación de documentos mediante la integración de ellos en la factura electrónica (NF-e)
- Mayor agilidad en la liberación de cargas mediante la eliminación del despacho aduanero, licencias y certificaciones secuenciales
- Simplificación del proceso de almacenamiento y transferencia de responsabilidad sobre la carga, a través del módulo CCT.

La promoción del programa es dado mediante medios electrónicos, por ejemplo El Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil, posee dentro de su plan de paso a paso para exportar, un espacio explicativo de cómo realiza el proceso de exportación, a quién va dirigido y las modalidades que ofrecen en su portafolio, con sus correspondientes tiempos de entrega que oscilan entre 1 a 30 días dependiendo de la modalidad y el país destino. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2011). Además, se pueden encontrar guías de cómo realizar la exportación mediante el programa en la Guía de Comercio Exterior e inversión de Investexport (Investexport, S.F.) y finalmente, la empresa de Correos de Brasil ofrece una serie de links con guías interactivas para el visitante, donde explica cada una de las modalidades y los documentos necesarios para aplicar al programa. (Correos de Brasil, S.F.).

Ecuador

En Ecuador, se realiza la alianza estratégica entre el Ministerio de Industrias y Productividad (Coordinador Nacional), el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA, el Instituto de Promoción de Exportaciones PROECUADOR, el Instituto de Patrimonio Cultural INPC, y la Dirección Nacional de Antinarcóticos DNA, el Servicio de Rentas Internas SRI y la Agencia Nacional Postal, quienes trabajan en conjunto para promover el programa entre las unidades productivas del país. (Ministerio de Industrias y Productividad, S.F.)

Como uno de los principios del programa planteados desde la IIRSA promueve la facilitación de procesos y la reducción de costos, en el caso de Ecuador se establecen una serie de guías en las páginas web de los actores ya mencionados con un re direccionamiento a una página en concreto: Exporta fácil Ecuador. Ésta página web contiene toda la información sobre el programa, su funcionamiento, los requerimientos, los servicios prestados, y un simulador de tarifas según el lugar de destino. (Correos del Ecuador, S.F.)

Exporta fácil Ecuador ofrece unas posibilidades a las unidades productivas del país basado en pilares: La cobertura como lema “la exportación desde cualquier parte del país”, la simplicidad del trámite por tres breves pasos formados por un comprador, el trámite virtual y la mercadería lista; Bajos costos en comparación con una exportación tradicional, y finalmente un margen de días para entregar la mercancía de 4 a 12 días hábiles según el destino. (Exporta fácil Ecuador, S.F.).

Además de la disponibilidad de una página web especializada en el programa, Correos del Ecuador se ha puesto a la tarea de realizar charlas a lo largo del país, para que los empresarios se enteren del programa y, mediante los requerimientos del mismo, se puedan adherir a Exporta fácil. (Correos del Ecuador, 2018)

Perú

Para Perú, Exporta-fácil ofrece una serie de beneficios dependiendo de los requerimientos del exportador, ya que este puede elegir entre tres diferentes modalidades, la asesoría sobre el diligenciamiento gratuito en la declaración y la posibilidad de asegurar hasta el 100% la carga por un pequeño porcentaje sobre el valor de la declaración. (SERPOST, 2013).

Al igual de las anteriores versiones de exporta fácil, en Perú, la información se encuentra a la mano gracias a las TIC's y a pesar de que no posean una plataforma especial como en Ecuador, se establecen lineamiento y estrategias para atraer a más unidades productivas. Así lo expresa SERPOST en su plan estratégico 2013-2017 donde menciona el incremento de puntos propios y de terceros para realizar la transacción, además de la implementación de una política de tarifas preferenciales para clientes preferenciales del sistema EMS. Finalmente su mayor estrategia está direccionada a la competitividad mediante sus tarifas en función de la distancia entre el remitente y el destinatario. (SERPOST, 2013).

Uruguay

Al igual que los ejemplos anteriores, Uruguay pone a disposición de las unidades productivas el programa para lograr internacionalizarse, mientras tanto les provee las herramientas ofimáticas necesarias para realizar el proceso de manera satisfactoria. Además, le entrega una serie de beneficios atractivos a los empresarios uruguayos para adherirse al programa, adicionales a los ya mencionados previamente de reducción de costos y trámites en el momento de la exportación. Estos son: 80% a 90% de reducción en certificados de origen emitidos por las cámaras empresariales, descuentos para el servicio expreso internacional y EMS, asesoramiento y capacitaciones por parte de DINAPYME, PROEXPORT, FODIME, y asesoramiento en creación de páginas web. Finalmente, la exportación podrá beneficiarse de la devolución de tributos de acuerdo a la normativa vigente. (Exporta fácil Uruguay, 2017)



Gráfico10: Estrategias del programa exporta fácil a nivel regional. Elaboración propia. (2018).

Exporta-fácil Colombia

Para el momento en que Colombia entró en plan piloto del programa, ya los medios informativos lo promocionaban y recalcaban sobre sus beneficios de exportación ágil y oportuna en relación con la forma tradicional. (Portafolio, 2010). Y a medida que pasaron los años y el programa se fue reafirmando como una gran posibilidad a los pequeños empresarios, nuevas estrategias surgieron para lograr llegar a la mayor cantidad de unidades productivas del país. Entre éstas estrategias se presentan las siguientes:

- Cómo lo menciona el Ministerio de comercio, industria y turismo, el asesoramiento y acompañamiento a los empresarios es un punto clave dentro del programa que le brinda al exportador la tranquilidad de que está realizando un proceso confiable sin necesidad de incurrir en gastos adicionales de asesoramiento, que en muchos casos no son confiables. (MINCIT, 2018).
- La presencia nacional de puntos disponibles del operador postal oficial, 4-72, que para el año 2016 contaba con un aproximado de 13000 puntos a nivel nacional con una proyección para el 2017 de 15000 puntos de atención al ciudadano. (Servicio de envíos de Colombia, 2016). Además, para efectos del presente trabajo, el punto de atención ubicado en el municipio de Soacha se halla a tan solo una cuadra del parque principal del municipio y de la alcaldía municipal. (4-72, S.F.).
- El pago del flete puede ser a treinta días por licencia de crédito, donde se consolidan en una sola tarifa los costos de transporte, seguro, cargo por combustible, DEX y trámite de exportación. (Leon, 2012).
- Igualmente, MINCIT en asociación con 4-72, realizaron una conferencia abierta al público, el 26 de abril de 2017, donde expusieron cada beneficio, solucionaron dudas e inquietudes, y se comprometieron a trabajar para llegar a la mayor cantidad de unidades productivas del país. (MINCIT, 2018)
- También se obtiene el beneficio a la devolución del IVA por transacción realizada. (CONPES, 2009)

Algunas de estas estrategias son retomadas del CONPES 3628 de 2009 donde se le da vía libre al desarrollo del programa en Colombia, y algunas otras son propuestas dadas con el paso del tiempo y la experiencia. Pero, de las estrategias propuestas por dicho documento, se encuentra incompleta el curso de capacitación virtual de parte del SENA. (CONPES, 2009).

Finalmente, a comparación de países con páginas web oficiales del programa, en Colombia aún no está vigente ésta estrategia. Sin embargo, en el año 2016 se realiza una propuesta educativa para implementar la página www.colombiaexportafacil.com, la cual aún no se encuentra activa, pero en la que se logra visualizar su estructura en el trabajo de grado del ingeniero Camilo Valencia de la Pontificia Universidad Javeriana. (Valencia, 2016).

Relación unidades productivas de Soacha – Exporta fácil

Como se menciona en la caracterización económica empresarial del municipio de Soacha, el municipio no tiene vocación exportadora porque la mayoría de sus unidades productivas son mipymes y de ellas, aproximadamente solo el 2% exportan. (CCB, 2016). Pero así mismo se le da un potencial exportador a las unidades productivas que se dediquen a las manufacturas fuertes del municipio, éstas son: “Industrias básicas de hierro, fabricación de plástico espumado, fabricación de cosméticos, comercio al por mayor de maquinarias y equipos, la producción y comercialización de flores y plantas ornamentales y la producción agropecuaria de fresas, cebolla y papa” (CCB, 2016).

Las razones por las cuales los empresarios de Soacha no deciden internacionalizarse se fundamentan en varias problemáticas socio-económicas como los son: la mala infraestructura vial que posee el municipio en cuanto a conexión con la capital y el resto del país, no porque carezcan de vías principales sino porque normalmente está congestionada, además que para llegar a puerto se necesita un trayecto de más de 24 horas; la baja tasa de inversión en ciencia y tecnología que posee el municipio a pesar que cuenta con un centro tecnológico del SENA; La formación humana dado que la mayoría de población a censo de 2005 no había culminado sus estudios básicos, y aunque con las nuevas generaciones se ha disipado ese tabú, aún faltan algunos años para que la juventud empiece a dar sus frutos en el municipio; Finalmente, como una secuela de las anteriores, la baja innovación del municipio se ve reflejada en la alta cantidad de unidades productivas dedicadas al comercio, pero muy pocas en relación a la manufactura avanzada. (Mariano, 2015).

Adicionalmente, se mencionan otras razones por las cuales no se internacionalizan las mipymes, partiendo desde la planeación estratégica que se le realiza a la compañía al momento de ser fundada, donde carece de una visión exportadora o, en el mejor de los casos, la tiene pero no poseen un plan de internacionalización. De la mano de ésta razón, se encuentra la importancia de tener acceso y la posibilidad de capacitación y asesoría empresarial sobre cómo, cuándo y a dónde internacionalizar

las empresas. Sin embargo estos apoyos están disponibles, al igual que el fomento del sector bancario para el proceso, pero no existe un puente claro entre los interesados y las organizaciones. (Lengerke Rocha & Najera Dovale, 2009).

A pesar de que los datos sobre las mipymes son difícil de controlar y conseguir, dado que la creación y la liquidación de microempresas es muy común, más aquellas que no están inscritas, se determina que el mayor actor de comercio exterior en Soacha radica en la importación de mercancías en un 97,7% de las empresas que están internacionalizadas, de las cuales el 8,1% también exportan. También se muestra un 2,2% de dichas empresas que se dedican a solamente exportar. De estas unidades productivas las encargadas de hierro y acero, fabricación de plástico espumado, fabricación de cosméticos, producción y comercialización de flores y plantas ornamentales son las principales de objeto de comercio exterior. (Secretaria de planeación, 2018).

Estrategias atractivas para las unidades productivas del municipio

El municipio de Soacha, como se ha mencionado ya anteriormente, posee un gran potencial para exportar, pero no exporta debido a una serie de problemáticas, excusas y temores cotidianos de la internacionalización de mipymes. Sin embargo, el municipio exporta, como se evidenció anteriormente, aunque casi la totalidad de las exportaciones que se encuentran son hechas por unas pocas empresas. Entonces qué estrategias son necesarias para atraer a estas unidades productivas e invitarlas a internacionalizar sus compañías. En la tabla 7, se puede observar una matriz DOFA de las unidades productivas del municipio en relación con su potencial y cómo Exporta fácil ayudaría a la generación de estrategias de internacionalización.

Tabla 7 Matriz DOFA unidades productivas de Soacha y Exporta fácil

MATRIZ DOFA DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO DE SOACHA EN RELACIÓN CON LAS SOLUCIONES DADAS POR EXPORTA FÁCIL	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Tratados de libre comercio Union Postal Universal (UPU) Variedad de servicios de 4-72	Competencia que si utiliza el programa Tecnificación de procesos Exceso de trámites para exportar
FORTALEZAS Versatilidad a nuevos cambios en su entorno Manufactura adecuada para exportar Facilidad de ingreso al programa	Beneficios económicos y tributarios para los exportadores mediante el programa	Apoyo de terceros para ingresar al proceso (PROCOLOMBIA, Bancos, SENA, etc)
DEBILIDADES Carecen de visión internacional Fragilidad ante los costos de la DFI Unidades productivas no legales	Charlas y capacitaciones a las unidades productivas del municipio	Asesorías especializadas para los interesados

Tabla de elaboración propia. (2018). Matriz DOFA unidades productivas de Soacha y Exporta fácil.

De esta manera se puede evidenciar las estrategias que ofrece el programa a los empresarios, pero aún queda la interrogante de por qué no es más grande la adherencia de empresas a exportar. Claro están los temores y falencias, tanto técnicas como estratégicas, de las organizaciones del municipio, sin embargo el potencial que poseen estas unidades productivas debería ser explotado al máximo.



Gráfico 11: Estrategias puente entre unidades productivas de Soacha y el programa. Elaboración propia.

Debido a que, como ya es bien sabido, existen una serie de problemáticas que impiden a los empresarios del municipio internacionalizarse mediante el programa, se determina una serie de estrategias que trabajen para unir las dos puntas del programa: Exporta fácil y las unidades productivas de Soacha. Es así como se determinan las siguientes estrategias:

Campañas publicitarias

Debido a una falta de información, previamente demostrada, es necesaria la implementación de diferentes campañas publicitarias guiadas directamente por el MINCIT, 4-72, la CCB y la alcaldía del municipio. Estas charlas deben estar dirigidas al mayor número posible de unidades productivas, por no decir que todas, las cuales serán posteriormente invitadas a futuras ferias empresariales donde muestren sus productos a clientes extranjeros. Estas campañas publicitarias estarán divididas en dos grupos:

- Una difusión generalizada, en la cual miembros de la alcaldía se acercan a las diferentes zonas industriales y comerciales del municipio, entregando en cada establecimiento un documento de acercamiento al programa, donde se expliquen brevemente pero contundentemente los beneficios que trae consigo *exporta fácil*, además de un distintivo de la alcaldía para mayor seguridad. Al final del documento, se indicará dónde y cómo adquirir más información, además de realizar una invitación a la próxima feria empresarial, ya sea como participante o como observador. Por último, se tiene en cuenta que el auxiliar de dicha difusión debe estar capacitado en el programa y estar en la capacidad de asesorar y responder inquietudes de los empresarios que demuestren su inmediato interés.
- Una difusión especializada dirigida directamente a las agrupaciones o asociaciones empresariales del municipio, las cuales se comprometerán a realizar una re-difusión entre los miembros activos. Al igual que en la anterior, se informará sobre beneficios, e invitará a la participación de la próxima feria empresarial del municipio.

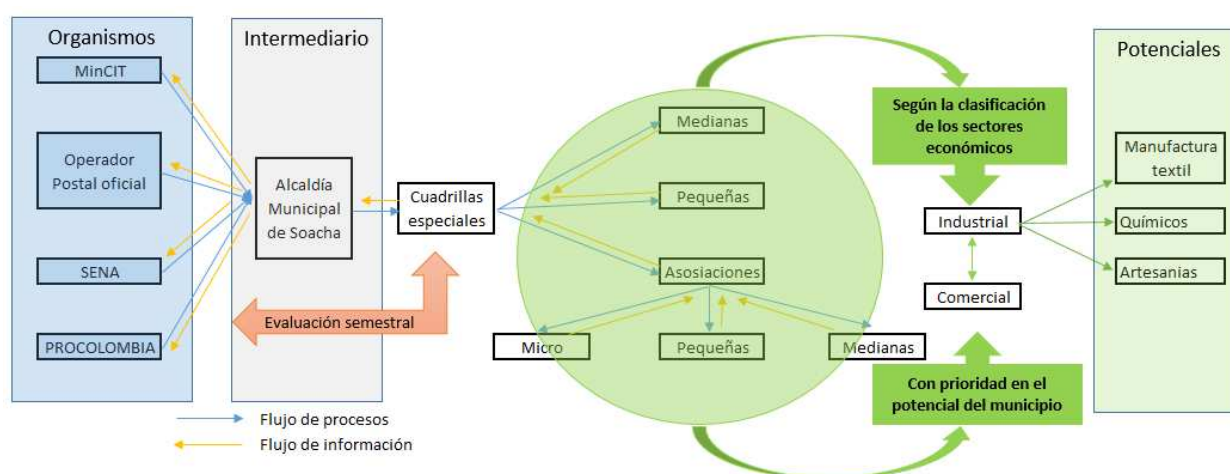


Gráfico 12: Proceso de las campañas publicitarias. Elaboración propia.

Debido a que la falta de información es la mayor problemática de acceso de las unidades productivas de Soacha a *exporta fácil*, se determina que es necesaria la difusión de la información del programa, donde se les brinde las herramientas necesarias para que conozcan, se enamoren y se adhieran al proceso. Dicha evaluación se realizará semestralmente, donde los organismos interesados, mediante cuadrillas especiales de recolección de datos, se acercan a las unidades productivas del municipio teniendo en cuenta los sectores económicos foco del programa: industrial y comercial. Posterior a ello, se le da prioridad a las empresas con mayor potencial en sus productos para realizarles la invitación a las ferias empresariales. Es así como, mediante la

sensibilización de las unidades productivas, se pretende lograr que dichas empresas se internacionalicen bajo el programa.

Ferias empresariales

Se presentan como una gran solución a muchos de los inconvenientes que presentan los empresarios a la hora de asociarse al programa mediante una serie de beneficios. En el gráfico 12 se relacionan los más importantes beneficios que ofrecen éste tipo de ferias a los empresarios.



Gráfico 13: Beneficios de una feria empresarial. Elaboración propia. Tomado de (Bustamante, Pino, & Torres, 2015)

Al llegar a estas ferias, los empresarios del municipio se clasificarán en dos grupos: Participantes y observadores. Estos primeros, a su vez, tendrán un lugar dentro del espacio designado para la feria donde expondrán, a los clientes y a los segundos, sobre su empresa, sus prácticas empresariales y los productos que tienen para exportar. Finalmente, lo ideal es que cada uno de los participantes obtenga una lista de posibles socios comerciales internacionales.

Esta estrategia tiene dos categorías: Ferias nacionales y ferias internacionales.

- Las ferias nacionales son organizadas en el municipio, donde se realizan invitaciones internacionales a clientes con diferentes intereses comerciales, quienes puedan venir a observar y, bajo los lineamientos del programa, acceder a nuevos proveedores del municipio.

- Las ferias internacionales son organizadas por el MINCIT, 4-72, y demás organizaciones quienes lleven la mayor cantidad posible de empresarios colombianos. Lo ideal sería que el municipio de Soacha mostrará muchos de sus productos por medio de la representación de sus agremiaciones.



Gráfico 14: Proceso de las ferias empresariales. Elaboración propia.

Una vez las empresas se encuentren informadas e interesadas en acceder al proceso de internacionalización mediante exporta fácil, se determina que bajo el marco del programa se pueda acercar a clientes extranjeros con proveedores de Soacha por medio de estas ferias empresariales, cuyo objetivo principal es fomentar nuevas redes comerciales, reduciendo así, la problemática de no tener a quién exportarle los productos. De esta manera, aprovechando el apoyo de los organismos nacionales involucrados en el programa, las unidades productivas de Soacha pueden acceder a conocer nuevas redes de distribución internacional para internacionalizar sus productos.

Prácticas estudiantiles especializadas

Dado que uno de los beneficios que otorga el programa es la reducción de intermediarios, los estudiantes en diferentes niveles de educación superior deberían estar en capacidad para que, al momento de realizar sus prácticas laborales, ingresen a una mipyme y logren aportar ideas de cómo internacionalizar la empresa. Para esto se repasan los dos niveles que se presentarán y cómo se articulará la competencia.

- A nivel universitario, se plantea una re concepción por parte del Ministerio de Educación, en el cual promueva a nivel nacional el añadir al plan de estudio de carreras relacionadas con comercio exterior y administración de empresas, una materia de programas para internacionalización de mipymes. Esta materia deberá encontrarse en los últimos semestres del programa educativo. Adicionalmente, la promoción e incentivación a estudiantes que en sus prácticas profesionales lleven a cabo estrategias de internacionalización de mipyme, preferiblemente utilizando exporta fácil.

Cabe destacar que este proceso es de doble vía, porque los estudiantes deben llegar a las empresas porque estas mismas estén en búsqueda de profesionales en temas relacionados con comercio exterior y les den la oportunidad de realizar sus prácticas.

- La siguiente corresponde a la formación para el trabajo en el SENA, quienes al analizar el mercado y encontrar necesidades, como la que se desarrolla en el presente trabajo, determinan un nuevo programa de formación en cualquiera de sus metodologías y abren la convocatoria. Aprovechando la presencia del Centro Industrial de Desarrollo Empresarial en el municipio de Soacha, se dará la publicidad en todos los medios disponibles para que los jóvenes se acerquen a inscribirse y, posteriormente, cursar el programa. Una vez los aprendices se encuentren en su etapa práctica y teniendo en cuenta que la mayoría de empresas que los contratan son mipymes, los aprendices lleguen a la compañía a promover planes de internacionalización y esto sea referenciado por el tutor a cargo.

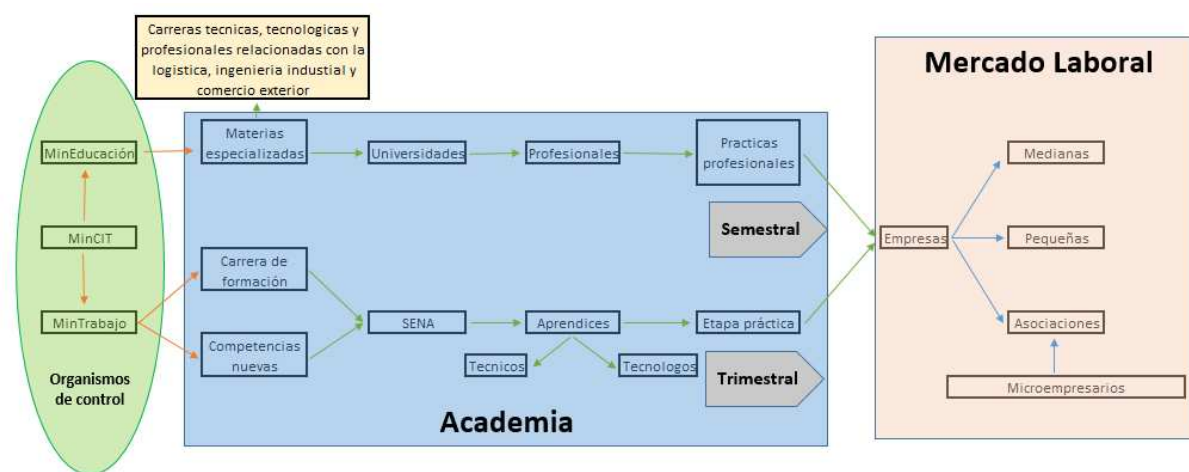


Gráfico 15: Proceso practicas estudiantiles especializadas. Elaboración propia.

Es así como los empresarios, sin incurrir en gastos adicionales, tienen la ventaja de ser orientados y asesorados al momento de internacionalizarse, mediante el programa, desde el interior

de la empresa. De esta manera, se busca seguir el lineamiento de reducción de costos relacionándolo con el de atención especializada, además de generar confianza en procesos nuevos gracias al conocimiento, en caso de no haberlo, de exportar fácil como método clave para internacionalizar la empresa.

Sin embargo, es necesario que para facilitar muchos de los procesos de difusión planteados anteriormente los empresarios se organicen y constituyan asociaciones según la actividad económica, sin necesidad de gran nivel de integración o, si se realiza un mayor nivel de integración, es conveniente la estructuración y formación de clústeres, así es como lo demuestra también Urrea Viviana y Abello William en su análisis de la internacionalización de las pymes en Colombia, donde explican por qué los clústeres son una fuerte alternativa de desarrollo que permite la adopción y desarrollo de innovaciones tecnológicas y organizativas con el fin de aprovechar al máximo las economías externas. (Urrea & Abello, 2011).

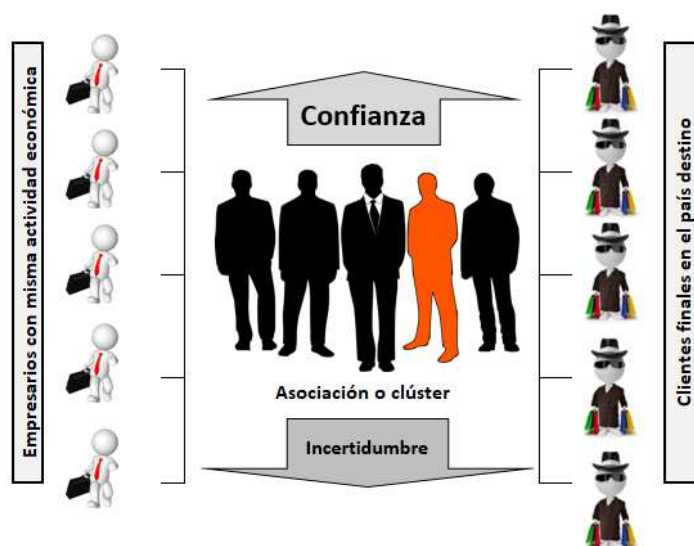


Gráfico 14. Modelo de asociación de pyme para su internacionalización. Elaboración propia.

Para concluir se establece, desde el marco de la IIRSA, una serie de estrategias para adherir nuevas pyme alrededor de América Latina. Estas estrategias son recogidas y adaptadas al entorno nacional de cada uno de los países suscritos, sin embargo cada uno de los países posee estrategias diferenciales que otorgan una ventaja competitiva nacional. Sin embargo, para el municipio de Soacha, se carece de un puente claro y directo entre las mipymes del municipio y el programa, siendo el único nexo el dado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo por medio de su

página web; Además de las menciones realizadas por los demás entes asociados al programa en sus respectivas páginas oficiales.

Es así como las unidades productivas del municipio de Soacha no están participando, a pesar de su potencial previamente mencionado, y no se logra evidenciar interés en participar en la internacionalización de sus compañías. La falta de información, el temor al compromiso de sus activos en la internacionalización, la falta de una fuerte estructura organizacional, carecer de soporte profesional y asesoría especializada, y la reunión de otras variables, hacen la mayoría de las mipymes del municipio no estén utilizando el programa. Pero desde el otro lado del problema, el MINCIT y 4-72, lo mayores responsables de la difusión del programa, no agilizan procesos establecidos en la ley y no han promovido nuevas estrategias de acercamiento de nuevas mipymes al programa.

De esta manera se determina una serie de estrategias que sirvan como puente entre las unidades productivas del municipio y exporta fácil. La primera corresponde a campañas publicitarias planeadas por los ministerios involucrados en el programa y 4-72, y liderada por la alcaldía municipal que se encargue de llegar a la mayor cantidad de empresarios para mostrarles sobre el programa e invitarlos a la próxima feria empresarial. Así es como la segunda estrategia se trata sobre este tipo de ferias que reúnan potenciales clientes con los empresarios del municipio, independiente de que sea fuera del país o en Soacha.

Una vez se tenga contacto internacional, y para evitar incurrir en costos de asesoría profesional externa a la compañía, la contratación directa de profesionales y aprendices en sus etapas prácticas es muy importante para la adhesión al programa. Siendo re-concebido el programa universitario añadiendo una materia que sea dirigida netamente a exporta fácil. Además, el SENA proponiendo nuevos programas de formación que posean las suficientes competencias para idear estrategias dentro de la empresa para su internacionalización mediante el programa.

También, se precisa que las unidades productivas del municipio deberían asociarse o fomentar la estructuración de clústeres para resarcir muchas de las problemáticas que les impiden internacionalizarse, además de convertirse en una fuerte presencia empresarial a nivel nacional mientras facilita procesos de difusión de información mediante la organización de los diferentes empresarios del municipio.

Finalmente, se entiende que las problemáticas para que una mipyme tome la decisión de internacionalizarse, pueden ser resarcidas mediante la implementación de las estrategias previamente mencionadas puesto que en primera instancia, solucionan la falta de información que padecen las unidades productivas del municipio gracias a la difusión asertiva y veraz del programa por medio de organismos involucrados y el apoyo de la alcaldía municipal

Conclusiones

Se concluye que dentro del municipio de Soacha, de un universo de unidades productivas, el 0,2% son grandes empresas, el 0,5% son empresas medianas, el 1,9% son pequeñas empresas y el 96,4% son micro empresas. Así mismo, se determina que la principal actividad económica de estas empresas corresponde a unos 42% comerciales, 34% de servicio, 16% dedicados a la manufactura industrial, y el restante se reparte en los demás sectores económicos del municipio. Finalmente, se encuentran subsectores como alimentos y bebidas, textiles, confecciones y muebles, correspondientes al sector de manufactura; y fabricación de plásticos, químicos, metálicos y maquinaria, correspondientes al sector industrial.

Se analiza una estructura conformada por un marco legal desde la IIRSA, con el fin de promover las exportaciones de las mipymes mediante un modelo de exportación simplificada, el cual es adoptado por Colombia en el 2009 mediante el CONPES 3628 el cual determina una serie de estrategias para involucrar más mipymes al programa: amplia red nacional en la mayoría de los municipios del país, asesorías personalizadas y especializadas, licencias de crédito para pago consolidado de fletes, conferencias públicas, beneficios tributarios y capacitación virtual. Cabe resaltar que el municipio de Soacha se hace presente en las exportaciones, mediante el programa, en el año 2015 y exportando por encima de ciudades importantes como Pereira y Manizales.

Se identificó una serie de problemáticas que poseen las unidades productivas de Soacha que les impiden internacionalizarse por exporta fácil, como el desconocimiento del programa, la falta de herramientas electrónicas para informarse, el miedo por arriesgar los activos de la empresa, la individualidad como unidad productiva, falta de apoyo nacional y un déficit en la estructura organizacional. Para ello es necesario generar una serie de procesos y estrategias que resarzan dichos inconvenientes y le proporcionen a las empresas del municipio la confianza que necesitan para dar el paso al mercado internacional. Para ello se determina una serie de estrategias que sirvan

como puente entre las unidades productivas y las estrategias del programa: Campañas publicitarias de difusión, ferias empresariales y prácticas estudiantiles especializadas.

Se define entonces, como estrategias para que las unidades productivas del municipio de Soacha se internacionalicen con el programa de exporta fácil, las de campañas publicitarias, ferias empresariales y prácticas profesionales especializadas. Siendo la primera, la encargada de solucionar los problemas de difusión y desconocimiento del programa, llegando a la mayor cantidad de unidades productivas del municipio mediante el compromiso de los organismos encargados, quienes con la aprobación de la alcaldía municipal y el apoyo de brigadas especializadas lleguen a los empresarios y asociaciones a tomar datos, dar información e invitar a las ferias empresariales. Estas a su vez son patrocinadas por la alcaldía municipal y organizadas por los diferentes organismos encargados; mientras tanto se fomentará el espacio donde los clientes extranjeros puedan ver la muestra empresarial del municipio y se logren realizar nuevas alianzas estratégicas internacionales. Finalmente las empresas, bajo el beneficio de ahorro de dinero propuesto por el programa, pueden adquirir conocimiento del programa desde su misma empresa mediante la contratación de estudiantes y aprendices de educación superior, quienes previamente han sido capacitados en el programa por medio de sus cátedras académicas y se encuentran en la capacidad de asesorar técnicamente a una compañía para internacionalizarse mediante el programa.

Recomendaciones

- Para el adecuado funcionamiento de estas estrategias es necesario el apoyo de los organismos involucrados, y previamente mencionados en el CONPES 3628 de 2009, para el financiamiento de la adopción de dichas estrategias
- Para la facilitación de la aplicación de las estrategias es necesario la apropiación de parte de la alcaldía municipal de Soacha para brindar los recursos y las herramientas necesarias en pro del aumento de unidades productivas internacionalizadas de Soacha
- Para afrontar el cambio de una mejor manera y facilitar muchos de los procesos, previamente mencionados, es necesario la conformación de asociaciones y clústeres de los diferentes sectores de la economía del municipio y con los diferentes empresarios interesados en la participación
- Para una estandarización nacional, es necesario que el Ministerio de Educación dictamine la competencia de “internacionalización de mipymes” dentro de los planes de estudio de las carreras técnicas, tecnológicas y profesionales de los diferentes centros de educación superior, como herramienta de capacitación de la comunidad estudiantil relacionada con el comercio internacional.
- Para capacitar la fuerza laboral del país, es necesario que el Servicio Nacional de Aprendizaje realice un estudio de mercado laboral para verificar la falencia de esta competencia, y así fomentar la creación de, bien sea un curso corto o, una carrera técnica o tecnológica enfocada a la internacionalización de mipymes. En su defecto, la adición de una competencia enfocada netamente al tema y guiada por un funcionario directo del ministerio o de 4-72.

Tabla de referencias

- 472 . (26 de Abril de 2017). *mincit*. Obtenido de mincit:
http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=81069&name=Exportafacil_Mincit.pdf&prefijo=file
- 4-72 Exporta fácil Courier. (2016). 4-72. Obtenido de 4-72: https://www.4-72.com.co/sites/default/files/ImagenLinkAdjunto/Cobertura_y_tiempos_de_entrega.pdf
- 4-72 Exporta fácil EMS. (2016). 4-72. Obtenido de 4-72: https://www.4-72.com.co/sites/default/files/ImagenLinkAdjunto/Cobertura_y_Tiempos_de_entrega_0.pdf
- 4-72. (2017). MINCIT. Obtenido de MINCIT:
http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=81069&name=Exportafacil_Mincit.pdf&prefijo=file
- 4-72. (2018). 4-72. Obtenido de 4-72: https://www.4-72.com.co/sites/default/files/ImagenLinkAdjunto/Tarifas_Exportafacil%20EMS.jpg
- 4-72. (S.F.). 4-72. Obtenido de 4-72: <http://www.4-72.com.co/node/700>
- Alderete, M. V. (2015). Redes de pymes: una visión desde las teorías de club y de equipo. *Revista de Economía Institucional*, 317-348.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2018). Estimaciones de las tendencias comerciales de America Latina y el Caribe Edicion 2018. BID.
- Banco mundial. (20 de Junio de 2016). *Banco mundial*. Obtenido de Banco mundial:
<http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>
- Begoña, M. (S.F.). Técnicas y métodos en Investigación cualitativa. España.
- Bogota, A. M. (12 de febrero de 2018). Habitat. Obtenido de <http://www.bogota.gov.co/temas-de-ciudad/habitat/nuevo-esquema-de-aseo-en-bogota-tendra-estos-beneficios>
- Botero, J. F., Alvarez, F., & Gonzalez, M. A. (2012). Modelos de internacionalización para las pymes colombianas. *AD-minister*, 64-87.
- Bustamante, M. A., Pino, J. P., & Torres, F. A. (2015). Participación en ferias internacionales guía práctica. Medellín, Antioquia, Colombia.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2010). Plan de competitividad para la provincia de Soacha. Bogotá: Cámara de Comercio de bogotá.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2010). *Plan de competitividad para la provincia de Soacha y bogotá*

- Cámara de comercio de Bogotá. (2010). *Resultados censo empresarial Municipio de Soacha*. Bogotá.
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramirez, C. A. (2007). *Teorías de internacionalización*. Bogotá: Dialnet.
- CCB. (2016). Caracterización económica empresarial Soacha. *Empresario*, 27.
- Confecamaras. (2017). *En 2016 aumentó 15,8% la creación de empresas en Colombia*. Bogotá.
- CONFECAMARAS. (24 de Enero de 2017). *Confecámaras red de camaras de comercio*. Obtenido de Confecámaras red de camaras de comercio:
<http://www.confecamaras.org.co/noticias/509-en-2016-aumento-15-8-la-creacion-de-empresas-en-colombia>
- CONPES. (14 de Diciembre de 2009). mipymes. Obtenido de mipymes:
http://www.mipymes.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=84219&name=CONPES_3628_2009.pdf&prefijo=file
- Correos de Brasil. (2017). Programa Portal Único do comércio Exterior. Brasilia.
- Correos de Brasil. (S.F.). Correios. Obtenido de Correios:
<https://www.correios.com.br/encomendas-logistica/remessa/exportacao>
- Correos del Ecuador. (Mayo de 2018). Correosdeecuador. Obtenido de Correosdeecuador:
<https://www.correosdeecuador.gob.ec/imbabura-dicto-charlas-sobre-exporta-facil/>
- Correos del Ecuador. (S.F.). Exportafacil. Obtenido de Exportafacil:
<http://www.exportafacil.gob.ec/>
- COSIPLAN. (2009). *UNASUR*. Obtenido de UNASUR:
<http://www.iirsa.org/Document/Detail?id=2641>
- DANE. (2018). serie historica 1970 - 2018. Bogotá.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2015). *DANE información estratégica*. Obtenido de DANE información estratégica:
<http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2015). *Encuesta micronegocios 2015*. Bogotá.
- El servicio de envíos de Colombia. (2018). 4-72. Obtenido de 4-72: <https://www.4-72.com.co/sites/default/files/ImagenLinkAdjunto/TarifasExportaFacilCourier.jpg>
- Escandon, D. M., & Hurtado, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales* .
- Escandon, D. M., & Hurtado, A. (2016). EL USO DE LAS TICs EN LAS PYMES EXPORTADORAS. *Dimensión Empresarial* (15), 183-205.

- Exporta fácil Ecuador. (S.F.). IIRSA. Obtenido de IIRSA:
http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/exfa_ecuador_presentacion_exportafacil.pdf
- Exporta fácil Uruguay. (2017). Exporta fácil. Obtenido de Exporta fácil:
<http://www.exportafacil.com.uy/wp-content/uploads/2015/04/informacion-sobre-exportafacil-2015.pdf>
- Gomez, E. J., & Gonzalez, G. (2011). Proceso de internacionalización de empresas del área metropolitana de Bucaramanga. *Lebret*, 58-81.
- ICER. (2011). Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento de Bogotá - Cundinamarca. Bogotá: DANE.
- IIRSA. (2010). IIRSA. Obtenido de IIRSA: <http://www.iirsa.org/Page/PageDetail?Id=77>
- International Trade Center. (2016). *Trade map*. Obtenido de Trade map:
http://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|170|||TOTAL||2|1|1|2|1|1|1|1
- International trade centre. (2016). *Trade map*. Obtenido de Trade map:
http://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|170|||TOTAL||2|1|1|2|1|1|1|1
- Investexport. (S.F.). Investesport. Obtenido de Investexport:
<http://www.investexportbrasil.gov.br/exporta-f%C3%A1cil-ect>
- Leiva, J. C. (2013). INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EN COSTA RICA. *Integración & Comercio*.
- Lengerke, A. J., & Najera, V. (2009). ¿Qué factores limitan las exportaciones de las pyme? Universidad Tecnológica de Bolívar, 52.
- Leon, V. A. (Noviembre de 2012). aplicaciones-mincit. Obtenido de aplicaciones-mincit:
<http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/colombiaprospera/wp-content/uploads/2012/11/Presentacion-Exportaf%C3%A1cil.pdf>
- Mariano, J. (2015). Calameo. Obtenido de Calameo:
<https://es.calameo.com/read/00480324846dfa1544dc4>
- Martinez, P. C. (2007). Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso del desarrollo exportador de las Pymes. Un estudio de caso. *Pensamiento & Gestión*, 1-57.
- Melendez, M. (2013). Internacionalización de las pymes en Colombia. *Integración y comercio* (37).
- MINCIT. (1995). MINCIT. Obtenido de MINCIT: https://www.mintic.gov.co/portal/604/articulos-3578_documento.pdf

- MINCIT. (2017). MINCIT. Obtenido de MINCIT:
http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=81068&name=Exportafacil_2017.pdf&prefijo=file
- MINCIT. (2018). MINCIT. Obtenido de MINCIT:
http://www.mincit.gov.co/publicaciones/37806/presentaciones_miercoles_de_capacitacion_2017
- MINCIT. (21 de 06 de 2018). MINCIT. Obtenido de MINCIT:
<http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2010/ExportaFacil>
- MINCIT. (30 de Marzo de 2017). Secretariassenado. Obtenido de Secretariassenado:
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2685_1999.html
- MINCIT. (8 de Octubre de 2017). MINCIT. Obtenido de MINCIT:
http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=71983&name=PRESENTACION_EXPORTA_FACIL_8_DE_OCTUBRE.pdf&prefijo=file
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Reporte de mipymes No. 3*. Bogotá.
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (Abril de 2016). *mincit*. Obtenido de mincit:
http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=81068&name=Exportafacil_2017.pdf&prefijo=file
- Ministerio de Industrias y Productividad. (S.F.). Industrias. Obtenido de industrias:
<https://www.industrias.gob.ec/exporta-facil/>
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (Noviembre de 2011). *Exportação Passo a Passo [Exportación Paso a Paso]*. Brasilia.
- MINTIC. (29 de Julio de 2019). MINTIC. Obtenido de MINTIC:
<https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3707.html>
- Mipymes. (2018). Informe estadístico *Exporta fácil marzo 2018*. Bogotá: Mipymes.
- Oficina de estudios económicos. (2018). *Perfiles Económicos Departamentales*. Bogotá.
- PIMEX. (16 de Diciembre de 2011). *PIMEX portal de negocios*. Obtenido de PIMEX portal de negocios: <https://pymex.pe/exportaciones-peruanas/aprenda-a-exportar/las-dificultades-que-enfrentan-las-pymes-para-exportar>
- Portafolio. (16 de Julio de 2010). *Proyecto exportafácil es una realidad*. Portafolio.
- PROCOLOMBIA. (4 de Septiembre de 2014). *colombia trade*. Obtenido de colombia trade:
<http://www.colombiatrader.com.co/node/27330>
- Psicol.unam. (S.F.). Psicol.unam. Obtenido de Psicol.unam.
- Ramoni, J., & Orlandoni, G. (4 de Febrero de 2017). ¿evolucionan las exportaciones colombianas hacia un mercado más volátil?: un análisis del periodo 1974-2014. *Revista facultad de ciencias económicas*, 22-40.

- Renteria, C. (12 de Marzo de 2008). Pronto operará Exportafácil en Colombia. Dinero.
- Rodriguez, M. A., Ruiz, C., & Martín, E. (2017). Las empresas born global: un enfoque de capacidades dinámicas. *Internacional Pyme* (1).
- Rodriguez, M. A., Ruiz, C., & Martín, E. (2017). Las empresas born global: un enfoque de capacidades dinámicas. *Internacional Pyme* (1).
- Secretaria de planeación. (2018). Plan de ordenamiento territorial. Soacha: Alcaldía de Soacha.
- SERPOST. (2013). Plan estrategico de SERPOST 2013-2017. Lima: SERPOST. Obtenido de clientes.serpost.
- SERPOST. (2013). SERPOST. Obtenido de SERPOST:
<http://www.serpost.com.pe/beneficiosExporta.html>
- Servicio de envíos de Colombia. (10 de Agosto de 2016). 4- 72. Obtenido de 4- 72:
<http://www.4-72.com.co/content/giros-4-72-m%C3%A1s-de-13-mil-puntos-al-servicio-de-los-colombianos>
- Tabares, S., Anzo, E., & Estrada, L. M. (2014). La cooperación internacional en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas de Medellín: un estudio de caso comparado. *Estudios Gerenciales*.
- Urrea, V., & Abello, W. (2011). Análisis sobre la internacionalización de las pymes de Colombia. Intellectum.
- Valencia, C. (2016). pegasus.javeriana. Obtenido de pegasus.javeriana:
<http://pegasus.javeriana.edu.co/~CIS1610EM02/>
- Vargas, J. M. (19 de Diciembre de 2017). Las regiones con más dinamismo en comercio exterior. Portafolio.