

ESTRATEGIAS PARA FORTALECER EL POTENCIAL EXPORTADOR DE LAS MIPYMES DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO

MARTA CECILIA GONZALEZ VELILLA
SERGIO ISAAC MIRANDA BLANQUICETT

Trabajo de Investigación o Tesis Doctoral como requisito para optar el título de
MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS E INNOVACION

RESUMEN

Antecedentes:

La Gobernación del Atlántico, a través de la Secretaria de Desarrollo Económico, en alianza con la Cámara de Comercio de Barranquilla, Acopi y Fundesarrollo, realizaron un estudio denominado “Plan exportador del caribe”, con el objetivo de identificar los aspectos preponderantes de las Pymes manufactureras del Departamento del Atlántico, dicho estudio concluye que estas empresas contribuyen a la economía en un 9% y que aportan un 40% al empleo de Colombia; sin embargo, se evidencia que poseen muchas falencias al momento de exportar ya que no cuentan con una cultura exportadora y esto les impide aprovechar las fortalezas del departamento que cuenta con un puerto que tiene una ubicación geográfica estratégica, incrementando de manera constante su infraestructura de apoyo a las exportaciones.

Objetivos:

General:

Proponer estrategias para fortalecer el potencial exportador de las Mipymes del sector manufacturero del departamento del Atlántico.

Específicos:

Identificar a las Mipymes del sector manufacturero del Departamento del Atlántico para la determinación de su potencial exportador y la forma como realizan el proceso.

Analizar las variables que inciden en el potencial exportador de las Mipymes del sector manufacturero del Departamento del Atlántico, para estructurar las estrategias que permitan fortalecer el proceso exportador.

Determinar las estrategias orientadas al fortalecimiento del potencial exportador en las Mipymes del sector manufacturero del departamento del atlántico para el incremento de sus exportaciones.

Materiales y Métodos:

Para el presente estudio se utilizó como fuente primaria, una entrevista elaborada con los responsables de los cargos de gerencia en las empresas seleccionadas o los responsables del proceso de exportación de estas, y como fuentes secundarias, se consultó bibliografía y cibergrafía especializada en el tema del estudio, de diversos autores, entidades gubernamentales, empresas, plasmados en libros, revistas, artículos, tesis de maestrías, tesis doctorales y/o publicadas en Internet. Con respecto a la muestra, se visitó a 89 empresas a las que se les aplicó un instrumento con preguntas estructuradas y cerradas utilizando en método de evaluaciones sumarias (Escala Likert).

Resultados:

Los resultados que reflejaron las encuestas aplicadas apuntan a que las Mipymes del sector manufacturero del Departamento del Atlántico, en un 79% se encuentran localizadas en Barranquilla, el 21% restante se ubican en Galapa, Baranoa, Soledad y Malambo; se evidencia su escasa vocación exportadora y se concentran en atender el mercado local y nacional, tienen poco conocimiento acerca mercados extranjeros y no incursionan en ellos por la incertidumbre que les produce no poder cumplir con los tiempos y con las condiciones técnicas que exige este cliente externo.

Carecen de la infraestructura necesaria en cuanto a maquinaria y tecnología y no aprovechan la estrategia de participar en ferias y macrorruedas de negocios que les permitirían acercamiento con el cliente externo.

Conclusiones:

Como resultado de la investigación realizada, se concluye que para que las Mipymes manufactureras del Departamento del Atlántico, fortalezcan su potencial exportador deberán:

- Definir la potencialidad del producto a exportar a mercados extranjeros.
- Elaborar el plan exportador que contenga toda la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico, así como todas las acciones a efectuar para vender productos o servicios.
- Conocer a mayor profundidad la situación empresarial de las Mipymes del departamento del Atlántico, para estructurar y ejecutar acciones y estrategias orientadas a mitigar o resolver problemas o necesidades que limiten las capacidades productivas y competitivas de las compañías.
- Conformar alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos, aprovechando los beneficios que ofrecen los TLC.
- Participación de las Mipymes en macrorruedas de negocios, ferias y eventos internacionales que brindarían la oportunidad perfecta para interactuar, descubrir clientes y generar nuevos contactos
- Explorar nuevas opciones de financiación basados en economía colaborativa, como el crowdfunding (financiamiento colectivo, por su traducción literal al idioma Español, o micromecenazgo). Este mecanismo colaborativo de financiación de proyectos, prescinde de la intermediación financiera
- Aprovechar al máximo la capacidad productiva de la empresa y utilizar la estrategia de vender mayores volúmenes aplicando economías de escala.
- Convertir a Procolombia en aliado estratégico para aprovechar toda la orientación que esta entidad ofrece para impulsar la internacionalización.
- Conformación de clústeres para impulsar las exportaciones ya que la concentración de empresas en una zona geográfica atrae más clientes, mejora la productividad y genera mayor confianza y reputación
- Aprovechar al máximo la capacidad productiva de la empresa y utilizar la estrategia de vender mayores volúmenes aplicando economías de escala.
- Disminuir el riesgo de estar en un solo mercado
- Conformación de clústeres para impulsar las exportaciones ya que la concentración de empresas en una zona geográfica atrae más clientes, mejora la productividad y genera mayor confianza y reputación.

Palabras clave: potencial exportador, comercio internacional, industria manufacturera, innovación, franquicias, proceso exportador, Mipymes manufacturas, competitividad, diversificación, clústeres, asociaciones estratégicas, posicionamiento.

ABSTRACT

Background:

803/5000

The Government of the Atlantic, through the Ministry of Economic Development, in alliance with the Chamber of Commerce of Barranquilla, Acopi and Fundesarrollo, conducted a study called "Caribbean export plan", with the aim of identifying the preponderant aspects of Mipymes of the Atlantic Department, said study concludes that these companies contribute to the economy by 9% and contribute 40% to Colombia's employment; However, it is evident that they have many shortcomings when exporting since they do not have an export culture and this prevents them from taking advantage of the strengths of the department that has a port that has a strategic geographical location, constantly increasing its support infrastructure to exports.

Objective:

General:

Propose strategies to strengthen the export potential of MSMEs in the manufacturing sector of the Atlantic department.

Specific:

Identify Mipymes in the manufacturing sector of the Atlantic Department to determine their export potential and how they carry out the process.

Analyze the variables that affect the export potential of Mipymes in the manufacturing sector of the Department of the Atlantic, to structure the strategies that will strengthen the export process.

Determine strategies aimed at strengthening export potential in Mipymes in the manufacturing sector of the Atlantic Department to increase their exports.

Materials and Methods:

Results:

The results reflected in the surveys applied suggest that Mipymes in the manufacturing sector of the Atlantic Department, 79% are located in Barranquilla, the remaining 21% are located in Galapa, Baranoa, Soledad and Malambo; their low export vocation is evident and they concentrate on serving the local and national market, they have little knowledge about foreign markets and they do not dabble in them due to the uncertainty that causes them not to comply with the times and with the technical conditions that this external client demands .

They lack the necessary infrastructure in terms of machinery and technology and do not take advantage of the strategy of participating in trade fairs and business macrorruedas that would allow them to approach the external customer.

Conclusions:

As a result of the research carried out, it is concluded that for the manufacturing Mipymes of the Department of the Atlantic to strengthen their export potential they must:

- Define the potential of the product to be exported to foreign markets.
- Prepare the export plan that contains all the commercial strategy to be developed in a specific market, as well as all the actions to be carried out to sell products or services.
- To know in greater depth the business situation of Mipymes in the department of Atlántico, to structure and execute actions and strategies aimed at mitigating or solving problems or needs that limit the productive and competitive capacities of companies.
- Forming strategic alliances with foreign companies to reduce costs, improve efficiency and diversify products, taking advantage of the benefits offered by the FTAs.
- Participation of Mipymes in business macrorruedas, fairs and international events that would provide the perfect opportunity to interact, discover customers and generate new contacts
- Explore new financing options based on collaborative economics, such as crowdfunding (collective financing, for its literal translation into the Spanish language, or micro-patronage). This collaborative project financing mechanism dispenses with financial intermediation
- Make the most of the company's productive capacity and use the strategy of selling larger volumes by applying economies of scale.
- Make Procolombia a strategic ally to take advantage of all the guidance that this entity offers to boost internationalization.
- Formation of clusters to boost exports since the concentration of companies in a geographical area attracts more customers, improves productivity and generates greater confidence and reputation
- Make the most of the company's productive capacity and use the strategy of selling larger volumes by applying economies of scale.
- Reduce the risk of being in a single market
- Formation of clusters to boost exports since the concentration of companies in a geographical area attracts more customers, improves productivity and generates greater confidence and reputation.

KeyWords: export potential, international trade, manufacturing industry, innovation, franchises, export process, Mipymes manufacturing, competitiveness, diversification, clusters, strategic partnerships, positioning

REFERENCIAS

1. Aaby, N.E. y Slater, F.S. (1989) “*Influencias gerenciales en el rendimiento de las exportaciones: una revisión de la literatura empírica*” 1978-88”, International Marketing Review, 6, 4, pp. 7-26.
2. Acevedo, CH., Páramo, D., y Rodríguez, G. (2018). “*Orientación al mercado de exportación de las Pymes exportadoras del Departamento del Atlántico*”
3. Aguilera, F. (2011). “*De la economía ambiental a la economía ecológica*”.
4. ALADI. Asociación Latinoamericana de Integración. Recuperado de; http://www.aladi.org/sitioaladi/?page_id=148.
5. Alonso, S. (1993). “La experiencia acumulada permite una más adecuada percepción de las oportunidades y de los riesgos”.
6. Andersen, O. (1997), “*Modo de internacionalización y entrada en el mercado: una revisión de teorías y marco conceptual*”, Management International Review, vol. 37, núm. 2, págs. 27-42.
7. Angulo, M. (2008). “*Diseño de una estrategia para la exportación de medicamentos genéricos a los Estados Unidos, desde una compañía farmacéutica colombiana a través de un apalancamiento de un socio commercial americano*”
8. ANIF. (2018). La gran encuesta Pyme. Recuperado de http://anif.co/sites/default/files/encuestas_pyme/2018/08/gep_regional_i-2018.pdf.
9. Appleyard, D. y Field, A. (2003). “*Economía Internacional*”.
10. Bajo, O. (2011). “*Teorías del Comercio Internacional*”.
11. Barber, J. y Suárez S. (2001). “*¿Cómo se explica la internacionalización de la empresa? Una perspectiva teórica integradora*”. Revista ICADE Número 52 enero - abril 2001 Universidad Pontificia Comillas, Madrid
12. Bilkey, W. (1978); Miesembock, (1988); Aaby y Slater, (1989), Ford y Leonidou, (1991); Gemunden, (1991); Chetty y Hamilton, (1993); Leonidou, (1998); Piercy et

- al., 1998 "El comportamiento de las exportaciones de menor tamaño las empresas manufactureras Wisconsin", Revista de Estudios de Negocios Internacionales, 8, 1977, pp 93-98.
13. Botello, H., y Guerrero, I. "Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales colombianas: una aproximación cuantitativa en el ámbito de la firma".
14. Botero, J., Alvarez, F. y González M. (2012). "Modelos de Internacionalización para las Pymes colombianas".
15. Cámara de Comercio de Barranquilla (2016). Análisis del perfil de empresas Mipymes en el Departamento del Atlántico en 2016. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/19327/Perfil%20empresas%20Mipymes%20del%20Atlantico.pdf?sequence=1&isAllowed=y..Camacol.2016>
16. Canals, J. (1991). "Comunidad y redes sociales: de las metáforas a los conceptos operativos". En: Revista de Servicios Sociales y Política Social (pp. 7-18), No. 23. Consejo General de Colegios Oficiales de Diplomados en Trabajo Social y Asistentes Sociales: Madrid.
17. Cardona, D. (2011). "Colombia una política exterior en transición".
18. Carreras, D., Horna y Landauro. (2008). "Planeamiento estratégico para la Palta de exportación del Perú".
19. Cazallo, A., y Salazar, E. (2017). Análisis macroeconómico de los países pertenecientes a la Asociación Latinoamericana de Integración. Recuperado de https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=2VKm_IUAAAAJ#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Des%26user%3D2VKm_IUAAAAJ%26citation_for_view%3D2VKm_IUAAAAJ%3AUebtZRa9Y70C%26tzm%3D300
20. Chacholiades M. (1980). *Economía Internacional*. Edit. Mc Graw-Hill. México
21. Chetty, S.K. y Hamilton, R.T. (1993) "Determinantes a nivel de empresa del rendimiento de las exportaciones: un metaanálisis", International Marketing Review, 10, 3, pp. 26-34.
22. Chetty. S. y Blankenburg, D. (2000): "Internacionalización de pequeñas y medianas empresas manufactureras: un enfoque de red", International Business Review, No.9: p.77-93

23. CONPES 3866. Política de desarrollo productivo. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/minindustria/temas-de-interes/politica-de-desarrollo-productivo>
24. Corte aprueba los tratados de libre comercio con Israel y Francia. (6 de junio de 2019). El Tiempo, p.12.
25. Cyert y March (1963). “Una perspectiva desde la economía organización”.
26. DANE y BANCO DE LA REPÚBLICA. Estadísticas por tema de comercio internacional. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones/exportaciones-historicos>
27. David, Ricardo (1817). *Principios de Economía Política y de Tributación*.
28. De La Hoz, E., González, A. y Santana, A. (2016). *Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales*. Revista Información tecnológica, vol. 27, (6), pp. 11-18. Recuperado de: doi: 10.4067/S0718-07642016000600003.
29. Donoso, V., y Martín, V. (2009). “*Exportaciones y crecimiento económico*”.
30. Escandón, D., Hurtado, A., y Castillo, M. (2013). “*Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales*”. (Tesis doctoral). Universidad del Valle, Cali (Colombia).
31. Fabregas, C., Mendoza, J., Miranda, J., Quiroz, E., Osorio, H., e Higuera, V. (2016). “*Potencial exportador del Departamento del Atlántico*”.
32. FEDESARROLLO. (2015). Determinantes de las exportaciones manufactureras de Colombia: un estudio a partir de un modelo de ecuaciones simultáneas. Recuperado de <http://www.fedesarrollo.org.co>
33. Fita, Antonio. (2006). “*El Modelo de inserción y la posición competitiva de los países en transición de la Europa Central en el actual entorno global*”
34. Ford, ID y Leonidou, LC (1991). "Desarrollos de investigación en marketing internacional", en Paliwoda, SJ (Ed.). Nuevas perspectivas sobre marketing internacional, Routledge, Londres, págs. 3–32.
35. Frohman, A., Mulder, N., Olmos, X., y Urmeneta, R. (2016, noviembre). Internacionalización de las Pymes. Innovación para exportar. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40737/1/S1600442_es.pdf

36. Gemunden, H. (1991). "Factores de éxito del mercadeo de exportación: una técnica meta-analítica de estudios empíricos". En: Paliwoda, S. J. (Ed), Nuevas perspectivas sobre marketing internacional, Routledge, Londres, London. Pp22-62.
37. Hernández, Sampieri, R. (2003). "*Metodología de la investigación*"
38. Jaimes, O. (2015). "*Impacto de las Mipymes del área metropolitana de Bucaramanga frente a la globalización y los TLC*".
39. Jiménez, I. (2007, 7 de julio). Determinantes para la internacionalización de las Pymes mexicanas. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41304906>
40. Johanson, J. y Mattson, L. (1988). "Internacionalización en el sistema industrial: un enfoque de red", en Hood. N. y J.E. Vahlne (Ed.): *Strategies in Global Competition*, Ed. Croom-Helm, London, p.287-314.
41. Johanson, J. y Vahlne, J.-E. (1977), "*El proceso de internacionalización de la empresa un modelo de desarrollo de conocimientos y el aumento de los compromisos de mercado en el extranjero*". *Revista de Estudios de Negocios Internacionales*, 8:23-32.
42. Katsikeas, C., Leonidou, L. y Morgan, N. (2000), "*Evaluación del desempeño de las exportaciones a nivel de empresa: revisión, evaluación y desarrollo*", *Journal of the Academy Management Science*, vol. 28, núm. 4, págs. 493-511.
43. Lechuga, J., Cazallo, A., Meñana, I. (2018) Análisis del comportamiento de las exportaciones del Departamento del Atlántico (Colombia) entre 2012 – 2016. Recuperado de https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=1FH_ulsAAAAJ#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Des%26user%3D1FH_ulsAAAAJ%26citation_for_view%3D1FH_ulsAAAAJ%3AUebtZRa9Y70C%26tzm%3D300
44. Leonidou, L.C., Katsikeas, C.S. y Piercy, N.F. (1998) "Identificación de influencias gerenciales en la exportación: investigaciones pasadas y direcciones futuras", *Journal of International Marketing*, 6, 2, pp. 74-102.
45. Lozada, F., Ruzo, E., Barreiro, J. y Navarro, A. (2007). "*Influencia de la estrategia internacional y de las características empresariales sobre el resultado exportador de las empresas*". (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona.
46. Melin, L. (1992), "*La internacionalización como proceso estratégico*", *Strategic Managment Journal*, vol. 13: P. 99-118.
47. Méndez, C. (1999). "*Recolección de la información*"

48. Milessi, D. y Aggio, C. (2008). *“Éxito exportador, innovación e impacto social: un estudio exploratorio de Pymes y Mipymes exportadoras latinoamericanas”* (BID). Universitat Autònoma de Barcelona.
49. Mill, J. (1973). *“La libertad del sistema de lógica deductiva e inductiva”*.
50. Monreal, J. (2009). *“Análisis del comportamiento exportador de la empresa Española desde el enfoque de los recursos y capacidaes”*.
51. Monry, V. (2014). *Análisis de la competitividad para la exportación de carbón térmico a granel del puerto compas Barranquilla*. (Tesis maestría). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá (Colombia).
52. Montoya, C. (2011). Política de desarrollo productivo para Colombia. Recuperado de <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/prensa/informes/Pol%C3%ADtica%20de%20Desarrollo%20Productivo%20para%20Colombia%20-%20CPC.pdf>
53. Olivero, E., Cazallo, A., Estruen, E., y Lechuga, J. (2016). *“Proceso de internacionalización de las Pymes”*.
54. Peláez, MJ., y Rodenes, A. (2009). *“La internacionalización de las empresas: relación entre el capital, las tecnologías de la información relacional y la innovación”*.
55. Perazzi, y Orlandoni. (2017). *¿Evolucionan las exportaciones colombianas hacia un mercado más volátil?: un análisis del periodo 1974-2014*.
56. Pinzón, S., Maldonado, Y., y Marin, J. (2019, enero-marzo). Orientación de la gestión del conocimiento y rendimiento en las pequeñas y medianas empresas mexicanas. Recuperado de https://issuu.com/rcs.uniluz/docs/rcs_vol_xxv_no1
57. Porter M. *“La ventaja Competitiva de las Naciones”*. Edit. Javier Vergara, México 1982.
58. Porter, M., Sachs J. y Warner A. (2000). *Informe Mundial de Competitividad 2000*, Oxford Universito Press,
59. PROCOLOMBIA (2019). Datos claves sobre las exportaciones de Pymes en Colombia. Recuperado de <http://www.colombiatrade.com.co/noticias/datos-claves-sobre-las-exportaciones-de-pymes-en-colombia>
60. PROCOLOMBIA. (2018). Guía práctica para exportar servicios desde Colombia. Recuperado de <http://www.procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-exportar-servicios-desde-colombia>

61. Puerto de Barranquilla – Sociedad Portuaria. (2017). Manual del Puerto de Barranquilla. Recuperado de www.puertodebarranquilla.com
62. Puerto de Barranquilla, la plataforma logística del caribe colombiano. (7 de abril de 2019). Diario El Herald, s.p.
63. Rave, E., Rubio, M., y Gutiérrez, S. (2018, 5 de mayo). Factores claves en la internacionalización de las Pymes: estudio empírico en el sector textil confección del área metropolitana del Valle de Aburrá (Colombia). Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n34/a18v39n34p18.pdf>
64. Rossano, E. (2001). “*Los determinantes del resultado exportador: un análisis comparative entre empresas españolas e italianas*” (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona.
65. Salazar, E. (2014). Impacto de los tratados de libre comercio (TLC) en la economía colombiana. Recuperado de: https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=2VKm_IUAAAAJ#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Des%26user%3D2VKm_IUAAAAJ%26citation_for_view%3D2VKm_IUAAAAJ%3A_kc_bZDykSQC%26tzm%3D300
66. TLC (2018). Tratados de Libre Comercio vigentes. Recuperado de <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente>
67. Villarreal L., Oskar (2005). “*La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revision conceptual contemporánea*”. (Vol.5 num.2 2005, pp.55-73.
68. Welch, L. S. y Loustarinen, R. (1988), “*Internacionalización: evolución de un concepto*”, *Journal of General Managment*, vol. 14, núm. 2, págs. 34-55.
69. YANCE, A. (1993). Colombia y el Atlántico hacia los mercados Internacionales. En *Económicas CUC*, 21, (1), pp. 24 – 31.
70. Zou, S. y Stan, S. (1998), “*Los determinantes del rendimiento de las exportaciones: una revisión de la literatura empírica entre 1987 y 1997*”, *International Marketing Review*, 15 (5), págs. 333-356.

