

**Ambiente de negocios para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas en
el área metropolitana de Bucaramanga**

Ramón Fabian Marín Díaz

Trabajo de grado para optar el título de Especialista en Negocios Globales e Innovación

Director

Dennys Paola Fernández González

Magister en Administración

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Negocios Internacionales

2023

Contenido

Introducción	10
1. Ambiente de negocios para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas en el Área Metropolitana de Bucaramanga	12
1.1 Definición del problema.....	12
1.2 Justificación.....	16
1.3 Delimitación y objetivos	17
1.3.1 Objetivo general y objetivos específicos	18
1.3.2 Objetivos específicos.....	18
2. Marco teórico.....	18
2.1 Ambiente de negocios	18
2.2 Ambiente de negocios para la internacionalización	20
2.3 Ambiente de negocios para la internacionalización de las Pymes	21
2.4 Comportamiento de las exportaciones en Colombia.....	23
2.5 Área metropolitana de Bucaramanga	29
2.6 Desempeño de la dinámica empresarial en el AMB	31
2.7 Programas de apoyo para el emprendimiento e internacionalización de empresas en el AMB	34
3. Estado del arte	36
4. Aspectos metodológicos	41
4.1 Diseño de la investigación	41
4.2 Tipo de investigación	42
4.3 Población de estudio.....	43
5. Resultados	43

6. Recomendaciones	50
7. Conclusiones	54
Referencias.....	57

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Cantidad de empleados de la empresa exportadora 2010</i>	24
---	----

Lista de figuras

Figura 1.	<i>Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino ..</i>	25
Figura 2.	<i>Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino ..</i>	26
Figura 3.	<i>Exportaciones de Colombia por sectores actualización 2021-2022</i>	27
Figura 4.	<i>Exportaciones según su departamento de Origen 2020-2021</i>	28

Resumen

Las Pymes presentan diferentes posibilidades para entrar a los mercados internacionales, entre esta posibilidad está la ubicación geográfica, el tipo de producto que ofrece, acceso a puerto y aeropuertos, los tratados internacionales y sobre todo las leyes y reglamentos que cada país tiene para dale la licencia para exportar, además están los procesos de internacionalización en el escenario mundial, revisar cuales son los tratados comerciales que tiene el país. Colombia tiene una heterogeneidad de Pymes, por eso al considerar la internacionalización de sus productos es fundamental evaluar la productividad laboral la cual es un factor determinante en la explicación de la orientación para la exportar de las empresas. las Pyme en particular tienen las condiciones internas necesarias para internacionalizarse, pero existe factores exógenos del tipo cultural como por ejemplo el ambiente de negocios el cual puede definirse como los factores o hechos externos que le ocurren a una organización los cuales pueden ser beneficiosos y en otros casos perjudiciales. El comportamiento de las exportaciones de Santander entre los años 2020 – 2021 dejo un balance positivo, el departamento se ubicó en el top 10 de la internacionalización de las regiones y se posicionó segundo con el mayor crecimiento del país, en comparación con el mismo período del año pasado, el PIB tuvo un crecimiento 9,4%. Las empresas de Bucaramanga tienen el potencial para la exportación, durante el año 2020 se registraron 360 empresas que son las más grandes del departamento. Según la Cámara de Comercio de Bucaramanga y su Observatorio de Competitividad, el 83% de todas las empresas registradas en Santander están ubicadas en la AMB. El entorno de las pymes de Bucaramanga o de cualquier otro municipio de Colombia necesita contar con aquellos factores que le permita mantenerse en el tiempo, más aun sabiendo que el 79% de las pymes de Bucaramanga y el área metropolitana tienen como administrador al mismo empresario, también está el factor de la educación, encontrando que solo el 58% de los gerentes

de servicios, el 51% de las empresas y el 45% de la industria tienen un título universitario, de manera que, existe varios factores en este sector que hace vulnerable a estas empresas por lo que necesitan acompañamiento para protegerse, por lo es importante el Ambiente de Negocios.

Palabras clave: AMB, ambiente de negocios, Pyme, internacionalización, mercado

Abstract

SMEs have various possibilities to enter international markets. These possibilities include geographical location, the type of product offered, access to ports and airports, international treaties, and especially the laws and regulations that each country has to obtain a license to export. There are also processes of internationalization on the world stage, which involve reviewing the trade agreements that the country has. Colombia has a heterogeneity of SMEs, so when considering the internationalization of their products, it is essential to evaluate labor productivity, which is a determining factor in explaining the export orientation of companies. SMEs, in particular, have the internal conditions necessary to internationalize, but there are also exogenous factors of the cultural type, such as the business environment. The business environment can be defined as external factors or events that occur to an organization, which can be beneficial or harmful. The behavior of Santander's exports between 2020 - 2021 left a positive balance. The department ranked in the top 10 of the regions in terms of internationalization and was positioned second with the highest growth in the country. Compared to the same period of the previous year, the GDP had a growth of 9.4%. Bucaramanga has the potential to export because during 2020, 360 companies were registered, which are the largest in the department. According to data from the Chamber of Commerce of Bucaramanga and its Competitiveness Observatory, 83% of the total number of companies registered in Santander are located in the AMB. The environment of the SMEs in Bucaramanga or any other municipality in Colombia needs to have those factors that allow them to be maintained over time. Furthermore, it is important to note that 79% of the SMEs in Bucaramanga and the metropolitan area have the same owner as the company's administrator. In addition, there is an education factor to consider. It was found that only 58% of the service managers, 51% of the businesses and 45% of the industries have a university degree. These factors

make SMEs in this sector vulnerable, so they need support to protect themselves. This is why the business environmental is crucial.

Keywords: AMB, business environment, SMEs, internationalization, market

Introducción

El entorno empresarial internacional es multifacético, incluidos los riesgos políticos, las diferencias culturales, los riesgos cambiarios, las diferencias legales y fiscales, y los investigadores que buscan comprender los impactos transfronterizos, por lo que con lleva a que las Pymes adquieran el mayor conocimiento y comprensión del entorno empresarial, ya que las empresas que ignoren o que desconozcan el cuál y el cómo de su entorno empresarial corren el riesgo de ser expulsado del mercado. Las empresas no son islas, en los sistemas económicos modernos estas tienen necesitan colaboración entre ellas para realizar diferentes actividades, también tiene que interactuar con los gobiernos nacionales y locales, así como con todas las fuerzas vivas organizadas. De modo tal que debe existir, además de las relaciones comerciales entre empresas y consumidor final, un proceso de participación y uso el entorno no empresarial.

Las variables de la empresa que afectan al entorno son diversas y en muchos casos difíciles de predecir. Dado que los altos directivos toman decisiones en su día a día que afectan al futuro de la empresa, es imperativo que comprendan en la medida de lo posible los factores más influyentes y su evolución.

La mayoría de las empresas privadas que participan en los procesos para la exportación de bienes y servicios crecen y se desarrolla de la mano del ambiente de negocios, este se convierte en el aliado ideal. También es cierto que la relación entre la empresa se hace más estrecha cuando las empresas que manufacturan bienes o prestan servicios intermedios los cuales son utilizados por otras empresas que en conjunto forman un conglomerado como con fin de elaborar un producto final.

Las PYMES colombianas son heterogéneas, abarcando en especial el enfoque del documento, las Pymes en el área metropolitana de Bucaramanga, estas organizaciones desarrollan

un rol importante en la economía local proyectándose así a nivel nacional dado al amplio aporte como lo es la generación de empleo y el desarrollo del departamento de Santander. Por tanto, al considerar lograr la internacionalización de más productos y empresas del área, es necesario evaluar el ambiente de negocios para su internacionalización, como el desempeño empresarial del Área, los programas establecidos que apoyen la internacionalización y la productividad laboral la cual es un factor determinante para explicar la orientación exportadora de las empresas, lo que también explica el interés por evaluar la posibilidad de que una PYME en particular tenga la intención de realizar el proceso de exportación.

1. Ambiente de negocios para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas en el Área Metropolitana de Bucaramanga

1.1 Definición del problema

Según los datos de Confecámaras, organización que une a las cámaras de comercio del país, informó que para el 2022 se inscribieron en el Registro Único Empresarial -RUES cerca de 1.500.000 empresas en las categorías de micro, pequeñas y medianas. En esta cifra se incluyeron a las personas jurídicas y personas naturales. Para el año 2021 se registró 5,4 millones de pequeñas, micro y medianas empresas en el país colombiano. El DANE (departamento administrativo de Colombia) estima que el 90 % del sector productivo del país, está representado por estas empresas. Aun así algunos datos estima que llegarían a ascender al 99% del tejido económico nacional.

La clasificación de estas empresas en Colombia generalmente se basa en el valor de los activos informados de la empresa y número de empleados, lo que permite calificarlas como micro, pequeñas y medianas empresas, Cubillos (2020) señala que, según las cifras de Confecámaras (Confederación de Cámaras de Comercio), el 99.9% de las empresas en Colombia son pequeñas, micro y medianas empresas.

- 95.0 % son microempresas.
- 4.9 % medianas y pequeñas empresas.

Medianas empresas, por lo general tienen responsabilidades y áreas funcionales bien definidas, como también sistemas y procedimientos automatizados. Una empresa mediana es aquella cuya estructura mayor se basa en divisiones diferenciadas. Las medianas empresas tienen un gran poder en la economía de cada país. El número es de entre 50 y 250 profesionales.

Las pequeñas empresas son entidades independientes y, en muchos casos, las empresas familiares se crean con fines de lucro. Estas empresas no son dominantes en las industrias a las que pertenecen, pero son muy importantes. Este tipo de negocios suele ser más visible que la tendencia de crecimiento de las microempresas. Además, su estructura organizativa también incluye la división del trabajo. El número es de entre 11 y 49 profesionales.

Microempresas, es un negocio aparte que puede ser manejado por un profesional y aunque cobra honorarios más bajos en comparación con otro tipo de negocios, cabe señalar que este tipo de negocio tiene un alto impacto socioeconómico, es la fuente de sustento de muchos profesionales. También es una empresa que puede tener potencial, el desarrollo de menos a más. Por lo general, las microempresas son propiedad de individuos con equipos simples y de pequeña escala. El propietario puede manejar personalmente cosas básicas como administración, producción y ventas. Cuentan entre 1 y 10 profesionales.

Ahora bien; la importancia de las pymes en la economía colombiana es porque produce el 35% del producto interno bruto (PIB) y en conjunto son tan o más importantes que las grandes empresas, además, generan cerca del 80 % del empleo del país.

Ahora, en el PIB que se genera y que se mantienen también es producto del potencial del potencial que tienen las Pymes para incursionar en el comercio internacional, esta condición las mantiene en constante actividad creadora para poder mantenerse en los mercados externos donde existe una gran competitividad. Señala Nassimbeni (2001) que la diferencia que tienen las grandes empresas con respecto a las Pymes es que, cuentan con una planta de profesionales más entrenados para entrar a los mercados internacionales, y en lugar de las pymes se pretende que mantengan un alto liderazgo dentro de la empresa para establecerse en la competitividad del mercado globalizado. Las limitaciones que tienen las empresas para tener acceso a los mercados

internacionales son principalmente: la aversión al riesgo y el limitado conocimiento de las oportunidades en los mercados extranjeros, esto, lógicamente, reducen la oportunidad que se le presentan a las empresas para intenten alcanzar los mercados internacionales.

Señala Drucker (2002) que, entre los objetivos más relevantes de cualquier organización, la innovación juega un papel crucial, pues es lo que define al verdadero empresario del que no lo es, ya que para lograr salir y no ser aplastado por la competencia, el empresario debe poner atención a lo que acontece dentro de la empresa y fuera de la industria. Innovacion solo innovación afirma P. Drucker, pues la innovación es un asunto de disciplina organizada, rigurosa y sistemática. No es solo producción de cosas es el logro de una actitud más que de una actividad. Por ende la importancia de la innovación en procesos de internacionalización, ya que las innovaciones exitosas de productos hacen que las pequeñas y medianas empresas (PYME) decidan ingresar a los mercados de exportación. Se argumenta que, además del efecto directo de la innovación en las exportaciones, la innovación de productos aumenta la probabilidad de que las empresas ingresen a los mercados de exportación, lo que afecta la productividad de las empresas.

Las Pymes presentan diferentes posibilidades para entrar a los mercados internacionales, entre estas posibilidad está la ubicación geográfica, el tipo de producto que ofrece, acceso a puerto y aeropuertos, los tratados internacionales y sobre todo las leyes y reglamentos que cada país tiene para dale la licencia para exportar, además están los procesos de internacionalización en el escenario mundial, revisar cuales son los tratados comerciales que tiene el país, los cuales se firman: En una comunidad de naciones se deben buscar el beneficio común así como la ruta para lograr el éxito de la economía regional y nacional. Lo importante de este tema ha motivado a varios países latinoamericanos realizaran estudios sobre el tema de la internacionalización de sus Pymes,

en ellos se analizan lo ventajoso que son las condiciones geográficas, económicas y culturales las cuales son relativamente similares (Mesa y Torres, 2019).

Colombia tiene una heterogeneidad de Pymes, por eso al considerar la internacionalización de sus productos es fundamental evaluar la productividad laboral la cual es un factor decisivo para explicar la orientación exportadora de las empresas, y también explica el interés por evaluar el potencial exportador de pymes específicas, pero a pesar de que una Pyme tenga las condiciones internas necesarias para internacionalizarse existe otros factores exógeno del tipo cultural como por ejemplo el ambiente de negocios el cual puede definirse como los factores o hechos externos que le ocurren a una organización los cuales pueden ser beneficiosos y en otros casos perjudiciales, lo que siempre se debe considerar es en que son lo suficientemente relevantes para la vida de estas; las empresas deben aprender a convivir con ellos y buscar la manera de sacar el mejor provecho de aquellos que brindan beneficio, pero sobre todo, saber cómo tener bajo control a todos aquellos que atentan contra el bienestar de la organización; para las empresas existen métodos y políticas que les permiten manejar su entorno ejecutando un conjunto de relaciones y normas previamente establecidas que ayudan a limitar y condicionar su actividad-acciones.

De manera que ambiente de negocios es una variable que se debe considerar en el proceso de la internacionalización de las Pymes, sobre todo en lo que es el riesgo que representa tomar la decisión de invertir y todas las implicaciones que esto pueda tener. Además se encontró un aspecto positivo, ya que según el doing business, índice que recolecta información sobre principales alineamientos al momento de desarrollar negocios en cierto país, señaló que Colombia hoy es un país diverso cuya población, fauna, flora y ubicación geográfica lo convierten en uno de los países más atractivos de la región para inversión, turismo y el desarrollo de nuevos negocios.

A pesar de la alta volatilidad macroeconómica provocada por la pandemia, la economía colombiana se ha recuperado significativamente, creciendo un 7,5% al cierre de 2022, crecimiento impulsado principalmente por un aumento en el consumo interno, que fue impulsado por una recuperación en el empleo y una mayor inversión interna en el país.

En un ambiente de negocios en una comunidad de empresas que tienen como propósito entrar a los mercados internacionales se debe prever mantener informados a sus miembros de todas las situaciones que se presenta cuando se inicia en este proyecto, así como las posibles soluciones a las trabas que se pueda encontrar. No es fácil que los socios o empresas de la comunidad transfieran todos los detalles de sus experiencias en el negocio de las exportaciones, pero se va a tener el contacto directo con las actividades del grupo y con el pasar del tiempo se puede llegar a una integración plena.

De manera que al tener cierto conocimiento de lo que es el ambiente de negocio y la internacionalización de las Pymes surge la siguiente interrogante como formulación del problema: ¿se debe analizar el ambiente de negocios como un factor que incide en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas?

1.2 Justificación

La justificación principal es tipo económico, no se puede hablar de mejorar el rendimiento de una empresa si no se hace un estudio de mercado que permita estimar los volúmenes de producción y la inversión que se debe hacer para aumentar la capacidad operativa. Por esa razón al buscar incursionar en los mercados internacionales se debe analizar el ambiente de negocios necesario para la internacionalización.

Si para el empresario la inversión para entrar al mercado internacional no representa un problema, entonces, debe revisar la parte legal o procedimientos internos y los externos que a veces se complican transformándose en una traba y un consumo de tiempo inútil. Todos los países con los que deciden establecer negocios tienen sus propios reglamentos y condiciones que se deben conocer, esa es una parte del ambiente de negocios por lo tanto es otra buena justificación por la cual se debe realizar este trabajo.

Además, la importancia del trabajo también se justifica porque se puede conocer la variable del ambiente de negocio que es fundamental para emprender cualquier innovación en cualquier empresa y aún más para las pequeñas y medianas empresas cuyos volúmenes en producción pueden ser afectados por una mala decisión.

Tomar decisiones con un alto grado de confianza requiere definir cómo es el rango de factores o eventos fuera de la empresa. Estos aspectos externos de las instituciones deben ser relevantes para ellas, por lo que las empresas deben trabajar con ellas, influir en ellas, pero no controlarlas; todos operan de acuerdo a relaciones y reglas preestablecidas para regular sus actividades.

La pequeña empresa a pesar de estar amparada por diferentes organizaciones y asistida por consultores de esas organizaciones deben estar en capacidad de conducir su propio crecimiento para lo cual deben conocer y manipular los procesos que le permitirán crecer y girar su visión al mundo de las exportaciones, con esta investigación tendrán una guía de fácil comprensión.

1.3 Delimitación y objetivos

Esta monografía tiene entre sus delimitaciones fundamentales:

- El área geográfica está limitada al Área Metropolitana de Bucaramanga.

- El tamaño de las empresas es: pequeñas y medianas.
- El tipo de empresa es de manufactura.
- El acceso a registro oficiales de la actividad de la internacionalización de las empresas es limitado.

Al estar Justificada y delimitada esta investigación se plantea el siguiente objetivo con el fin de darle respuesta a la interrogante que surgió:

1.3.1 Objetivo general y objetivos específicos

Analizar la incidencia del ambiente de negocios en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

1.3.2 Objetivos específicos

Establecer el comportamiento de las exportaciones de Santander entre los años 2020 – 2021.

Identificar el desempeño de la dinámica de las pymes en el AMB en los años 2020 y 2021.

Identificar programas de apoyo para el emprendimiento y la internacionalización de las pymes en el AMB.

2. Marco teórico

2.1 Ambiente de negocios

El ambiente de negocio comúnmente se entiende como la totalidad de factores o situaciones que están fuera de a una empresa y los cuales son relevantes para estas y de alguna manera

acondicionan su funcionamiento, por lo que las empresas deben interactuar e influir en ellos, sin embargo, no pueden estar bajo su control; no obstante, todos estos factores externos se ejecutan bajo una serie de relaciones y normas previamente establecidas para condicionar su actividad (Añez, sf).

El ambiente de negocios es el lugar que se conformó como el sitio ideal que sirve para que las empresas y el mercado se relacionen e interactúen, de manera que establezcan y efectúen transacciones de tipo comercial. Este entorno es un sector que está constituido por grupo de empresas principalmente fabricantes y vendedoras de un producto en especial y las que ofertan un determinado servicio, y el otro sector que integra este ambiente está constituido por el grupo de compradores de la producción y los que ameritan contratar un servicio definido, y lo que es muy importante es que este espacio es el más idóneo para que se presenten las diferentes oportunidades de negocio.

Las empresas dependen en su totalidad de sus entornos, es decir que, en todo momento está presente la relación empresa-entorno porque de esto dependerá su éxito y sus proyecciones futuras, sobre todo en el nivel de participación que tienen con el mercado que atienda.

La importancia del ambiente de negocios es tal que, algunos autores versados en la materia lo han catalogado uno de los elementos claves en la vida empresarial; el aislamiento de la empresa de su entorno no existe como opción en el mundo empresarial porque estaría reduciendo la cantidad y calidad de los recursos como lo son los recursos financieros, los materiales, el talento humano y como tal la organización. Por eso cuando se conoce que la fuente de materias primas y financiamiento requeridas, así como la disponibilidad del talento humano en el ambiente de la empresa, entonces se puede evaluar su importancia, que se acrecientan, también, si se consideran las políticas, leyes y reglamentos necesaria para transformarlas, fabricar productos y el destino

para colocarlos a la venta, es el mismo entorno de negocio, por lo tanto, antes de tomar alguna decisión gerencial, lo más beneficioso es: considerar cuál es el procedimiento de los elementos del entorno, así como el efecto que tendrían sus decisiones, (Arano, et ál., 2018).

Toda empresa necesita conocer su entorno de negocios, y la forma de evaluarlo es a través de la matriz FODA, que permite identificar las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta para afrontar los cambios que necesita realizar internamente para adaptarse a él. .En el contexto empresarial, es el sistema por el cual una empresa afecta y es afectada por su entorno.

2.2 Ambiente de negocios para la internacionalización

En el marco de la internacionalización empresarial el contexto de las empresas se amplía de forma exponencial por qué se va a encontrar con una amplia variada de opciones con la cual se puede mejorar sustancialmente su crecimiento y desarrollo, es decir, va más allá de una frontera nacional, y operativamente la internacionalización es un hecho extremadamente complejo y exige bastante tiempo e inversión financiera para lograr alguna posibilidad de éxito.

La situación se complica de acuerdo al tipo de internacionalización que quiera adoptar la empresa, la cual puede ser de cuatro tipos básicos: negocio internacional, la empresa multinacional, la transnacional y la global. En cualquiera que sea el caso, el ambiente de negocios se complica porque todos los países, aun perteneciendo a una comunidad, tienen su propias leyes y reglamentaciones para los productos extranjeros, así como para la instalación de compañías extranjeras.

Las empresas que están realizando trámites para internacionalizarse deben considerar que, para los recursos financieros, para los recursos humanos, para la contratación y convenios, para la publicidad y sobre todo para la aceptación del grupo de compradores de la producción y/o

contratantes de servicios se tiene que tener previsto que, cada país tiene su idiosincrasia por lo que se tiene que estimar los tiempos de ajuste, lo que significa realizar una inversión con un retorno incierto.

2.3 Ambiente de negocios para la internacionalización de las Pymes

“Para los empresarios, un ambiente de negocios sano y competitivo es condición necesaria para que puedan innovar y enfrentar la competencia que viene hacia este país y puedan utilizar como plataforma para penetrar mercados internacionales” (Andonova, 2017, p. 10)

Cuando se aborda el tema de un proceso de internacionalización de una empresa, necesariamente se debe partir de la articulación de su dinámica organizacional interna, de su estrategia y de su filosofía en función de ese mercado exterior; salir a enfrentarse a los mercados internacionales no es una cosa de suerte, no debe ser una respuesta a circunstancias adversas en un tiempo de crisis, debe ser una decisión estratégicamente planeada, con propósitos definidos y con un esquema de tareas que ayude al desarrollo de la empresa. (Duarte, 2012, como se citó en Romero y Romero, 2015).

Según el SELA (2017) en América Latina una de cada diez Pyme exporta y de las que acceden a los mercados internacionales se dan por vencidas en el plazo de un año, pero lo que es peor aún es que la mayoría de productos que son lanzados en esos nuevos mercados también fracasan.

Por otra parte, Frohmann, et ál (2016), en documento publicado por la CEPAL señala que la incursión internacional de las Pyme ha tenido un resultado positivo que se evidencia en su crecimiento de productividad, calidad y cantidad del empleo, el nivel de las remuneraciones y en la propuesta por la innovación. De manera que se puede decir que por estos resultados se van

desarrollado mejores políticas, así como las herramientas de apoyo a la internacionalización de las pymes como condición para lograr un desarrollo más inclusivo.

Un estudio de ProColombia (cp MINCIT, 2020) encontró evidencia de que las medianas empresas que exportan pueden incrementar sus ventas hasta en un 41% en comparación con las medianas empresas que no exportan.

Además, según ESADE (sf) se encuentra que, el hecho de exportar amerita formar el personal necesario para que, en el desarrollo de internacionalización de las pymes, los directivos y a los dirigentes que participantes tenga una formación teórica y práctica necesaria para que puedan:

- Gestionar y optimizar el proceso de internacionalización de su empresa, diseñar, implementar y dirigir la entrada a nuevos mercados.
- Desarrollar estrategias y planes de marketing y promoción internacional. Analizar el mercado y trabajar en estrategia, logística y distribución.
- Traducción de visiones profesionales, estilos de trabajo y metodologías a un contexto internacional con la ayuda de un cuerpo docente compuesto por los mejores profesionales con experiencia práctica en el ámbito internacional y complementado con una amplia gama de antecedentes educativos.
- Compartir tendencias y discutir las a través del contacto con otros gerentes.

Estos conocimientos sirven para que instituciones como ProColombia, con su programa de consultoría y apoyo, puede dar a los empresarios un impulso interesante para conocer a sus colegas en otros mercados.

2.4 Comportamiento de las exportaciones en Colombia

Castro (2006) formulaba la siguiente pregunta ¿Están las empresas colombianas preparadas para afrontar los retos que supone el ingreso de nuestro país a la fase global de la internacionalización? y su enfática respuesta fue que no; para ese entonces consideró que el éxito de la mayoría de las empresas era en el mercado local y que estaba lejos de estar en el mercado internacional. Para ese año un proceso de internacionalización debería partir de la propia realidad de la empresa por lo que se presentaban algunas dudas como, por ejemplo: ¿está la empresa preparada para competir en el exterior? ¿Estás preparado para afrontar los retos de un mundo cada vez más global? ¿Cuáles son los factores diferenciadores en comparación con las grandes empresas internacionales, especialmente si estos factores ni siquiera se conocen en el entorno empresarial nacional? ¿Dónde está la preocupación por el mercado, la gestión organizacional y necesidades del cliente?

Para aclarar las dudas las empresas buscan apoyo en organizaciones privadas o públicas que, de manera eventual, le puedan aportar los recursos o informaciones necesarias para llevar a cabo una operación relacionada con el comercio internacional. Estas instituciones consideran que a través de los años el comercio internacional ha sido uno de los motores de la unificación, desarrollo y crecimiento de las naciones, actividad que redundaba en el desarrollo de las naciones en beneficio de todos sus habitantes.

La economía colombiana en los años 90 dio inicio a la apertura a la internacionalización de las empresas del sector privado a través del programa de modernización e internacionalización el cual como objetivo de eliminar los niveles proteccionistas para así generar el incremento en el comercio exterior. Con la globalización de la economía mundial las empresas privadas colombianas se han estimulado hacia el proceso de internacionalización porque se presenta la

oportunidad de mejorar las condiciones que permiten el acceso a mercados que anteriormente les era imposible entrar. Las pymes deben aprovechar este escenario para ampliar sus operaciones internacionales, crecer y generar empleos de calidad. En su investigación Romero y Romero (2015) evidenció que las empresas pequeñas, familiares (Pymes) necesitan la internacionalización, ya que, según la ONU, las pymes a nivel global, constituyen el 90% de todas las estructuras empresariales, generan entre el 60% y el 70% de los puestos de trabajo y la mitad del PIB mundial, se puede decir que las Pymes a nivel mundial son las empresas que dominan su economía.

La Pyme en Colombia, como en todo el mundo; son una base fuerte para iniciar proyectos, emprendimiento, innovación, así como la creación de empleo; entonces, si se evalúa que estas empresas están capacitadas para el desarrollo de tantas actividades, sin importar su tamaño, entonces podrían hacer una destacada presencia en los mercados internacionales; tiene la suficiencia pero necesitan de los organismos públicos y privados que apoyen en la realización de proyectos impulsores, así como el financiamiento que les permita llegar a exportar.

Gómez y González señalan que para el año 2010 el 31,2% de las empresas exportadoras del AMB contaban con más de 51 empleados, esto indicó que eran empresas entre medianas y grandes. El 12,5% eran microempresas ya que contaba con menos de 10 empleados (según Ley 905 de 2004 de la clasificación colombiana). El 56,3% restantes correspondían a pequeñas empresas. Esta información muestra que los mayores representantes del negocio exportador en el área metropolitana de Bucaramanga son las pequeñas y medianas empresas. (Pymes)

Tabla 1. *Cantidad de empleados de la empresa exportadora 2010*

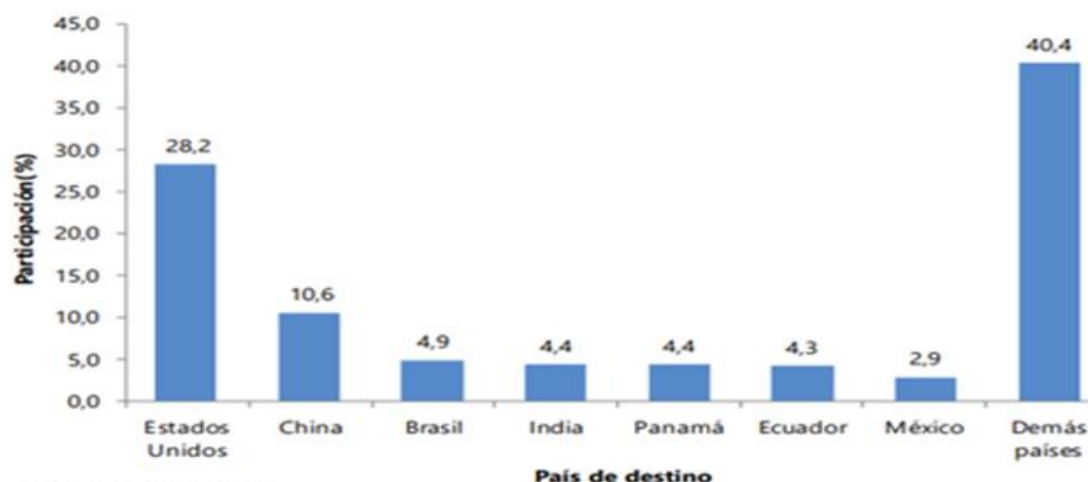
Cantidad de empleados de la empresa exportadora 2010		
Rango	Empresas	Porcentaje %
De 1 a 10 empleados	4	12,5%
De 11 a 20 empleados	6	18,8%

Cantidad de empleados de la empresa exportadora 2010		
De 21 a 30 empleados	8	25,0%
De a 31 a 40 empleados	2	6,3%
De 41 a 50 empleados	2	6,3%
Mas de 51 empleados	10	31,3%
Total	32	100%

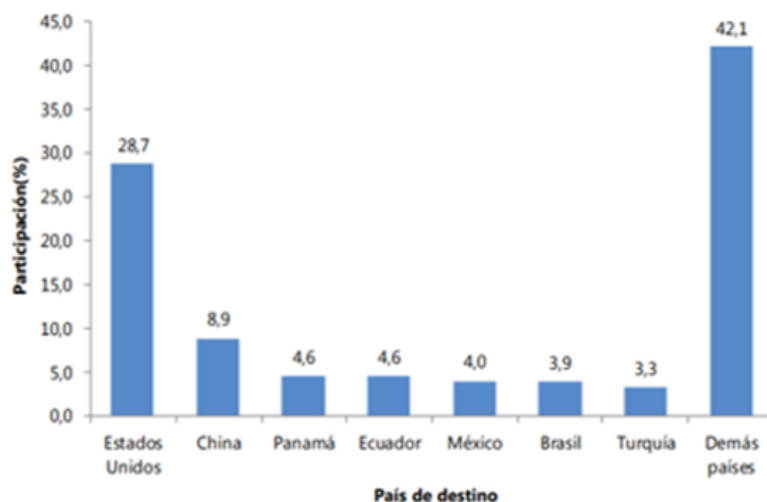
Adaptado de Gómez y González (2019).

Para los periodos 2020-2021 se observa a los Estados Unidos como socio comercial más importante de Colombia con una cuota del 73,7%, Canadá en segundo lugar con 20,2%. Europa con el 28,9%, destacando los países europeos como Alemania, Finlandia y Bélgica, que suman el 56,3% de este total, con bienes como el café, tabaco y frutos comestibles, otros países fueron: Brasil, India, Ecuador, China, Panamá y México (Rincón, 2021).

Figura 1. Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino



Tomado de DIAN-DANE (enero-Agosto 2021).

Figura 2. *Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino*

Tomado de DIAN-DANE (enero-octubre 2020)

Para el periodo de enero – diciembre 2021, Colombia registró ventas externas por un valor de 41.224,0 millones de USD FOB con un crecimiento de 32,7% en comparación con el mismo periodo del año 2020 cuando las ventas externas registradas fue de 31.055,8 millones USD FOB. El mayor rubro exportado fue el combustible y los productos de industrias extractivas (47,9%), luego estuvieron los manufacturados (28,7%), la industria agropecuaria, alimentaria y bebidas (19,9%), y demás sectores (7,9%).

Figura 3.Exportaciones de Colombia por sectores actualización 2021-2022

Descripción	Enero- diciembre 2021p	Enero- diciembre 2022p	Variación %	Contribución a la variación del grupo (pp)	Contribución a la variación total (pp)
	Millones de dólares FOB				
Total	41.390,0	57.115,4	38,0		38,0
Agropecuarios, alimentos y bebidas¹	9.440,3	11.551,6	22,4		5,1
Café sin tostar, descafeinado o no ²	3.106,9	3.997,4	28,7	9,4	2,2
Flores y follaje cortados ³	1.746,5	2.072,7	18,7	3,5	0,8
Aceite de palma y sus fracciones ⁴	468,7	663,7	41,6	2,1	0,5
Ganado bovino vivo ⁵	151,5	310,0	104,6	1,7	0,4
Cacao en grano entero o partido crudo o tostado ⁶	29,9	15,6	-47,6	-0,2	0,0
Frutas frescas o secas ⁷	324,3	303,3	-6,5	-0,2	-0,1
Carne de ganado bovino fresca o refrigerada ⁸	100,7	64,7	-35,7	-0,4	-0,1
Demás	3.511,9	4.124,2	17,4	6,5	1,5
Combustibles y prod. de industrias extractivas⁹	19.851,5	32.043,9	61,4		29,5
Hulla, coque y briquetas ¹⁰	5.652,3	12.288,8	117,4	33,4	16,0
Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos ¹¹	13.502,3	18.936,3	40,2	27,4	13,1
Demás	697,0	818,8	17,5	0,6	0,3
Manufacturas¹²	8.938,9	10.522,5	17,7		3,8
Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material ¹³	2.481,2	3.328,6	34,2	9,5	2,0
Productos químicos y productos conexos ¹⁴	3.784,1	4.132,6	9,2	3,9	0,8
Maquinaria y equipo de transporte ¹⁵	1.401,3	1.641,1	17,1	2,7	0,6
Artículos manufacturados diversos ¹⁶	1.272,3	1.420,2	11,6	1,7	0,4
Ferronquel ¹⁷	528,4	908,4	71,9	4,3	0,9
Otros sectores¹⁸	3.159,2	2.997,3	-5,1		-0,4
Oro no monetario (excepto minerales y concentrados de oro) ¹⁹	3.140,6	2.979,1	-5,1	-5,1	-0,4
Demás capítulos	18,6	18,2	-2,3	0,0	0,0

Tomado de DIAN-DANE (2021-2022).

En cuanto a los departamentos que más exportaron, sin incluir petróleo y sus derivados, en el periodo enero – julio 2020 y 2021, en primer lugar, se encuentra Antioquia con el 26,2% del total nacional, y con un crecimiento del 30,4% al pasar de 2.926.0 millones USD FOB en 2020 a 3.815,4 millones USD FOB en 2021. Seguidamente se posiciono Bogotá con el 11,9%, y con un aumento de 39,9% al pasar de 1.233,7 millones USD FOB en 2020 a 1.726,4 millones USD FOB en 2021, y tercer puesto, Cesar con 8,6%, y un decrecimiento de -31,6% al cambiar de 1.829,1 millones en 2020 USD a 1.250,7 millones en 2021USD FOB.

Figura 4.Exportaciones según su departamento de Origen 2020-2021

Enero - Julio				
Departamento de Origen	2020	2021	Variación %	Participación (%) 2021
	Millones de dólares FOB			
Total	12.731,8	14.543,9	14,2	100,0
Antioquia	2.926,0	3.815,4	30,4	26,2
Bogotá, D.C.	1.233,7	1.726,4	39,9	11,9
Cesar	1.829,1	1.250,7	-31,6	8,6
Bolívar	785,1	1.184,7	50,9	8,1
Cundinamarca	980,9	1.114,1	13,6	7,7
Valle del Cauca	982,7	938,8	-4,5	6,5
Atlántico	678,0	894,2	31,9	6,1
Caldas	483,3	582,4	20,5	4,0
La Guajira	675,6	517,4	-23,4	3,6
Magdalena	449,2	458,2	2,0	3,2
Huila	275,8	350,1	26,9	2,4
Demás	1.432,4	1.711,6	19,5	11,8

Adaptado de Rincón (2021).

En cuanto a Santander en este periodo (enero-septiembre 2021) las ventas totales al exterior estuvieron alrededor de los 553 millones de USD/FOB, y mostró un crecimiento de 41,0% con respecto al año 2020. Al excluir los productos minero-energéticos Santander logró, con este grupo de productos, realizar exportaciones por un valor de 334 millones de USD/FOB, alcanzando el significativo aumento del 60,8%, siendo el más alto en los últimos años. Esta posición se logra principalmente por el impulso del buen comportamiento de bienes de gran importancia como es el café, carnes y frutas, entre otros.

En ese mismo periodo los productos catalogados como nuevos consiguieron exportación por un valor de un 1 millón de FOB/USD, en donde el 72,7% lo conformó los desechos de plástico, alambre de aluminio y cobre. Estos productos fueron enviados a destinos como Perú, Chile, Estados Unidos y Brasil.

Estados unidos es el primer país destino de las exportaciones del departamento de Santander donde se excluyen productos minero-energéticos, 74 empresas de manufactura enviaron mercancías variadas como el café y aparatos eléctricos.

2.5 Área metropolitana de Bucaramanga

El área metropolitana de Bucaramanga está conformada por Bucaramanga y sus municipios, Floridablanca, Piedecuesta y Girón. El departamento de Bucaramanga es el área metropolitana con la mayor cantidad en clase media, con importante capacidad de ahorro y con el más alto crecimiento per cápita de la economía en lo que respecta a la última década. Santander, por su parte, es la cuarta región económica del País colombiano después de la región capitalina, Antioquia y Valle, incluidas sus capitales. El área metropolitana cuenta con una población de 1 284 495 habitantes, y densidad poblacional por kilómetro cuadrado de 1041,3 habitantes.

El desarrollo humano y crecimiento económico del área metropolitana de Bucaramanga, la convierte, como un área con potencial desarrollo económico; las Pymes de esta región se mantienen en un continuo crecimiento y son una de las principales fuentes de empleos. Según comunicó DANE, para el periodo de diciembre del 2021 la tasa de desempleo en el AMB fue del 9,9%. En términos de ofertas laborales, luego de los dos años de pandemia por COVID-19, esta cifra coloca a la ciudad en la segunda posición entre las economías más grandes del país, detrás de Barranquilla, (Arias, 2022).

Según el informe de DANE (2023) titulado caracterización pobreza monetaria y resultados clases sociales 2020, para la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana la línea de pobreza extrema fue de 184.632 \$, para un hogar con cuatro miembros sería de 738.528 \$ y la línea de pobreza monetaria estuvo en 453.611 \$, para el hogar con 4 personas sería de 1.814.444\$. el municipio de Santander esta, en promedio, en el 8vo lugar como el más bajo con esto indicadores. En este mismo informe indican que la caída en el ingreso real per cápita de la Unidad de Gasto para el AMB entre el 2019 y el 2020 estuvo en -55,19%.

Buitrago (2021) citó al director del DANE Juan Daniel Oviedo quien aseguro, “La ciudad recibió un golpe importante en materia de incremento de la pobreza monetaria, siendo la ciudad con más incremento en este rango y de reducción de la clase media” (párr. 2)

De igual modo señaló que “La tasa de desempleo juvenil muestra un aumento constante en los cinco años observados en el Área Metropolitana, razón por la cual este grupo poblacional requiere de medidas articuladas entre sector público y privado que les permita acceder a oportunidades para la generación de ingresos” (párr. 6)

Buitrago (Ibid.) advierte que la gran preocupación en cuanto al empleo que tiene Bucaramanga y su Área Metropolitana es la informalidad, se estima que más de una mitad de las personas en edad laboral en la ciudad, trabajan en el sector informal haciendo trabajos como: transporte ilegal, comidas rápidas, construcción y salones de belleza, entre otros. Ante esta situación, uno de los indicadores que tiene que ver con la recuperación de empleos señala que durante el 2021 se contrataron cerca de 22 mil personas jóvenes, la mayoría de ellos en los call center de compañías extranjeras asentadas en la ciudad, también en limpieza, mantenimiento y manufactura.

La gran actividad empresarial en la AMB es la que proporciona avance económico y social de sus residentes, según la Cámara de Comercio de Santander en el 2021 el 91% de las empresas locales manifestaron que, a pesar del COVID 19, las medidas tomadas por el gobierno han contribuido a mantener su actividad de manera normal, pero los que más crecen son los micro negocios, durante el tercer trimestre de 2022, aumentaron en un 10,7% en comparación con el periodo del año 2021, de igual modo el personal que ocupan aumentó en 10,8%, y con respecto a sus ingresos estos crecieron 28,1% en este mismo intervalo de tiempo (CCS, 2021).

Así, en junio de 2020, de 31.306 empresas activas, 7.216 se dedicaban a actividades profesionales, científicas, tecnológicas, servicios administrativos, seguidas por comercio, transporte y almacenamiento, hoteles y restaurantes con 6.788 y construcción con 5.041, lo que corresponde al 23,05%, 21, 68 % y 16,10 %.. (DANE, 2020) El crecimiento económico y desarrollo humano del área metropolitana de Bucaramanga se beneficia del continuo crecimiento de las pequeñas y medianas industrias, el liderazgo agroindustrial de Santander y el progreso económico y social de la población local. (Arias, *ibid.*).

2.6 Desempeño de la dinámica empresarial en el AMB

La dinámica empresarial se entiende como el tratado que estudia el comportamiento de las fuerzas competitivas que ocasionan cambios que surgen en las empresas cuando entran a un estado de desigualdad, desde una visión positiva la dinámica empresarial genera la necesidad de lograr el desarrollo y renovar capacidades y competencias con la finalidad de adaptarse al entorno complejo, de manera que tiene que ver con los procesos de entradas y salidas, con el crecimiento (o decrecimiento) de las compañías, y con la organización de los mercados (Carvajal et ál., 2018).

Desde el inicio de la economía industrial se han realizado estudios de las capacidades en la dinámica empresarial considerando los que ha estado presente; la administración y la dirección de empresas han tenido, y aún los tienen, estos estudios como su objetivo lo cual le permite tener una visión del potencial de la empresa para obtener la tan anhelada ventaja competitiva. Toda empresa que desea mantenerse en el mercado hace y han hecho uso de sus capacidades con las cuales tienen la posibilidad de lograr desarrollar eficientemente las líneas de negocio lo más ventajosas posible, además, tiene la posibilidad de mantener las capacidades existentes o el desarrollo de otras nuevas (Winter, 2003, como se citó en Cepeda y Barbosa).

La dinámica empresarial, como la disciplina considero estudiar las fuerzas competitivas que provocaron variaciones en el equilibrio que las compañías del sector económico o sector geográfico, sobre todo en el desempeño empresarial que manera sistemática conducen a un conjunto de procesos de gestión y análisis lo que permite contar con una organización que a través de la ejecución operativa alcance una o más metas preseleccionadas. De tal manera que la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2021) realizó un estudio sobre comportamiento de 360 empresas más grandes de Santander, durante el año 2020, el cual se consideró como periodo distinto debido a la pandemia Covid-19. Este estudio se realizó con el propósito de mostrar los esfuerzos que realizaron estas empresas para perdurar activas en el mercado, para lo cual se analizó el valor de los ingresos operacionales que registraron en la renovación del Registro Mercantil.

La información recolectada encontró que en este grupo de empresa alcanzaron ventas en 2020 por un monto de 8,5 billones de pesos, lo que representó el 61,7% del total de los ingresos de todas las sociedades inscritas en la entidad y cerca del 35,6% del PIB de Santander en el año en mención. A su vez, mostro un crecimiento real del 3,8% con respecto a 2019. Respecto al año anterior, el 55,5% de la actividad comercial se destacó en sectores como el comercio y la industria, cuya actividad está relacionada con la producción, distribución e intercambio de alimentos, bebidas, tabaco y productos farmacéuticos. (párr. 2-3).

En cuanto a la contribución al mercado laboral por parte de la actividad empresarial, la CCB informó que dadas las circunstancias esta fue fundamental para lograr que tasa de desempleo se mantuviera con un cambio moderado en el departamento. Las 360 empresas seleccionadas para el estudio generaron aproximadamente 96 mil puestos de trabajo.

El informe del Registro Social y Empresarial Unificado de la Cámara de Comercio de Bucaramanga muestra a 32.802 unidades productivas están a cargo de mujeres, de las cuales el 48,5% se encuentran en el sector mayorista y minorista, el 20,4% en la industria manufacturera y el 11,76% sectores de hostelería y comida. (Caracol Radio Bucaramanga, 2021).

En cuanto a la internacionalización de las empresas Gómez (ibid.) concluyo que los diferentes mercados de destino para las exportaciones de las pymes del área metropolitana de Bucaramanga son impresionablemente bajos debido a que el 18,8% de ellas cuentan con un mercado, el 56% envían productos a 2 y 4 países, en líneas general, el 75% de las pymes posee como mercado para sus exportaciones como máximo 4 países, se encontró que el 3% exporta a más de 10 países y el 22% negocia con mercados de entre 5 y 10 países. Este panorama deja ver la poca diversificación de mercados externos, sin embargo, se deja entrever la amplia visión de estas empresas exportadoras para abrir nuevos mercados.

También señala Gómez (ibid.) que las pymes manufactureras del AMB principalmente exportan a países latinoamericanos (sobresalen Venezuela y Ecuador, países de frontera con Colombia); no obstante, las exportaciones a estos mercados cercanos no mantienen una sostenibilidad en la permanencia exportadora, caso contrario con el mercado norteamericano cuyo tiempo de permanencia es mucho mayor.

El viceministro de Comercio Exterior, Andrés Cárdenas Muñoz presentó desde la Cámara de Comercio de Bucaramanga la primera edición del Índice Departamental de Internacionalización (IDI).Informe donde sitúa a Santander entre los 10 primeros en el índice de internacionalización. Los más populares son Bogotá, Caldas, Antioquia, Risaralda, Atlántica, Bolívar, Quindío, Valle del Cauca, Cundinamarca y Santander. (Vanguardia, 2022).

Para el cálculo que permite establecer este ranking o Índice cuyo puntaje se encuentra entre 0 y 10, siendo 0 el nivel bajo y 10 el mayor, tomando en consideración 57 variables, las fuentes de búsqueda usadas fueron las de los entidades, ministerios y actores del orden nacional.

2.7 Programas de apoyo para el emprendimiento e internacionalización de empresas en el AMB

Cortez (2022) señaló que el Gobierno Nacional recientemente establecido la Ley de emprendimiento, esta incluye varias herramientas necesarias para fomentar la creación de nuevas empresas en Colombia, como la reducción de la carga fiscal, la promoción del desarrollo de pequeñas empresas y la reducción de los procedimientos legales.

En esta ley establece como los apoyos económicos más relevantes el del financiamiento; el acceso a las fuentes de financiamiento permite el logro de recursos de forma menos complicada. De manera que, las personas que desea emprender porque tienen buenas ideas, pero no disponen de capital, tendrán la posibilidad de contar con garantías para acceder a instrumentos financieros.

A lo largo de los años, Colombia ha logrado crear una red de acuerdos comerciales que brindan diversas oportunidades a los empresarios del país y facilitan el comercio internacional. Los convenios establecidos dan la oportunidad a los empresarios nacionales de tener un fácil acceso a mercados foráneos, aranceles preferenciales, justas condiciones de competencia y un marco legal claro. La participación se abre para todas aquellas empresas que tengan el propósito de internacionalizarse, la AMB tiene alrededor de 20.031 empresas, de ellas las medianas y grandes empresas son las que tienen la mayor probabilidad de internacionalizarse considerando que actualmente Colombia tiene tratados vigentes de libre comercio con: Unión Europea, México,

Salvador, Guatemala, Honduras, Estados Unidos, Comunidad del Caribe, la Comunidad Andina, el Mercado Común del Sur, Chile, Canadá, Suiza, Liechtenstein y Venezuela.

Las negociaciones con Panamá, Costa Rica e Israel han concluido. Están en marcha negociaciones con Japón y un acuerdo complementario a la Alianza del Pacífico, cuya constitución fue aprobada por el presidente Juan Manuel Santos. (MINCIT, sf).

Actualmente Colombia con el Tratados de Libre Comercio (TLC) tiene 17 acuerdos comerciales en 65 países, cuenta con una población de 1.500 millones de compradores. El Tratado de Libre Comercio consiste en establecer un acuerdo comercial con una región como el MERCOSUR o la Comunidad Andina de Naciones, o también de forma bilateral, lo que permite o facilita realizar transacciones comerciales a partir de establecimiento en condiciones que favorezcan a realizar el intercambio de bienes y servicios. Su característica principal es la supresión o reducción de aranceles. (ProColombia. 2020).

Los países que tienen TLC con Colombia son: México, El Salvador, Guatemala, Honduras, Chile, Canadá, Estados Unidos, Venezuela, Cuba, Costa Rica, Corea del Sur, Nicaragua, Israel. Comunidad Andina (CAN), Comunidad del Caribe (CARICOM), los países de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), MERCOSUR, Alianza del Pacífico, se están desarrollando acuerdos con Japón y Reino Unido.

En 2016, Colombia lanzó una estrategia de reconciliación con la región de Asia-Pacífico. En el mismo año entró en vigor el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Corea del Sur. Los intentos de explotar un mercado de casi 50 millones de personas bajo términos claramente acordados abrieron la puerta al comercio con el resto de Asia.

El acuerdo, que está siendo revisado y estará vigente hasta 2026, permitirá que el 96 por ciento de los insumos de exportación de la industria colombiana ingresen libres de impuestos luego

de la firma del acuerdo. según Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (Portafolio, 2016).

3. Estado del arte

Gómez y González realizaron un trabajo investigativo que fue mostrado en el 2018 y publicado por www.researchgate.net en el 2019, se tituló “Características de pymes exportadoras del área metropolitana de Bucaramanga”, realizado en la Universidad Santo Tomás de Colombia. Este escrito señala que entre los principales resultados destacan que aquellas empresas que tienen más años de existencia al entrar al mercado exportador rápidamente alcanzan un buen grado de internacionalización, y están a la espera para adquirir madurez (al menos 10 años) para estabilizarse como empresa exportadora, pero también está el hecho de que entre la mayoría de las pymes existe poco compromiso hacia direccionarse a los mercados internacionales.

En su trabajo también informan que el 59% de las empresas del AMB que exportan tienen más de 20 años de fundadas, lo que demuestra que existe la tendencia a exportar en aquellas compañías que llevan tiempo suficiente en el mercado local. Hasta cierto punto se puede estimar que la vocación para exportar de las empresas tiene que ver con el modelo de crecimiento gradual que van adquiriendo las empresas de frente a las exportaciones. Esta predisposición se refuerza cuando se tiene conocimiento del solo 3% de las empresas que exportan oscilan entre 1 y 4 años de su fundación.

Entre sus conclusiones Gómez y González indican que los empresarios con sus apreciaciones no muestran lo que en realidad está sucediendo con el empresariado del AMB de frente a la internacionalización, pareciera que está en una situación que está marchando bien y de manera satisfactorio en relación a la competencia y al posicionamiento en los mercados externos,

incluso se aprecia que para este emprendimiento el empresario considera que no se necesitan mayores procesos para el mejoramiento al interior de empresas necesario para atender y obtener consolidar los espacios externos, esta situación puede llegar a convertirse en el mayor impedimento para el proceso de internacionalización empresarial.

Es preocupante que a nivel empresarial en el AMB están ausente de lo que sucede en mercados internacionales y lo que esto puede incidir en los indicadores económicos de la región, no se tiene la perspectiva global del mercado, la mayoría están desfasados en cuanto a lo que son las estrategias productivas para atender mercados externos y, lo más alarmante es que no se encuentra en un futuro cercano el interés de considerar esas oportunidades y amenazas que constantemente esta genera la situación mundial. En la gestión, se pide a los empresarios que comprendan las nuevas dinámicas económicas asociadas al proceso de globalización, por lo que casi universalmente se acepta que las PYMES pueden sostenerse utilizando las mismas medidas tradicionales que reducen su presencia en el mercado local o nacional. . La situación anterior muestra que los exportadores de AMB no se han planteado un plan con el fin de incrementar su proyección internacional.

“Ambientes de negocios en Latinoamérica; del análisis: Propuesta de medición a través de análisis de factores” fue el título del trabajo de grado que el señor Jara (2018) presento para la Universidad de Chile en la Facultad de Economía y Negocios, en ella señala que, ambiente de negocios es de importancia fundamental para que la economía funcione por de esto va a depender la verificación de muchos espacios de operación de las empresas, los internos de la firma misma o los relativos a los aspectos que la rodean. El ambiente de negocios lo constituyen los proveedores, competidores, el mercado del trabajo y otros factores que son parte fundamental del desarrollo y crecimiento de cualquier negocio, así como de su correcto funcionamiento, además, al final va a

determinar, en una parte significativa, el desempeño de las inversiones. En este tipo de ambiente se consideran los aspectos externos a la firma como: los políticos y los regulatorios o tecnológicos los cuales juegan un papel esencial en las disposiciones que tomen los managers bien sean estratégicas como operacionales lo que incide en cómo se va moldeando, de alguna forma, el procedimiento de las firmas. El ambiente de negocios, además, a la hora de definir el tipo de emprendimientos que se implementará puede ser un factor relevante en una economía específica o puede influir en las motivaciones de quien está detrás de quienes inicia el nuevo negocio.

El interés que genera el ambiente de negocios es el ser predecible en la medida en que lo permitan las buenas estimaciones de futuros escenarios posibles lo que permite disminuir la incertidumbre y por lo tanto mejoran la toma de decisiones de las firmas, de manera que, al hacer uso de las herramientas estadísticas se obtendrán indicadores que permitirán intervenir en ciertos los elementos predeterminados, controlar el riesgo, evaluar el negocio día a día y de la misma forma dar respuesta de la mejor forma al ambiente el cual cambia rápidamente.

De manera que, la interacción con el ambiente de negocios con una estrategia firma y conociendo sus capacidades surgen las estrategias específicas con la que la empresa toma la decisión de enfrentar al mercado y así, al ir evolucionando la estrategia podría conducir al lanzamiento de nuevas líneas de productos, al cambio en los procesos, a adaptar nuevas tecnologías, entre otras posibles decisiones.

Al revisar este antecedente se encontró una muy buena fuente de información sobre lo que es el ambiente de negocios la cual es tratada con un amplio conocimiento técnico de la misma, este aporte beneficia el estudio de la variable ambiente de negocios.

Alba y Ávila en el 2019 elaboraron un trabajo investigativo que se tituló “Internacionalización y crecimiento de empresas Pyme” con el buscaron contribuir en la

investigación que hacen las empresas sobre la gestión de las relaciones internacionales considerando los términos de eficiencia, así como los de legitimidad, por consiguiente, contribuye a una mejor comprensión del rol de las instituciones en la conformación y la mantenibilidad de conexiones transfronterizas.

Este trabajo de investigación da a conocer las principales características necesarias para la exportación, así como su impacto en el crecimiento tecnológico, cultural, pero principalmente en las economías de los países que inician la internacionalización. También se presentan empresas nuevas y de pequeña escala que son capaces de generar un aprendizaje importante que se refleja en la innovación de productos y los motores de internacionalización que reflejan el crecimiento del mercado y gestión empresarial.

En esta investigación se trata 17 puntos que son esenciales en el proceso de internacionalización: 1) Importación y exportación relación de negocios, 2) Innovación e internacionalización de las empresas, 3) Internacionalización en una perspectiva co-evolucionaria, 4) Dispersión de funciones, 5) Aprendizaje, desaprendizaje e internacionalización, 6) El impacto de la tecnología extranjera en el desempeño de las exportaciones, 7) La influencia de la cultura y la comunicación nacional en la exportación, 8) La aceleración de la exportación, 9) El desempeño exportador de las empresas de economías emergentes, 10) La disposición en la etapa previa a la exportación, 11) Internacionalización y procesos de las pequeñas y medianas empresas (PYME), 12) Exportación de artículos de revistas sobre negocios, 13) Iniciando la exportación el papel de la motivación empresarial en las pequeñas y medianas empresas, 14) Eficiencia en la exportación, 15) Entorno externo y el papel moderador de la orientación al mercado de exportación, 16) Orientación-exportación, 17) Barreras a la exportación en internacionalización del mercado.

Con esta información aportada en este trabajo investigativo se sustenta la variable dependiente: internacionalización de pequeñas y medianas empresas, y lo más importante es como aborda los diferentes escenarios que se dan el proceso de las exportaciones, sobre todo lo que tiene que ver con el crecimiento de las Pymes.

Torres y Mesa (2019) realizaron una investigación sobre las Pymes manufactureras exportadoras en Colombia: un análisis de la actividad real, en este trabajo se analizó por medio de la estadística las diferencias que presentan las pymes que exportan y las no exportadoras, para el año 2000-2012. Este estudio corroboró lo que es la moderada disposición de la estructura industrial colombiana dirigida a la incursión de los mercados internacionales. Las pymes exportadoras aumentaron su producción industrial más que aquellas que no lo hicieron; además, mostraron capitales de mayores tamaños y aumentaron el número de empleos. También se pudo estimar que las empresas con los altos niveles de productividad tienden, con más probabilidades, a exportar, sin embargo, esta señaló también tendencia decreciente en el período de análisis. Las empresas que exportaron en el pasado tienen una alta probabilidad de volverlo a hacer.

La principal diferencia de las pymes que serán exportadoras con las que no lo serán es que antes de hacerlo registran mayores productividades, lo que les permite, con esta diferencia pagar el costo de ingreso a mercados extranjeros.

Las variables como la productividad laboral, el tamaño de la empresa, el uso de capital físico, la participación de la mano de obra no calificada en el empleo total y su experiencia exportadora constituyen una base cuantitativa para evaluar el potencial exportador de las PYME manufactureras colombianas. (Mesa y Torres, 2019).

Los autores comentan que las grandes empresas tienen un modelo profesional más adecuado para ingresar a los mercados externos, en comparación con las PYMES, que se apoyan

principalmente en la alta capacidad gerencial de sus dueños y por lo tanto emprenden el proceso de exportación, las PYMES tienen serias limitaciones comerciales, mayor evitación de riesgos y limitada comprensión. de las oportunidades que ofrecen los mercados extranjeros, lo que reduce la capacidad de estas empresas para operar internacionalmente.

Las actividades industriales de las pymes con mayor participación exportadora fue: cuero y calzado, metalurgia básica, equipo de transporte, aparatos de televisión y radio, mientras las de menor participación en cuanto al número de empresas, pero con la mayor participación de los valores exportados, se destacan alimentos, bebidas y tabaco.

La importancia de empresas exportadoras radica en que además de su crecimiento en la producción y el número de empleos y el aporte económico al país es que su inserción en los mercados externos las incentive el mediano y largo plazo a la innovación, introduciendo novedosas tecnologías en los procesos productivos, como también la mejora en controles de producción para que sus productos sean de mayor calidad y así lograr aprovechar las economías de escala.

La investigación de Mesa y Torres es muy pertinente con el presente trabajo porque proporciona información de interés sobre las pymes y la internacionalización.

4. Aspectos metodológicos

4.1 Diseño de la investigación

Al tratar un tema investigativo desde una perspectiva cualitativa y partiendo del verbo “analizar” entonces, según las normas APA, y otros actores como: Darío Toro, Cesar Bernal, entre otros, la investigación se realiza tipo descriptivo e exploratorio, de esta manera, se podrá conocer

la realidad del ambiente de negocios para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas en el área metropolitana de Bucaramanga.

La investigación es descriptiva si el objetivo del investigador es describir situaciones y eventos; al analizar los objetos en estudio, tratan de precisar las principales características del objeto de estudio por lo cual miden o evalúan aspectos, dimensiones o componentes de fenómenos a investigar (Monje, 2011).

Con las investigaciones de tipo exploratoria se pretenden tener una visión más aproximada y generalizada respecto a una realidad determinada, por lo general se realiza específicamente cuando el tema que se va a tratar ha sido poco examinado por lo cual resulta complicado formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Este tipo de investigación también se realizan cuando aparece un fenómeno nuevo que no admite descripción sistemática o en el caso de que los recursos necesarios para realizar la investigación sean insuficientes para realizar un trabajo más profundo (ibid.).

4.2 Tipo de investigación

Según los criterios para clasificar el tipo de investigación que se realizará se seleccionó la consulta de fuentes, de manera que la investigación es tipo documental. La comprensión por medio del estudio del problema tiene como objetivo aumentar y profundizar el conocimiento de la naturaleza del problema, el cual se sustenta principalmente en fuentes bibliográficas y documentales.

Al realizar una investigación documental debe considerar el no perder de vista los objetivos que se han propuesto con el tipo de investigación, pues es necesario tener presente que antes de dar inicio a una investigación es necesario desarrollar una documentación sobre el tema que se va

a tratar, de manera que el investigador revise los antecedentes existentes sobre el tema para lograr tener la visión más completa sobre el problema y de esta manera se puede definir cuáles serán los aspectos sobre los que se va a tratar el proceso investigativo (Bautista, 2009).

4.3 Población de estudio

Según las delimitaciones fundamentales se deben considerar la Pymes del área geográfica está limitada al Área Metropolitana de Bucaramanga, estas empresas tienen que ser del tipo manufactureras o de servicios y considerando algunas de las características del tipo de empresas que se internacionalizan, se consideraran las medianas empresas. La información se obtendrá de algunas fuentes como DANE, la Cámara de Comercio de Bucaramanga, y otras organizaciones, al igual que trabajos académicos, artículos de revistas arbitradas, las cuales deben comprender un periodo entre el 2019 y el 2020.

5. Resultados

Según la (CCB) Cámara de Comercio de Bucaramanga (2021) señala que entre 2019 y el 2020 existió una notable diferencia en la calificación del nivel empresarial obtenida por Bucaramanga con respecto a los demás municipios que se estudiaron. En este importante centro urbano están localizadas un buen número de empresas lo que indica que el índice de la densidad empresarial por habitante es alto, este es el indicador económico regional más importantes, esta situación lo que revela que existe una elevada proporción de compañías pequeñas y medianas, lo cual sirve para tener un mejor ambiente para la inversión.

Para establecer el comportamiento de las exportaciones de Santander entre los años 2020 – 2021 se hace necesario evaluarla en cada uno de los años, así se tiene que para el año 2020 las

organizaciones como DANE y el Registro Mercantil Cámara de Comercio de Bucaramanga consideran que los momentos difíciles que sufrió el comercio a nivel global fue cuando se presentó esta coyuntura de epidemia del Covid-19, la cual se considera como uno de los factores más adversos en la historia moderna del comercio internacional, localmente, sus consecuencia afectaron a las exportaciones de Santander en un valor cercano al 10%, esta situación afectó igualmente a toda Colombia con una reducción del 21,4% de sus exportaciones donde se incluyen los productos petroleros además de los manufactureros.

Pero a pesar de la pandemia Covid -19, Santander logró un crecimiento de 22,0% en exportaciones de productos no minero energéticos, y logró posicionarse puesto 11 en orden de importancia de exportadores a nivel nacional para esta clase de bienes no energéticos, además, pudo continuar con la creciente tendencia que venía trayendo desde mediados de 2018.

Según el Balance de Exportaciones en Santander 2021 publicado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, esta industria se ubica en el top 10 en cuanto a internacionalización se refiere en las regiones y se posicionó segundo con el mayor crecimiento del país. En el transcurso del año 2021, el departamento de Santander consiguió exportaciones de productos no minero energéticas por la suma de 440 millones de dólares, esto representó el incremento del 48,6% respecto al año 2020 y casi el doble de lo que se incrementó a nivel nacional (Corrillos, 2022).

Las exportaciones de Santander de enero a diciembre de 2021 aumentaron un 46,8% respecto a 2020. El año pasado, las exportaciones ascendieron a 449.377 dólares, participando el 1,6 por ciento del monto total del país.

Muchos de los objetivos del plan global de Santander se han conseguido en muy poco tiempo. Nuestras exportaciones de energía no minera aumentaron un 96,4% de \$240 millones en 2018 a \$440 millones en 2021. (Rincón, 2022, párr.3)

Para tener una idea del desempeño de las pymes en el AMB en los años 2020 y 2021, se recurre a datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y el Observatorio de Competitividad en el área metropolitana de Bucaramanga donde son consideradas como el principal factor en importancia para su economía, principalmente por el volumen de empleos que mantienen y la constante generación de nuevos puestos de trabajo en el subsector; según DANE la tasa de desempleo del AMB en diciembre 2021 fue de 9,9%, este indicador ubica a la ciudad detrás de Barranquilla quien lidera este indicador entre todas las economías colombianas. En cuanto al auge económico en la región las pymes participan activamente manteniendo vínculos comerciales y empresariales, así como con la diversificación de la economía y los controles inflacionarios. Las organizaciones encargadas de monitorear la economía en la AMB señalan que el crecimiento de las pymes en el sector han sido el principal motor para el desarrollo de la urbe situación que ha incentivado el progreso y el desarrollo del bienestar de sus habitantes, señalan además que esos son los caminos que se deben seguir para obtener una reducción sostenible de la pobreza, sobre todo con la reducción del desempleo y con el mejoramiento de las comunidades, lo que constituye el empoderamiento general de los grupos más desfavorecidos que son objetivo para la mejora de situación social, económica, política, espiritual o psicológica (Plata y Pedraza, 2013).

El 83% de todas las empresas registradas en Santander están ubicadas en el área metropolitana. Esto significa que existen 62.502 empresas en las cuatro ciudades, de las cuales las pequeñas y medianas empresas representan 5,6%, y concretamente 3.490 pequeñas y medianas empresas. Como tal, Bucaramanga posee el mayor peso en la economía santandereana y, a nivel nacional, el DANE la ha certificado como la cuarta provincia con mayor aporte al Producto Interno Bruto (PIB) en Colombia. Donde se ubican únicamente Bogotá, Antioquia y el Valle del Cauca.

El comercio de Santander en los mercados internacionales establecido un récord históricas durante el 2021. De acuerdo con Cámara de Comercio de Bucaramanga el balance en exportaciones del departamento se ubicó en puesto número 10 de internacionalización de las regiones y se posicionó en el segundo lugar en crecimiento del país. El presidente ejecutivo de la CCB señaló que: en muy corto tiempo se lograron la mayoría de los objetivos que se habían propuestos en el Global Plan Santander, recalcó que las exportaciones no mineras aumentaron un 96,4% pasaron de 240 millones USD en 2018 a 440 millones USD en 2021. Como resultado, la región sube 8 lugares, ingresando a las 10 principales regiones exportadoras del país (CCB, 2022).

Sin embargo, Gómez (2019) considera que, en cuanto a la internacionalización de las pymes: La diversificación de los mercados destino de las exportaciones de las pymes manufactureras del área metropolitana de Bucaramanga es sensiblemente baja, ya que el 18,8% de las empresas cuentan con un solo mercado y el 56% de las empresas envían sus productos a 2 y 4 países, en general, el 75% de las empresas tiene como destino de sus exportaciones menos de 5 países. Solo el 3% (una empresa) realiza exportaciones a más de 10 países y el 22% cuenta con destinos entre 5 y 10 países. Esto evidencia baja diversificación de mercados destino de las exportaciones y deja entrever que existe una amplia perspectiva para explorar nuevos mercados por parte de las empresas exportadoras. (p.10)

Para el emprendimiento de las pymes en Colombia, se cuenta con los programas de apoyo que se encuentran en las Redes Regionales de Emprendimiento, estos momentos son coordinadas por los diferentes organismos locales y los departamentos que se conformaron para el fomento del emprendimiento los cuales son dirigidos por la Gobernación de los diferentes departamentos y su

principal objetivo es establecer y desarrollar directrices, políticas y estrategias regionales concernientes al emprendimiento.

Estas redes crecen cada día como una fuente natural de luz sobre temas empresariales y actualmente involucran a más de 660 organismos: gobernadores, alcaldes, cámaras de comercio, universidades, cajas de compensación, fundaciones, colegios, organizaciones de apoyo empresarial y emprendimiento incluyendo a los emprendedores de todo el territorio nacional. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Emprende Colombia, sf).

En cuanto al apoyo que las pymes reciben para el proceso de internacionalización de sus mercados, inicialmente se tiene que comentar que a través del Gobierno Nacional se ofertan varias alternativas y programas para que este tipo de empresas puedan enfrentar y superen sus debilidades, de manera puedan reconocer sus oportunidades que les ofrece el mercado, interno y externo, cuando estas se presenten, además, se capacitan para encontrar los socios más idóneos para que en conjunto puedan realizar sus proyectos de crecimiento sostenido, este debe ser el norte a seguir.

Con sede en Lima, Perú, se publicó la primera edición del Índice de Políticas Públicas para América Latina y el Caribe (IPPALC) en abril de 2019. EL viceministro de Desarrollo Empresarial de Colombia, Saul Pineda Hoyos destacó el desempeño del país en variables como acceso a mercados, acceso al financiamiento de las pymes y la internacionalización. Organización para la Cooperación y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), el Desarrollo Económico (OCDE) y el Sistema Económico para América Latina y el Caribe (SELA).

En este evento, teniendo en cuenta siete países (Colombia, Argentina, Ecuador, Uruguay, Chile, México y Perú), se analizaron los siguientes aspectos: marco institucional, entorno operativo y simplificación de trámites, acceso a financiamiento, contratos públicos para el desarrollo

empresarial servicios y pymes, innovación y tecnología, transformación productiva y acceso a mercados e internacionalización. Colombia tiene la tasa más alta de acceso al mercado gracias al programa de ayudas de ProColombia Internacional y los esfuerzos del gobierno para promover las pymes a implementar las TIC como medio para mejorar su competitividad, así como darles el apoyo necesario para la implementación del proceso que se establecen en las normas de calidad para exportar.

Por lo antes expuesto y considerando la información generada por varias instituciones, públicas y privadas de la región, así como de la observación de personas interesadas en el tema, se puede realizar un análisis subjetivo para abordar el ambiente de negocios para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas en el Área Metropolitana de Bucaramanga con las respectivas referencias encontradas, como por ejemplo: Bucaramanga ha seguido creciendo en los últimos años y la distribución de los ingresos es la más equitativa en todo el país, además, es importante mencionar que se ha venido posicionando como una de las ciudades más seguras para emprender negocios. Bucaramanga es un pilar esencial para que Colombia permanezca en el ranquin económico como una de las más fuertes a nivel latinoamericano.

Sin embargo la situación encontrada por Gómez y González (ibid.) señala que el ambiente de negocios las Pymes de la AMB en cuanto a la diversificación de los mercados destino de las exportaciones es deficiente, esto puede constatar por la información suministrada donde se detalla que el 18,8% de ellas solo cuentan con un mercado, y un 56% envían sus productos a 2 y 4 países, en términos generales el 75% de las pymes tiene como destino de sus exportaciones a menos de 5 países, el 3% (una empresa) exporta a más de 10 países y el 22% tiene destinos de 5 y 10 países. Esta realidad demuestra que los factores o hechos externos con los cuales interactúan estas empresas no están siendo beneficiosos para mejorar la diversificación en los mercados destino de

exportaciones que tienen las Pymes de AMB, sí utilizan eficientemente estos factores para estimar que existe, entre las pymes que exportan, una perspectiva para mejorar sus horizontes para exportar, explorar en búsqueda de nuevos mercados.

Si se considera que del total de empresas del AMB el 5,6% son Pyme, específicamente hay 3.490 Pymes, estas empresas contribuyen para que Bucaramanga tenga el mayor peso en la economía de Santander, y a nivel nacional. según DANE que lo certificó, es un departamento de la cuarta región que más aporta al Producto Interno Bruto Colombiano, entonces se debería crear las políticas de incentivo para que este tipo de empresas se motiven a desarrollarse y crecer con miras a la exportación de sus productos.

En 2019, ProColombia, el organismo gubernamental encargado de fomentar las exportaciones de Colombia, turismo internacional y inversión extranjera en el país, informó que solo el 14% de las pymes colombianas exportaba sus productos y servicios, y alrededor del 24% deseaba hacerlo. De estas expectativas de exportación de las PYME, las microempresas representaron el 63 %, las medianas empresas el 14 % y las pequeñas empresas el 23 %.

En cuanto a su ambiente de negocios, las pymes del AMB que estén pensando internacionalizarse deben de empezar por analizar los trámites legales que se exigen en el país, las certificaciones nacionales, los transportes y puertos, el almacenamiento, entre otros, además del apoyo y asesoría públicas y privadas. También debe estar informado de las transacciones financiera tanto internas como externas, y mantener el contacto con los mercados a los cuales va dirigida su mercancía.

Al tomarse la decisión de incursionar en los mercados extranjeros el empresario de invertir en infraestructura, maquinaria y equipo, transporte, tecnología y sobre todo personal. Los cambios que se van a introducir van a depender del estudio que se haya realizado con una prospectiva en el

mediano y corto plazo, principalmente pensando en crecimiento y desarrollo para la empresa. Para esto se necesita dinero para la inversión lo cual, en Colombia, se puede obtener a través de instituciones financieras como Bancolombia y el BBVA.

El ambiente de negocios mejora en proporción el crecimiento y desarrollo de las compañías, lo cual va a depender de varios factores como la comunicación, las políticas económicas, el movimiento financiero entre otros. En el AMB, después de la pandemia el ambiente de negocios desmejoró bastante; “en menos de cinco meses centenares de negocios han cerrado sus principales sedes en Bucaramanga con el fin de reducir sus gastos de operación”, algunas tomaron la decisión de mudarse o incluso cerrar de forma definitiva porque no eran rentables y estaban ocasionando pérdidas, esta situación alejó mucho la posibilidad de que las pymes se mantuvieran o incursionaran en el negocio de las exportaciones dado que tenían que invertir en un ambiente que ya no era el lugar preciso para establecer y efectuar transacciones de tipo comercial, es decir, el lugar donde se relacionen e interactúen las empresas y el mercado. (Vanguardia, 2020, párr. 1).

6. Recomendaciones

Las pymes que estén planificando incursionar con sus productos en el mundo de las exportaciones necesitan realizar un análisis interno y de su entorno antes iniciar ese proyecto.

Internamente el empresario debe evaluar objetiva y profesionalmente la situación actual de su empresa, considerando las características de ésta y de su rubro comercial, siempre tomando en cuenta los parámetros básicos de objetividad y la visión de mercado, este análisis es el que le da valor a cualquier emprendimiento para exportar, a partir de allí debe contar con una producción de

calidad y con el volumen de producción en las cantidades suficientes de sus productos y/o servicios que estima será la demanda que ofertará.

Externamente está el entorno o ambiente de negocio que se define como el universo de factores o hechos que interactúan con la empresa, estos aspectos se encuentran fuera de la empresa, pero son relevantes en su funcionamiento, por lo que las empresas, aunque no pueden tener el control, deben interactuar e influir en ellos, operando de acuerdo con un conjunto de relaciones y normas predeterminadas para limitar sus actividades.

Para pymes es necesario contar con un ambiente de negocios sano y competitivo de manera que se sientan motivadas a la innovación y a enfrentar la competencia que viene desde el exterior y la cual puede ser utilizada como una plataforma para ingresar a los mercados internacionales.

El factor que marca significativamente el ambiente de negocio en cualquier localidad es la gestión del gobierno local porque, además, del desarrollo social de sus ciudadanos y la actividad de vigilar y promover medidas que ayuden a la sostenibilidad del desarrollo de territorios (zonas verdes, control de la emisión de gases, gestión de residuos, entre otros) se encarga y se preocupa porque el desarrollo económico en su localidad crezca y se desarrolle armónicamente para que participen en el aporte del PIB nacional, mejore y aumente el empleo (digno) de sus habitantes lo que evitara la migración de sus población a otros territorios.

En el caso del municipio de Bucaramanga el gobierno local lo ejerce el alcalde que es el jefe de gobierno y de la administración municipal, representante judicial, legal y extrajudicialmente a la ciudad, además está el Concejo de Bucaramanga compuesto por 19 concejales, este órgano tiene sus atribuciones de legislar y encargado de ejercer control político en la administración del municipio.

Como las instituciones públicas los Gobiernos Locales son los más cercanas a la gente, por lo tanto son los entes gubernamentales más apropiados para consultar a todos sectores claves que estén interesados en mejorar la economía local, por ejemplo: la cámara de comercio, representantes de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs), sindicatos y la mano de obra, los productores primarios, las instituciones de educación y capacitación, agentes de departamentos y ministerios de otros niveles de gobierno, organizaciones no gubernamentales y contrapartes de desarrollo internacional que estén activas en la comunidad, al igual que los representantes de los desempleados, o personas marginados debido a su género, juventud, origen étnico o discapacidad, además a la sociedad que están luchando por sobrevivir en la economía informal. (CGLU, 2016, p. 7).

El gobierno del municipio Bucaramanga se debe involucrar mediante la implementación de iniciativas que permitan el desarrollo económico de su región operacionalizando los marcos nacionales y en especial aquellos que se promueven a través de políticas nacionales sólidas. Es menester de los gobiernos locales asumir el liderazgo del desarrollo económico para lo cual deben contar con el personal capacitado con el conocimiento necesario para implementar mejores prácticas a corto y mediano plazo. Estas actividades en gobiernos locales como el de Bucaramanga es un esfuerzo total y necesario para la creación de empleos y el fomento del bienestar, por ello es necesario que mantenga algunos factores que optimicen el ambiente de negocios, como por ejemplo el mantenimiento de los mercados de pequeños comerciantes, las cadenas de suministros, la vigilancia y el orden en carreteras y autopistas, así como en los terminales.

La alcaldía de Bucaramanga para lograr descentralizar efectivamente del desarrollo económico local debe recibir de los gobiernos de nivel superior los marcos legales que le proporcionen mandatos claros en el ámbito del desarrollo económico local, también asegurarse

que las autoridades locales y personal estén capacitados, donde proporcionen los recursos financieros para llevar a cabo sus funciones.

Sobre el gobierno nacional y los supranacionales esta la obligación de mejorar la economía en el país, para ello cuentan con diferentes ministerios y oficinas operativas, principalmente deben contar con las políticas acertadas y una adecuada gestión en lo fiscales, lo monetarias, y en la negociación de acuerdos de comercio internacional. Estos gobiernos tienen responsabilidad de construcción y mantenimiento de infraestructuras tales redes de energía, de los puertos y aeropuertos, carreteras, ferrocarriles y redes comunicacionales que proporcionan un mejor ambiente de negocios.

Los gobiernos locales y regionales complementan estas estrategias nacionales y supranacionales y movilizan a los actores locales clave para la acción de abajo hacia arriba. A nivel local, permite que todos los sectores de la sociedad participen e inicien iniciativas de desarrollo económico sostenible e inclusivo para mejorar la calidad de vida.

Lo que deberían hacer el gobierno nacional y supranacionales es mejoraran el apoyo a los emprendimientos de las regiones, sobre todo a las pymes, tratar de mejorar las políticas que ya existen para darle seguridad financiera y jurídica que les permita crecer y buscar la manera de internacionalizarse. Políticas activas de descentralización económica regional, procesos que en muchos casos son incompletos porque no incluyen mandatos claros que definan los roles a desempeñar y definidos por todos los niveles de la administración, aseguran recursos humanos y financieros suficientes para que las municipalidades puedan cumplir con sus funciones.

7. Conclusiones

El comportamiento de las exportaciones de Santander entre los años 2020 – 2021 dejó un balance positivo, el departamento se ubicó en el top 10 de la internacionalización de las regiones y se posicionó segundo con el mayor crecimiento del país. Este rendimiento permitió que las empresas, en ese periodo, mejoraran considerablemente su ambiente de negocios, su crecimiento y desarrollo, esto se pudo apreciar por el aumento de PIB del área, según DANE en el último trimestre de 2022, respecto al mismo periodo del año anterior, el PIB tuvo un crecimiento 9,4%.

El comercio internacional del Departamento de Santander exportar bienes y servicios donde se incluyen aquellos productos con ventajas comparativas en los mercados internacionales, en el 2021 Santander realizó exportaciones con valor de 553 millones de USD/FOB, representando así el incremento del 41,0% en relación al año anterior 2020. Esta actividad del Departamento de Santander involucra a todos los municipios y promueve el comercio internacional, de tal manera que la Cámara de Comercio de Bucaramanga conociendo ese potencial en las empresas del municipio, en el 2022 inicia el programa 770 Export 2022 con el cual buscan ampliar las exportaciones no minero energéticas, esta acción tiene el propósito de fortalecer las capacidades empresariales del departamento a través del mejoramiento del conocimiento sobre los mercados objetivos lo que les va permitir diseñar planes y establecer estrategias donde permitan realizar competencia en los mercados internacionales.

Las empresas de Bucaramanga tienen el potencial para la exportación porque durante el año 2020 se registraron 360 empresas que son las más grandes del departamento. Según datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y su Observatorio de Competitividad, en el AMB existe el 83% del total de empresas matriculadas en Santander. Después del comportamiento demostrado por los empresarios durante y después de la pandemia Covid-19 se deduce que los empresarios de

Bucaramanga realizan permanentes esfuerzos por mantener activos sus negocios y realizan inversiones para mantener su crecimiento, situación que es muy significativa cuando se preparan para entrar al mercado internacional.

A partir del desglose que se realizó en el cuerpo de este trabajo, no cabe duda alguna que el ambiente de negocios es un factor preponderante al momento de evaluar la actividad de cualquier empresa, los negocios no pueden aislarse, necesitan de la interrelación con su entorno y de la reciprocidad empresarial para funcionar. El entorno de las pymes de Bucaramanga o de cualquier otro municipio de Colombia necesita contar con aquellos factores que le permitan mantenerse en el tiempo, más aun sabiendo que el 79% de las Pymes de Bucaramanga y el área metropolitana tiene como administrador al mismo propietario de la empresa, además está el factor educación, señalando que solamente 58% de los gerentes de servicios, el 51% de los comercios y el 45% en industrias estudiaron pregrado universitario, de manera que, existe varios factores en este sector que hace vulnerable a estas empresas por lo que necesitan acompañamiento para protegerse, por lo es importante el Ambiente de Negocios. Los empresarios en cualquier parte del mundo se organizan con el objetivo de protegerse, así como para mejorar sus conocimientos y habilidades y proveerse de la información veraz y oportuna que sea importante para sus empresas. ejemplo de ello esta una institución como la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

El ambiente de negocios puede ser muy bueno, brindar las mejores oportunidades para que los empresarios evolucionen en su actividad, en el aumento y desarrollo de su comercio o negocio, pero para sacarle provecho se necesita contar con un gerente o administrador que sea un estratega, que sepa gestionar los procesos empresarial aprovechando los recursos que le brinda el entorno y de su mejor utilización, así como de las capacidades organizacionales que se presentan en el entorno macroeconómico e industrial lo cual exige retos y brinda oportunidades. El gerente debe

orientarse a logros de objetivos organizacionales a mediano y largo plazo considerando que existen componentes del contexto externo que afectan cualquier estrategia que se implemente.

Referencias

- Alba Íngrid y Ávila Brigitte (2019). Internacionalización y crecimiento de empresas Pyme. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16069/2/2019_internacionalizaci%C3%B3n_crecimiento_empresas.pdf
- Andonova V., García J., y Ramírez J. (2017). El ambiente de negocios en Colombia: una interpretación empresarial. Facultad de administración, Universidad de los Andes. Colombia. https://www.researchgate.net/publication/320213225_El_ambiente_de_negocios_en_Colombia_Una_interpretacion_empresarial
- Añez Jileana (sf). Entorno de negocio. Economía 360, diccionario de economía, administración y negocios. <https://www.economia360.org/entorno-de-negocio/>
- Arano R., Cano M. y Olivera D. (2018). La importancia del entorno general en las empresas. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/04/06CA201202.pdf>
- Arias sara (2022). Dane: Bucaramanga es una de las ciudades con menor tasa de desempleo en Colombia. Minuto30.com. <https://www.minuto30.com/bucaramanga-tasa-desempleo-baja-colombia/1306045/>
- Bautista María E, (2009). Manual de Metodología de la Investigación. 3era. Edición, Impreso en Tautip, s.r.l. Caracas, Venezuela. ISBN 9 8 0 -07-8119-6
- Blasco A., Teruel M., Arauzo J., Iranzo S. Gombau V. (2008). Dinámica empresarial, creación de empleo y productividad en las manufacturas españolas. Ministerio de industria, Comercio y turismo, España. <https://www.urv.cat/media/upload/arxiu/catedra-innovacio-empresarial/dinamicaempresarial.pdf>

- Buitrago Carlos (2021). Bucaramanga, ciudad con mayor pobreza extrema en 2020: Dane. Radio Nacional de Colombia. <https://www.radionacional.co/regiones/santander/pobreza-extrema-colombia-bucaramanga-primer-lugar-2020>
- Buitrago Tatiana (2020). Exportación: sector clave para las pymes en el 2020. <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/crecimiento-empresarial/pymes-exportadoras-la-clave-para-el-2020>.
- Cámara de comercio de Bucaramanga (CCB). (2022). En 2021, las exportaciones no minero energéticas de Santander crecieron un 48, 6%. <https://www.camaradirecta.com/en-2021-las-exportaciones-no-minero-energeticas-de-santander-crecieron-un-48-6/>
- Cámara de Comercio de Santander (2021). La Cámara de Comercio de Bucaramanga presentó el comportamiento durante la pandemia de las empresas más grandes de Santander. <https://www.camaradirecta.com/la-camara-de-comercio-de-bucaramanga-presento-el-comportamiento-durante-la-pandemia-de-las-empresas-mas-grandes-de-santander/>
- Cámara de Comercio de Santander (2021). Según ERE, el 91% de los empresarios santandereanos encuestados ve con optimismo lo que queda del 2021. <https://www.camaradirecta.com/noticias/segun-ere-el-91-de-los-empresarios-santandereanos-encuestados-ve-con-optimismo-lo-que-queda-del-2021/>
- Caracol Radio Bucaramanga (2021). En Santander, el 49% de las empresas registradas son lideradas por mujeres. https://caracol.com.co/emisora/2021/03/09/bucaramanga/1615302171_878928.html
- Carvajal Ramiro, Saltos Juan y Guaita Tania (2018). Factores determinantes de la dinámica empresarial: un análisis multivariante concluyente de la industria ecuatoriana. Revista Ciencia digital, Vol. 2, N°4, p. 8-18, octubre -diciembre, 2018. ISSN: 2602-8085.

- https://www.researchgate.net/publication/329869872_Factores_determinantes_de_la_dinamica_empresarial_un_analisis_multivariante_concluyente_de_la_industria_ecuatoriana
- Castro Andrés (2006). La internacionalización de las empresas en Colombia. Revista Universidad empresa, Bogotá (Colombia).
- Cepeda Gabriel y Barbosa Álvaro (2016). La dinámica empresarial: capacidades dinámicas y operativas en una teoría de la competitividad. Revista Economía Industria 399. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, España.
- CGLU (2016). El Rol de los gobiernos Locales en el Desarrollo Económico Territorial. Documento de política de CGLU. https://issuu.com/uclgcglu/docs/el_rol_de_los_gobiernos_locales_en_
- Corrillos (2022). En 2021, las exportaciones no minero energéticas de Santander crecieron un 48,6%. <https://corrillos.com.co/2022/03/en-2021-las-exportaciones-no-minero-energeticas-de-santander-crecieron-un-486/>
- Cortez Nicolas (2022). Subsidios del gobierno: Tres opciones para emprendedores en Colombia. <https://www.geovictoria.com/co/operaciones/subsidios-del-gobierno/>
- Cubillas Natalia (2020). Las micro, pequeñas y medianas también son empresas, les contamos su importancia. Informativo digital El colombiano. <https://www.elcolombiano.com/mas-empresas-mas-pais/empresas-micro-pequenas-y-medianas-y-su-relevancia-en-la-economia-de-colombia-DN13873099>
- DANE (2020). Exportaciones (Expo). Boletín técnico. Exportaciones (Expo) 2020. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_oct20.pdf

- DANE (2021). Exportaciones (Expo). Boletín Técnico. Exportaciones (Expo) 2021.
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/boletin_exportaciones_dic21.pdf
- DANE (2021). Exportaciones (Expo). Boletín Técnico. Exportaciones (Expo) 2021.
<https://img.lalr.co/cms/2021/10/01125006/Exportaciones-agosto.pdf>
- DANE (2023). Pobreza y desigualdad. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-monetaria/pobreza-monetaria-2020>
- DANE. (2020). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas.
https://www.dane.gov.co/files/acerca/Normatividad/resoluciones/2020/CIIU_Rev_4_AC.pdf
- ESADE (sf). La Internacionalización de las Pymes. <https://www.esade.edu/executive-education/es/programa/la-internacionalizacion-de-las-pymes>
- Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., Urmeneta, R. (2016). Internacionalización de las pymes: innovación para exportar. Editorial: Cepal.
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/40737-internacionalizacion-pymes-innovacion-exportar>
- Gómez, E. J. y González, G. (2019). Características de pymes exportadoras del área metropolitana de Bucaramanga. Editado en la Revista Innovación, productividad, Competitividad, Medio Ambiente y desarrollo. (pp 13 – 45). Universidad Santo Tomás. ISBN 978-958-8477-64-0
Bucaramanga, Colombia
- Jara Camilo (2018). Ambientes de negocios en Latinoamérica; del análisis: Propuesta de medición a través de análisis de factores. Trabajo de grado de la Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios

Leandro Andrés (2018). Relevancia de las Mipyme en el área metropolitana de Bucaramanga.

Revista de Universidad de investigación y desarrollo, ISSN 2256-1676, Volumen 12
Número 2, Julio-diciembre de 2018 pp. 77–8

Mesa Fernando y Torres Raúl (2019). Pymes manufactureras exportadoras en Colombia: un análisis de su actividad real. Lecturas de Economía, 90 (enero-junio 2019), pp. 127-15

MINCIT (2019). Colombia se destaca en financiamiento e internacionalización de Mipymes, según el índice de Políticas Públicas de América Latina y el Caribe.
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/colombia-se-destaca-en-financiamiento-e-internacio?platform=hootsuite>

MINCIT (2020). Mi pyme, las llamadas a dinamizar las exportaciones no minero energéticas de Colombia. Noticia de comercio.
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/lanzan-programa-fabricas-de-internacionalizacion>

MINCIT (sf). Internacionalización y acceso a nuevos mercados.
<https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/internacionalizacion-acceso-nuevos-mercados>

Monje Carlos (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. Editado por la Universidad Surcolombiana, Colombia.

Mutis Sergio (2012). Bucaramanga, líder en desarrollo económico y social. La República.
<https://www.larepublica.co/analisis/sergio-mutis-caballero-500033/bucaramanga-lider-en-desarrollo-economico-y-social-2028256>

Nassimbeni, Guido (2001). “Technology, innovation capacity, and the export attitude of small manufacturing firms: a logit/tobit model”. Research Policy, Vol. 30, No. 2, pp. 245-262.

Ordoñez Carlos (2020). Santander, la cuarta región que más aporta al PIB. Caracol radio.

<https://caracol.com.co/2022/12/14/moneda-de-1000-pesos-valiosa-en-colombia-valdria-600-mil-como-reconocerla/>

Plata Margarita y Pedraza Aura (2013). Perfil gerencial y desempeño financiero en empresas del área metropolitana de Bucaramanga. Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga, publicado por la revista Económicas CUC, 34(2): 67-82. Colombia.

Portafolio (2016). TLC con Corea del Sur abre un mercado de 50 millones de habitantes.

<https://www.portafolio.co/economia/inicia-tratado-de-libre-comercio-entre-colombia-y-corea-del-sur-498836>.

Porter Michael (2015). Estrategia Competitiva. Técnica para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. 2da. Edición. Grupo Editorial Patria, México. ISBN 678-607-744-049-9

Rincón Juan Carlos (2022). Exportaciones en Santander fueron de 440 millones de dólares en 2021. Blue Radio. <https://www.bluradio.com/blu360/santanderes/exportaciones-en-santander-fueron-de-440-millones-de-dolares-en-2021>

Rincón Nicolas (2021). Informe de exportaciones enero – julio de 2021. Analdex.com. <https://www.analdex.org/2021/09/10/informe-de-exportaciones-enero-julio-de-2021/>

Rincón Nicolas (2021). Informe de exportaciones enero – julio de 2021. Analdex.com. <https://www.analdex.org/2021/09/10/informe-de-exportaciones-enero-julio-de-2021/>

Romero Ana y Wendy Romero Julieth (2015). Un Marco Estratégico y Argumento para la Internacionalización de las Pymes. Fundación Universitaria Panamericana, Colombia. <https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/3792/proyecto%20internacionalizaci%c3%93n%20de%20las%20PYMES.pdf>

Vanguardia (2022). Santander está dentro del top 10 departamental del Índice de Internacionalización. <https://www.vanguardia.com/economia/local/santander-esta-dentro-del-top-10-departamental-del-indice-de-internacionalizacion-FG5383052>