

La Internacionalización de los Productos Boyacenses:

Un reto para empresarios y gobernantes

Karol Stefany Niño Camargo¹

RESUMEN

Boyacá es un departamento que produce una amplia variedad de productos, perfilándose como una región con capacidad para la exportación de café, flores, cacao, frutas exóticas, entre otros, sin embargo, una gran parte de empresarios boyacenses no cuentan con la información apropiada para desarrollar estrategias que fortalezcan, promuevan y posicionen sus productos en mercados nacionales o internacionales y a la vez desconocen el trabajo de entidades que apoyan y promueven la competitividad y productividad del departamento a través de la comercialización de productos y servicios, como es el caso de la Dirección de Inversión y Comercio de la Secretaría de Desarrollo Empresarial, razón por la cual este artículo se desarrolla con base en la metodología descriptiva a través del análisis y observación del proceso que lleva a cabo esta entidad a la consolidación del tejido empresarial boyacense, donde se encuentran alternativas de mejoramiento y cooperación para avanzar hacia la incursión en nuevos mercados.

PALABRAS CLAVES: Exportación, posicionamiento, internacionalización, estrategias, competitividad.

¹ Egresada no graduada con desarrollo de trabajo de grado, para optar al título profesional en Negocios Internacionales Universidad Santo Tomás. Karol.nino@usantoto.edu.co

ABSTRACT

Boyacá is a department that produces a wide variety of products, profiling itself as a region with great export capacity of coffee, flowers, cocoa, exotic fruits, among others; however, a large part of Boyacá businessmen don't have the appropriate information to develop strategies that strengthen, promote and position their products in national or international markets. They are also unaware of the entities job that support and promote the Department competitiveness and productivity through the commercialization of products and services, like the Investment and Trade Directorate in the Business Development Secretary of the Boyacá Governorate that's why this article analyzes the process which is carried out by the Investment and Trade Directorate in the Business Development Secretary for consolidating the Boyacá's business net. In fact, this article's development is based on the descriptive methodology through the analysis and observation of the process that is carried out by this entity to get the consolidation of the Boyacá business net, where alternatives for improvement and cooperation are found in order to advance towards the new markets ingress.

KEY WORDS: Export, positioning, internationalization, strategies, competitiveness.

INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo, el desarrollo empresarial y el surgimiento de la globalización han generado interés en realizar la apertura comercial de diferentes productos de nuestro país en mercados extranjeros, razón por la cual, los empresarios y productores requieren de acompañamiento y formación para incursionar en estos nuevos mercados. Ante esta situación, la gobernación de Boyacá en conjunto con la Secretaría de Desarrollo Empresarial creó la Dirección de Inversión y Comercio, con el fin de orientar y apoyar a empresarios boyacenses, de diferentes sectores económicos, en el proceso de comercialización de productos y servicios.

Al realizar la práctica empresarial en la Dirección de Inversión y Comercio de la Secretaría de Desarrollo de la Gobernación de Boyacá y con base en la metodología de investigación descriptiva, se recolectó información de la base de datos, relacionada con los empresarios boyacenses inscritos en ésta, y a través del análisis y observación se identificaron los productos y servicios que los empresarios ofrecen, los cuales han tenido la oportunidad de mejorar, actualizando sus portafolios y expandiendo sus negocios; siendo este el principal instrumento que permite evidenciar el potencial productivo que tiene el departamento de Boyacá, el cual es reconocido como uno de los principales productores agrícolas del país, debido a su ubicación geográfica, su condición climática y la mano de obra del campesino boyacense puesto que “El departamento es hábitat de una sociedad basada casi exclusivamente en la agricultura, tradición que han conservado a través del tiempo y que ha caracterizado a los boyacenses como leales trabajadores de la tierra” (Banco de la República, 2016, pág. 5).

En la Dirección de Inversión y Comercio se lleva un proceso de análisis e investigación de empresas boyacenses que pueden incursionar en el exterior, las cuales

deben cumplir con varios requisitos para hacer parte del programa Boyacá Exporta, pero son muy pocas las empresas que cumplen con los requisitos necesarios, debido a que la mayoría de éstas tienen la percepción de que comercializar en el exterior es difícil, costoso y no tienen el tiempo suficiente ni la orientación necesaria para iniciar con este proceso. Hecho que se evidencia en las estadísticas económicas del departamento, debido a que las exportaciones en Boyacá, no han tenido un avance significativo con el pasar de los años.

Según estudio de MINCIT (2022):

“En cuanto a las exportaciones que se realizaron en Boyacá, representaron en promedio el 0,9% de las exportaciones nacionales entre 2012 y 2021, aunque en enero de 2022, el departamento registró una mayor participación frente al año anterior, este porcentaje estuvo representado por el aumento de exportaciones minero energéticas, debido a que los principales productos que se comercializan en el exterior son los coques, semicoques y las piedras preciosas ya que concentraron un 98,7 % del total de exportaciones del departamento, pero con respecto a las exportaciones no minero energéticas, es decir, sectores como el agropecuario, agroindustrial, maquinaria, industria automotriz entre otros, sólo representan el 1,3 % del total de exportaciones de Boyacá”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022, pág. 24).

Teniendo en cuenta que esta región se caracteriza por abastecer el país con productos del sector primario, debido a que “Boyacá es un departamento con vocación agrícola y minera, además la oferta exportable la componen bienes de origen primario e industrial” (Rodríguez C, 2018, pág.180), las estadísticas no reflejan una participación significativa en las exportaciones agrícolas y agroindustriales, ya que los índices demuestran la poca comercialización internacional de productos o servicios boyacenses; ante esta problemática, surge la necesidad de priorizar a las empresas, capacitarlas y establecer estrategias para

posicionar sus productos en nuevos mercados, especialmente internacionales; entonces ¿qué estrategias se deben utilizar para motivar y hacer partícipes a los diferentes productores y empresarios boyacenses en los procesos que desarrolla la Dirección de Inversión y Comercio con el fin de generar competitividad y crecimiento económico en Boyacá?

En este artículo se aborda la temática de la internacionalización de los productos boyacenses y los retos que enfrentan tanto los productores, empresarios y gobernantes en esta labor, destacando la exportación como una oportunidad de crecimiento económico para el país y el departamento de Boyacá, dando una mirada a la imagen que tiene Boyacá a nivel nacional en cuanto a la competitividad de sus productos, así como al trabajo que ha estado realizando la Secretaría de Desarrollo Empresarial en el acompañamiento a los empresarios boyacenses para propiciar el desarrollo y fortalecimiento del comercio internacional en nuestro departamento, indagando sobre el proceso de internacionalización que se ha realizado en Boyacá y por qué este aún no ha tenido un avance significativo; para contribuir con la búsqueda de alternativas de mejoramiento y cooperación para avanzar hacia la incursión en nuevos mercados.

REFLEXIÓN

1. La exportación, una oportunidad para el país y el departamento de Boyacá

La exportación es definida como “bienes y servicios producidos dentro del territorio nacional, pero consumidos fuera de éste.” (Mankiw, 2012, pág. 58), esta acción permite acceder a nuevos mercados para tener mayores oportunidades comerciales que generan beneficios tanto para los productores, empresarios, inversionistas y demás actores que intervienen en este proceso. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC) “la apertura del comercio en beneficio de todos, se basa en la experiencia adquirida en materia de comercio mundial y crecimiento económico desde la segunda guerra mundial, los datos demuestran que existe una relación estadística indudable entre un comercio más libre y el crecimiento económico”(OMC,2022), esta se enfoca en la teoría del economista de la escuela clásica David Ricardo, con el principio de la ventaja comparativa, el cual se basa en que “los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor y, después, intercambiando estos productos por los que otros países producen mejor”(OMC,2022). Se afirma que, al comercializar productos y servicios, se intensifica la competencia, se fomenta la innovación, aumenta la productividad, multiplicándose los beneficios que se crean al producir los mejores productos con el mejor diseño y al mejor precio.

Es importante resaltar que para promover las exportaciones e internacionalizar los productos en el país, en el caso del sector agropecuario, siendo éste uno de los sectores más importantes de la economía nacional; el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural ofrece incentivos como apoyo económico para la comercialización de productos con potencial exportador, algunos de ellos son:

Programa de fomento y desarrollo agropecuario para financiar productores agropecuarios exportadores, mediante el cual Finagro puede destinar recursos para financiar las necesidades de capital de trabajo o de inversión para productores del sector agropecuario, que desarrollen actividades cuya producción, total o parcial, se encuentre dirigida a los mercados externos, la actividad exportadora la pueden desarrollar directamente los productores o a través de comercializadoras (Res. 17/2005, CNA).

Programas para proteger a ciertas cadenas agrícolas de importancia para el país, como es el caso del incentivo gubernamental para la equidad cafetera (IGEC), es un incentivo económico de hasta 30 mil pesos por carga de 125 kilos de café pergamino, el cual se activa cuando el precio interno de referencia publicado por la Federación esté por debajo de los 715 mil pesos, la Federación de Cafeteros puso en marcha el Incentivo Gubernamental para la Equidad Cafetera, con el objetivo de proteger el ingreso de las familias caficultoras ante la caída del precio del café (IGEC, 2019).

Programa de incentivos para los productores agropecuarios afectados por la ola invernal, con el fin de apoyar y compensar a los productores pecuarios, bovinos y los productores agrícolas de cereales, leguminosas, frutas y hortalizas, que han tenido un impacto negativo en el sector agropecuario debido a que se ven afectados por la disminución en el área cosechada, en los rendimientos y por ende en su producción, afectando los ingresos de las familias rurales en los municipios damnificados (Res.158/2007,Minagricultura).

Créditos especiales para el sector exportador, un ejemplo es Colombia Prospera, es el cupo especial de crédito por 80 millones de dólares que dispuso Bancóldex para financiar a las empresas del sector exportador, bien sea exportadores directos o indirectos, de todos los tamaños y sectores económicos, sus necesidades de liquidez, inversiones en materia prima, insumos, inventarios y proyectos de inversión encaminados a fortalecer y mejorar su actividad productiva; con estos créditos, el sector exportador tendrá plazos de un año y hasta

diez, para modernización; y de uno a cinco años, para atender sus necesidades de capital de trabajo. (Bancoldex, 2018).

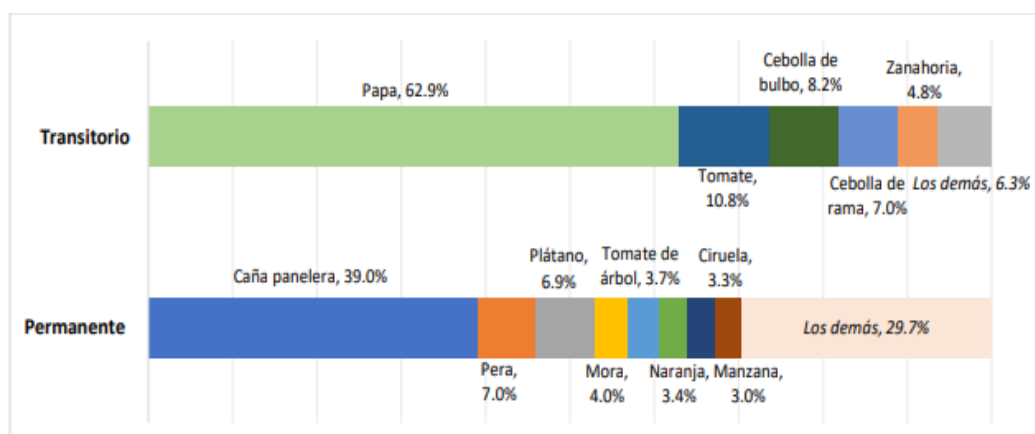
También existe la línea de crédito ‘Calidad para Exportar’ que busca impulsar la reactivación de las Mipymes de todos los sectores económicos, donde podrán acceder las empresas que exporten o que tengan planes de hacerlo, que requieran financiar gastos de capital de trabajo o de modernización relacionados con la gestión de la calidad en sus procesos de internacionalización. (Bancoldex, 2021).

Además, en casos especiales, como con los exportadores de flores, follajes, plátano, banano y palma, cuando no alcanzan a recuperar los costos invertidos en la producción, se les otorga un incentivo sanitario con el objetivo de apoyar el control, manejo de plagas y enfermedades; por considerarse problemas de importancia económica, que, de no controlarse adecuadamente, puede limitar la actividad agrícola, disminuyendo el ingreso esperado por los productores (ICA, 2022).

Según el DANE, en Colombia los sectores con mayor demanda de exportación son: “Combustibles y productos de las industrias extractivas con 54,6% del total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas con 18,6%, Agropecuarios, alimentos y bebidas con 22,1%, y otros sectores con 4,8%” (DANE, 2022). Es de destacar que, en cuanto a las ventas extranjeras de productos no minero – energéticos, según el estudio del Ministerio de Colombia, Industria y Turismo, los productos que presentan mayor demanda en las ventas en el exterior son: el café sin tostar, legumbres, flores, bananas, aceite de palma, carne de ganado, aguacate, gulupa y uchuvas; siendo EEUU, Ecuador, Brasil, Perú y México los destinos principales de las exportaciones de estos productos.

Si se observa las características que tiene el departamento de Boyacá, es destacable que la mayor parte de su extensión geográfica corresponde a áreas rurales con vocación

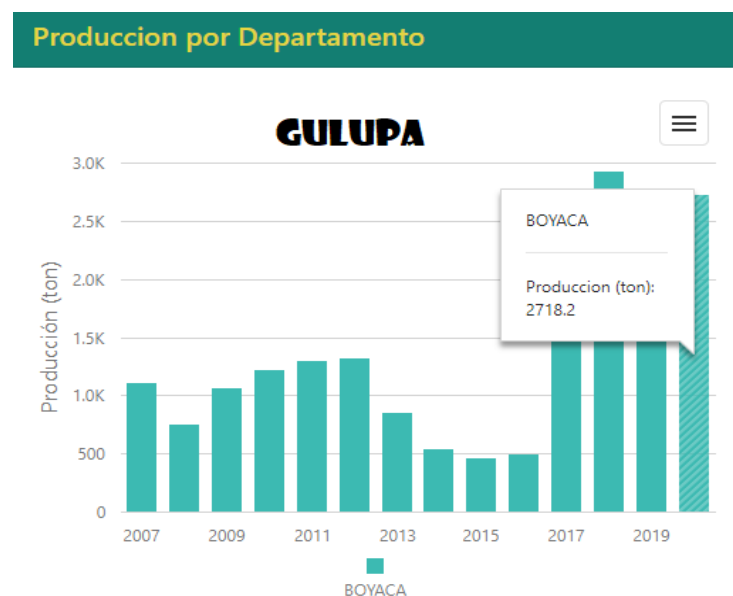
agropecuaria que ocupan cerca del 98% del departamento; de ésta, alrededor del 53% se destina a actividades pecuarias y un poco más del 13% al uso agrícola (Dane,2021a) y según las Evaluaciones Agropecuarias Municipales (EVA) del MinAgricultura, de los 96 productos agrícolas del departamento, los de mayor volumen de producción en el 2020 fueron: la papa que representó el 62.9%, el tomate con un 10.8%, las cebollas de bulbo con un 8.2% , la cebolla de rama con un 7,0%, la zanahoria con un 4.8% y las demás con el 6,3% equivalentes de los cultivos transitorios y en cuanto a los cultivos permanentes, la mayor participación fue la caña panelera con 155.663 toneladas, correspondiendo al 39% de la producción, siguiendo la pera con el 7,0 %, el banano con el 6.9%, la mora con el 4%, el tomate de árbol con el 3,7% , la naranja con el 3,4%, la ciruela con el 3,3%, la manzana con el 3,0 respectivamente (**Figura 1**), también, este departamento ha venido incursionando en los últimos años en la producción de productos como: café con 10.158 (ton) , gulupa con 2.718 (ton), uchuva 5.767 (ton) y arándanos con 842,88 (ton) entre otros, según cifras de Evaluaciones Agropecuarias Municipales -EVA (2020), presentando un panorama positivo, para visionar y llegar a mercados extranjeros.



Fuente: AGRONET (2021).

Figura 1. Principales cultivos de Boyacá respecto al volumen de producción (2020)

El Programa de Investigación de CGIAR en Cambio Climático, Agricultura y Seguridad Alimentaria (CCAFS), realizó el “Análisis de oportunidades de mercado para productos agropecuarios de Boyacá, con potencialidad para reducir la emisión de carbono mediante una producción adaptada al clima 2021”, el cual muestra el mercado de oportunidades para comercializar productos agrícolas originarios del departamento de Boyacá, donde se destacan varios productos que se producen en el departamento, siendo uno de ellos la gulupa, donde Boyacá se ubica como el cuarto productor de esta fruta en el país (AGRONET, 2021), la cual es considerada como una fruta exótica y uno de los productos más apetecibles en el mercado internacional. En la siguiente gráfica se refleja el crecimiento de producción de la gulupa en Boyacá a través de los años llegando a producir 2.718 (ton) en el 2020. (Figura 2).

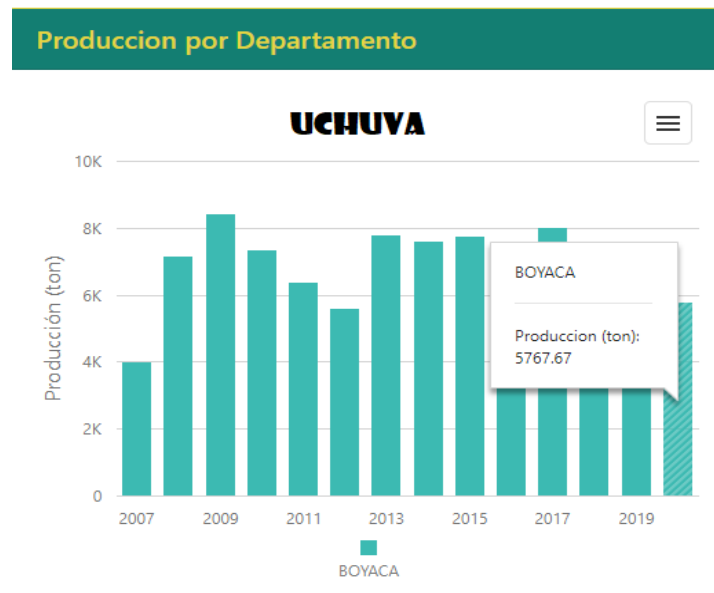


Fuente: Evaluaciones Agropecuarias Municipales -EVA

Figura 2. Producción de Gulupa en Boyacá (2007-2020)

Otro producto que se destaca por su alta producción en Boyacá, es la uchuva, la cual presenta una demanda constante, por parte de comercializadoras internacionales que hacen

presencia en el departamento, que a su vez brindan asesoría y asistencia técnica a sus proveedores, logrando posicionar este producto en el extranjero. En la siguiente gráfica, se compara la producción de uchuva en el departamento desde el año 2007 al año 2020, donde se puede observar el crecimiento que ha tenido este producto para el año 2020 produciendo 5.767 (ton). (Figura 3)



Fuente: Evaluaciones Agropecuarias Municipales -EVA

Figura 3. Producción de Uchuva en Boyacá (2007-2020)

2. Imagen de Boyacá a nivel nacional en cuanto a la competitividad de sus productos

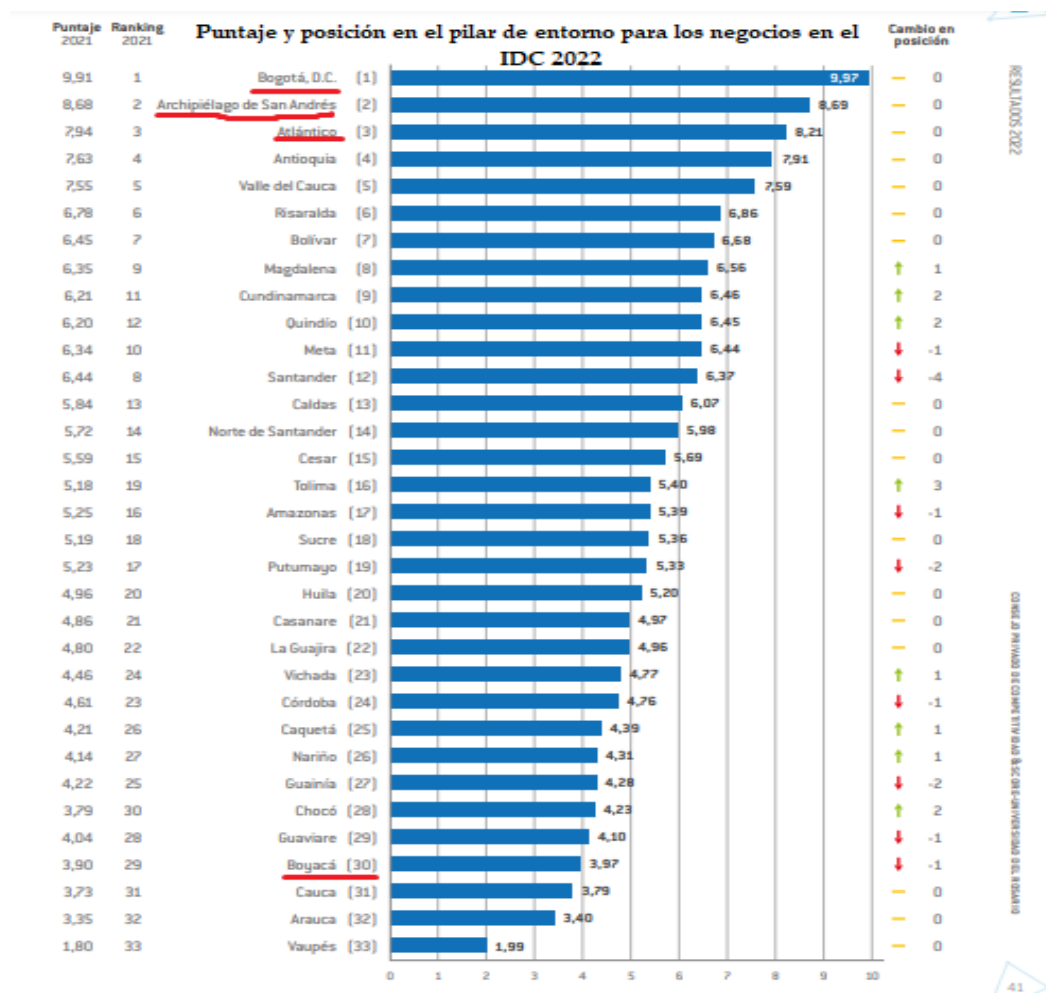
Teniendo en cuenta que Boyacá es un departamento agrícola, por excelencia, cuyas condiciones geográficas y climáticas favorecen la riqueza de sus suelos así como la calidad de sus productos, y, que además de producir papa, tomate, cebolla de bulbo, cebolla de rama, zanahoria, y algunos frutales como pera, el banano, mora, tomate de árbol, naranja, ciruela y manzana como se veía anteriormente, también ha venido incursionando en los últimos años en la producción de productos como: café con 10.158 (ton), gulupa con 2.718 (ton), uchuva con 5.767 (ton) y arándanos con 842,88 (ton) entre otros, según cifras de Evaluaciones

Agropecuarias Municipales -EVA (2020); se puede afirmar que los productores y empresarios boyacenses cuentan con un alto porcentaje de favorabilidad para incursionar en la comercialización de estos productos en mercados internacionales.

Sin embargo, de acuerdo con el informe conocido como Índice departamental de competitividad 2022, el cual “evalúa la competitividad de los 32 departamentos Colombianos y la ciudad de Bogotá mediante 106 indicadores distribuidos en 13 pilares y agrupados en 4 factores de competitividad que son: condiciones habilitantes, capital humano, eficiencia de los mercados y ecosistema innovador” (IDC, 2022, pág. 15.), estos indicadores evidencian el estado de la competitividad del país; cada pilar evalúa aspectos claves en este aspecto y presentan un diagnóstico de cada departamento.

El departamento de Boyacá se posiciona en el décimo puesto en este informe, y en el factor eficiencia de los mercados donde se encuentra el pilar de entorno para los negocios, el cual se basa en lo expuesto por Porter (1991) quien considera que la facilidad en abrir nuevos negocios y las condiciones de competencia promueven un entorno competitivo, Boyacá presenta un resultado por debajo del promedio nacional de 7,55, debido a que obtuvo un puntaje de 3,97 siendo uno de los más bajos en comparación con otros departamentos. Si se observa a los departamentos que lideran el pilar de entorno para los negocios, los cuales son Bogotá D.C, el Archipiélago de San Andrés y Atlántico (**Figura 4**) estos departamentos a través de sus cámaras de comercio adelantaron iniciativas para mitigar los efectos de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19 y a la vez generaron la reactivación del sector empresarial, un ejemplo que presenta el informe IDC, es la iniciativa que adelantó la Cámara de Comercio de Bogotá y Cundinamarca con la creación de una herramienta de seguimiento a la actividad económica y empresarial llamada el Observatorio de la Región Bogotá – Cundinamarca, cuyo propósito es “ampliar la información y el conocimiento de los

empresarios, las autoridades y la comunidad sobre las características económicas, empresariales y sociales, así como la situación y perspectivas de la primera región de Colombia, y una de las más importantes de América Latina”(CCB, 2021), también incluye un análisis económico y social que sintetiza las estadísticas del país en diversos temas como: producción sectorial, empleo, inflación, inversión extranjera, ordenamiento territorial, gestión de trámites entre otros. (IDC, 2022, pág.40).



Fuente: Consejo Privado de Competitividad & SCORE-Universidad del Rosario

Figura 4. Puntaje y posición en el pilar de educación superior y formación para el trabajo en el IDC 2022.

Con base en estas estadísticas y conociendo las buenas prácticas de los departamentos que lideran este pilar, se puede afirmar que uno de los retos que Boyacá enfrenta, es el fortalecimiento y mejoramiento de la competitividad de sus empresas; para mejorar se deben crear alternativas y proyectos, iniciando con la participación de las cámaras de comercio, alcaldías, gobernación, entre otros, con el fin de fortalecer la productividad de las compañías y por ende de los productos en áreas como desarrollo e innovación, transformación digital, productividad laboral, y a través de estas entidades, facilitar y gestionar recursos financieros, tecnológicos y herramientas que le permitan a los empresarios boyacenses generar en sus productos un mayor valor agregado e identificar nuevas ofertas en mercados nacionales e internacionales, para promover la competitividad y el desarrollo del departamento, con el fin de mejorar el posicionamiento en el índice departamental de competitividad (IDC).

3. El papel que desempeña la Secretaría de Desarrollo Empresarial en el acompañamiento a los empresarios boyacenses

La tarea que viene desarrollando la Secretaría de Desarrollo Empresarial para cumplir con los objetivos trazados dentro de la línea estratégica económica y de oportunidades señaladas en el PDD “Un departamento próspero como lo es Boyacá, requiere fortalecer y potencializar las capacidades productivas, industriales, creativas, turísticas y de desarrollo económico del territorio, a través del conocimiento, la investigación, la tecnología y la innovación, con el ánimo de preservar la seguridad alimentaria, impulsar procesos de desarrollo productivo sostenibles, generar valor agregado y fomentar el comercio y la cooperación regional” (PDD 2020-2023, pág. 45), se apoya en la Dirección de Inversión y Comercio, la cual hace parte de esta Secretaría, entidad que brinda asesoría constante a los empresarios boyacenses, promoviendo el proceso de mejoramiento productivo en las empresas, implementado estrategias que fortalecen la competitividad, la promoción

comercial, la transformación productiva, la articulación de redes y encadenamientos sectoriales así como el fomento de apropiación de las TIC's; con el fin de abrir y expandir mercados, promoviendo la llegada de nuevas empresas, lo que exige el fortalecimiento de los sectores productivos con procesos industriales de alta tecnología, así como la capacitación y actualización de los pequeños y medianos productores en normas sanitarias y fitosanitarias, normas ambientales, certificación de calidad y buenas prácticas de producción y negociación, entre otras, para potencializar cada vez más a Boyacá, convirtiéndolo en un departamento líder y reconocido a nivel nacional e internacional.

Es importante destacar que dentro del desarrollo del tejido empresarial que quiere conformar la Secretaría de Desarrollo Empresarial de Boyacá, los empresarios boyacenses también cuentan con el apoyo y acompañamiento del programa Boyacá Exporta y marca Soy Boyacá, que en conjunto, vienen adelantando proyectos destinados a la participación en encuentros con inversionistas extranjeros y la creación de convenios interinstitucionales, con el fin de atraer inversión, incrementar la productividad, la competitividad y la generación de empleo en el territorio boyacense, beneficiando a empresarios y al sector económico de la región.

4. Una experiencia enriquecedora en la Dirección de Inversión y Comercio

Durante la práctica empresarial, en la Dirección de Inversión y comercio de la Secretaría de Desarrollo Empresarial se evidenció el interés y compromiso que se tiene con el desarrollo y ejecución de los proyectos que el doctor Manuel Alejandro Mejía, ha venido impulsando durante los últimos años, para lograr fortalecer, mejorar y expandir la imagen comercial de los empresarios boyacenses, enfocándose en la atracción de inversión y el comercio exterior, especialmente en estos momentos de reactivación económica; desarrollando mesas de trabajo y buscando aliados comerciales, con el fin de lograr la

conexión área del departamento y consolidar la creación de la primera zona franca en el territorio boyacense. La dependencia se ha encargado de “crear estrategias de internacionalización para que inversionistas extranjeros se motiven para invertir en Boyacá, inyectando capital, aprovechando las ventajas que tiene esta región en cuanto a seguridad, salud, calidad en educación, infraestructura y potencial en el turismo, lo que la convierte en una gran oportunidad de negocio” (Mejía M, 2021).

La Dirección de Inversión y Comercio se ha encargado de dar a conocer a Boyacá a través de ferias comerciales nacionales e internacionales como es el caso de Expo Dubai, una de las misiones comerciales más importantes a nivel mundial, donde se buscaba atraer inversionistas y hacer visible la oferta exportable del departamento, también ha creado espacios comerciales para los empresarios boyacenses que cuentan con productos de calidad, ofrecen cantidad y tienen capacidad exportable; para llegar a posicionar a las empresas en nuevos mercados. Para tal fin, esta dependencia constantemente invita a los empresarios, a través de sus redes sociales, a participar en convocatorias, capacitaciones, charlas con expertos y reuniones con inversionistas interesados en sus productos/servicios, con el objetivo de generar herramientas y espacios que contribuyan con el empoderamiento de las empresas, mejorando su productividad y competitividad y por ende la economía del departamento.

Una de las estrategias que viene adelantando la Dirección, desde el año 2016, es la creación de la página Boyacá Exporta, considerada como la vitrina internacional de Boyacá, la cual cuenta con dos componentes: la oferta exportable y la demanda de inversión del departamento; con esta estrategia se busca diagnosticar el sector empresarial y crear la ruta exportadora para cada uno de los empresarios que tienen el potencial. “La página cuenta con

45 empresas productivas del sector agroindustrial, industrial, servicios y artesanías; con oferta exportable” (Boyacá Exporta, 2021). Según Alejandro Mejía “Empezamos diagnosticando todo el sector empresarial de Boyacá, definimos unos productos que denominamos embajadores, que iban a ser la imagen de Boyacá en el exterior. Definimos productos como café, cacao, panela, mieles y artesanías y con ellos empezamos un trabajo de fortalecimiento a la exportación, enseñándoles, llevándolos por el difícil camino de la exportación en Colombia” (Mejía M, 2021). Es evidente el interés y el compromiso de los entes gubernamentales que vienen trabajando para llegar a los empresarios, sin embargo, aún no se refleja una participación considerable de los productos boyacenses en los mercados extranjeros.

5. ¿Por qué no se evidencia un avance significativo en los procesos de internacionalización?

Desde el año 2019, la Gobernación de Boyacá, se trazó como objetivo el replicar la página Boyacá Exporta en el Ministerio de Comercio, Procolombia y las embajadas a nivel mundial. Aunque Boyacá ha avanzado en la internacionalización de algunos productos, aún no se ha cumplido con dicho objetivo. Al analizar los datos de las empresas que hacen parte de la página Boyacá Exporta, no todas ellas presentan la información completa, en cuanto a su misión, visión, portafolio de productos o servicios, página web, redes sociales, capacidad productiva, oferta exportable, estados financieros, producción y certificaciones, entre otras; lo cual afecta el proceso de cooperación que está impulsando la dirección. Según el doctor Mejía “el sistema de exportación como está montado no es fácil, por lo que algunas veces los empresarios se cansan y prefieren vender sus productos en el mercado nacional” (Mejía M, 2021). Además, en algunas oportunidades, por desinformación, los empresarios no se interesan o no se comprometen con este programa.

Generalmente el desconocimiento que algunos productores o empresarios tienen en cuanto a internacionalización de sus productos afecta los procesos o impide el desarrollo de proyectos. En la actualidad, el uso de redes sociales es el plus de las empresas, pero es necesario tener en cuenta que, en algunas situaciones, no se cuenta con el conocimiento total en cuanto al uso o acceso a las mismas, además, en Boyacá, aún existen deficiencias en cuanto a alcance de señal o servicios de internet. Y, aunque es evidente la promoción de campañas, capacitaciones, ferias y demás actividades programadas por la Secretaría; en ocasiones no se tiene acceso a la información, ya sea por falta de conectividad o por el escaso conocimiento que se tiene de la labor de esta entidad, situación que afecta la comunicación y por ende los procesos de cooperación, lo cual se convierte en un nuevo reto que se debe enfrentar en el camino hacia la internacionalización.

6. En busca de alternativas de mejoramiento y cooperación para avanzar hacia la incursión en nuevos mercados

Al identificar algunos de los retos que se deben afrontar en cuanto a la competitividad, la desinformación o la falta de interés por parte de productores y empresarios en el camino hacia la exportación, se evidencia la necesidad de implementar estrategias que permitan llegar y hacer más efectivo el acercamiento a productores y empresarios, y para ello, una de las estrategias sería contar con el apoyo, asesoría y seguimiento de profesionales en negocios internacionales o carreras afines que a través de la socialización, en sitio, es decir llegando directamente a ellos, brinden información de los servicios que ofrece la Secretaría de Desarrollo Empresarial y, a la vez, realicen acompañamiento en el proceso de presentación, mejoramiento y vinculación de las empresas para ser diagnosticadas; orientándolos en los temas relacionados con el comercio exterior, en cuanto al diseño de rutas exportadoras, documentación requerida, análisis de mercados,

logística, análisis de costos, estrategia de negociación, marketing y participación en ruedas de negocios.

Por otra parte, es favorable establecer convenios interinstitucionales, para que, en conjunto con las alcaldías, los empresarios y las secretarías de la gobernación, continúen fomentando los procesos de gestión y cooperación con el fin de establecer oportunidades de inversión y comercialización, que generen competitividad, permitan la creación de alianzas estratégicas con empresarios extranjeros, mejoren la rentabilidad y posicionen las empresas boyacenses a nivel nacional e internacional.

Otra alternativa que se puede implementar, es la gestión de encuentros departamentales para que se compartan las experiencias y los retos que se han enfrentado en el desarrollo de proyectos que han desarrollado para el fortalecimiento empresarial de las diferentes regiones, un ejemplo es el programa “Antioquia exporta más”, el cual es un espacio diseñado para la articulación directa con el Gobierno Nacional con el objetivo de identificar conjuntamente políticas, proyectos, programas y herramientas que impacten positivamente la gestión del comercio exterior y la actividad exportadora de la región. Este departamento se ha consolidado como la región más exportadora del país con una quinta parte del total de las ventas al extranjero respecto a la nación, y como la segunda región exportadora de productos no minero energéticos (Restrepo. D, Competitividad Exportadora de la Industria Antioqueña, 2019), por esto sería una gran oportunidad de compartir y tomar como base las experiencias exitosas de los departamentos que lideran las exportaciones para tener presente nuevos instrumentos para avanzar en la incursión de nuevos mercados.

Al analizar las estrategias que otros departamentos han ejecutado para posicionarse en la comercialización internacional de productos y servicios, es necesaria la implementación de políticas y guías que fomenten la exportación, enfocándose en los productos característicos

del departamento con mayor diferenciación en el mercado internacional, generando la creación de redes empresariales sectorizados, con el fin de establecer y consolidar una red de apoyo de preparación en el cumplimiento de las normas del comercio exterior.

CONCLUSIONES

La incursión en mercados internacionales genera beneficios económicos en una región o país, Boyacá se caracteriza por abastecer el país con productos del sector primario; sin embargo, los índices de participación en las exportaciones agrícolas y agroindustriales, demuestran la poca comercialización internacional de productos o servicios boyacenses.

La internacionalización de los productos boyacenses, es un proceso que se viene dando a mediano plazo y su éxito depende del trabajo conjunto de los entes gubernamentales y empresarios, la creación de alianzas comerciales y la cooperación financiera y técnica de entidades nacionales y extranjeras, públicas o privadas; que promuevan un tejido empresarial más sólido, mejorando los índices de competitividad del territorio boyacense.

Dentro del proceso de internacionalización de Boyacá, la Secretaría de Desarrollo, ha venido implementando el programa Boyacá Exporta, el cual se fundamenta en dos pilares importantes: la oferta exportable y la demanda de inversión del departamento, siendo esta estrategia una herramienta fundamental para el diagnóstico y fortalecimiento empresarial.

Es destacable el impacto que ha tenido la labor de la Gobernación de Boyacá, en coordinación con sus secretarías, en la consolidación del tejido empresarial del departamento, a través de la formulación y adopción de programas que direccionan las políticas en materia de innovación, competitividad, desarrollo tecnológico, oportunidades de atracción de inversión y comercialización; con el fin de identificar, apoyar y promocionar aquellas empresas que poseen potencial exportador.

Para enfrentar los retos que tiene el departamento en el camino hacia la internacionalización de sus productos, es necesario conformar un equipo orientador e interdisciplinario, dando cabida a los negociadores internacionales, que conlleve a la interacción eficaz entre productores, empresarios y entes gubernamentales.

En relación con las alternativas de mejoramiento para avanzar hacia la incursión en nuevos mercados, se mencionan algunas estrategias que otros departamentos han implementado para fortalecer el sector empresarial, destacándose a nivel nacional en el liderazgo de las exportaciones, siendo un modelo a seguir para que Boyacá adopte nuevos proyectos enfocados en los productos insignias que tiene el departamento para ser exportados.

La práctica en la Dirección de Inversión y Comercio de la Secretaría de Desarrollo, es una experiencia enriquecedora, en la vida personal, académica y profesional, dentro de la formación como negociadores internacionales; ya que ofrece la oportunidad de desenvolverse en el entorno laboral y a la vez evidenciar los procesos y estrategias que desarrolla esta entidad para diagnosticar, asesorar, y fortalecer a las empresas que tienen potencial exportable; de igual manera se afianzan los conocimientos sobre el proceso de internacionalización que se debe llevar a cabo para la comercialización de los productos boyacenses. Esta experiencia contribuye al mejoramiento de competencias y a la articulación de los conocimientos sobre negocios, cultura, comercio internacional, inversión, entre otros, adquiridos en la Universidad.

REFERENCIAS

- Aranza, YCR y Ramírez, KR (2016). *Boyacá: un contraste entre competitividad, desempeño económico y pobreza*. Revista del Banco de la República, 89 (1064), 17–58. <https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/banrep/article/view/8111>.
- Bancoldex (2021) *Bancoldex beneficiará a exportadores del país con créditos por \$20.000 millones*. (2021, octubre 15). Bancoldex. <https://www.bancoldex.com/noticias/bancoldex-beneficiara-exportadores-del-pais-con-creditos-por-20000-millones-4106->
- Bancoldex (2018) *Nueva línea de crédito de Bancoldex en dólares para el sector exportador*. (2018, julio 30). Bancoldex. <https://www.bancoldex.com/es/nueva-linea-de-credito-de-bancoldex-en-dolares-para-el-sector-exportador-1412>.
- Boyacá Exporta (2021). *Empresas con potencial exportador*. Página Boyacá Exporta. Recuperado de: <https://exporta.boyaca.gov.co/oferta-exportable/>.
- Boyacá Exporta (2021). *Estrategia de atracción de Inversión*. Página Boyacá Exporta. Recuperado de: <https://exporta.boyaca.gov.co/estrategia-de-atraccion-de-inversion/>
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2019. *Competitividad exportadora de la industria antioqueña y Una aproximación a la caracterización de las empresas informales en Medellín. Revista Antioqueña de Desarrollo (RAED) [en línea]*. Medellín: ed.22, pp.1-62[consulta: agosto de 2022]. ISSN:2248-4329 .Disponible en: <https://www.camaramedellin.com.co/biblioteca/raed-vigesima-segunda-edicion>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (2020, 25 de septiembre). *Cuentas departamentales Producto Interno Bruto por departamento 2019 preliminar*. Recuperado el 2 de mayo de 2022, de:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2015/Bol_dptal_2019preliminar.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (2022, 25 de marzo).

Cuentas nacionales departamentales: PIB por departamento. Recuperado el 5 de mayo de 2022, de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales>.

Díaz, L., Hurtado, J.J., Rivas, J.S. Delgado, I., García, M.J, Jaime, D., Gutiérrez, J.F., Zabala,

A. 2021. *Análisis de oportunidades de mercado para productos agropecuarios de*

Boyacá, con potencialidad para reducir la emisión de carbono mediante una

producción adaptada al clima. Programa de investigación del CGIAR sobre cambio

climático, agricultura y seguridad alimentaria (CCAFS). Recuperado de:

[https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/116645/An%C3%A1lisis%20de%20](https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/116645/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20de%20oportunidades%20potenciales%20para%20comercializar%20productos%20bajos%20en%20carbono%20y%20resilientes%20al%20clima%20en%20Boyac%C3%A1.pdf?sequence=4)

[Mercado%20de%20oportunidades%20potenciales%20para%20comercializar%20pro](https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/116645/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20de%20oportunidades%20potenciales%20para%20comercializar%20productos%20bajos%20en%20carbono%20y%20resilientes%20al%20clima%20en%20Boyac%C3%A1.pdf?sequence=4)

[ductos%20bajos%20en%20carbono%20y%20resilientes%20al%20clima%20en%20B](https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/116645/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20de%20oportunidades%20potenciales%20para%20comercializar%20productos%20bajos%20en%20carbono%20y%20resilientes%20al%20clima%20en%20Boyac%C3%A1.pdf?sequence=4)

[oyac%C3%A1.pdf?sequence=4](https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/116645/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20de%20oportunidades%20potenciales%20para%20comercializar%20productos%20bajos%20en%20carbono%20y%20resilientes%20al%20clima%20en%20Boyac%C3%A1.pdf?sequence=4)

Dirección de Inversión y Comercio (2021). *Empresas inscritas en el programa Boyacá*

Exporta. Recuperado de: Base de datos empresas por sector, Dirección de Inversión y

Comercio.

Dirección de Inversión y Comercio (2021). *Sectores Potenciales para Exportación.*

Recuperado de: Base de datos por sector-departamento de Boyacá, Secretaría de

Desarrollo Empresarial.

Editorial La República S. A. S. (n.d.). *Nuevos incentivos exportadores para la*

agroindustria. Recuperado el 02 de mayo de 2022, de:

<https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/martin-gustavo-ibarra-402454/nuevos->

[incentivos-exportadores-para-la-agroindustria-3173098](https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/martin-gustavo-ibarra-402454/nuevos-)

ELDIARIO Boyacá. (2021, 29 junio). *Uchuva, gulupa y arándano, los frutos que más se exportan desde Boyacá*. Recuperado de: <https://periodicoeldiario.com/uchuva-gulupa-y-arandano-los-frutos-que-mas-se-exportan-desde-boyaca/>.

Emisora de la Gobernación de Boyacá. (2019, 13 noviembre). *Productos boyacenses ya están en otros países*. Boyacá 95.6 FM. Recuperado de: <https://956fm.boyaca.gov.co/productos-boyacenses-ya-estan-en-otros-paises/>.

Gobernación de Boyacá. (2022, marzo). *INFORME Y ANÁLISIS DE LA GESTIÓN Y RESULTADOS DEL PLAN DE DESARROLLO*. Recuperado el 15 de mayo de 2022, de: <https://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2022/05/INFORME-Y-ANALISIS-DE-LA-GESTION-1T-2022-enviar-ULTIMO.pdf>.

Gobernación de Boyacá (2021). *La Secretaría de Desarrollo Empresarial avanza en la internacionalización de productos regionales*. Recuperado el 20 de mayo de 2022, de: <https://www.boyaca.gov.co/la-secretaria-de-desarrollo-empresarial-avanza-en-la-internacionalizacion-de-productos-regionales/>.

Gobernación de Boyacá (2020) *Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023*. Obtenido de Secretaría de Desarrollo Empresarial de: <https://www.boyaca.gov.co/wpcontent/uploads/2020/06/pdd2020-2023boy.pdf>

Incentivo Gubernamental para la Equidad Cafetera -IGEC 2019 *Preguntas Frecuentes*. (s/f). [Federaciondefcafeteros.org](https://federaciondefcafeteros.org). Recuperado el 13 de agosto de 2022, de https://federaciondefcafeteros.org/static/files/PREGUNTAS_FRECUENTES_IGEC2019Versi%C3%B3nFinalPO12_Web.pdf

Índice Departamental de Competitividad. (2022, 25 de abril). *Consejo Privado de Competitividad*. Recuperado el 01 de mayo de 2022, de: <https://compite.com.co/indice-departamental-de-competitividad/>

Instituto Colombiano Agropecuario - ICA. (n.d.). *Incentivos Agropecuarios*. Recuperado el 21 de marzo de 2022, de https://www.ica.gov.co/oferta-institucional/servicios_linea/incentivos.

Lozano, Gómez, C. E., Cámara de Comercio de Tunja, Agenda Interna Departamental. (2019). *Oportunidades comerciales para las regiones de Colombia con la UE*. Legiscomex. https://www.legiscomex.com/Documentos/present_ue_op_boyaca.

Mankiw, N. G. (2012). *Principios De Economía* (6ta. Ed.), S.A. Ediciones paraninfo.

Mejía, M.A (2021). *Boyacá avanza para el desarrollo económico territorial*. Recuperado de la Secretaría de Desarrollo Empresarial.

Mejía, M.A (2021, 28 octubre). *Estrategia de Internacionalización de Boyacá*. Universidad Santo Tomás. Recuperado de: Congreso Internacional de Logística y Distribución Física Internacional.

Mejía, M.A (2021). *Proyectos encaminados al desarrollo de Boyacá*. Recuperado de la Secretaría de Desarrollo Empresarial.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MINCIT. (n.d.). *Internacionalización y acceso a nuevos mercados* Recuperado el 5 de mayo de 2022, de: <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/internacionalizacion-acceso-nuevos-mercados>.

Municipales, E. A. (2020). *Comparativo de Área, Producción, Rendimiento y Participación Departamental por Cultivo*. Agronet Mincultura. <https://www.agronet.gov.co/estadistica/Paginas/home.aspx?cod=3>

Organización Mundial del Comercio -OMC. *Argumentos a favor de un comercio abierto*. OMC. Recuperado de:

https://www.wto.org/Spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact3_s.htm#:~:text=Los%20ar

gumentos%20de%20car%C3%A1cter%20econ%C3%B3mico,de%20comercio%20mundial%20y%20crecimiento.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura -FAO (2007).

Resolución N° 158 - Incentivos para los productores agropecuarios afectados por la ola invernal. Base de datos FAOLEX. Recuperado de:

<https://www.fao.org/faolex/results/details/es/c/LEX-FAOC075651>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura -FAO (2006).

Resolución N° 9 - Programa de fomento y desarrollo agropecuario para financiar productores agropecuarios exportadores. Base de datos FAOLEX. Recuperado

de:<https://www.fao.org/faolex/results/details/es/c/LEX-FAOC062380>

Portafolio (2020). *Aguacate, uchuva y gulupa, con potencial exportador.* Portafolio.

Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/aguacate-uchuva-y-gulupa-con-potencial-exportador-537868>.

Redactores Legis, E. (2021, 10 marzo). *Incentivos a las exportaciones en Colombia.*

Recuperado el 29 de marzo de 2022 de: <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/incentivos-exportaciones-colombia>.

Revista Semana. (2021, 30 abril). *MinAgricultura lanzó la Mesa Agroexportadora de Boyacá para abrir nuevos mercados internacionales.* Semana. Recuperado de:

<https://www.semana.com/economia/capsulas/articulo/minagricultura-lanzo-la-mesa-agroexportadora-de-boyaca-para-abrir-nuevos-mercados-internacionales/202155/>.

Rodríguez, W. C., Agudelo-Cely, O. I., & Tejedor-Estupiñán, R. A. (2018). *Exports and Economic Growth in Boyacá Colombia 1980-2015.* Apuntes del Cenes, 37(65), 175–211. <https://doi.org/10.19053/01203053.v37.n65.2018.7122>.