

**Lineamientos para el fomento de la exportación de Pymes manufactureras en
Colombia.**

Estudio de caso a partir de la experiencia chilena

Yennifer Yorley Clavijo Vila

Sandra Dorado Salinas

Tutor

Diana Granados Dueñas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad de ciencias Empresariales

Especialización en Finanzas

2020, Mayo

Contenido

LISTA DE TABLAS.....	I
LISTA DE FIGURAS	I
Resumen.....	II
Abstract.....	II
INTRODUCCIÓN	5
1. MARCO REFERENCIAL	7
1.1 Marco Conceptual.	7
1.1.1. Industria Manufacturera	7
1.1.2. PYME.....	7
1.1.4. Exportaciones	8
1.2 Marco Normativo	9
2. JUSTIFICACION.....	11
3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	13
3.1 Antecedentes.	13
3.2 Formulación.	14
3.3 Descripción.	14
4. OBJETIVOS	17
4.1 Objetivo general.	17
4.2 Objetivos específicos.....	17
5. METODOLOGIA	18
5.1 Tipo de investigación	18
5.2 Enfoque.	18
5.3 Diseño	18
6. RESULTADOS.....	19
6.1 Factores que inciden en el desempeño exportador de las Pymes manufactureras	21
6.1.1. Análisis de datos recolectados.	22
6.2 Lineamientos de fomento a la exportación en Pymes Manufactureras	25
6.2.1. Aumento de la vocación exportadora, para contar con un producto de calidad.	25
6.2.2. Aumento del nivel tecnológico e innovación.	25
6.2.3. Financiamiento.	26
6.2.4. Proceso logístico de exportación.	26
6.2.5. Alianzas Internacionales.....	27

6.2.6. Conformación de comités de exportación.....	27
6.2.7. Buscar la acreditación.....	27
6.2.8. Formación a Empresarios.	28
CONCLUSIONES	29
REFERENCIAS.....	30

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Razones por las cuales las Pymes no exportan.....	20
Tabla 2. Comparativo de Variables Económicas de Colombia y Chile	22
Tabla 3. Comparativo de indicadores económicos	22
Tabla 4. Diferencias entre Colombia y Chile en materia de exportación.....	23

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Participación de las Pymes manufactureras en Colombia.....	19
Figura 2. Distribución del valor de la producción total del sector manufactura	19

Resumen

Las pymes manufactureras tienen una escasa participación en las exportaciones de Colombia, situación que no sucede en Chile, a pesar de que las dos economías son muy parecidas. Por medio de una investigación de tipo descriptivo, se analizan los factores y buenas prácticas chilenas, que identifican una serie de lineamientos importantes para desarrollar en Colombia, con el fin de aumentar la vocación exportadora y competitividad de las pymes manufactureras

Palabras clave: Exportaciones, pymes, internacionalización, economía, competitividad, innovación.

Abstract

The manufacturing small and medium-sized enterprises (SMEs) have a very low turnout at Colombian exports. This situation is different in Chile, despite of both economies are comparable. Through a descriptive research, factors and good practices are analyzed, with a view to identify important guidelines and developing them in Colombia, in order to increase manufacturing small and medium-sized enterprises' exporter vocation and competitiveness.

Keywords: Exports, manufacturing small and medium-sized enterprises (SMEs), economy, competitiveness, innovation.

INTRODUCCIÓN

En un nivel macroeconómico la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país; es una fuente de demanda para la producción doméstica de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los agentes económicos participantes en particular. (Secretaría de Economía, S.F, p. 1)

“En Colombia existen alrededor de 2.6 millones de microempresas, pequeñas y medianas compañías, lo que representa el 92% del total de las firmas con presencia en el país” (PROCOLOMBIA, 2019, párr.2) , éstas generan cerca del 70% del empleo nacional, sin embargo, tan sólo el 14% de ellas han exportado sus productos y servicios a pesar de que luchan día a día por ser más competitivas en el mercado. Aun así, las Pymes en Colombia generan el 28% del Producto Interno Bruto según datos de la Organización Internacional del Trabajo –OIT- 2015 obtenidos a través del Ministerio de Trabajo, lo que da cuenta de su fundamental papel y del potencial que tienen para el desarrollo y el crecimiento del país.

Es por esa razón, que la expansión de las Pymes colombianas a mercados internacionales ha sido un objetivo claro para el país con el fin de hacer frente a la competencia en medio de la actual globalización de mercados, sin embargo, los resultados aún son incipientes.

En el presente documento se realizará un análisis enfocado en el sector de las Pymes manufactureras teniendo en cuenta los datos de la Encuesta Anual Manufacturera - de ahora en adelante EAM - para 2015, donde se evidencia la alta participación de las Pymes en la economía; y por otro lado las estadísticas, informes e investigaciones realizadas en materia exportadora para

responder a la pregunta de por qué las Pymes colombianas no se lanzan al mercado internacional y de qué forma se puede fomentar su participación.

En el análisis a realizar y con el objetivo de encontrar las razones de la baja participación de exportación, aparte de la identificada por el Concejo Privado de Competitividad (2017) en materia de mejora de la productividad para la disminución de costos, se busca encontrar falencias en los trámites, información e incentivos que promuevan esta práctica, entre otros factores. Esta investigación se realizará a partir de un análisis comparativo frente a las exportaciones que realiza Chile teniendo en cuenta que es el país que ocupa el puesto número Uno del ranking global de países de América Latina competitivos según el Índice General de Competitividad conocida por su sigla IGC (Consejo Privado de competitividad , 2018), y que se encuentra entre los países con mayor volumen de exportación en Sur América de acuerdo a la publicación del Foro Económico Mundial donde según cifras del 2017, el primer lugar en la región lo ocupa Brasil, con US\$ 218 mil millones en exportaciones , el segundo lugar lo ocupa **Chile** con US\$ 68 mil millones, mientras que Colombia se encuentra en el quinto lugar con US\$ 38 mil millones. (La República Perú, 2018)

En el análisis comparativo con Chile se busca identificar posibles alternativas que mejoren las condiciones, procedimientos y participaciones de las Pymes colombianas atendiendo las condiciones del contexto económico del país, finalmente con esta comparación se propondrán lineamientos que sirvan para su implementación en Colombia para que un mayor número de Pymes manufactureras participen en el mercado internacional.

1. MARCO REFERENCIAL

En el presente apartado se desarrollará el marco conceptual y el marco normativo relevantes para el análisis del objeto de estudio.

1.1 Marco Conceptual.

A continuación, se hace referencia a los conceptos más relevantes a tener en cuenta durante la investigación:

1.1.1. Industria Manufacturera

Se denomina como industria manufacturera a aquella industria que se dedica exclusivamente a la transformación de diferentes materias primas en productos y bienes terminados y listos para ser consumidos o bien para ser distribuidos por quienes los acercarán a los consumidores finales. (Uchua, 2014, párr. 1)

1.1.2. PYME

La palabra PYME es el acrónimo de “Pequeña y Mediana Empresa”. Según Bancoldex, en Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), conocida como la Ley Mipyme. De acuerdo con el último decreto publicado 957 de 5 de junio de 2019, la definición de Pyme está dada por una o varios de los siguientes criterios: número de trabajadores totales, valor de ventas brutas anuales y el valor de los activos totales.

Según Confecámaras, en Colombia, en 2016 se crearon 299.632 unidades productivas en el país: 76.794 sociedades y 222.838 personas naturales. La constitución de sociedades aumentó 21,7% y las matrículas de personas naturales incrementaron 14% con respecto a 2015, lo cual es

favorable, sin embargo, frente a este concepto se hace hincapié en que “lo importante es que estas empresas se consoliden y se mantengan en el mercado; más que la creación de empresa, lo más importante es la continuidad de las mismas en el mercado.” (Confecamaras, 2016)

En Chile; una Pyme es una abreviación de “**Pequeña y Mediana Empresa**” y de acuerdo a la definición proporcionada por el Ministerio de Economía, estas tienen ventas entre 2.400 UF (Unidades de Fomento) y 100.000 UF al año, es decir el promedio mensual de ventas de una Pyme oscila entre \$4.400.000 CLP y \$183.000.000 CLP (con un valor estimado de la UF de \$22.000). (Emprende Cl, s.f). Teniendo en cuenta que el estimado de UF corresponde al año 2011, el promedio mensual de ventas en dólares oscila entre los 8.437,85 dólares y 384.184,67 dólares.

1.1.3. Economía internacional – Comercio Internacional

” La economía internacional aborda la interdependencia entre las naciones. Analiza el flujo de bienes, servicios y pagos entre una nación y el resto del mundo” (Aquino Córdoba, 2012, p. 20), en este sentido, el comercio internacional es el intercambio de bienes y servicios a través de las fronteras nacionales con el resto del mundo, muy importante en el crecimiento económico global.

1.1.4. Exportaciones

“Son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización.” (Montes de Oca, 2019, párr. 1)

Es muy importante tener claras las razones por las cuales se inicia un proceso de exportación, entre ellas, es posible encontrar las siguientes: diversificar mercados y no depender exclusivamente de la economía local, adquirir experiencia y alianzas con empresas extranjeras,

entre otras, que permiten emprender el camino hacia la internacionalización. (PROCOLOMBIA, 2019, párr. 5)

El papel de las exportaciones en la producción de un país es esencial pues aumenta la demanda agregada del país, “si el valor de las exportaciones aumenta, la demanda agregada que conceptualmente es análoga al producto interior bruto (PIB) crecerá” (Montes de Oca, 2019, párr. 8). y eso impacta directamente la balanza de pagos; lo que indica que están entrando más recursos al país a través de las ganancias de las exportaciones y la economía tiene mayores recursos para realizar sus actividades.

1.2 Marco Normativo

A continuación, se relaciona el marco normativo y regulatorio relacionado con las Pymes y la actividad exportadora en general que rigen en la actualidad en Colombia:

Ley 590 del 10 de Julio de 2000. Promueve el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y la capacidad empresarial.

Ley 7 de 1991 en Colombia. Por la que se regula el comercio exterior del país y a través de ella se crea el Ministerio de Comercio Exterior y el Banco de Comercio Exterior, entre otras entidades. Además, se confieren autorizaciones y otras disposiciones con base en las cuales el año siguiente se crea PROCOLOMBIA.

Decreto 957 del 5 de junio de 2019. Por el cual se redefinen los criterios que se deben tener en consideración para la clasificación de empresas.

Decreto 1165 de 02 de Julio de 2019, por el cual se dictan disposiciones relativas al régimen de aduanas en desarrollo de la ley 1609 de 2013.

Adicionalmente, y tomando en consideración que se realizará un análisis comparativo con el caso chileno, se tienen en cuenta, las siguientes leyes y decretos que rigen actualmente:

Ley 20.416, en Chile. Por la que se fijan las normas especiales para las empresas de menor tamaño; cuyo objeto es facilitar su desenvolvimiento mediante la adecuación y creación de normas regulatorias que rijan su iniciación, funcionamiento y término, en atención a su tamaño y grado de desarrollo.

Decreto 471 de 1989, en Chile. Por la que se fija la ley sobre comercio de exportación y de importación y de operaciones de cambios internacionales, y se establece que las facultades que la Constitución y las leyes otorgan al Presidente de la República para formular la política general en relación con el comercio de exportación y de importación y con las operaciones de cambios internacionales, serán ejercidas por intermedio del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

Decreto Ley núm. 740, en Chile, publicado el 13 de noviembre de 1974. Por el cual se crea el Instituto de Promoción de Exportaciones de Chile (PROCHILE).

2. JUSTIFICACION

La presente investigación se enfocará en estudiar cuales son las causas por las que las Pymes manufactureras en Colombia tienen una baja participación exportadora, a pesar de que el Gobierno Nacional ha desarrollado programas, proyectos, y alivios tributarios para que las Pymes se desarrollen y puedan participar en el mercado internacional.

Muestra de esta baja participación se evidencia en que del 100% de las Pymes en Colombia, solo el 0.8% ha generado actividades de exportación, de acuerdo con el Registro Único Empresarial (abril 2018) y el 82% de las Pymes no exportan directa o indirectamente (ANIF 2018), al respecto La Gran Encuesta Pyme (2019) menciona que algunas de las razones de este fenómeno son el desinterés por exportar y la poca confianza que se tiene en el producto que se está creando, en especial cuando se piensa en atender mercados internacionales, pues las Pymes se han enfocado en atender el mercado local, por lo que en su mayoría no han considerado un plan de internacionalización para su negocio.

Por otro lado y de acuerdo con un ensayo de la revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada en el 2005 en Colombia se han presentado fenómenos históricos y meso económicos determinantes de la competitividad e innovación de las Pymes, tales como la estrechez del mercado accionario, sumado a la idea de pérdida de control de las organizaciones lo que ha dado lugar a un modelo de empresa, especialmente en materia de Pymes, que no ha constituido un escenario propicio para la innovación e inversión en nuevas tecnologías hasta hoy, incidiendo directamente sobre la capacidad y disposición de exportación de las organizaciones.

Sin embargo, frente a este tema se hace importante evidenciar que si existen casos de éxito en el crecimiento de la actividad exportadora, este es el caso de Chile, país con el que se establecerá una relación comparativa considerando que según el Banco Interamericano de Desarrollo (2008) el tamaño del PIB de Colombia y Chile fueron similares, pero en Chile se ha mostrado una mayor propensión a exportar, en especial a destinos sin preferencias (más del 90%), representando esto un 55,7% de su PIB para 2017, lo que se ha venido fortaleciendo a través de la firma de varios acuerdos de libre comercio con economías importantes como la Unión Europea, Estados Unidos, China y Reino Unido.

De acuerdo con Pro Chile, hoy en día existen un total de 1.014.482 empresas de las cuales 8.195 son exportadoras, y 5.107 se dedican al sector industrial. En contraste, existen 206.773 Pymes, de las cuales 3.674 son exportadoras, y el 58% de estas, son Pymes manufactureras, es decir un aproximado de 2.130.

Por lo anterior se hace necesario el análisis comparativo con el fin de establecer si las debilidades que tienen las Pymes colombianas tienen que ver con variables como nivel tecnológico, redes de apoyo, alianzas internacionales, distancias, experiencia o políticas gubernamentales, y de esta manera entender el porqué de la baja actividad exportadora a pesar de la evidencia registrada por ProColombia (2015-2017), en la que se identifica que las empresas medianas que exportan pueden tener 41% más en su volumen de ventas y las empresas pequeñas un 33%. De modo que la relevancia de esta investigación está dada considerando los importantes beneficios a los que las Pymes Colombianas podrían acceder y por otro lado, su importante participación dentro de la economía nacional; para lo cual se busca identificar las estrategias chilenas que han sido más efectivas y analizar la posibilidad de implementarlas o adaptarlas a la realidad actual colombiana para su beneficio.

3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

3.1 Antecedentes.

Las Pymes fueron legalmente reconocidas en Colombia en el año 2000, a partir de ese momento se han generado una serie de investigaciones y estudios para entender los retos a los que se enfrentan este tipo de organizaciones desde los ámbitos económico, político y cultural para así establecer acciones que permitan impulsar y aumentar su competitividad promoviendo a su vez estrategias de Internacionalización.

Sin embargo, aunque en el país se observa un gran ambiente y actitud empresarial (cuarto puesto a nivel mundial en actitud positiva hacia el emprendimiento según la Universidad de Múnich, AGER 2014), solamente el 50% de las Pymes colombianas sobreviven el primer año de operación y sólo el 20% al tercero. Este estudio permitió entrever que la prioridad de las Pymes gira en torno a esa supervivencia enfocada al mercado local, sin desarrollar otros factores como la innovación o la internacionalización, eso se evidencia de acuerdo con cifras de la Dian y la Superintendencia de Sociedades, donde entre el año 2000 y 2009 solo 25 de 1.500 empresas lograron mantenerse como exportadoras. “Las empresas medianas no son tan tímidas para entrar al mercado internacional, mientras que las pequeñas si lo son.” (Revista Dinero, 2015, párr. 7)

En esta misma vía y de acuerdo con el estudio de Milesi (2007) se identificó que en 2004, de un total de 9,262 empresas, 4.200 eran Pymes y de ellas solamente el 9% tenían participación en actividades de exportación con un monto promedio exportado de 200.000 dólares anuales. A su vez, en el Informe “Dinámicas de producción y comercio exterior de Pymes manufactureras” publicado por Colombia productiva (2015); se evidenció que sólo el 24% de las empresas

colombianas dedicadas a la producción de bienes de manufactura exportaron durante el año 2015, según datos de la EAN.

Finalmente, y considerando los resultados de la Gran Encuesta Pyme del primer semestre 2019, del total de la muestra de 1802 empresarios; el 30% de las Pymes se dedican al sector industrial pero cuentan con baja vocación exportadora, esto a pesar de que el Gobierno Nacional ofrece diferentes proyectos dedicados a brindar el apoyo necesario para la expansión en estos mercados por medio de BANCOLDEX, FOMIPYME, Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (COLCIENCIAS), EXPOPYME, Ministerio de hacienda y crédito, entre otros. Por lo tanto, se hace necesario reformular lineamientos para hacer más efectiva dicha gestión de apoyo a las Pymes.

3.2 Formulación.

¿Qué lineamientos se manejan en Chile que podrían ser implementados en el contexto colombiano con el fin de fomentar la actividad exportadora de las Pymes en el país?

3.3 Descripción.

Según datos del estudio de FEDESARROLLO, publicado en 2015; los seis sectores destacados como los más dinámicos y que componen la mayor parte de las exportaciones manufactureras colombianas, son la Fabricación de productos alimenticios, Textiles, Químicos industriales, Otros químicos, Metálicas básicas de hierro y acero, y Metálicas básicas de metales no ferrosos; en promedio, estos seis sectores representan el 64% del total de exportaciones industriales del país en los últimos 16 años (68% y 69% para los años 1998 y 2014 respectivamente). Aunque las participaciones han venido variando entre períodos, estos seis renglones industriales permanecen como los más importantes de la industria colombiana.

Paralelamente, hay algunos otros sectores que han venido ganando representatividad, como es el caso de los sectores Plásticos, Material de transporte y Maquinaria excluida eléctrica, mientras que los Textiles y Prendas de vestir vienen perdiendo participación dentro del total de exportaciones industriales. (FEDESARROLLO, 2012). Estas exportaciones tuvieron como destino principalmente países en Norte América, Europa y Japón (con un 36,32% de participación) mientras que el 39.34% fue enviado hacia los principales socios comerciales de Latinoamérica, sin embargo, estas cifras de exportaciones son aún muy bajas en proporción a la cantidad de Pymes en Colombia.

Por otro lado, en el país se ha identificado que a pesar de que existen Instituciones y programas gubernamentales de promoción del comercio exterior, estos son vistos como algo ajeno para las Pymes en razón a la baja cultura exportadora de las mismas dado su enfoque hacia los mercados locales; es por ello que se hace necesario identificar posibles oportunidades de mejoramiento a nivel internacional y desarrollar iniciativas transversales para promover la internacionalización de las Pymes de los sectores de manufactura, en especial considerando que ya algunas de ellas han sido exitosas en dicha gestión, según FEDESARROLLO pues han incursionado de forma progresiva para afianzar sus productos en el exterior, iniciando por la oferta en mercados similares, países fronterizos y socios comerciales con los que históricamente se ha mantenido relación, para “posteriormente, llegar a mercados un poco más lejanos donde los productos son más diferenciados, y finalmente, incursionar en los mercados de los países desarrollados, donde la diferenciación de los productos y el nivel de competencia son mucho mayores” (FEDESARROLLO, 2012, p. 17), aunque este tipo de procesos no se presentan en la mayoría de los casos.

Para el análisis de este problema, se aborda de manera comparativa el caso de Chile, ya que es un país muy similar a Colombia en sus ciclos económicos, y sin embargo en ese país “en los últimos 15 años sus exportaciones se han triplicado, pasando de US\$21.651 millones en 2003 a los US\$68.306 millones en el 2017”. (Prochile, 2018, p. 3), y aunque algunas de sus Pymes tampoco exportan, este fenómeno se relaciona más con que el 80,3 % de las Pymes no exportadoras no producen bienes y/o servicios exportables. El segundo motivo más prevalente es que el mercado nacional es más conveniente que el externo (13,5 %), y por último la tercera razón y la de menor peso porcentual (10,1 %) tiene que ver con la falta de conocimiento sobre los procesos y procedimientos para exportar; lo anterior, según los resultados de la Quinta Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE-5).

Esto permite entrever que a nivel financiero, político y cultural en dicho país ya se han realizado avances importantes para fomentar la exportación de las Pymes, razón por la que resulta relevante revisar qué tipo de medidas se han tomado y analizarlas a la luz del contexto colombiano.

Por lo anterior, se hace necesario profundizar en el tema de escasez de participación de las empresas manufactureras colombianas en las exportaciones reportadas en el país y buscar una solución que permita posicionar a Colombia como un país con altos índices de Exportación haciendo frente a las limitaciones y problemáticas identificadas en este apartado.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general.

Plantear lineamientos para el fomento de la exportación de Pymes manufactureras en Colombia.

4.2 Objetivos específicos

- Identificar el panorama actual que enfrentan las Pymes en Colombia, definiendo las barreras que se presentan para el fortalecimiento de la actividad exportadora.

- Analizar los factores y buenas prácticas Chilenas, con potencial de ser implementadas en Colombia en aras de aumentar la vocación exportadora de las Pymes en Colombia.

- Plantear lineamientos para abordar los factores que impiden que Colombia se desarrolle económica y socialmente a través del aumento de la participación de las Pymes en las exportaciones en el país.

5. METODOLOGIA

5.1 Tipo de investigación

Se realizará una investigación de tipo descriptivo en donde se identifican las diferentes características del problema, dando respuesta a preguntas como ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, entre otras, tras haber cumplido una fase exploratoria de identificación del problema principal.

5.2 Enfoque.

El presente trabajo tendrá un enfoque cualitativo, en el cuál se generarán análisis a partir de la consulta de fuentes de información secundaria haciendo uso de información hallada en artículos, libros, informes y sitios web especializados, de donde se obtendrán datos y cifras estadísticas como promedios, porcentajes y varianzas que permitirán determinar las principales causas de la escasa participación de las Pymes manufactureras en las exportaciones.

5.3 Diseño

El diseño de la investigación se llevará a cabo por medio de un estudio de caso donde se analizará el éxito de las Pymes exportadoras chilenas, lo que permitirá analizar y plantear lineamientos orientadores para las Pymes Colombianas en la búsqueda del fortalecimiento de sus actividades exportadoras acordes a su contexto económico y social.

6. RESULTADOS

En este apartado se analizan los datos que corresponden al sector exportador de las Pymes colombianas con el fin de conocer su situación ante los procesos de exportación, partiendo de la Figura 1. en la que se destaca el gran porcentaje de participación que tienen las Pymes manufactureras en Colombia, que comprenden un 66% de este sector. Lo que a su vez se ve soportado en la Figura 2. donde se evidencia su papel protagónico en el valor de la producción del país.

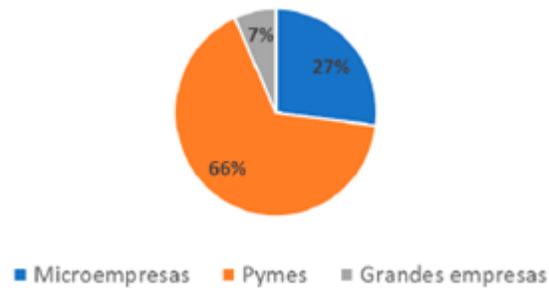
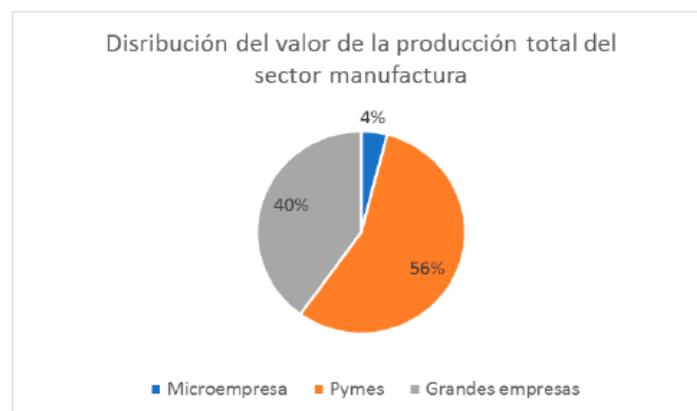


Figura 1. Participación de las Pymes manufactureras en Colombia

Fuente. Encuesta anual manufacturera 2015

Figura 2. Distribución del valor de la producción total del sector manufacturero



Fuente. Encuesta anual manufacturera 2015.

A pesar de su alta representatividad, en Colombia sigue existiendo un alto porcentaje de Pymes que no incursionan en el mercado internacional. De acuerdo con la Tabla 1. este fenómeno responde a varias razones, entre ellas, a la falta de interés por exportar (41%) y a considerar que su negocio no tiene productos exportables (32%). Más allá de este diagnóstico, se debe profundizar en el conocimiento que tengan las empresas sobre los procesos y beneficios de exportación como los beneficios económicos y el aumento del porcentaje de ventas así como el posicionamiento competitivo entre las demás Pymes de su actividad comercial; se entiende entonces que la falta de información, el desconocimiento, y el bajo desarrollo en materia de tecnología e innovación influyen en la percepción que tienen los empresarios frente a este aspecto.

Tabla 1. Razones por las cuales las Pymes no exportan

<u>Razones</u>	<u>% Pymes manufactura</u>
No está interesado en exportar	41%
Considera que su negocio no tiene aún Productos Exportables	32%
Está interesado en exportar pero no sabe cómo hacerlo	9%
Es muy riesgoso y costoso salir a los mercados internacionales	5%
No cuenta con información sobre potenciales mercados para sus productos	8%

Fuente: ACOPI, Gran Encuesta Pyme (2019).

El Gobierno nacional ha puesto a disposición de las Pymes varios recursos, información, entidades y apoyo para iniciar sus actividades de exportación pero deben fortalecerse procesos para que estos recursos se apliquen a todas las Pymes ya que en el ámbito de la tecnología; “Colombia está más rezagada que las pymes de México, Chile o Brasil, donde tienen un pensamiento mucho más proclive a la tecnología.” (REVISTA PORTAFOLIO, 2015, párr. 12),

en otras palabras, la falta de innovación, conocimiento y tecnología en Colombia retrasa el avance de la internacionalización de las pymes manufactureras (REVISTA DE LA CEPAL, 2007)

A este fenómeno se suman las dificultades en términos de costos, pues las empresas colombianas recalcan el tema de los costos que genera tener una empresa y más aún exportar, porque los incentivos para hacerlo no han sido favorables. Sin embargo, al respecto también se debe considerar que la solución podría estar precisamente en el fortalecimiento de las exportaciones, “Una apertura verdadera de la economía contribuiría a mejorar los incentivos para exportar, a reducir los costos y a aumentar la productividad en forma significativa.” (Collazos Gaitàn, y otros, 2019, p. 20).

6.1 Factores que inciden en el desempeño exportador de las Pymes manufactureras

El análisis comparado de las prácticas empresariales y características estructurales de las Pymes exportadoras de Colombia y Chile, realizado a partir de la información histórica recolectada muestra que se pueden distinguir dos situaciones (REVISTA DE LA CEPAL, 2007). Una asociada a necesidades estructurales internas de los agentes y prácticas empresariales que permitan a las Pymes enfrentarse a las restricciones de su contexto para iniciar su proceso de exportación y otra relacionada con factores de éxito implementados en cada país, tales como internacionalización de la economía, negociaciones y acuerdos regionales e internacionales, marcos tributarios, legales y regulatorios, expectativas macroeconómicas, y apoyos gubernamentales tanto informativos como financieros que estimulen las ventajas competitivas. En este sentido, las mejoras en la gestión deben darse en ambas esferas con miras a garantizar un mejor desempeño en las exportaciones.

6.1.1. Análisis de datos recolectados.

Colombia y Chile son países latinoamericanos que han mantenido un PIB similar a lo largo de los años, poseen un tamaño relativo y una propensión similar del porcentaje representativo de las Pymes en su economía, Sin embargo, Chile ha presentado ventajas competitivas en temas de exportaciones de las Pymes:

Tabla 2. Comparativo de Variables Económicas de Colombia y Chile

<u>Variable</u>	<u>Colombia</u>	<u>Chile</u>
PIB	USD 331.047	USD 298.231
Coefficiente de exportación	18%	34%
Índice de apertura	34%	56%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados del informe BID 2008.

La gran diferencia entre Colombia y Chile es el porcentaje de las exportaciones de las pymes, pues Colombia aporta solo el 14% y Chile el 44% (Tabla 3) a pesar de que Colombia cuenta con un porcentaje más representativo de Pymes en el país, sin embargo, se puede evidenciar que aunque en Chile hay un menor número, en ese país, el porcentaje de exportación es superior y por ende lo es su participación en el PIB.

Tabla 3. Comparativo de indicadores económicos

<u>Indicador</u>	<u>Colombia (2019)</u>	<u>Chile (2017)</u>
Generación de empleo Pymes	70%	38.7%
% Pyme país	92%	52,50%
% Exportación Pymes	14%	44,00%
% Aporte PIB de las Pymes	40%	55,70%

Fuente. Elaboración propia a partir de datos recolectados de Procolombia, La República 2019, Prochile, INE (ELE 5),

Chile se destaca adicionalmente en su nivel de competitividad y emprendimiento ubicándose en el puesto No. 1 (Tabla 4.) lo que se evidencia en que supera en casi el doble el valor de exportaciones a Colombia de 38 a 68 mil Millones de dólares, esta diferencia se relaciona con que Chile posee 12 tratados de libre comercio adicionales a los que maneja Colombia, a que las ventas externas son distribuidas a gran cantidad de países a los que diversifica sus exportaciones y amplios sectores manufactureros y a que presenta varias estrategias para mantener y mejorar su participación en el mercado internacional, se reconoce que sobresalen los esfuerzos orientados a capacitar personal técnico, a desarrollar proveedores locales y a obtener certificación de la Dirección de Alimentación y Fármacos (FDA) Estadounidense. (REVISTA DE LA CEPAL, 2007)

Tabla 4. Diferencias entre Colombia y Chile en materia de exportaciones

<u>Variables</u>	<u>Colombia</u>	<u>Chile</u>
Nivel de Competitividad (2019)	5	1
Puesto mundial de emprendimiento	4	1
Tratados de libre comercio (2019)	16	28
Tiempos promedio para que las exportaciones pasen aduanas (en días)(2017)	12.50	6.20
Valor de exportaciones (2017)	38 MIL MM US	68 MIL MM US
Sectores Manufactureros exportadores	Productos alimenticios, químicos, químicos industriales, otros químicos, metálicas (hierro y acero), metálicas básicas de metales no ferrosos, plásticos, material de transporte y maquinaria eléctrica, textiles y prendas de vestir	Alimentos procesados, vinos, celulosa, industria metálica básica, muebles de madera, productos metálicos, maquinaria y equipo, químicos y otros productos industriales.
Principales países a los que se exporta	Norte América, Europa, Japón y otros socios y acuerdos comerciales latino América	China, Estados Unidos, Unión Europea, Japón, Corea del Sur, India, Ecuador, Canadá, y otros acuerdos comerciales.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo Privado de Competitividad, Analdex, Fedesarrollo, Ministerio de Comercio de Colombia, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y Ministerio de Relaciones Exteriores Chile.

Colombia y Chile tienen como rasgo común los países donde poseen sus principales clientes para la exportación de sus productos siendo ellos Estados Unidos, Japón, y Europa, sin embargo, según la Tabla 4, se puede inferir que las pymes exportadoras en Chile operan con una cartera de clientes más diversificada, utilizan más canales de comercialización e implementan estrategias de mercadeo que requieren vínculos más estrechos con los clientes. “las empresas exitosas son reconocidas por mantener comunicación fluida y constante con los clientes externos” (REVISTA DE LA CEPAL, 2007, p. 36). Chile en su búsqueda de éxito mantiene mejores tiempos promedio para que las exportaciones pasen por aduana “en promedio 6,20 días” (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2019) mientras que en Colombia el proceso tarda 12,5 días (ANALDEX, 2019) a esto se suma que En Chile se da un mayor aprovechamiento del sistema del fomento en general que “incluye el fortalecimiento de instrumentos y mecanismos para la búsqueda de empleo, los programas de capacitación de recursos humanos y el apoyo a las microempresas y pequeñas empresas” (CEPAL, 2001, p. 156). promoviendo e incentivando la innovación tecnológica de las pymes en aras de enfrentarse a los mercados internacionales, facilitando y agilizando los trámites de exportación mediante programas como Exporta fácil, Exporta digital y Chile B2B, mientras que Colombia se carece de muchos recursos tecnológicos en las pequeñas empresas y se presentan otros factores como las pocas iniciativas de modernización a los sistemas de información, largos trámites de exportación y poca importancia al conocimiento e innovación tecnológica.

Teniendo en cuenta el anterior análisis se presenta a continuación la propuesta de lineamientos para el fomento de la exportación de las Pymes manufactureras que pueden servir como hoja de ruta a nivel institucional y empresarial para fortalecer las capacidades requeridas para su desarrollo y para incrementar la incursión en el mercado internacional.

6.2 Lineamientos de fomento a la exportación en Pymes Manufactureras

6.2.1. Aumento de la vocación exportadora, para contar con un producto de calidad.

El aumento de la vocación exportadora en las Pymes manufactureras en Colombia debe ser un trabajo mancomunado entre el Estado y los empresarios. Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo creó un programa llamado Colombia productiva en el año 2008, con el fin de apoyar a las empresas del país a través de convocatorias y programas que les permita aumentar la eficiencia en procesos productivos. Para que este tipo de estrategias gubernamentales sean efectivas, debe haber un cambio de mentalidad del empresario, que le permita establecer en primera instancia una cultura de productividad, que conlleve un plan estratégico a largo plazo en su compañía, donde contemple planes de acción y de control, encaminados a mejorar y aumentar su productividad y competitividad, con el fin de ampliar la cobertura del mercado nacional y acceder a mercados internacionales.

6.2.2. Aumento del nivel tecnológico e innovación.

Para que una Pyme manufacturera sea competitiva internacionalmente, debe tener una preparación para su transformación digital, que incluye la concientización de cómo la tecnología le puede agregar valor a su negocio al momento de digitalizar sus procesos financieros, operativos y comerciales. Sin duda, las Pymes manufactureras deben empezar a familiarizarse con el llamado eCommerce, para lo cual deben tener en cuenta la creación de una página web, seleccionar y habilitar medios de pagos, seleccionar y habilitar operadores logísticos y realizar campañas de marketing digital. En Colombia existe el programa SofisTICa (Transformación digital para la productividad). Por parte del Estado, sería interesante que existiera una plataforma como la denominada ChileB2B, donde se pudiera acercar la oferta de productos de exportación de Colombia para el mundo, y posibilite la comunicación segura y confidencial con los clientes,

sin tener en cuenta barreras idiomáticas, ya que debería contar con el servicio de traducción inmediata.

6.2.3. Financiamiento.

Las Pymes manufactureras en Colombia en su mayoría utilizan los tradicionales préstamos bancarios como fuente de financiación. Ya que dichos préstamos en muchas ocasiones son bastante onerosos, o de difícil acceso, y los empresarios son reacios a buscar inversionistas para evitar perder el control de sus compañías, se crea la necesidad de utilizar otros mecanismos de financiación como son los Fondos de Capital Privado, Factoring y Descuento de Flujos Futuros, Fiducia de Garantía y Titularización Inmobiliaria. Este lineamiento comprende dos acciones específicas, tanto facilitar el acceso a estos mecanismos, como propiciar su divulgación y conocimiento por parte de los empresarios, quienes en muchos casos desconocen la existencia de algunas de estas alternativas, razón por la que no acceden a ellas.

6.2.4. Proceso logístico de exportación.

Si se compara el manejo de comercio transfronterizo de acuerdo al informe Doing Business del Banco Mundial, Colombia debería tener en cuenta mejorar sus indicadores de tiempo para exportar (cumplimiento fronterizo), ya que este tipo de trámites en los diferentes procesos exportadores impactan directamente el tiempo y costo de dicha operación; es de resaltar además que dadas las condiciones actuales algunos bienes no podrían ser objeto de exportación en razón a la pérdida de sus características y condiciones de calidad por un tiempo prologando de tránsito, esto particularmente para el caso de bienes perecederos, lo que puede desmotivar a los empresarios en su iniciativa de exportación por el riesgo de pérdida. Al respecto se hace necesario avanzar en los trámites y avales de los permisos fitosanitarios requeridos para el ingreso a los principales puertos del mundo. Dichos trámites podrían gestionarse a través del

trabajo conjunto entre agrupaciones de Pymes con el apoyo de las Instituciones correspondientes de control a nivel país.

6.2.5. Alianzas Internacionales.

Colombia tiene la necesidad de buscar acuerdos de libre comercio con países que tengan un gran número de habitantes, como lo es China, para que las exportaciones no se contraigan cuando la economía de otro país caiga, como sucedió con las exportaciones industriales de Colombia cuando Venezuela entró en crisis. En este sentido también se hace relevante constituir relaciones comerciales con una mayor cantidad de países, de forma que además se diversifique el destino a lugares donde los productos colombianos generen un mayor impacto en materia de valor agregado y factores diferenciadores, logrando mejores precios y altas demandas de los mismos.

6.2.6. Conformación de comités de exportación

Ya que en Colombia resulta difícil que las Pymes manufactureras exporten de manera individual, se requiere que las instituciones gubernamentales como ProColombia y ExpoPymes apoyen la creación de comités de exportación de Pymes que participen en los mismos sectores o complementarios, con el fin de ofrecer mayores volúmenes de oferta, tener menores costos de exportación, y mayor acceso a la asistencia técnica que pueden ofrecer estas instituciones, mientras las Pymes se fortalecen financieramente y obtienen la suficiente experiencia exportadora para operar individualmente.

6.2.7. Buscar la acreditación.

Es necesario que las Pymes manufactureras inicien su proceso de acreditación con el fin de obtener los certificados y pruebas necesarias para que sean aceptados en diferentes países destino, optimizando los tiempos y trámites futuros.

6.2.8. Formación a Empresarios.

Uno de los factores más relevantes para fomentar la exportación es el fortalecimiento de la voluntad exportadora por parte de los empresarios, sin embargo, buena parte del desinterés surge del desconocimiento, la falta de información y la escasa cultura exportadora, razones que desmotivan al empresario a indagar y gestionar desde su organización las actividades propias de la exportación. De allí que las Instituciones y esfuerzos ya generados por el Estado deben tener como eje principal la visibilización de las estrategias actuales de fomento a la exportación y la generación de nuevas herramientas conceptuales y prácticas de cara a la formación de los empresarios y la motivación de la cultura exportadora en todos los sectores.

Al cumplirse los lineamientos planteados anteriormente, se propende por el incremento de las exportaciones favoreciendo la consolidación de una balanza de pagos positiva, dando lugar al incremento del PIB. A su vez, estas medidas tienen un impacto directo en la generación de empleo por las nuevas actividades comerciales, administrativas y de operación logística requeridas, aportando de manera significativa a la generación de valor al interior de las organizaciones, su sostenimiento, supervivencia y expansión tanto de las Pymes ya existentes como de las nuevas que pueden llegar a crearse motivadas por los alivios y facilidades brindadas para su constitución, operación y ejercicio de la exportación, lo cual mejora las cifras de desempleo actuales del País y promueve el desarrollo empresarial.

De igual manera estos lineamientos están vinculados a la política comercial de Colombia impulsando la creación de nuevas relaciones comerciales a nivel internacional con el apoyo del Estado facilitando los procesos y mejorando las prácticas de internacionalización existentes de las pymes.

CONCLUSIONES

Las Pymes manufactureras colombianas tienen a enfocarse en el mercado nacional desde el inicio de su operación, sin embargo, cuando consideran el mercado internacional como una posibilidad, necesariamente su estructura tiene que cambiar y robustecerse, con la finalidad de ser competitivas y poder mantenerse en el tiempo. Diferentes entidades gubernamentales están trabajando en torno a brindar el apoyo necesario para que las Pymes comiencen dicha transformación, sin embargo, dado que los avances no han sido tan representativos es necesario que se configuren nuevos lineamientos.

De acuerdo con el análisis realizado, Chile es un país altamente competitivo en Latinoamérica en materia exportadora, ya que las instituciones gubernamentales trabajan con bastante sinergia, en promover y apoyar a las Pymes, incentivando el uso de la tecnología como recurso indispensable para desarrollar el comercio exterior, promoviendo y fortaleciendo las capacidades internas de las organizaciones y optimizando sus procesos de exportación y aduana. Es por ello que tomando como referente estas estrategias se configuraron lineamientos que deben ser proactivamente gestionados desde las Pymes organizadas, pero apoyadas directamente por la Institucionalidad ya constituida en Colombia para el fomento de la exportación, y que debe orientar sus esfuerzos a la generación de una cultura exportadora basada en el conocimiento, y en facilitar el acceso y trámite a financiación, tecnología, comunicación, logística y aduana. De esta forma se impactará positivamente sobre la Balanza comercial y el crecimiento del PIB, influyendo a su vez sobre la Política comercial del País, y aportando de forma significativa a la supervivencia de un sector con una amplia participación en la economía colombiana, generando condiciones para su sostenimiento y expansión en el mercado nacional e internacional.

REFERENCIAS

- ACOPI. (2017). *Diagnóstico de las pymes Colombianas exportadoras de los sectores de manufactura y comercio*. Obtenido de <https://acopi.org.co/wp-content/uploads/2018/04/DIAGN%C3%93STICO-DE-LAS-PYMES-COLOMBIANAS-EXPORTADORAS-DE-LOS-SECTORES-DE-MANUFACTURA-Y-COMERCIO.pdf>
- ACOPI. (Agosto de 2019). *Mi pyme + productiva*. Obtenido de https://issuu.com/acopiit/docs/revista-mipyme_productiva-agosto-2019
- ANALDEX. (2019). *Los trámites que rezagan las ventas externas del país*. Recuperado el 2020, de <https://www.analdex.org/2019/07/08/los-tramites-que-rezagan-las-ventas-externas-del-pais/>
- ANALDEX. (2019). *Los trámites que rezagan las ventas externas del país*. Recuperado el 2020, de <https://www.analdex.org/2019/07/08/los-tramites-que-rezagan-las-ventas-externas-del-pais/>
- Aquino Córdoba, J. (2012). *Economía Internacional*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Economia_internacional/Economia_internacional-Parte1.pdf
- Asociación Nacional de Entidades Financieras. (2019). *La gran encuesta pyme lectura nacional, segundo semestre 2019*. Obtenido de <http://www.anif.co/sites/default/files/publicaciones/anif-gep-nacional1219.pdf>
- CEPAL. (Agosto de 2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo*. Recuperado el 2020, de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2717/S2001704.pdf?sequence=1>
- Código de Comercio, Art 25*. (1971). Obtenido de https://leyes.co/codigo_de_comercio/25.htm
- Collazos Gaitàn, M. M., Echavarría Soto, J. J., Esguerra Umaña, P., García García, J., Giraldo Salazar, L., Jaramillo Mejía, F., . . . Montes Uribe, E. (Octubre de 2019). *COMERCIO EXTERIOR EN COLOMBIA: Políticas, instituciones, costos y resultados*. (J. García García, E. Montes Uribe, & L. Giraldo Salazar, Edits.) Recuperado el Mayo de 2020, de http://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9754/LBR_2019-10.pdf?sequence=1

- Consejo Privado de competitividad . (24 de Octubre de 2018). *Informe Nacional de Competitividad 2018-2019*. Obtenido de https://compite.com.co/wp-content/uploads/2018/10/CPC_INC_2018-2019_Web.pdf
- Emprende Cl. (s.f). *¿ Que es una Pyme?* Recuperado el 2019, de <https://www.emprende.cl/que-es-una-pyme/>
- FEDESARROLLO. (Diciembre de 2012). *Determinantes de las exportaciones manufactureras de Colombia: Un estudio a partir de un modelo de ecuaciones simultaneas*. Obtenido de https://www.fedesarrollo.org.co/sites/default/files/WP_2015_No_69.pdf
- Hernández, I. (2005). *La competitividad de las pequeñas y medianas empresas(PYMES): Una visión institucional desde la mesoeconomía*. Obtenido de Revista Facultad de Ciencias Económicas Universidad Militar Nueva Granada: Investigación y Reflexión : <https://www.redalyc.org/pdf/909/90913203.pdf>
- La República Perú. (13 de Agosto de 2018). *Perú entre los seis países de Sudamérica con mayores niveles de exportación*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1297766-peru-seis-paises-sudamerica-mayores-niveles-exportacion/>
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (Julio de 2019). *ELE-5 Exportaciones*. Obtenido de https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2019/11/ELE_5_Exportaciones.pdf
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (Enero de 2019). *ELE-5 Principales Resultados*. Obtenido de https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2019/03/ELE-5-Principales_resultados.pdf
- Montes de Oca, J. (Julio de 2019). *Economipedia Haciendo fácil la economía*. Recuperado el 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Naciones Unidas. (Diciembre de 2011). *Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35359/S1100762_es.pdf?sequence=1
: <https://repositorio.cepal.org>
- Prochile. (2018). *Anuario de las exportaciones chilenas 2018*. Obtenido de https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2018/08/anuario_servicios_capitulo1_bienes_2018.pdf
- Prochile. (s.f.). *Industrias y manufactura*. Obtenido de <https://www.prochile.gob.cl/int/landing/industrias-y-manufacturas/>
- PROCOLOMBIA. (2019). *¿Por qué Exportar?* Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/como-exportar/por-que-exportar>

- PROCOLOMBIA. (2019). *Datos claves sobre las exportaciones de Pymes en Colombia*.
Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/noticias/datos-claves-sobre-las-exportaciones-de-pymes-en-colombia>
- PTP Colombia. (febrero de 2018). *Informe dinámicas de producción y comercio exterior de pymes manufactureras*. Obtenido de
<https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=1a3f1658-4ab6-432c-b038-6a2c7d9ad5a8>
- REVISTA DE LA CEPAL. (Enero de 2007). *Desarrollo de ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia*. Recuperado el Mayo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/28183461_Desarrollo_deventajas_competitivas_pymes_exportadoras_exitosas_en_Argentina_Chile_y_Colombia
- Revista Dinero. (2 de Septiembre de 2015). *¿Por qué fracasan las pymes en Colombia?* Obtenido de Revista Dinero: <https://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>
- REVISTA PORTAFOLIO. (6 de Febrero de 2015). *Pymes de Colombia aún están atrás en tecnología*. Recuperado el 2020, de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/pymes-colombia-tecnologia-28754>
- Secretaría de Economía. (S.F). *Guías empresariales*. Recuperado el 2019, de Subsecretaria para la pequeña y mediana empresa:
<http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaExportacion.pdf>
- Uchua, F. (2014). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/industria-manufacturera.php>