

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA



FRANKLIN STEVEN BOHÒRQUEZ BAUTISTA

TUTOR: JUDITH SALINAS GONZALEZ

NEGOCIOS INTERNACIONALES

OPORTUNIDAD DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO MEXICO-COLOMBIA “G2” Y  
SU INJERENCIA EN EL EMPRENDIMIENTO DE LAS PYMES EN LA ACTUALIDAD

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

NEGOCIOS INTERNACIONALES

JUNIO 17 DE 2016

BOGOTA D.C

## TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	4
2. Objetivo general.....	6
2.1 Objetivos Específicos.....	6
3. Marco contextual .....	7
3.1 Descripción socio-económica de México y Colombia.....	7
3.1.1 Una breve descripción de México .....	7
3.1.2 Una breve descripción de Colombia.....	9
3.1.3 Comercio bilateral Colombia-México .....	11
4. Tratado libre comercio México-Colombia “G2” .....	12
4.1 Programa de desgravación .....	13
4.2 Ingreso al mercado .....	13
4.3 Medidas fitosanitarias .....	13
4.4 Reglas de origen: .....	14
4.5 Prácticas desleales:.....	14
5. ¿Qué es el emprendimiento?.....	15
5.1 Emprendimiento empresarial .....	16
5.2 Emprendimiento social.....	16
6. Sectores de más oportunidad para Colombia en el tratado .....	17
6.1 Agroindustria.....	17
6.2 Manufacturas .....	17
6.3 Prendas de vestir.....	18
6.4 Turismo .....	18
6.5 Servicios .....	19
6.6 Sector automotor .....	19

7. PYMES .....	20
7.1 Concepto y clasificación de Pymes mexicanas y colombianas.....	20
7.1.1 Pymes México .....	20
7.1.2 Pymes Colombia.....	22
7.2 Entidades Mexicanas y Colombinas que incentivan a las pymes (apoyo privado y gubernamental).....	24
7.2.1 México.....	24
7.2.2 Colombia .....	25
8. Factores de fracaso de las Pymes en Colombia y México.....	26
8.1 Investigación y desarrollo .....	26
8.2 Acceso restringido al financiamiento.....	26
8.3 Bajos niveles de productividad .....	27
8.4 Alianzas estratégicas .....	27
9. Recomendaciones .....	28
10. Conclusiones.....	29
11. Referencias bibliográficas.....	31

## 1. Introducción

Colombia posee ventajas competitivas y comparativas, debido a su posición geográfica y su gran variedad climatológica, basando su economía principalmente en la explotación de recursos naturales como la minería, petróleo y agricultura. Por otra parte Colombia a mediados de la década del año 90 haciéndose miembro de la organización mundial del comercio (OMC) inicia la apertura económica firmando diferentes tipos de acuerdos y convenios comerciales, entre ellos se encuentra el tratado de libre comercio México- Colombia G2, que inicialmente se había establecido como G3 incluyendo a Venezuela, pero este país decide retirarse para el año 2006 debido a su política monetaria y económica. Para Colombia, México es un buen socio comercial por las diferentes oportunidades de negocio que muestran los sectores de la economía llegando a beneficiar a las pequeñas y medianas empresas colombianas.

Los principales sectores que influyen en la oportunidad de negocio son la industria automotriz, manufactura, agroindustria y en servicios se encuentra el turismo. Su principal industria es la automotriz y la manufacturera ya que genera casi el 10% PIB nacional mexicano; las empresas pueden generar negociaciones debido a que para el ingreso de algún automotor procedente de México debe cumplir con un mínimo del 40% de autopartes establecido por el tratado de libre comercio, logrando oportunidad de emprendimiento gracias al acuerdo comercial G2 para las Pymes no solo en el sector automotor.

Las pymes asumen un rol importante en las economías del país, en Colombia se calcula que hay un aproximado total de 2.5 millones de Pymes, partiendo que aportan el 68% del empleo en el país. En México existen aproximadamente 4.15 millones de unidades empresariales, de las cuales el 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 72% del empleo en el país.

Como se mencionaron anteriormente los gobiernos y entidades privadas de ambos países buscan incentivar el surgimiento, crecimiento y sostenibilidad en los mercados locales e internacionales de las Pymes ya que son el motor de la economía. Por ello existen diferentes tipos de programas que incentivan al emprendimiento y estabilidad de las Pymes, en Colombia encontramos entre sus principales programas la cámara de comercio “Bogotá emprende”,

Procolombia y Bancoldex. En México encontramos las siguientes el fondo Pyme, Promexico y México emprende.

Por tal motivo se plantea documentar la injerencia que tiene el tratado de libre comercio México-Colombia en las Pymes y su emprendimiento hacia un mercado globalizado.

## **2. Objetivo general**

Documentar las oportunidades de emprendimiento a partir, del tratado de libre comercio México-Colombia en la actualidad.

### **2.1 Objetivos Específicos**

- Describir las oportunidades de intercambio comercial de los principales sectores económicos de Colombia con México.
- Definir el concepto de Pyme e identificar las oportunidades que ofrecen los gobiernos mexicanos y colombianos para la estructuración y fortalecimiento de las Pymes en el mercado internacional.
- Mencionar los factores de mejoramiento de las Pymes en el mercado Mexicano y colombiano para inicio de nuevos proyectos empresariales.

### **3. Marco contextual**

En dicho documento se plasmara una serie de ideas de cómo pueden llegar a posicionarse las Pymes en los mercados internacionales partiendo del emprendimiento, esto con la ayuda de los entes gubernamentales aportando en inversión, innovación y desarrollo generando valor agregado de manera diferencial con la competencia para ser estable y competitivo en un mundo globalizado , esto con el fin de poder insertarse y obtener beneficios en diferentes sectores de la economía generados por el tratado de libre comercio G2, además de lo visto en la misión académica realizada en México. A continuación se tratara de describir los aspectos más relevantes en la economía mexicana y colombiana.

#### ***Capítulo 1. Intercambio comercial de los principales sectores económicos de Colombia con México.***

### **3.1 Descripción socio-económica de México y Colombia**

#### **3.1.1 Una breve descripción de México**

Para establecer y acceder a negocios locales e internacionales con México en base a informes económicos de datos macro, es útil saber que se encuentra en el puesto 38 del Doing Business de los 189 países que integran este escalafón, el cual mide la calidad y eficiencia regulatoria de las empresas a través del banco mundial que conforman este ranking, que clasifican los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

México se encuentra ubicado al norte de América debajo de los Estados Unidos, tiene una superficie de 1.964.380 Km<sup>2</sup>, por lo que puede considerarse un país grande. A su vez, cuenta con una población total cerrando el año 2015 de 121.015.815 habitantes, ubicándose como el décimo país con más con mayor densidad poblacional. Su capital referente es ciudad de México contemplando como referencia en moneda local el peso mexicano. (Datos macro, 2016)

Según el Ministerio de Comercio Industria y turismo en sus perfiles económicos y comerciales por países, México obtiene USD \$397.098.8 millones, exportando principalmente petróleo crudo, automóviles de turismo, partes de vehículos, vehículos para mercancías,

máquinas para el procesamiento de datos, monitores y proyectores. Mientras que sus importaciones son estables con referencia a las exportaciones con un total de USD \$ 399.976.9 millones con sus principales importaciones se encuentran el petróleo crudo refinado, Partes de vehículos, circuitos electrónicos, teléfonos, partes de aparatos emisores y máquinas para el procesamiento de datos.

Por otra parte, sus principales socios comerciales es Colombia, acogiendo sus exportaciones totales en un 1.2%, ya que Estados Unidos abarca en su dimensión con un 80.3%. Mientras que para sus importaciones Colombia obtiene una parte muy inferior con un total de 0.2%, lo que hace ver que es una mínima parte de empresas que hacen llegar bienes y servicios a este país, así lo indica el ministerio de industria y comercio de Colombia en la página de perfiles económicos y comerciales por país en el año 2015. (Ministerio de comercio industria y turismo, 2016)

**(Ver tabla 1)**



Tabla 1. *Datos económicos México*



<b>Capital</b>	Ciudad de México	<b>PIB Corriente (2015)</b>	USD 1.144.334
<b>Superficie</b>	1.964.375 Km2	<b>PIB per cápita (PPP2015)</b>	USD 17.534,4
<b>Población 2015</b>	121.015.815 Habitantes	<b>Crecimiento PIB real (2014 y 2015)</b>	2.3% y 2.5%
<b>Moneda</b>	Peso mexicano	<b>IED en México</b>	USD 5.200,6 millones
<b>EXPORTACIONES 2014</b>		<b>IMPORTACIONES 2014</b>	
<b>Total</b>	USD 397.098,8 millones	<b>Total</b>	USD 399.976,9 millones
<b>Principales productos</b>	Petróleo crudo (9%), Automóviles de turismo (8,2%), Partes de vehículos (5,7%), Vehículos para mercancías (5,4%), Maquinas para procesamiento de datos (5,2%), Monitores y proyectores (4,2%).	<b>Principales productos</b>	Petróleo refinado (6,1%), Partes de vehículos (5,7%), Circuitos electrónicos (3,5%), Teléfonos (3,4%), Partes aparatos emisores (2,4%), Maquinas para procesamiento de datos (2,2%).
<b>Destinos</b>	Estados Unidos (80,3%), Canadá (2,7%), China (1,5%), España (1,5%), Brasil (1,2%), Colombia (1,2%)	<b>Origen</b>	Estados Unidos (49%), China (16,6%), Japón (4,4%), Corea sur (3,4%), Alemania (3,4%), Colombia (0,2%).

*Fuente:* Ministerio de comercio industria y turismo, tomado de OMC

### 3.1.2 Una breve descripción de Colombia

Según informe económico en datos macro, Colombia se encuentra en el puesto 54 del Doing Business de los 189 países que integran este escalafón para el 2016, mostrando que se encuentra inferior a México a cuestión de competitividad ocupando el puesto 61 de 140 países para hacer negocios, pero esto no lo hace ver como un país que no tiene posibilidades de intercambio con el resto del mundo; por el contrario es un país que ofrece diversidad, oportunidad de negocio y acogimiento a las diferentes culturas mundiales.

Este país, se encuentra situada Colombia en América del Sur, tiene una superficie de 1.141.748 Km<sup>2</sup> contando con dos océanos el Atlántico y el Pacífico tiene una población de 48.203.405 habitantes, se encuentra posicionada como el país número 28 a nivel mundial poblacional. Su capital referente es Bogotá, contemplando como referencia en moneda local el peso colombiano. (Datos macro, 2016)

Según el Ministerio de Comercio Industria y turismo en sus perfiles económicos y comerciales por países, Colombia tiene un total de USD \$35.690.776 millones, exportando principalmente petróleo crudo, café, flores y capullos dejando por último los frutos como principales socios Estados Unidos, Panamá, China, España, Países Bajos y Ecuador; cabe anotar que México no tiene gran influencia en las exportaciones colombianas por tal motivo es de gran relevancia incursionar en este gran mercado.

Mientras que sus importaciones tienen una mayor influencia con un total de USD \$ 54.057.599.5 millones con sus principales importaciones se encuentran el petróleo crudo refinado, aeronaves, automóviles turísticos, teléfonos, medicamentos y maquinas autopartes, como principales socios Estados Unidos, China, México, Alemania, Brasil y Francia. (Ministerio de comercio industria y turismo, 2016)

**(Ver tabla 2)**

Tabla 2. *Datos económicos Colombia*



<b>Capital</b>	Bogotá	<b>PIB Corriente (2015)</b>	USD 254.280.561,5 millones
<b>Superficie</b>	1.141.748 km <sup>2</sup>	<b>PIB per cápita (PPP2015)</b>	USD 13.846,5
<b>Población 2015</b>	48.203.405 Habitantes	<b>Crecimiento PIB real (2014 y 2015)</b>	4.4% y 3.1%
<b>Moneda</b>	Peso colombiano	<b>IED en México</b>	USD 12.107,9 millones
<b>EXPORTACIONES 2014</b>		<b>IMPORTACIONES 2014</b>	
<b>Total</b>	USD 35.960.776 millones	<b>Total</b>	USD 54.057.599,5 millones
<b>Principales productos</b>	Petróleo crudo (36%), Hullas (11,9%) Café incluso tostado (7,2%), Flores y capullos (3,6%), Petróleo refinado (3,6%), Bananas (3,1%).	<b>Principales productos</b>	Petróleo refinado (14,3%), Demás aeronaves (7.1%), Automóviles de turismo (6.5%), Teléfonos (6,5%), Medicamentos dosificados (4%), Máquinas automáticas (3,8%).
<b>Destinos</b>	Estados Unidos (27.6%), Panamá (6,7%), China (6.3%), España (4,4%), Países Bajos (4,2%), Ecuador (4%)	<b>Origen</b>	Estados Unidos (28,7%), China (18,6%), México (7,1%), Alemania (4,2%), Brasil (3,9%), Francia (3,5%).

Fuente: Ministerio de comercio industria y turismo, tomado de OMC.

### 3.1.3 Comercio bilateral Colombia-México

La balanza comercial demuestra que Colombia es un país que en los últimos años ha optado más por importar que por exportar a México USD \$ 54.057599.5, haciendo de la balanza comercial deficitaria en valores FOB. En las exportaciones de Colombia ha México se encuentra que el sector automotor, la química básica, el carbón, maquinaria y equipo, jabones y

cosméticos son los principales y más acogedores productos en ese mercado con un total para sus exportaciones de USD \$ 35.690.776.

Las importaciones están basadas en productos derivados con más participación tales como maquinaria y equipo sector automotor, química Básica, metalurgia, jabones y cosméticos. (Ministerio de comercio industria y turismo, 2016)

(Ver figura 1)

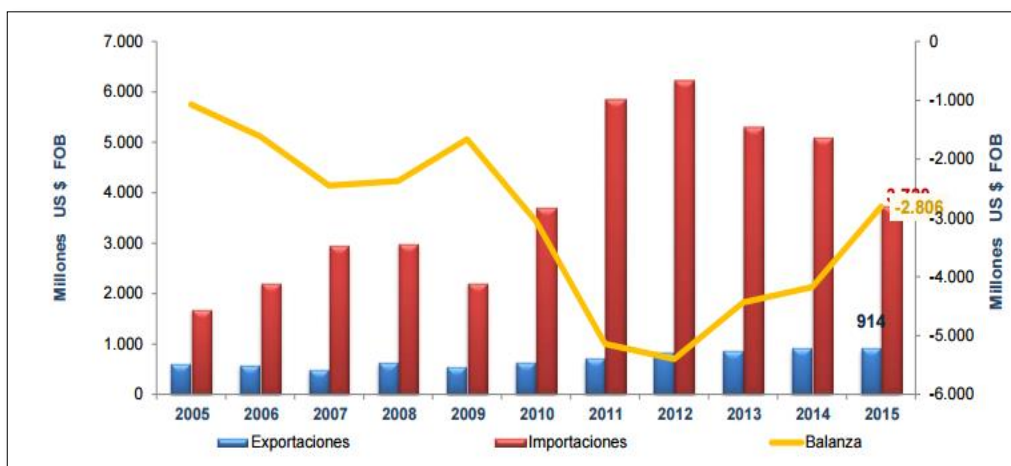


Figura 1. Comercio bilateral de Colombia con México Exportaciones, importaciones y balanza comercial

Fuente: DANE-DIAN. Elaboró OEE MCIT

Como se ha demostrado anteriormente estos datos nos proporcionan información del panorama de la economía evidenciando las oportunidades que nos ofrece el tratado de libre comercio México-Colombia.

#### 4. Tratado libre comercio México-Colombia “G2”

Según el ministerio de comercio industria y turismo (MINCIT), este tratado fue negociado e integrado por México, Colombia y Venezuela; fue firmado en los primeros meses del año de 1995. Para Colombia, entro en vigencia mediante la ley N°172 de la Republica Colombiana del

año 1994, en México se decretó por medio de la Secretaria de Relaciones Exteriores y por último en Venezuela debido a la ley aprobatoria del 29 de Diciembre de 1994.

Este gran tratado de libre comercio fue de gran relevancia, ya que fue y sirvió de apertura en los mercados de bienes y servicios entre los estados miembros los cuales establecieron una serie de reglas claras y transparentes en materia de comercio e inversión.

Para el año de 1996, se aplica el programa de desgravación de aranceles en un período de 10 años, excluyendo en gran parte al sector agropecuario, dando cabida al sector automotor en el año 2004 desgravando aranceles en casi toda su totalidad; en la actualidad se estima que un 97% de las posiciones arancelarias se establecen en 0%.(MINCIT)

En el 2006, Venezuela decide retirarse y poner en denuncia al tratado de libre comercio; respuesta que duro en ser aceptada por las partes en un periodo 180 días, convirtiendo al tratado en el nuevo G2 “México-Colombia”. En base al libro de (Witker & Hernández, 2002, p. 201-235) durante 2011, estando en un punto de equilibrio las negociaciones, Colombia y México finalizaron los trabajos de adecuación del TLC expandiendo sus nuevas relaciones socio comercial, donde establecen nuevamente los aspectos negociados así:

#### **4.1 Programa de desgravación**

- Al igual que cuando se conformaba el tratado de libre comercio con Venezuela, los aranceles desaparecerían por un periodo de 10 años.

#### **4.2 Ingreso al mercado**

- Fácil entrada y salida entre los países miembros.
- La prohibición de las barreras arancelarias y no arancelarias.
- Exclusión a subsidios de exportación.

#### **4.3 Medidas fitosanitarias**

- Regulación en las diferentes entidades de cada gobierno, para obtener una comercialización sana de cualquier producto.

- Creación de un comité en colaboración mutua para mejorar cada vez más las condiciones sanitarias.

#### **4.4 Reglas de origen:**

- En su medida solo se aplicara la eliminación de aranceles en una totalidad, únicamente a productos elaborados 100% en el país de procedencia.

#### **4.5 Prácticas desleales:**

- Los gobiernos de cada país, deberán proteger al sector exportador y regular las normas que garanticen las medidas antidumping.
- El no subsidio de bienes para el mercado de las otras partes.

De acuerdo a lo establecido en los puntos anteriores podemos observar como los tratados de libre comercio pueden influenciar de forma positiva o negativamente en las Pymes. Los TLC se firman para negociar productos y servicios, producidos por las grandes, medianas y pequeñas empresas. Los nuevos TLC atraen mercados maduros y sofisticados, pero para entrar a estos mercados hay que prepararse, no sólo de forma operativa sino también organizacional. Los TLC no solo benefician a empresas multinacionales fortalecidas en mercados existentes, también hay grandes beneficios para las Pymes que se han generado gracias a los tratados de libre comercio tales como lo afirma la sección de economía de la revista país, escrita por José Roberto Concha, el cual describe dichos beneficios de la siguiente forma:

#### **Alianzas estratégicas**

La creación de alianzas en su sector y redes industriales le va a permitir mejorar su poder competitivo, crear economías de escala y favorecerse de las nuevas condiciones del mercado internacional.

#### **Clusters**

Aumentan la fortaleza de todos los integrantes a través de un encadenamiento productivo reduciendo costos operacionales y siendo más competitivos en el mercado.

## **Desarrollar comercializadoras internacionales**

Los pequeños y medianos empresarios tienen que empezar a ver a sus competidores locales como posibles “aliados”, porque con la firma del TLC se vienen muchas y grandes oportunidades que solos no podrán ser aprovechadas.

Hoy, lo que el comercio internacional exige a la pequeña y mediana empresa para incursionar en los mercados cumplir con los requisitos de calidad, cantidad y disponibilidad; es por esto que debe pensarse en estrategias que logren generar asociatividad de las empresas, no sólo para penetrar el mercado internacional sino para proteger el mercado nacional.

Si pensamos en crear redes de cooperación e integración dentro de los gremios lograremos que se reduzcan los costos de materias primas, se incremente el poder de negociación y se mejore la capacidad productiva de nuestras empresas.

Las oportunidades son muchas y es por esto que las Pymes no tienen que ver este tratado como una amenaza sino como una oportunidad de mejorar sus procesos productivos y lograr un mayor impacto en el mercado a través del emprendimiento y la innovación.

### **5. ¿Qué es el emprendimiento?**

El emprendimiento es una palabra utilizada cada vez con más frecuencia en el mundo; según María Marta Formichela en su monografía el concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local el emprendimiento hoy en día; ha ganado gran importancia por la necesidad que tienen muchas personas para lograr sus propios ingresos y creación de nuevas empresas, obteniendo estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo y la ineficiente calidad de nuevos empleos, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. (Formichela, 2016)

Esta autora también hace referencia al emprendimiento proveniente de la palabra francesa entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

En un amplio concepto como lo es el colombiano y el mexicano los gobiernos han entendido la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

En la actualidad se han creado diferentes conceptos de emprendimiento generando así valor y razonamiento a los nuevos emprendedores, por tal motivo se dará una pequeña definición de cada uno de estos conceptos para su mejor entendimiento basados en J. Gregory Dees en su artículo el significado del " emprendimiento social y empresarial" de la revista española del tercer sector.

### **5.1 Emprendimiento empresarial**

El emprendimiento empresarial es la iniciativa o aptitud de un individuo para desarrollar un proyecto de negocio que cubrirá y satisfacer la necesidad de una comunidad o individuo. El emprendimiento empresarial, ha surgido por las crisis económicas del país, lo cual lleva al individuo desarrollar ideas innovadoras en el mercado que le permita crecer económicamente. Dejando atrás el concepto de empleado.

No obstante, el emprendimiento empresarial tiene sus ventajas, en primer lugar, el de generar ingresos, empleos. Luego, permite al emprendedor ser su propio jefe, y por lo tanto, manejar su propio tiempo y tomar sus propias decisiones. (Revista tercer sector, 2016)

### **5.2 Emprendimiento social**

El emprendimiento social es una persona u organización que atacan problemas de la comunidad, bien sea en lo social, económico, y cultural. Esto surge de una distinción entre el emprendimiento empresarial ya que este último busca ganancias para el emprendedor, mientras que el emprendimiento social busca soluciones que mejoren la sociedad sin ningún lucro económico. El emprendimiento genera oportunidades de negocio en los diferentes sectores en la economía. (Revista tercer sector, 2016)



## **6. Sectores de más oportunidad para Colombia en el tratado**

Como consecuencia de la globalización observamos que el sector agroindustrial ha venido obteniendo cambios a través de la historia, para muchos países ha sido el motor principal en el desarrollo. En Colombia y en México este sector posee ventajas comparativas debido a su posición geográfica teniendo variedad de productos en cualquier época del año; siendo unos de los sectores que impulsan los demás eslabones de la cadena de valor comercial en ambas naciones, como es el caso del sector de la manufactura donde lleva un proceso de valor agregado a las materias primas debido a la transformación industrial y tecnológica podemos obtener diversificación en productos hasta que pueden llegar hacer exportados (Noriega et al; 2013), por otra parte, para lograr lo anterior se requerirá el sector de servicios públicos y privados donde se presta una serie de servicios para la satisfacción de necesidades colectivas o individuales, como ejemplo lo es el turismo (Romero 2002, p.28).

### **6.1 Agroindustria**

Según informes de Procolombia en el documento oportunidades de negocio en México 2013, muestra que existen grandes oportunidades en el sector de la confitería, licores (Ron, Whisky, Cerveza, Tequila) frutas y hortalizas procesadas la oferta está enfocada en pulpas de fruta, salsas, congelados, conservas, preparados, liofilizados y deshidratados, predominantemente para uso industrial. Para el caso específico de las pulpas, existe disponibilidad en sabores exóticos como maracuyá y mango; El sector de las frutas procesadas ha incrementado su demanda internacional por la reciente inclinación en el mercado mundial por el consumo de productos naturales, exóticos y orgánicos de rápida preparación. También, producción de frituras (papa, plátano, yuca, arracacha), con posibilidad de fabricar para marcas de terceros y de desarrollar productos a la medida de cada cliente. (Procolombia, 2016)

### **6.2 Manufacturas**

Cada persona consumista de cualquier producto o servicio siempre se abstrae debido a su ingreso, enfocados en productos genéricos considerados como necesarios y no siempre originales, que puedan ser usados por varios miembros del hogar, buscando siempre la

promoción, descuento o pagos con fácil acceso. Los cosméticos son presentados como una amplia oportunidad de negocio según lo basado en Procolombia, en el documento oportunidades de negocio en México 2013, en los últimos años se ha presentado un creciente interés en artículos de cuidado masculino, cuidado capilar y protección solar. Por su parte, los productos para la belleza femenina son muy estables pues las mujeres están al tanto de las modas mundiales y consideran los cosméticos como un lujo de excelente calidad, los cuales están al alcance de su presupuesto. En los próximos años serán atractivos los productos con fórmulas multipropósito a precios razonables, así como aquellos con formulaciones médicas y extractos naturales con los cuales el proveedor marca una diferencia en el mercado. Por otro lado el sector del hogar urbano en México demanda de manera intensiva productos de cocina y mesa de diseño contemporáneo que estén en una gama de precios competitivos muebles RTA y de alta gama. (Procolombia, 2016)

### **6.3 Prendas de vestir**

Para los consumidores el atributo de vestir siempre está enfocado a la moda, donde buscan diseños creativos, variedad de colores, combinación de telas y estampados con materiales diversos buscando a su vez precios económicos y ventas por catálogos. Para México como lo informa Procolombia, en el documento oportunidades de negocio en México 2013, en diseño hay una marcada influencia de tendencias americanas y europeas.

Hoy en día las empresas están decidiendo tener representantes locales para prestar mejor servicio post venta y cumplimiento en los tiempos de entrega, para productos como lo es la ropa interior la industria en México se concentra en productos básicos, lo cual abre la posibilidad en el mercado colombiano para competir con productos diferenciados a su vez la decisión de compra se basa en el diseño y apariencia del producto, mientras que el precio pasan hacer cosas insignificantes. (Procolombia, 2016)

### **6.4 Turismo**

El turismo se ha destacado por ser una satisfacción individual o colectiva en búsqueda de lujurias, por eso se ha descubierto que los productos más llamativos para ellos son spas, compras y gastronomía. En cuestiones cultura, religión e historia se pueden promover por medio de

fiestas celebradas muy reconocidas en México al igual que se hacen Colombia. Buscando siempre una venta de experiencias al usuario, según lo informa de Procolombia en el documento oportunidades de negocio en México 2013. (Procolombia, 2016)

## **6.5 Servicios**

En base en el documento de Procolombia oportunidades de negocio en México 2013, debido a la gran cantidad de Pymes existentes en México y el deseo de actualizarse tecnológicamente para ser más eficientes y responder a las necesidades de sus clientes en el mercado se abre una puerta de negocios y oportunidad en este sector de servicios. En la mayoría de los casos buscan soluciones de software adaptadas a las nuevas regulaciones del sistema financiero mexicano para evitar cualquier tipo de actividad ilegal, además del proceso de desarrollo productivo de la empresa. Otro importante sector relevante para la prestación de servicio es el sector de la industria gráfica y editorial; México ha implementado campañas donde se educa y se incentiva a la gente a la lectura la cual ha tenido gran acogida, el mercado buscando empresas que cuenten con una tecnología de punta donde se impriman con niveles de calidad altos. (Procolombia, 2016)

## **6.6 Sector automotor**

En base a la conferencia asistida en el Politécnico de Monterrey dirigida por el señor Fausto López Aguilar, el cual hace énfasis de la industria automotriz en México describiéndola como unas de las industrias más importantes a nivel mundial productor de vehículos ligeros y pesados ayudando a la economía en un 6% del PIB nacional y el 18% de la producción de manufactura. La producción de vehículos para ser exportados tiene como destino principal a Estados Unidos. Sin embargo, en los últimos años las exportaciones automotrices mexicanas se han diversificado, aumentando la participación de distintos países Latinoamericanos como Brasil, Argentina, Colombia y Chile en la totalidad de sus exportaciones nacionales.

La oportunidad vista está basada en que es una industria de producción en masa, tal es el caso de Volkswagen donde actualmente en su planta de producción en Puebla ensamblan 2500 vehículos diarios; es de ahí donde se aprovecha el tratado de libre comercio con México debido a que para ingreso de vehículos al país con un arancel en cero debe contener un mínimo del 40%

de autopartes para poder ser aceptado, haciendo de esta industria un atractivo para productores colombianos de autopartes para ser exportadas.

Luego de evidenciar los sectores más relevantes en la economía mexicana los emprendedores pueden generar nuevos proyectos iniciados con Pymes sacando provecho al tratado de libre comercio. Se habla mucho de Pymes pero aun su concepto es relevante y con una clasificación diferente en cada país.

De acuerdo a las oportunidades de negocio mencionadas en el tratado de libre comercio observamos que existen una gran variedad de sectores los cuales podrían dar origen a la creación de ideas de negocio para el emprendimiento colombiano respecto al mercado mexicano o viceversa. Esta oportunidad podría ser materializada mediante la formalización y estructuración de pequeñas y medianas empresas.

***Capítulo 2. El concepto de Pyme identificando las oportunidades que ofrecen los gobiernos mexicanos y colombianos para la estructuración y fortalecimiento de las Pymes en el mercado internacional.***

## **7. PYMES**

Cuando se habla de la existencia de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas se está hablando básicamente de la estructura de mercado (estructura empresarial) que posee una industria o un país. Cada país ha optado por definir las de manera diferente, muchos de ellos en criterios tales como: ventas, tamaño de la empresa, número de créditos realizados, sectores económicos, etc. (Nieto *et al.*, 2015 p.10)

### **7.1 Concepto y clasificación de Pymes mexicanas y colombianas**

#### **7.1.1 Pymes México**

Las micro, pequeñas y medianas empresas en México, representan la esencia de su economía y la mayoría de empleos directos formales existentes en el país constituyendo la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción

nacional, según lo dice Promexico en su artículo Pymes eslabón fundamental para el crecimiento en México, con ayuda de datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4.15 millones unidades empresariales, de las cuales 99.8% son Pymes que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. Según la clasificación en este país de acuerdo al concepto de tamaño y actividad económica ejercida, el gobierno Mexicano delega a diferentes organismos ya sean gubernamentales o no gubernamentales utilizando diferentes criterios metódicos que ayudan a ubicar la estructura empresarial de cada empresa midiendo la actividad que se piensa desarrollar junto con el nivel productivo que realizara; es por ello que los criterios utilizados por dichos organismos son:

- Si la propiedad de desarrollo de operación es propia, midiendo el tamaño de la planta, donde sus colaboradores empezaran una a llevar el proceso productivo.
- La posición geográfica, debido que se pretende abastecer un producto o servicio a una población objetivo, midiendo la capacidad de producción y estimulación a sus clientes futuros.
- Capital inicial con que opera la misma
- Fabricación y menudeo de bienes ya transformados
- De acuerdo a la competencia en el mercado, se establece si una empresa puede perdurar o desaparecer del mercado. (Nieto *et al...*2015 p.10)

Según el congreso de los Estados Unidos de México decreta que las pequeñas y medianas empresas se encuentran reglamentadas y amparadas con la ley para el desarrollo de la competitividad de las Pymes del año 2000 dando el siguiente concepto: micro, pequeñas y medianas empresas, legalmente constituidas, contempladas en base en la estratificación establecida por la secretaría de común acuerdo con la secretaría de Hacienda y Crédito Público, publicada en el diario oficial de la federación parten de lo siguiente:

Tabla 1. *Clasificación de las Pymes según su tamaño*

<b>Estratificación por Número de Trabajadores</b>			
<b>Sector/Tamaño</b>	<b>Industria</b>	<b>Comercio</b>	<b>Servicios</b>
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Ley para el desarrollo de la competitividad

Los objetivos ley para el desarrollo de la competitividad de las Pymes del año 2000 son los siguientes:

- Las bases para la planeación y ejecución de las actividades encaminadas al desarrollo de las Pymes en el marco de esta ley.
- Las bases para la participación de la federación, de las entidades federativas, del distrito federal, de los municipios y de los sectores para el desarrollo de las Pymes;
- Los instrumentos para la evaluación y actualización de las políticas, programas, instrumentos y actividades de fomento para la productividad y competitividad de las Pymes, que proporcionen la información necesaria para la toma de decisiones en materia de apoyo empresarial.
- Las bases para que la secretaría elabore las políticas con visión de largo plazo, para elevar la productividad y competitividad nacional e internacional de las Pymes.

### **7.1.2 Pymes Colombia**

Para 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 Pymes. Seguido el término de Pymes hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV (Salario mínimo mensual legal vigente).

Su origen empieza con el proyecto de ley presentado por Virgilio Barco en el año 1986-1990 que buscaba establecer una definición oficial para las micro, pequeñas y medianas empresas que se desempeñaran en el sector comercio, servicios, construcción e industria manufacturera. Según la exposición de motivos del proyecto de la ley 21, presentado por el entonces ministro de desarrollo económico Faud Char la propuesta de la definición provenía de una actualización de los parámetros cuantitativos del Decreto 1660 de 1986 y estaba complementada con un concepto de microempresa resultante del departamento de planeación “DNP”. (Nieto *et al.*, 2015 p.10)

En la actualidad se calcula que hay un aproximado total de 2.5 millones de Pymes, partiendo que aportan en la mayoría del empleo del país, concentradas en su mayoría estas empresas en Bogotá D.C. Estas según la ley de Pymes se clasifican así:

- 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.

Ley 590, modificada por la ley 905 de 2004 cuyos objetivos principales son:

- Acceso a mercados de bienes y servicios
- Desarrollo tecnológico y talento humano
- Acceso a mercados financieros
- Creación de empresas (Alcaldía de Bogotá, 2016)

Las Pymes son muy diversas de acuerdo a su concepto y clasificación por los factores ya mencionados, de esta manera es necesario que exista un apoyo para su crecimiento y desarrollo en el mercado ya sea nacional o internacional para su permanencia.

## **7.2 Entidades Mexicanas y Colombianas que incentivan a las pymes (apoyo privado y gubernamental)**

A lo largo de los años observamos que las empresas obtienen éxito mediante ventajas competitivas y a su vez estrategias las cuales ayudan a progresar y salir aventurar a mercados nuevos e internacionales; al inicio de cualquier que sea el camino de las nuevas empresas en el mercado, siempre tendrán que estar apoyadas por una entidad privada o gubernamental el cual busquen el beneficio en pro del desarrollo de las Pymes. Actualmente México y Colombia cuentan con excelentes patrocinadores para poder emprender y surgir en el mercado sin que la competencia lo destruya al comenzar, en torno a esto empezare hablando de México y por consiguiente de Colombia.

### **7.2.1 México**

**Fondo Pyme:** La definición enmarcada por el fondo Pyme, se describe como un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**Promexico:** En esta entidad se pretende lograr que los emprendedores de las Pymes accedan a una buena forma financiamiento, asesoría, consultoría, capacitación, asistencia técnica y estudios elaborados por distintas instituciones y de esta forma fortalezcan sus pequeñas empresas.

**México emprende (INADEM):** Pretende una vinculación a programas públicos y privados, servicios financieros, capacitación a empresas e instituciones del sector público y privado para el fortaleciendo y mejora de las Pymes.



## 7.2.2 Colombia

**Bogotá emprende:** Su objetivo va encaminado en dos partes la creación de empresa, en donde se prestan servicios de asesoría, acompañamiento y capacitación por parte de la cámara de comercio, mientras que su otra parte es hacer crecer de forma exponencial a las empresas formando con asesoramiento continuo en el crecimiento de las empresas. Es bueno aclarar que la cámara de comercio de Bogotá en muchos casos financia en casi toda la totalidad del proyecto a personas que crecen y surgen en el mercado como empresa.

**Bancoldex:** Sirve como fuente de financiación con intereses extremadamente bajos, a aquellas nuevas empresas que empiezan su proceso de internacionalización

**Fundación Coomeva:** Funciona como una entidad privada que capacita, acompaña y presta alternativas de acceder a créditos en la creación de nuevas empresas.

**Procolombia:** Lanza un nuevo programa llamado Mipyme internacional, donde su principal función es 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.

Según conferencia asistida en la bolsa de valores de México con el señor Juan Esteban Sánchez encargado de operar Procolombia en México, presento y aclaro la serie de oportunidades que tiene una pyme en la internacionalización en este país, debido a que ellos se encargan de buscar, ayudar, estimular y asesorar a las nuevas personas que quieren poner en marcha su plan de negocios exportador creando relaciones comerciales estrechas entre estos dos países sacando provecho de los tratados de libre comercio como lo son la alianza pacífico y el G2. Ellos, también buscan que las pequeñas y medianas empresas puedan llevar productos o servicios con un valor agregado que sean diferenciados frente los demás productos que compiten referenciando la marca país **CO** “La respuesta es Colombia”.

**Young American Business Trust:** Centro nexlinks, el cual crea nuevos espacios de desarrollo empresarial dirigidos por la cámara de comercio de Bogotá.

**Ventures:** Concurso en el cual compiten las ideas más brillantes para la creación de nuevas empresas, financiando en su totalidad el proyecto además del acompañamiento y asesoría comercial en nuevos negocios.

A pesar de todos los incentivos ofrecidos por el sector público y privado no todas las pymes logran tener éxito en el mercado. A continuación se mencionara algunos de los muchos factores que impiden el surgimiento y crecimiento de las Pymes.

### ***Capítulo 3. Factores de mejoramiento de las Pymes en el mercado Mexicano y colombiano para inicio de nuevos proyectos empresariales.***

## **8. Factores de fracaso de las Pymes en Colombia y México**

### **8.1 Investigación y desarrollo**

La globalización y el conocimiento del mercado ha hecho que las Pymes cada vez tengan altas posibilidades de ser excluidas en el mercado debido a su baja innovación y desarrollo de nuevos productos, por tal motivo son consumidas por grandes economías desarrolladas donde sus gobiernos ofrecen excelentes alternativas para el crecimiento de estas. La gran mayoría de las Pymes en países de bajo nivel de desarrollo, ha tenido falencias supremas en la parte de innovación desarrollo, ya que no le prestan importancia e inyectan poco conocimiento a todos los colaboradores de las empresas a sabiendas de que la innovación es el motor y corazón primordial que pone a correr la empresa a pasos gigantes (Arbussa, Bikfalvi & Valls, 2004 p. 4). Con base en la conferencia del señor Jesús Antonio Zepeda en la bolsa de valores de México el cual es una persona fundadora de una Pyme en México de software con gran éxito en el mercado llamada DOSTICS, una Pyme tiene que tener un excelente desarrollo de software ya que facilita el proceso de desarrollo, puesto a ello una Pyme debe tener presencia en diferentes eventos y medios de difusión para darse a conocer en el mercado capacitando de manera constante y permanente a su personal con diferentes estrategias de mejoramiento día a día.

### **8.2 Acceso restringido al financiamiento**

Para tiempos presentes y pasados, las Pymes no han toman decisiones financieras adecuadas, puesto que no basta el ofrecer un buen producto o servicio lleno de calidad, también se debe proporcionar una buena administración de los recursos internos de la compañía donde la persona que se encuentre al mando de la empresa cuente con una adecuado conocimiento y experiencia

para poder ejercerse y no dejar quebrar la compañía sabiendo utilizar todos los recursos adecuados. Es entonces, donde la persona encargada busca alternativas y estrategias financieras gubernamentales o privadas acertadas, que le permitan lograr sus objetivos y por ende el desarrollo de la entidad en el mercado local y extranjero, además de brindar ventajas competitivas con la competencia brindando productos de excelente calidad con innovación continua y mejoramiento progresivo.

### **8.3 Bajos niveles de productividad**

Muchos empresarios piensan y establecen que por ser una pequeña y mediana empresa tienen el deber de limitarse a producir explícitamente a un mercado objetivo. El factor tecnológico e industrial juega a su vez un papel fundamental en la producción a grandes masas, como lo he dicho anteriormente la inversión es fundamental para el proceso de vida de cada empresa, es por eso que las nuevas empresas deben empezar a incursionar en los mercados locales y extranjeros corriendo un riesgo financiero para poder implementar maquinaria tecnológicamente sofisticada aprovechando el sistema gubernamental y sus oportunidades como los tratados de libre comercio con países pioneros en tecnología, buscando reducción en costos cambiando el pensamiento abstracto que poseen los nuevos empresarios.

### **8.4 Alianzas estratégicas**

El motivo fundamental en la formación de alianzas entre las empresas locales y extranjeras, es desarrollar de manera conjunta un nuevo emprendimiento en el cual ambos socios impartan una negociación gana-gana sin perjudicarse con sus actuaciones el uno del otro. También se deben tener en cuenta que las necesidades y objetivos de las empresas van variando y modificándose, por lo tanto el nuevo empresario o socio no buscan un bien colectivo, únicamente un bien individual; generando que las alianzas entre empresas o individuos cada vez sean más reducidas económicamente y en tiempo de duración. Muchas empresas que empiezan su proceso según el ejemplo anterior pierden la confianza y restringen la oportunidad de tener alianzas estratégicas que pueden ser de gran ayuda como: el proceso de inversión en infraestructura y maquinaria donde se comparten los costes y riesgos, información el cual posibilita el acceso a tecnologías y nuevos clientes, financiación que complementa la capacidad

de endeudamiento de la empresa, retención de excelente mano de obra calificada, baja producción y diversificación del producto o servicio. (Martínez., 2009 p.12).

## **9. Recomendaciones**

Sería importante ampliar la información de este tipo de investigación, hablando como tal en la influencia del dólar en el impacto que pueden tener en las Pymes para su desarrollo, también teniendo en cuenta variables como la inversión privada, alzas en inflación impactando de manera negativa los créditos de los nuevos empresarios, también está el encarecimiento de los bienes importados afectando a la economía doméstica.

## 10. Conclusiones

- Los principales sectores económicos de oportunidad de Colombia hacia México son el sector automotriz, manufacturero y en servicios el turismo. Para el sector automotriz existen diversos campos para las pequeñas y medianas productoras de autopartes, debido a que México es uno de los principales productores de automóviles ligeros y pesados, llevando sus productos a casi toda Latinoamérica incluyendo a Colombia y como se mencionó anteriormente para cumplimiento del TLC es necesario que estos automóviles tengan por lo menos un 40% de autopartes colombianas en su ensamble. La manufactura es otro aspecto relevante para la transformación de las materias primas en Colombia y en México siendo textiles, artesanías y alimentos procesados contemplando siempre producción con valor agregado mediante el emprendimiento y creación de medianas y pequeñas empresas.
- Las pymes se definen en Colombia por la ley 590, modificada por la ley 905 de 2004, donde se establece y se clasifican por su número de trabajadores y en México por su tamaño y actividad económica, según lo establece la ley para el desarrollo de la competitividad de las Pymes del año 2000. Ambos gobiernos ofrecen diversificación en oportunidades para el fortalecimiento mediante programas establecidos. En Colombia encontramos entre sus principales programas la cámara de comercio “Bogotá emprende”, la cual va encaminada hacia la creación de empresa, donde prestan servicios de asesoría gratuita y acompañamiento en el crecimiento y desarrollo de la Pymes, Procolombia busca nuevos campos de mercado en el extranjero con asesoramiento para el proceso de exportación y Bancoldex financia con tasas de interés muy bajas a los nuevos microempresarios para su surgimiento. En México encontramos las siguientes, el fondo Pyme que ayuda a pequeñas y medianas empresas para su sustentabilidad y crecimiento aportando capital financiado a un largo plazo, Promexico financia los nuevos proyectos basados en estudios de otras entidades para fortalecimiento de la nueva idea de negocio. y México emprende pretende una vinculación a programas públicos y privados teniendo siempre el apoyo y asesoramiento para su crecimiento como una Pyme.

- En muchos de los casos el apoyo que ofrecen los gobiernos y los entes privados no son aprovechados por las Pymes y en sus inicios son eliminados del mercado por la competencia. En Colombia, tanto como en México las pequeñas y medianas empresas tienen grandes rezagos en sus diferentes áreas, como lo es la innovación y desarrollo de productos con valor agregado diferenciados con la competencia, los cuales impacten a nuevos nichos de mercado. Otro problema observado es la falta de capacitación a sus empleados y tecnología diversificada para producción en masa para lograr así abastecer de manera efectiva el mercado.

## 11. Referencias bibliográficas

Datos macro. (14 de 04 de 2016). *Mexico: Economía y demografía*. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <http://www.datosmacro.com/paises/mexico>

Ministerio de comercio industria y turismo. *Perfiles económicos y comerciales por país. Oficina de estudios económicos, organización mundial del comercio OMC*. Recuperado el 25 de 05 de 2016: [file:///C:/Users/SGS1-1-16/Downloads/OEE\\_esp%C3%B1ol\\_Perfil\\_M%C3%A9xico\\_02-05-2016.pdf](file:///C:/Users/SGS1-1-16/Downloads/OEE_esp%C3%B1ol_Perfil_M%C3%A9xico_02-05-2016.pdf)

Datos macro. (14 de 04 de 2016). *Colombia: Economía y demografía*. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <http://www.datosmacro.com/paises/colombia>

Ministerio de comercio industria y turismo. *Perfiles económicos y comerciales por país. Oficina de estudios económicos, organización mundial del comercio OMC*. Recuperado el 25 de 05 de 2016: [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/OEE\\_esp%C3%B1ol\\_Perfil\\_Colombia\\_21-04-16.pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/OEE_esp%C3%B1ol_Perfil_Colombia_21-04-16.pdf)

Ministerio de comercio industria y turismo. *Acuerdos vigentes. Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia*. Recuperado el 25 de 05 de 2016: <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=11963>

Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina.

Revista tercer sector. (15 de 06 de 2016). *Organizaciones ágiles para transformar la sociedad del siglo XXI*. Obtenido de <http://www.tercersector.net/?cat=9&lang=es>

José Roberto Concha, Mayo 13 2012. El país. *Economía Las Pymes en el TLC*. Recuperado el 10 de 06 de 2016: <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/pymes-en-tlc>

Dees, J. G. (2011). El significado del " emprendimiento social". *Revista Española del Tercer Sector*, (17), 111-121.

Witker, J., & Hernández, L. (2002). *Régimen jurídico del comercio exterior de México*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Noriega, J. E. R., Gallego, C. A. D., López, L. Á., & Bonilla, A. V. (2013). Perfil del sector manufacturero Colombiano. *Magazín Empresarial*, 9(19), 49-61.

Romero Valbuena, I. E. (2003). Régimen de comercio exterior de servicios. Un enfoque práctico (Doctoral dissertation, Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas, Bogotá, Colombia).

Colombiatrade. *Oportunidades de negocio en México* Recuperado el 27 de 05 de 2016: <http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/paises/norte-america/mexico>

Nieto, V. M., Timoté, J. A., Sánchez, A. F., & Villarreal, S. (2015). *La clasificación por tamaño empresarial en Colombia: Historia y limitaciones para una propuesta* (No. 013649). DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN.

ProMexico. *Negocios internacionales. Pymes, eslabón fundamental para el crecimiento en México*. Recuperado el 26 de 05 de 2016: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

De la Federación, D. O., & México, D. O. F. (2002). Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. *Diario Oficial de la Federación*, del, 30, 50-52.

Bancoldex. *Sobrepymes. Que es pyme*. Recuperado el 28 de 05 de 2016: <https://www.bancoldex.com/Sobre-pymes/Que-es-Pyme.aspx>

Congreso de Colombia. *Alcaldía mayor de Bogotá. Ley 905 de 2004*. Recuperado el 29 de 05 de 2016: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14501>

Secretaría de economía. *Fondo pyme*. Recuperado el 29 de 05 de 2016: <http://www.fondopyme.gob.mx/>

Arbussà, A., Bikfalvi, A., & Valls, J. (2004). La I+ D en las pymes: Intensidad y estrategia. *Universia Business Review*, 1(1).

Martínez Carolina, (2009). *Alianzas estratégicas entre pymes: Herramienta de integración hacia el mercado internacional* (Tesina de grado, Universidad abierta interamericana, Facultad de Ciencias Empresariales, Rosario, Argentina).