

**COLOMBIA Y MÉXICO: OPORTUNIDADES PARA LAS PYMES
COLOMBIANAS DE ENTRAR AL MERCADO MEXICANO**

MITZY YINETH SÁNCHEZ MORENO

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTA D.C 03-2016**

**COLOMBIA Y MÉXICO: OPORTUNIDADES PARA LAS PYMES
COLOMBIANAS DE ENTRAR AL MERCADO MEXICANO**

MITZY YINETH SÁNCHEZ MORENO

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

ASESOR: JUDITH SALINAS GONZALEZ

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTA D.C 03-2016**

DEDICATORIA

Dedico esta monografía a Dios y a mi familia por su esfuerzo y paciencia en mi educación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco especialmente a los profesores que aportaron en el trayecto de mi crecimiento académico y amigos que hicieron de este un gran paso en mi vida.

Tabla de contenido

RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN.....	10
OBJETIVOS.....	11
JUSTIFICACIÓN.....	12
CAPITULO 1. PRO MÉXICO Y LAS PYMES	13
1.1 LAS PYMES EN LA INDUSTRIA MEXICANA	15
1.2 Clasificación de las PYMES	16
CAPITULO II. LAS PYMES, INTERNACIONALIZACIÓN Y CRECIMIENTO POR MEDIO DE PRO COLOMBIA.....	18
1.1 PRINCIPALES PROBLEMAS DE LAS PYMES EN COLOMBIA.....	23
1.2 PROCOLOMBIA Y EL CRECIMIENTO DEL PROGRAMA MYPYME.....	28
1.3 RUTA EXPORTADORA PARA LAS PYMES.....	31
CAPITULO III. APOYO Y POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES COLOMBIANAS EN MÉXICO.	37
1.1 Pro México y su apoyo con las pymes colombianas.....	37
CONCLUSIONES.....	42
Referencias	44

RESUMEN

Colombia es un país que está en pro del crecimiento de sus industrias y de la oportunidad de explorar diferentes mercados externos que permitan el fortalecimiento de sus empresas, es por esto que en estos últimos años las pequeñas y grandes compañías han comenzado a expandirse por todo el territorio nacional, proporcionando mayor conocimiento y empleo. El gobierno colombiano al ver este gran acontecimiento decidió crear proexport que ahora es ProColombia, una entidad encargada de atraer inversión, promocionar las exportaciones y de impulsar la marca país a través de alianzas entre diferentes países y el mismo intercambio de productos y servicios entre si, dinamizando sus industrias y proporcionando mayores beneficios entre las economías de cada región. Se creó un programa en esa entidad llamado MYPYME concentrado directamente a las pequeñas y medianas empresas, en donde se dará una serie de acompañamientos y de servicios gratuitos para que se capaciten y puedan lograr exportaciones con valor agregado a diferentes países, entre estos está México, un país que tiene muy buenas relaciones con Colombia y que está dispuesto a atraer industria colombiana por medio de ProMéxico para que haga parte de los encadenamientos productivos y las cadenas de valor en las grandes industrias que se generan en Puebla y otras ciudades industriales.

ProMéxico como entidad gubernamental quiere que sus industrias tengan apoyo por parte de las pymes para complementar sus procesos productivos y de la misma forma invertir en estas pequeñas y medianas empresas para que crezcan y fortalezcan sus lazos con este país, de igual manera Colombia por medio del programa en donde capacita a la pymes para que exporten, generan un dinamismo en la economía, teniendo

en cuenta que factores como el empleo, el fortalecimiento de la industria y de exportaciones no tradicionales fortalece y atrae inversionistas extranjeros promocionando el país y la calidad de mano de obra que tiene nuestro país.

ABSTRACT

Colombia is a country that is for growth of their industries and the opportunity to explore different foreign markets that strengthen their companies, is why in recent years, small and large companies have begun to spread throughout the national territory, providing greater knowledge and employment. The Colombian government to see this great event decided to create proexport is now ProColombia an entity in charge of attracting investment, promote exports and boost the country brand through partnerships between different countries and the same exchange of goods and services from each other, boosting their industries and providing greater benefits from the economies of each region. a program was created in that entity called MSME focused directly to small and medium-sized enterprises, where you will find a number of accompaniments and free services to be trained and can bring value-added exports to different countries, among them is Mexico, a country that has very good relations with Colombia and is willing to attract Colombian industry through ProMéxico to do part of production linkages and value chains in major industries that are generated in Puebla and other industrial cities. ProMéxico as a government entity wants its industries have support from SMEs to complement their production processes and in the same way to invest in these small and medium enterprises to grow and strengthen their ties with this country, just as Colombia through program which enables the PYMES to export, generate a dynamism in the economy, taking into account factors such as employment, strengthening the industry and non-traditional exports strengthens and attracting foreign investors, promoting the country and the quality of hand construction of our country.

Palabras clave: Procolombia, México, ProMéxico, PYMES, inversión.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	9
OBJETIVOS.....	
JUSTIFICACIÓN.....	11
CAPITULO 1. PRO MÉXICO Y LAS PYMES	13
1.1 LAS PYMES EN LA INDUSTRIA MEXICANA.....	15
1.2 Clasificación de las PYMES	16
CAPITULO II. LAS PYMES, INTERNACIONALIZACIÓN Y CRECIMIENTO POR MEDIO DE PRO COLOMBIA.....	18
1.1 PRINCIPALES PROBLEMAS DE LAS PYMES EN COLOMBIA.....	23
1.2 PROCOLOMBIA Y EL CRECIMIENTO DEL PROGRAMA MYPYME.....	28
1.3 RUTA EXPORTADORA PARA LAS PYMES.....	31
CAPITULO III. APOYO Y POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES COLOMBIANAS EN MÉXICO.....	37
1.1 Pro México y su apoyo con las pymes colombianas.....	37
CONCLUSIONES.....	42
Referencias	44

INTRODUCCIÓN

En el desarrollo de la misión a México, se pueden apreciar muchas similitudes que hay entre México y Colombia, en donde se tienen en cuenta para generar diferentes oportunidades en varios sectores y aportar al crecimiento económico de cada país, igualmente poder estar conjunto a los procesos de globalización que se están desarrollando cada día más. Es necesario que los países latinoamericanos entren en un punto de mejorar su competitividad, entrando a nuevas alianzas regionales que proporcionen un mayor crecimiento, y apoyo a las diferentes empresas que están en un proceso de integración en las industrias, por parte de Colombia está Procolombia una entidad del gobierno que incentiva las exportaciones de las pequeñas empresas y busca también promocionar la marca país.

La idea básica de esta monografía, es identificar cuales son las opciones que brinda ProColombia a las pymes colombianas para que exporten y sean más competitivos en mercados exteriores y como ProMéxico, por medio de sus estrategias de atraer inversiones a su país ha logrado complementar las cadenas de valor y los encadenamientos productivos por medio de las pymes colombianas y su posicionamiento que han logrado en México, para el desarrollo de este documento me apoyo en la pagina de cada entidad gubernamental y en la charla que tuvimos en la misión académica con un integrante de ProMéxico el señor Juan Esteban Sánchez.

OBJETIVOS

Objetivo General

Identificar las oportunidades que brinda PROMÉXICO a las pymes colombianas para integrarse a la industria mexicana.

Objetivos Específicos

- Desarrollar un informe de datos brindando información sobre el crecimiento y posicionamiento de las pymes en México.
- Indicar cuales son los proyectos que se están desarrollando en ProColombia frente a las pymes, para su internacionalización y crecimiento económico.
- Indicar las relaciones entre Pro México y Pro Colombia para impulsar el crecimiento de las pymes colombianas y su posicionamiento en México.

JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta que dentro de los objetivos de PROMÉXICO está el impulso y la promoción de las pymes, ha desarrollado varias estrategias y guías como “Decídete a exportar. Guía básica” en donde, por medio del Instituto Nacional del Emprendedor, apoya que este proceso sea estructurado por estas etapas “decidir, planear y ejecutar. A través de sus páginas, las empresas interesadas en incursionar por primera vez en la exportación, o aquellas que deseen diversificar sus mercados y productos, podrán conocer los aspectos básicos del proceso exportador” (Promexico, 2016). Con esta clase de apoyos estas medianas y pequeñas empresas podrán capacitarse y encontrar diferentes áreas de apoyo en su crecimiento y fortalecimiento en México un país que crece a nivel industrial y que es bien visto por países desarrollados.

Dentro de la charla proporcionada por el señor Juan Esteban Sánchez uno de los trabajadores de Pro México, nos indicaba que uno de los proyectos que estaba desarrollando esta entidad junto a ProColombia era de promover la industria colombiana en el exterior por medio de las pymes, en donde se impulsará el desarrollo de las industrias y el reconocimiento de marca país. Por medio del acompañamiento al emprendedor, financiamiento, adecuación de calidad de mano de obra y estructura de su empresa puedan lograr ser más eficientes y competitivos en el mercado internacional.

COLOMBIA Y MÉXICO: OPORTUNIDADES PARA LAS PYMES

COLOMBIANAS DE ENTRAR AL MERCADO MEXICANO

CAPITULO 1. PRO MÉXICO Y LAS PYMES

Pro México fue fundada el 13 de Junio del 2007 con el fin de promover las actividades de exportación y así mismo la Inversión Extranjera Directa, una de las funciones de esta entidad pública es “Promover y apoyar la actividad exportadora y la internacionalización de las empresas mexicanas, a través de medidas que reordenen, refuercen, mejoren e innoven los mecanismos de fomento a la oferta exportable competitiva, principalmente de las pequeñas y medianas empresas”. (Promexico, 2016)

Dentro de los objetivos que Pro México maneja dentro de su organización y promoción hacia el desarrollo de las pymes, esta el de tener un constante acompañamiento a las medianas y pequeñas empresas en su crecimiento hacia el mercado internacional teniendo en cuenta los beneficios que puedan fortalecer lazos por medio de tratados o acuerdos internacionales, de esta manera sus productos y servicios serán reconocidos y acogerán un mayor mercado objetivo. Dentro de los beneficios de internacionalización que ellos ofrecen a las empresas están las ofertas de apoyos que tienen desde certificaciones hasta la adquisición de espacios públicos tales son como:

- Lineamientos para la operación de los apoyos y servicios y de Pro México.
- Catálogo de apoyos y servicios autorizados por el comité técnico.
- Infográfico: Catálogo de apoyos y servicios de Pro México.

Estas guías se encuentran en la página oficial de Pro México en donde se explicarán con más detalle más adelante, de igual manera en el asesoramiento presencial se dictan una clase de conferencias y cursos en donde cada emprendedor puede llevar su proceso de crecimiento y conocimiento en el ámbito de fortalecimiento de su empresa y el de conexiones hacia el mundo globalizado.

Dentro de los servicios de la internacionalización, las pymes deben tener en cuenta que para empezar su proceso de crecimiento deben tener cierto apoyo de su país natal, en este caso como son las pymes colombianas, directamente la empresa que genera esta clase de apoyos es ProColombia, una entidad con propósitos similares a los de México en donde tienen acuerdos y una red de contactos que permiten el posicionamiento de cualquier empresa en el mundo. “ProColombia lanzó el programa Mipyme Internacional para ayudar a que más empresas colombianas establezcan el área de comercio exterior en su interior y empiecen a exportar en un periodo de un año, se quiere incrementar la cultura exportadora. Se asignará un asesor de comercio exterior que apoyará la ejecución de un plan de trabajo enfocado a que la empresa esté exportando como máximo en el término de un año” Aseguró la directora de esta entidad Maria Claudia Lacouture. (Procolombia, 2016)

Con estas dos entidades las personas naturales tienen la oportunidad de emprender y de generar un valor agregado a sus exportaciones, por medio de estas organizaciones se pueden guiar y fortalecer sus conocimientos y toma de decisiones en los mercados externos, de igual manera por los programas que ofrece ProMéxico y ProColombia está una gama amplia de productos y servicios que se pueden ofrecer y que tienen oportunidad de crecimiento y posicionamiento en cada país, aportando al crecimiento económico y nuevas alternativas de pertenecer a encadenamientos productivos, nuevos

procesos de producción, la implementación de nuevos servicios y productos intangibles en cada país.

1.1 LAS PYMES EN LA INDUSTRIA MEXICANA

La pymes son pequeñas y medianas empresas que se forman local o regionalmente, en donde buscan fortalecer y ampliar la red de industrias y fortalecer la economía nacional. Anteriormente este tipo de empresas abastecía las necesidades de las regiones con pequeñas poblaciones, ya que estas no tenían el nivel de competitividad que se esperaba para abrirse a mercados externos, mejorar su nivel de industria y fortalecer los cambios que se estaban dando frente a la globalización.

Para formar una pyme se deben tener en cuenta ciertos requisitos ante el gobierno de cada país, tales como: “tener menos de 250 empleados contratados y por contratar y no pueden otras organizaciones participar con más del 25% del capital accionario, estas empresas son muy importante ya que son las que contribuyen con más del 95% de las exportaciones de los países”. (Martínez, 2016)

De acuerdo a las estadísticas en INEGI en México se cuentan actualmente con:

Tabla 1

Clasificación de las PYMES

Micro negocios	7,236,821
Pequeños establecimientos	6,178,906
Medianos establecimientos	4,293,422
Otros	2,145,805

Tomado de: (Martínez, 2016)

Se muestra en este cuadro el crecimiento y el número de pequeños negocios y establecimientos que hay en México que como tal no es una pequeña suma, se pueden hallar importantes oportunidades de fortalecimiento y amplitud a nuevos mercados.

Esta clase de empresas ha tenido un posicionamiento bastante fuerte en la industria mexicana, contribuyendo con el 72% de población y aportando el 52% del PIB. Lastimosamente este tipo de empresas tienen problemas en donde sus recursos financieros no son lo suficientemente estables para ampliar su red de industria y las empresas transnacionales cada día se apoderan más del mercado nacional, provocando un nivel de competitividad inferior.

1.2 Clasificación de las PYMES

En México se clasifican de acuerdo al número de empleados.

Tabla 2

Clasificación de empresas en México

Tamaño/ sector	Clasificación de empresas en México por tamaño		
	Industria	Comercio	Servicios
Micro	1 a 10	1 a 10	1 a 10
Pequeña	11 a 50	11 a 30	11 a 50
Mediana	51 a 250	31 a 100	51 a 100
Grande	251 o mas	101 o mas	101 o mas

Tomado de: (Martínez, 2016)

Dentro del nivel de organización de empresas cada país tiene su forma de clasificación, sin embargo hay una serie de puntos que deben tener en cuenta los países a nivel global los cuales son:

1. “propiedad: Corresponde a un número pequeño de inversionistas o a una sola persona.
2. Independencia: Se le llama independiente por no constituir parte de un complicado sistema administrativo.
3. Persona encargada: Tiene el control sobre el negocio, pero su independencia es delimitada por instituciones financieras.
4. Estilo de administración: Se administra de manera personificada en donde los dueños conocen bien a los trabajadores y participan en aspectos de la administración.” (Martínez, 2016)

Teniendo en cuenta esta información que proporciona el crecimiento y el fortalecimiento que han tenido las pymes a nivel nacional, se puede tener en cuenta que con un apoyo financiero, de estructura y de guía ante campos nuevos de inversión, estas empresas pueden empezar a generar productos y servicios a mayor escala en México, estas pequeñas y medianas industrias tienen un gran campo de apoderamiento en los diferentes sectores de la economía en donde adquieren más capacitación, una mayor mano de obra calificada, infraestructura de maquinaria más potencializada (capacidad de producción) y el desarrollo de investigación necesario para convertirse en una red de aliados entre empresas nacionales e internacionales.

CAPITULO II. LAS PYMES, INTERNACIONALIZACIÓN Y CRECIMIENTO POR MEDIO DE PRO COLOMBIA

En Colombia las pymes tienen un régimen de clasificación de la siguiente manera:

Tabla 3

Clasificación de las PYMES en Colombia.

MICROEMPRESA	Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
PEQUEÑA EMPRESA	Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
MEDIANA	Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

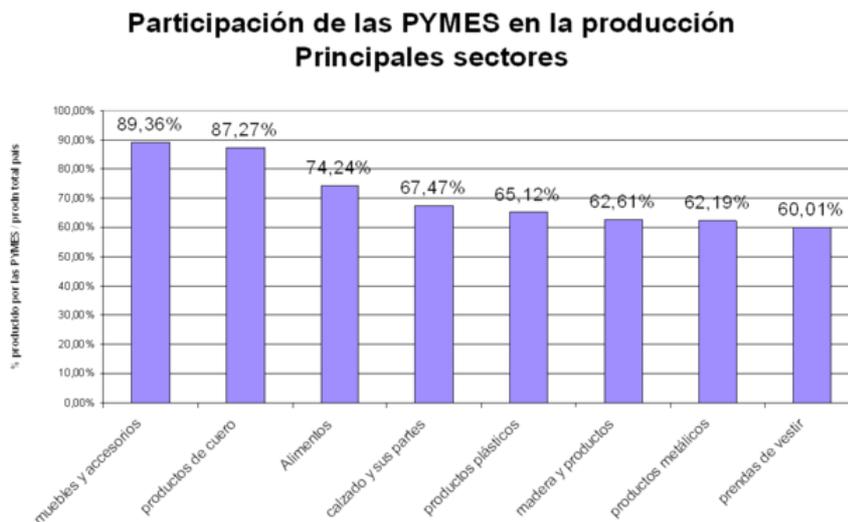
Tomado de: (businesscol, 2016), Elaboración propia

Según la actual encuesta manufacturera en Colombia refleja el crecimiento de estas empresas en el panorama nacional, teniendo en cuenta estas siguientes cifras :

- Representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo.
- El 45% de la producción manufacturera.
- El 40% de los salarios.
- El 37% del valor agregado.

Ilustración 1

Participación de las PYMES por sectores



Tomado de: (Gomez, 2016)

La participación que tienen las pymes en el sector industrial ocupa un 71%, en donde se puede inferir que han invertido en su capacidad de crear redes y nuevos proyectos de crecimiento a nivel nacional, de igual manera muchas de estas empresas se inclinan hacia el aprovechamiento de los recursos naturales y ramas similares como la industria petroquímica y la industria manufacturera, ocupando un porcentaje del 60% en esta clase de industria. Teniendo en cuenta la grafica anterior se puede ver que este tipo de sectores en la economía como lo son la participación del mercado de los alimentos, el cuero y calzado, muebles y accesorios, madera, confecciones, productos plásticos y hay otra que esta creciendo con mucha fuerza que es la industria automotriz, en donde han ocupado un puesto con un crecimiento proyectado hacia redes de encadenamientos productivos con las industrias más grandes de automovilismo en el mundo.

Según datos del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas) se formuló por sector de economía el crecimiento de las pymes:

Tabla 4

Crecimiento de las PYMES por sectores

MICRO ESTABLECIMIENTOS Y EMPLEO		
Sector	Establecimientos	Trabajadores
Comercio	557.759	630.267
Servicios	288.771	381.328
Industria	120.785	156.653
Total	967.315	1.168.248

Tomado de: (businesscol, 2016)

El gobierno colombiano al notar que la participación de las pymes estaban incrementando en todo el país, empezó a ver nuevas oportunidades que se podían

generar para mejorar la calidad de empleo y el crecimiento de industria, beneficiando a miles de colombianos y dar la oportunidad de nuevos emprendimientos con valor agregado.

Pro Colombia lanzó el programa Mypyme internacional con el objetivo de ayudar a que las empresas colombianas obtengan diferentes beneficios y asesorías relacionados con el comercio exterior y que tengan la oportunidad de exportar y generar nuevas oportunidades de alianza y crecimiento. Esta nueva iniciativa generó mucha atracción por parte de las personas en proceso de emprendimiento, “de esta forma, las empresas establecerán un plan de trabajo con las acciones requeridas para ajustar su oferta a la demanda internacional si lo requieren, como cotizar, documentar y realizar la exportación del producto al comprador y estar preparado para los futuros pedidos” (Procolombia, 2016). La forma de iniciar este proceso de capacitación y ayuda por parte de esta entidad se centra en que el empresario tiene que diseñar su plan de exportación de mínimo 3 años, en donde cada asesor de Pro Colombia pueda tener seguimiento y adaptar su producto a un nivel superior de calidad y reconocimiento.

Los requisitos que se necesitan para poder hacer parte del proyecto Mypyme son los siguientes:

- “La empresa cuente con un capital colombiano superior al 51%; tener como mínimo 7 empleados directos; una antigüedad mínima de constitución de 4 años; y un crecimiento mínimo de ventas en los últimos 2 años del 4%.
- Haber participado en actividades del sector de comercio, industria y turismo, ya sea a través de formación, adecuación o promoción o en algún programa de

mejora competitiva ofrecido por otras organizaciones como cooperación internacional y gremios.

- La empresa debe ofrecer un producto con demanda en el mercado internacional, contar con capacidad de endeudamiento y disponibilidad de invertir en el proyecto.
- Pueden participar empresas que no hayan exportado o aquellas que han realizado ventas externas por valores inferiores a US\$250.000 al año de forma esporádica.” (Procolombia, 2016)

Una estrategia interesante que se desarrolló entre Pro colombia y las cámaras de comercio es que pueden buscar alternativas para mejorar la competitividad entre las regiones, poder formar nuevos clústeres y mecanismos que puedan proponer el trabajo entre varias empresas fortaleciendo la cultura de trabajo entre socios tanto industrial como empresarial.

Anteriormente se hizo el estudio de cual era la calidad y el éxito de las empresas colombianas que entraban al programa EXPOPYME que ahora es llamado MYPYME, y el fortalecimiento que ha tenido el asesoramiento y el apoyo financiero hacia esta clase de industrias con propósito de exportar y el resultado es el siguiente :

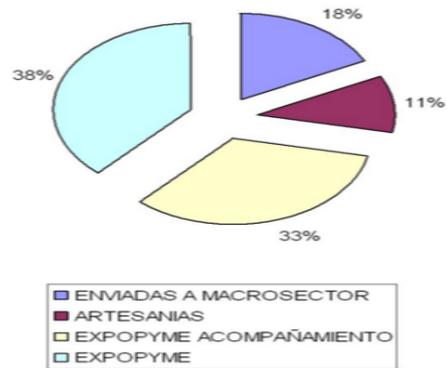
Ilustración 2

Empresas que han tenido acuerdo con Expopyme

DISTRUBUCION DE LAS EMPRESAS QUE HAN PASADO POR EL PROGRAMA EXPOPYME

PROEXPORT

ESTADO ACTUAL	No EMPRESAS
ENVIADAS A MACROSECTOR	367
ARTESANIAS	218
EXPOPYME ACOMPAÑAMIENTO	685
EXPOPYME	794
TOTAL DE EMPRESAS QUE HAN INGRESADO AL PROGRAMA	2.064



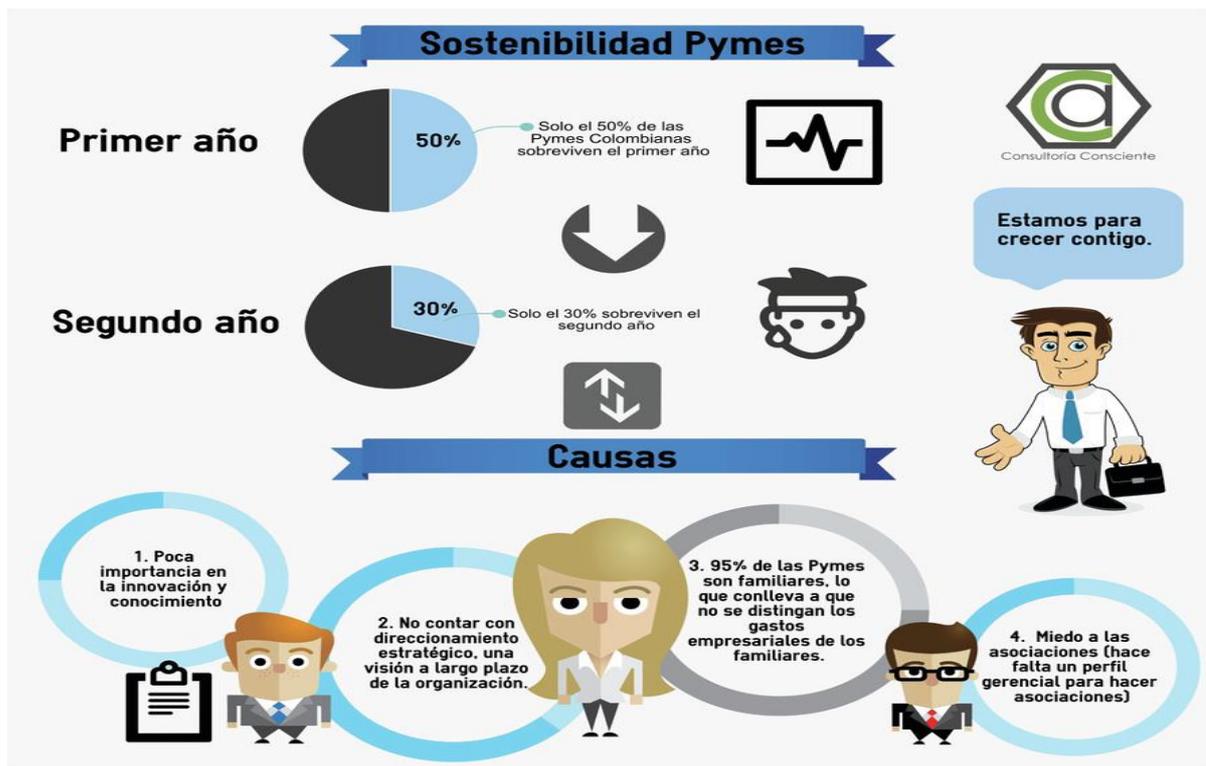
Tomado de: (Proexport, 2016)

1.1 PRINCIPALES PROBLEMAS DE LAS PYMES EN COLOMBIA

Emprender en Colombia es muy complicado, ya que se necesitan factores económicos y de proyección a futuro para que no quiebren las empresas, según el Ingeniero Camilo Rojas especialista en sistemas de control organizacional y de gestión de la universidad de los Andes, comenta en su blog que ha tenido clientes que arriesgaron todo su capital de trabajo para emprender, constituyeron su empresa, crearon su negocio, obtuvieron ganancias en su momento, luego su flujo de dinero estancó, se acabaron las ideas y empezó su preocupación por el sustento familiar.

Ilustración 3

Sostenibilidad de las PYMES



Tomado de: (Rojas, 2016)

Se puede observar que las causas más comunes por la que las empresas fracasan es que están en una línea de confort, se confían y no buscan alternativas de innovación, nuevos mercados, expandir y generar nuevos campos de conocimiento generando un valor agregado, de igual manera expandir la gama de sus productos o servicios, buscando nuevos inversionistas nacionales y extranjeros para expandirse y buscar apoyos de nuevos socios. “hablar hoy del nivel competitivo de las pequeñas y medianas empresas es hablar claramente del nivel de competitividad de nuestro país. De acuerdo con los reportes del Ministerio de Desarrollo, actualmente la pequeña y mediana empresa representa el 92% del total de empresas de Colombia, generan el 52% del total de empleo del país; sin embargo, tan sólo generan el 25% de nuestro PIB y cerca del 25% de las exportaciones no tradicionales. Este fenómeno muestra el bajo nivel competitivo por el cual atraviesan hoy este tipo de empresas.” (Beltran, 2016)

Se ha desarrollado un estudio por parte del equipo de investigación del proyecto pequeña y mediana industria de la facultad de Administración de empresas de la

Universidad Externado de Colombia en donde sustentan los 20 principales problemas en donde se encuentran relacionados los factores de: apertura, gobierno, finanzas, mercados potenciales y reales, infraestructura, tecnología, desarrollo institucional, gerencia, mercado laboral, manejo ambiental y estrategias de mercadeo se estableció el mapa de competitividad de nuestra pequeña y mediana empresa. Los cuales son los siguientes:

1. “Inexistencia de un plan estratégico que le permita a la empresa fijarse objetivos tanto corporativos como para cada una de sus áreas, con el fin de desarrollar una gestión gerencial del mediano y largo plazo.
2. Empleo de metodologías inadecuadas de costeo de los productos o servicios ofertados.
3. Desaprovechamiento de las políticas e instrumentos de promoción a las exportaciones de los programas creados por el gobierno para tal fin.
4. Desconocimiento de los tratados de intercambio comercial internacionales que benefician a los productos o servicios colombianos: atpa, G3, Comunidad Europea, Comunidad Andina de Naciones, etc.
5. La motivación para exportar obedece a una coyuntura provocada por la crisis del mercado interno y el estímulo de la devaluación y las políticas de fomento a la exportación.

6. Quienes ya exportan ven afectada su gestión por: el incumplimiento de proveedores, uso de materias primas con deficiente calidad, falta de mano de obra calificada a nivel técnico y una legislación laboral desfavorable, entre otros.
7. Desconocimiento de los mercados potenciales por atender, tanto a nivel local como internacional, así como las barreras de entrada a éstos (normas técnicas de calidad, de carácter fitosanitario o ambiental).
8. La contabilidad no se utiliza para tomar decisiones sino tan sólo representa un instrumento útil para cumplir con una obligación fiscal, presenta retrasos y no muestra la situación real económica y financiera de la empresa, por lo tanto no sirve para tomar decisiones.
9. Financieramente el empresario no proyecta la empresa a mediano y largo plazo, dado el desconocimiento de las herramientas para llevar a cabo esta labor.
10. Nivel de endeudamiento promedio del 70%, concentrado en el corto plazo. Bajos aportes de capital por parte de los socios, dificultando el acceso al crédito.
11. Desaprovechamiento de las líneas de crédito de fomento para la pyme, como líneas de crédito de redescuento, líneas preferenciales, líneas de crédito con riesgo compartido, etc.
12. Desconocimiento de las características del consumidor final, de sus productos o servicios y sus necesidades futuras.

13. Desconocimiento de las empresas que desarrollan su misma actividad en el ámbito local y en el internacional.
14. Bajo poder de negociación y deficiente selección de los canales de distribución utilizados.
15. Deficiencias en la distribución de planta y bajo nivel de utilización de programas de manufactura en la planeación, control de la producción y mantenimiento integral.
16. Bajo nivel de desarrollo tecnológico tanto a nivel de producción como herramienta del equipo administrativo.
17. Falta de programas de producción limpia y calidad ambiental que posibiliten la minimización de los residuos y la eficiencia de los procesos.
18. Por ser en su mayoría pymes de carácter familiar.
19. Prácticas inadecuadas en los procesos de selección y contratación de personal para la organización.
20. La inexistencia de planes de mercadeo que permitan, mediante la identificación de una necesidad de un consumidor, generar una acción en la organización para satisfacerla en el corto, mediano y largo plazos.” (Beltran, 2016)

Teniendo en cuenta estas 20 deficiencias en las pymes es que el gobierno colombiano ha empezado a implementar estrategias para que no decaiga el número de empresas en crecimiento, sin embargo es importante recalcar que para crear empresa es necesario saber que tengo y a donde quiero llegar, como quiero llegar, y como puedo hacerlo.

1.2 PROCOLOMBIA Y EL CRECIMIENTO DEL PROGRAMA MYPYME.

Dentro del marco que se ha desarrollado en estos últimos años sobre el crecimiento y el mejoramiento de cada sector, en donde las pymes comúnmente enfocan su grado de producción; toman en cuenta las 20 deficiencias anteriormente nombradas para desarrollar amplias capas de investigación tratando de buscar las soluciones más acertadas y que puedan tomar de malas experiencias los problemas a futuro con el asesoramiento a las pymes que se involucran en este proyecto.

Así mismo PROCOLOMBIA puso en marcha iniciativas para fortalecer la internacionalización de las empresas de bienes, servicios y el turismo para poder promocionar el país, proporcionar conciencia empresarial y no dejar de producir en Colombia, de igual manera no dejar decaer la marca país que es lo que nos representa como una industria sostenible, teniendo en cuenta estos objetivos se han creado estos cinco programas para impulsar e incentivar la economía:

Mipyme internacional: Busca incrementar el posicionamiento del tejido empresarial mediante asesores que ayudarán a formar y guiar en el proceso de una continua exportación. (Procolombia, mipyme internacional procolombia, 2016)

Mentor exportador: Este programa trazará lazos con empresas que ya tengan experiencia en las exportaciones para mejorar la competitividad de las empresas (dirigido a empresas medianas).

Más multilatinas: Este programa pretende que las empresas que empiecen a exportar tengan sedes exteriores pero no dejen de producir en Colombia.

Destino global: Este programa busca atraer inversión que proporcione un mejoramiento al turismo en base a la infraestructura, en donde se promocióne y se generen mayores alternativas de atracción del turismo de diferentes países, se enfocara en las empresas que estén específicamente en el sector de servicios turísticos.

Marca País: Busca promocionar y posicionar la imagen de Colombia en el exterior.

(Procolombia, PRocolombia, 2016)

Teniendo en cuenta estos planes de acción que se han desarrollado en todo el país por parte del programa Mypyme, se han desarrollado las mejores prácticas en las empresas en cuanto al éxito que pueden tener y mejorar en la toma de decisiones y de buscar nuevas oportunidades a nuevos mercados internacionales, los cuales son:

Seleccionar al socio de logística correcto: Se debe tener a una persona o empresa que tenga los conocimientos necesarios y la experiencia de cómo se debe mover nuestro producto, de igual manera “incluir trámites aduanales, implementación de transporte multimodal y logística de contratos, entre otras soluciones, permitirá que las Pymes hagan crecer su negocio. Además, pueden organizar cadenas de suministro más eficientes, manejar los requisitos aduaneros y las estructuras fiscales que se aplican a las

exportaciones, elementos considerados por las Pymes como barreras para su crecimiento internacional.” (Dinero, 2016)

Planeación e investigación para las pymes: Este es con el fin de encontrar nuevos socios, mercados y oportunidades que puedan desarrollar mejores aperturas a mercados nuevos.

Precios competitivos y descuentos: Por medio de este se pueden reducir costos de producción e invertir en calidad y cantidad creando una fidelidad por parte del cliente.

Certificación del producto: Estas certificaciones se pueden obtener por medio de entidades externas en donde se capaciten, conociendo estándares de calidad de cada país y de esta manera poder lograr el valor agregado en sus productos. Estas medidas que se aplican en los países pueden incluirlas en el mercado nacional como en el extranjero.

Financiamiento Privado: Algunas empresas necesitan de la asesoría de empresas financieras externas, en donde por medio de estudios de la misma empresa pueden lograr el éxito y estabilidad del exportador.

Intermediario en el país de destino: Estos intermediarios son útiles para promover servicios y ventas, de igual manera las plataformas o medios sociales son muy útiles para el reconocimiento de la empresa y como tal del producto, de esta manera la marca será reconocida y podrán incursionar en nuevas plataformas de ventas dirigidas a toda clase de mercados objetivos.

Tomado en cuenta de (Dinero, 2016)

1.3 RUTA EXPORTADORA PARA LAS PYMES.

Teniendo en cuenta que la industria de las pymes se ha incrementado en Colombia, Procolombia ha desarrollado una ruta exportadora que es accesible a todo público por medio de su página web, mostrando una guía bastante interesante en donde los empresarios pueden fortalecer su conocimiento y vacíos en el mercado internacional y los pasos que se requieren para tener una exportación de productos y servicios exitosa. Está resumida en 5 simples pasos para que el empresario pueda adaptar su empresa en el proceso de la internacionalización, teniendo en cuenta los diferentes requisitos y la orientación acertada para lograr penetrar diferentes mercados. En este orden de ideas, estos son los 5 pasos de la ruta exportadora:

1. Prepárese para exportar (En esta primera fase se deben tener en cuenta los siguientes criterios):

Ilustración 4

Evalúe su potencial exportador



+ Disponibilidad de producto.
+ calidad .
+ Valor agregado.
+ Optima relación calidad/ precio.
+Adaptabilidad.

Tomado de: (Procolombia, Procolombia

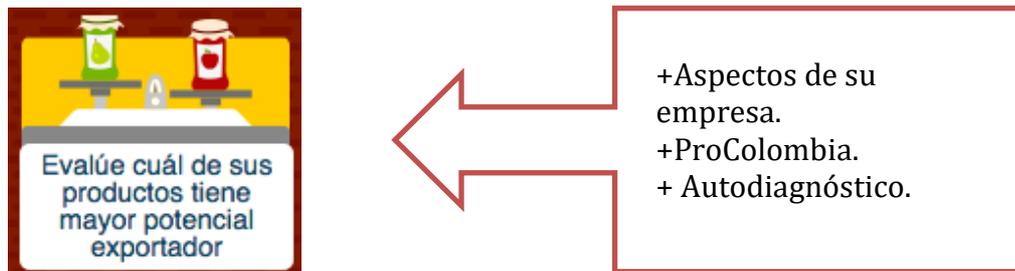
Ruta exportadora, 2016)

En este primer ítem es necesario que el emprendedor como tal evalúe la capacidad de su empresa, si cuenta con los puntos anteriormente relacionados con la imagen y si la empresa tiene la capacidad para entrar en mercados exteriores. Es por esto que

Procolombia brinda asesoría, para que no se generen problemas en alguno de estos puntos a la hora de comenzar el proceso para exportar.

Ilustración 5

Evalúe cuál de sus productos tiene un mayor potencial exportador.

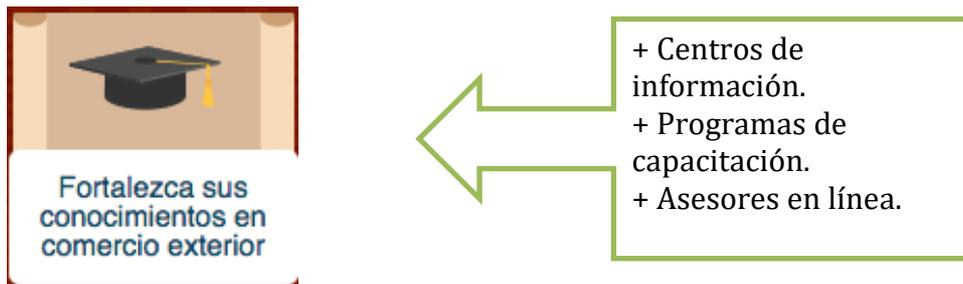


Tomado de: (Procolombia, Procolombia Ruta exportadora, 2016)

Antes de pensar en internacionalizar la empresa, el emprendedor debe evaluar aspectos económicos, legales, de producción y cualquier otro que le de a su empresa una proyección hacia nuevos mercados, ProColombia sabe que pueden darse ciertos puntos en los que las empresas no están consientes que pueden cumplir como tal en el éxito de su proceso de exportación, es por esto que a través del centro de información al exportador se les da todo el acompañamiento y el asesoramiento a través de un test (test del exportador) en donde por medio de este se encontrarán las posibles fallas y sus capacidades para fortalecer su industria.

Ilustración 6

Fortalezca sus conocimientos en comercio exterior



Tomado de: (Procolombia, Procolombia Ruta exportadora, 2016)

Se ofrecen toda clase de capacitaciones a los exportadores en donde encontrarán los centros de información en todas las áreas y asesores en línea 24 horas.

2. Identifique el potencial de internacionalización y los requisitos del producto:

Dentro de este segundo paso es necesario que tenga en cuenta y que esté segura la persona de que su producto tendrá éxito en el exterior, es necesario cumplir con los requisitos para que el bien o servicio no tenga problemas en el momento de entrar país importador, es por esto que se deben cumplir con los siguientes requisitos:

Identificar la posición arancelaria: Es necesario buscar el código correcto al que pertenezca el producto, de igual manera por medio de otros requerimientos externos puede ingresar a otros mercados a los que desea entrar.

Encuentre los mercados potenciales para sus productos: Debe tenerse muy clara la estrategia internacional para entrar al mercado exterior, es por esto que ProColombia desarrolló un identificador de oportunidades, por medio de este se encontrarán cuales son los mercados con mayor nivel de potencialidad que se

desarrollan en todo el mundo clasificado en: destinos, departamentos, volúmenes de exportación e importación.

Condiciones de acceso (certificaciones y otros requerimientos): Cada país tiene sus requisitos y certificaciones para permitir la entrada de los bienes y servicios de diferentes partes del mundo con el fin de proteger la salud y normas de calidad. Es por esto que ProColombia desarrollo un portal (módulos de condiciones de acceso) en donde se podrán encontrar enlaces de paginas de países sobre aranceles, normas de seguridad, requerimientos y medidas fitosanitarias.

3. Requerimientos del mercado y comprador:

En el momento de internacionalizar nuestro producto se deben tener en cuenta algunos estudios previos, como conocer las tendencias que se están teniendo sobre nuestro bien en el país a donde se va a exportar, de igual manera que requerimientos de calidad exigen los consumidores al momento de elegir un producto particular, también como será el diseño que atraerá al consumidor y que se fidelice con mi marca.

4. Logística y distribución física internacional:

Ilustración 7

Logística y distribución física internacional



Tomado de: (Procolombia, Procolombia Ruta exportadora, 2016)

Se deben tener en cuenta estos 7 pasos en donde para lograr una logística exitosa debe seguirse uno a uno, dentro de la logística internacional es necesario conocer la cadena de distribución física, teniendo en cuenta el movimiento de la mercancía se podrá obtener el costo final del producto. ProColombia brinda diferentes tipos de asesoría en cada proceso de la logística, evaluando que nivel de competitividad puede llegar a tener la empresa en el ámbito internacional, de igual manera recomendará empresas aliadas de transporte, seguros y entidades financieras que proporcionaran costos adecuados a la forma en que se vaya a posicionar el producto

5. Gestión comercial y herramientas ProColombia:

Por medio de las diferentes herramientas con las que cuenta ProColombia, las empresas que exportan por primera vez pueden lograr ser reconocidas y muy recomendadas a través de las siguientes gestiones promocionales que brinda a los empresarios colombianos:

Ilustración 8

Herramientas de promoción



Tomado de: (Procolombia, Procolombia Ruta exportadora, 2016)

Estas 7 herramientas impulsan al reconocimiento y la adecuación del producto en el mercado internacional a través de programación de eventos, seminarios, telepresencia y ferias internacionales, en donde podrán conocer más de cerca lo que es la empresa, que productos ofrecen y la posibilidad de integrarse a nuevos mercados. Por otro lado esta la adecuación del producto en donde necesita que sea atractivo que con solo verlo se note a donde quiere llegar y cual es su tipo de mercado al que quiere introducirse.

(Procolombia, Procolombia Ruta exportadora, 2016)

Cuando este reconocimiento asegure la entrada a los nuevos mercados y nuevas alianzas entre empresas para proporcionar el crecimiento y el posicionamiento del producto al país al que se quiere llegar, es momento que el empresario empiece a innovar a crear nuevas perspectivas de su negocio a buscar nuevas redes de contacto para que de ser una pyme se convierta en un mercado con más perspectiva internacional más sólida.

CAPITULO III. APOYO Y POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES COLOMBIANAS EN MÉXICO.

Teniendo en cuenta que el proceso para lograr la internacionalización de una empresa colombiana debe llevar unos parámetros adecuados para que pueda ser exitosa por medio de ProColombia, en donde es una ficha muy importante para lograr que las industrias en crecimiento puedan tener éxito en diferentes países, como lo son las asesorías paso a paso hasta lograr el objetivo propuesto. Este tipo de oportunidades de exportación a las pymes no se puede lograr solo por los programas que ofrece el gobierno, se deben buscar personas o entidades que ofrezcan el servicio de una mayor cobertura al que se quiere llegar como las cámaras de comercio, las embajadas o entidades expertas en introducir y tener diferentes procesos de promoción para atraer mercados externos y empresas externas que puedan generar valor agregado y un alto valor económico a su país.

Nuestro país a estudiar en este documento es México y como las pymes colombianas han logrado introducirse en este mercado tan apetecido, cuales han sido las entidades que han promocionado sus industrias para atraer empresas colombianas, teniendo en cuenta que por medio de alianzas estratégicas se han podido posicionar en diferentes y estratégicas partes de este país tan grande y lleno de oportunidades.

1.1 Pro México y su apoyo con las pymes colombianas.

ProMéxico tiene muchas campañas que buscan promocionar y atraer industria de mercados extranjeros es por esto que desarrolla eventos de promoción como Promexico Global, “es el evento de comercio e inversión de mayor importancia en México. Se

lleva a cabo en ocho diferentes entidades de la República durante cada año. Está compuesto por conferencias magistrales, encuentros de negocios, paneles y talleres que tienen el propósito de impulsar y facilitar la exportación, la internacionalización de empresas mexicanas y la atracción de inversión extranjera directa. Además, en los espacios de exhibición en los que se realiza, estarán presentes representantes de las principales dependencias de gobierno, cámaras empresariales, organismos internacionales y universidades.” (wikipedia, 2016)

Por medio de programas que buscan que las pymes de diferentes países latinoamericanos tengan la oportunidad de pertenecer a los encadenamientos productivos de las industrias que se encuentren en México sobre todo en la industria automotriz, ellos desarrollan diferentes clases de ferias impulsando a ProMéxico como un aliado para estas pequeñas y medianas empresas, ofreciendo diferentes oportunidades en los mercados y las posibles industrias que puedan aportar a la economía mexicana. Un evento de gran importancia que se realiza acá en Colombia para atraer inversión hacia México es el Foro de Negocios e inversión entre México/ Colombia, este evento se desarrolla en Medellín cada año, con el propósito de identificar inversionistas y también encontrar donde invertir en las pequeñas y medianas empresas con propósitos de exportar hacia México en los sectores agroalimentario, infraestructura y el diseño textil.

De igual manera virtualmente ProMéxico tiene un canal dirigido a esta clase de empresas llamado directorio de exportadores, principalmente muestra una base de datos muy completa de la oferta mexicana y de las posibles empresas que requieran apoyo por pequeñas y medianas empresas extranjeras con el fin de aportar y mejorar sus encadenamientos productivos, para las empresas que estén dispuestas a que industrias

con un potencial alto de producción requieran de sus productos se ingresa por medio de la página www.promexico.gob.mx , busca el link de directorio de exportadores y ahí brindan la información necesaria para integrarse a la base de datos y que pueda dar a conocer su empresa en el extranjero en donde debe diligenciar una ficha con datos de contacto junto a un catalogo de la empresa.

No solo ProMéxico está interesado en generar este tipo de inversiones en las pymes de diferentes países de Latinoamérica, hace poco ProChile, ProMéxico, PromPerú, Proinversión y ProColombia firmaron una declaración para fortalecer la Alianza Pacífico, con el fin de impulsar el desarrollo y la competitividad del comercio exterior teniendo en cuenta el desarrollo de las pequeñas empresas y la inversión de ellas en los 4 países. Durante una reunión que se dio en Bogotá en el 2012 la presidenta de ProColombia aseguró que esta alianza será clave ya que “este trabajo conjunto será clave para las agencias en su tarea de buscar nuevas oportunidades de negocios para las empresas de sus países, así como para atraer más turistas e inversionistas. Este acuerdo buscará incrementar la complementación económica y favorecer el crecimiento, el desarrollo y la competitividad del comercio exterior. Podremos intercambiar información, compartir experiencias, ofrecer en bloque productos y servicios, participar juntos en ferias internacionales, realizar campañas de promoción comercial, desarrollar misiones comerciales, proyectos sectoriales, macrorruedas y estudios de mercado”. (Procolombia, Procolombia, 2016)

No descarto lo que ha hecho la cámara de comercio México-Colombia que ha generado varios proyectos para crear el reconocimiento de este tipo de empresas a nivel mundial, el año pasado asistieron al Foro Regional PYME Orgullo Morelos 2015 participó los días 25, 26 y 27 de Noviembre en donde trató de buscar oportunidades de

negocio y soluciones a los empresarios de dicho país, las acciones que esta entidad realizó en este foro fueron los siguientes:

“Se atendieron 36 empresas que buscaron a la Cámara de Comercio para apoyo en:

- Asesoría de negocios
- Indagar de qué forma comercializar sus productos de tipo regional
- Cómo buscar clientes en Colombia
- Cómo encontrar proveedores en Colombia
- Estudios de Investigación de Mercado
- Desarrollo de nuevos negocios” (Colombia, 2016)

Este tipo de oportunidades que brindan a las pymes colombianas han desarrollado la oportunidad de expansión y conocimiento por parte muchas industrias a nivel mundial, proporcionando mayor inversión, un posicionamiento en países donde este tipo de empresas generan cambios a nivel global y donde puedan expandirse y enfocarse en las compañías que guían el proceso globalizado en el que nos encontramos ahora. ProColombia intenta cada día hacer que las pymes encuentren su valor agregado en los productos que ofrecerán al mundo, contando con todo el apoyo y asesoramiento para que conquisten nuevos mercados y puedan posicionarse como una de las industrias más solidas que puedan haber en el mundo, sin descartar que la producción sea en Colombia para impulsar y mejorar la economía nacional. Actualmente empresas que tienen un posicionamiento estable en México y que han aprovechado el mercado de los mexicanos, las ferias y demás apoyos por parte de estas dos entidades son: Juan Valdez

(3 años en el mercado), Sura, empresas del sector textil, Avianca, empresas con asesoramiento financiero, Norma (editorial), y pymes que apoyan el sector de autopartes con las industrias más fuertes de Puebla como lo son Volkswagen y Nissan.

Entidades como ProMéxico que es un gran aliado comercial y empresarial para dar el reconocimiento de las pymes colombianas, hace conjunto con Colombia para beneficiarse mutuamente teniendo en cuenta esta clase de empresas para generar encadenamientos productivos y procesos de alto grado de valor para las grandes industrias que producen en cada país. Este tipo de alianzas son muy beneficiosas no solo para estos dos países, si no como tal para Latinoamérica, teniendo en cuenta la Alianza Pacífico y los convenios que han realizado recientemente, las pymes son un proyecto que no descartarán en los encadenamientos y propuestas de crecimiento de cada país que se darán cada día en este mundo globalizado.

CONCLUSIONES

- La pymes en Colombia y en México han tenido un gran crecimiento en los últimos años sobre todo en el sector de manufactura y en el automotriz , aportando un alto crecimiento económico y el interés por parte de los gobiernos para impulsar y generar diferentes tipos de apoyos para que las personas naturales piensen en generar empresa y de la misma forma tomar las desventajas que tienen este tipo de industrias y empezar a generar planes de acción en donde esas debilidades sean una fortaleza en el futuro y de esta manera exportar bienes y servicios con valor agregado.
- Procolombia como entidad del gobierno ha generado una serie objetivos en donde se enfoca a generar planes de exportación para este tipo de empresas en crecimiento, ofreciendo el asesoramiento y la garantía de posicionar la empresa de acuerdo a su área de especialidad, tomando como referencia los 5 pasos (ruta exportadora de las pymes) para mejorar su crecimiento por medio de capacitaciones y asesoramiento continuo.
- El apoyo de ProMéxico que brinda a las diferentes pymes en Colombia ha desarrollado una gran acogida por parte de los empresarios colombianos, desarrollando nuevos proyectos para hacer parte de los encadenamientos productivos, cadenas de valor y proveedores del sector automotriz, sin descartar demás empresas que ya están en negociaciones con grandes industrias mexicanas gracias a los lazos entre Colombia, México y entidades que promocionan este tipo de industrias.

- La Alianza Pacífico promueve como pilar fundamental impulsar a las pymes de los cuatro socios comerciales, generando el desarrollo y la competitividad del comercio exterior, de igual manera tener en cuenta que se necesitan buscar nuevas oportunidades de negocios para las empresas de sus países, así como para atraer más turistas e inversionistas.

Referencias

- Beltran, a. (13 de 06 de 2016). *uniroja*. Obtenido de uniroja:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5137544.pdf>
- businesscol. (12 de 06 de 2016). *businesscol*. Obtenido de businesscol:
<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes>
- Colombia, C. d. (13 de 06 de 2016). *Cámara de Comercio México Colombia*. Obtenido de Cámara de Comercio México Colombia: <http://ccmexcol.com/foro-regional-pyme-orgullo-morelos-2015.html>
- Dinero, R. (13 de 06 de 2016). *Dinero*. Obtenido de Dinero:
<http://www.dinero.com/empresas/articulo/recomendaciones-consejos-para-pymes-exporten/200496>
- Gomez, B. (12 de 06 de 2016). *slideplayer*. Obtenido de slideplayer:
<http://slideplayer.es/slide/1091697/>
- Martínez, M. M. (12 de 06 de 2016). *eumed*. Obtenido de eumed:
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/pymes.html>
- Procolombia. (13 de 06 de 2016). *mipyme internacional procolombia*. Obtenido de mipyme internacional procolombia: <http://mipymeinternacional-sectorial.procolombia.co/>
- Procolombia. (13 de 06 de 2016). *Procolombia Ruta exportadora*. Obtenido de Procolombia Ruta exportadora: <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/>
- Procolombia. (13 de 06 de 2016). *Procolombia*. Obtenido de Procolombia:
<http://www.procolombia.co/multimedia/video/procolombia-lanza-mipyme-internacional-para-sumar-empresas-la-base-exportadora-del-pais>
- Procolombia. (13 de 06 de 2016). *Procolombia*. Obtenido de Procolombia:
<http://www.procolombia.co/multimedia/video/prochile-promexico-promperu-proinversion-y-proexport-firmaron-declaracion>
- Procolombia. (13 de 06 de 2016). *PRocolombia*. Obtenido de Procolombia:
<http://www.procolombia.co/noticias/procolombia-pone-en-marcha-nuevas-iniciativas-para-fortalecer-internacionalizacion-empresarial>
- Proexport. (13 de 06 de 2016). *slideplayer*. Obtenido de slideplayer:
<http://slideplayer.es/slide/1091697/>
- Promexico. (10 de 06 de 2016). *Promexico*. Obtenido de Promexico:
<https://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/guia-basica-del-exportador-promexico.pdf>
- Rojas, I. C. (13 de 06 de 2016). *CA CONSULTORES*. Obtenido de CA CONSULTORES:
<http://www.consultoriaconsciente.com/blog/sostenibilidad-de-pymes-colombia-2015>
- wikipedia. (13 de 06 de 2016). *wikipedia*. Obtenido de wikipedia:
<https://es.wikipedia.org/wiki/ProM%C3%A9xico>

