

Boletín Económico y de Comercio Internacional

BOLETÍN DE INDICADORES ECONÓMICOS Y DE COMERCIO INTERNACIONAL

Primer Trimestre 2019



Boletín Económico y de Comercio Internacional

Cúcuta – Norte de Santander -Colombia

Comité Científico

Liliana Marcela Bastos Osorio Directora del OCIF

Oscar Arnulfo Mera Ramírez Coordinador del OCIF

Nathalie Claire Raynaud Prado Área de Formación Profesional

Johanna Milena Mogrovejo Andrade Área de Formación Científica

Angélica María Carvajal Guerrero Área de Formación Profesional

Apoyo Académico

Cristhian Geovanny Rincon Malpica

Yakeline Manosalva Barragán

Esta publicación periódica corresponde al trabajo dirigido de estudiantes, de semilleros de investigación y practicantes del plan de estudio de Comercio Internacional de la Universidad Francisco de Paula Santander, con el fin de promover y divulgar información de los diferentes sectores económicos a nivel internacional, nacional y regional en busca de generación de herramientas para el desarrollo de la región en el ámbito académico, productivo y gubernamental.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Tabla Contenido

| | |
|--|----|
| Tabla de Figuras | 5 |
| 1. INDICADORES ECONÓMICOS NACIONALES..... | 6 |
| 1.1. Índice de Precios al Consumidor –IPC 201..... | 6 |
| 1.1.2. Producto Interno Bruto (PIB) primer trimestre de 2019 | 8 |
| 1.1.3. Producto Interno Bruto - Variación porcentual anual por grandes ramas de actividad económica 2019..... | 9 |
| 1.1.4. Mercado laboral empelo/desempleo..... | 11 |
| 1.1.5 Tasa de cambio del peso colombiano (TRM)..... | 12 |
| 1.2. Indicadores de Comercio Internacional..... | 13 |
| 1.2.1. <i>Exportaciones</i> | 13 |
| 1.2.2. <i>Principales bienes exportados en Colombia primer trimestre 2019</i> | 14 |
| 1.2.3. <i>Exportaciones según país destino 2019</i> | 16 |
| 1.2.4. <i>Exportaciones tradicionales/ no tradicionales</i> | 17 |
| 1.2.5. Importaciones | 19 |
| 1.2.6. <i>Principales productos importados en Colombia 2019</i> | 20 |
| 1.2.8. <i>Turismo en Colombia</i> | 22 |
| 2. INDICADORES ECONÓMICOS REGIONALES | 24 |
| 2.1. Índice de Precios al Consumidor -IPC- Norte de Santander | 24 |
| 2.2. Indicadores del mercado laboral Cúcuta y su área metropolitana enero – marzo 2019..... | 26 |

Boletín Económico y de Comercio Internacional

| | |
|---|-----------|
| 2.3. Indicadores de Comercio Internacional para el departamento de Norte de Santander | 27 |
| 2.3.1. Exportaciones de Norte de Santander 2019 | 27 |
| 2.3.2. Destino de las exportaciones en Norte de Santander 2019 | 28 |
| : LEGISCOMEX 2019 | 28 |
| 2.3.3. <i>Principales productos exportados en Norte de Santander</i> | 30 |
| 2.3.1 Importaciones de Norte de Santander 2019..... | 31 |
| 2.3.2. Principales productos importados Norte de Santander..... | 32 |
| 2.3.3. Principal origen de las importaciones de Norte de Santander | 33 |
| 2.3.4. <i>Balanza comercial norte de Santander – Venezuela 2019- 2018</i> | 34 |
| Oportunidades y retos en el ámbito del Comercio internacional del ingreso de Colombia a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE); Error! Marcador no definido. | |

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Tabla de Figuras

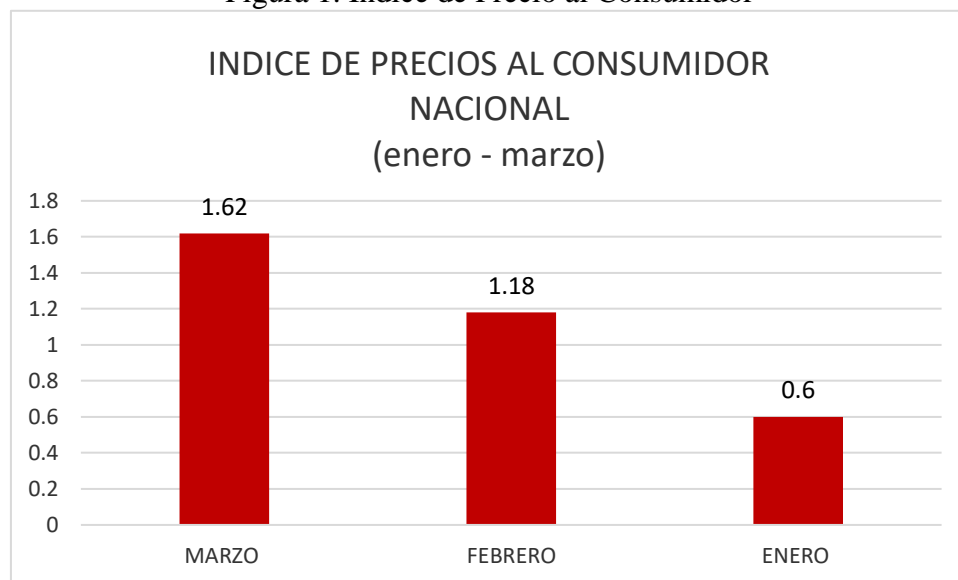
- Figura 1. Índice de Precio al Consumidor
- Figura 2. Variación anual acumulada PIB
- Figura 3. Variación semestral (enero- marzo) PIB por actividad económica
- Figura 4. Indicadores del mercado laboral Colombia primer trimestre del año 2019
- Figura 5. Tasa representativa de mercado Colombia 2019
- Figura 6. Variación exportaciones nacionales
- Figura 7. Principales bienes exportados en Colombia 2019
- Figura 8. Principales destinos de las exportaciones colombianas primer trimestre 2019
- Figura 9. exportaciones tradicionales / no tradicionales
- Figura 10. Importaciones en Colombia primer trimestre 2019
- Figura 11. Principales productos importados en Colombia primer trimestre 2019
- Figura 12. Distribución porcentual anual valor CIF, según el país de origen 2019
- Figura 13. Turismo en Colombia
- Figura 14. Balanza comercial 2019
- Figura 15. Indicadores de mercado laboral en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana
- Figura 17. Exportaciones del Departamento de Norte de Santander en millones de dólares FOB
- Figura 18. Destino de las exportaciones en Norte de Santander 2019
- Figura 19. Principales productos exportados en Norte de Santander 2019
- Figura 20. Importaciones en millones de dólares CIF
- Figura 21. Principales productos importados en Norte de Santander 2019
- Figura 22. Origen de las importaciones en Norte de Santander 2019

Figura 23. Balanza Comercial Norte de Santander 2019-2018

1. INDICADORES ECONÓMICOS NACIONALES

1.1. Índice de Precios al Consumidor –IPC 2019

Figura 1. Índice de Precio al Consumidor



Fuente: DANE 2019

Según el Departamento Nacional de Estadística DANE (2019), en el mes de enero, cuatro divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,60%): Información y Comunicación (1,44%), Alimentos y Bebidas no Alcohólicas (1,40%), Restaurantes y Hoteles

Boletín Económico y de Comercio Internacional

(1,15%) y, por último, Bienes y Servicios Diversos (0,78%). Por debajo se ubicaron: Bebidas Alcohólicas y Tabaco (0,49%), Recreación y Cultura (0,47%), Muebles, Artículos Para El Hogar Y Para La Conservación Ordinaria Del Hogar (0,46%), Transporte (0,37%), Salud (0,37%), Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas y otros Combustibles (0,25%), Educación (0,00%) y, por último, Prendas de Vestir y Calzado (-0,16%).

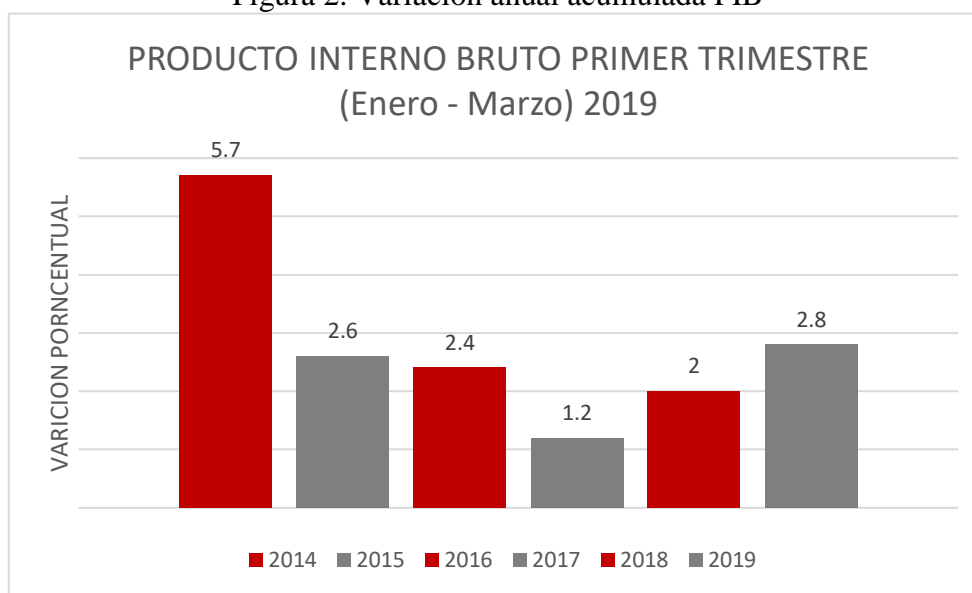
El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) reveló que en marzo de 2019 el Índice de precios al consumidor creció en 3,21% frente al mismo mes de 2018. Debido al cambio de metodología, realizado el pasado mes de febrero, solo hay dos rubros que tienen datos disponibles sobre cambios interanuales en sus precios.

Según esta misma entidad, el crecimiento del IPC de marzo de 2019 frente a febrero pasado (de 2019) fue de 0,43 %. Y en el corrido del año, la inflación alcanza el 1,62 %.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

1.1.2. Producto Interno Bruto (PIB) primer trimestre de 2019

Figura 2. Variación anual acumulada PIB



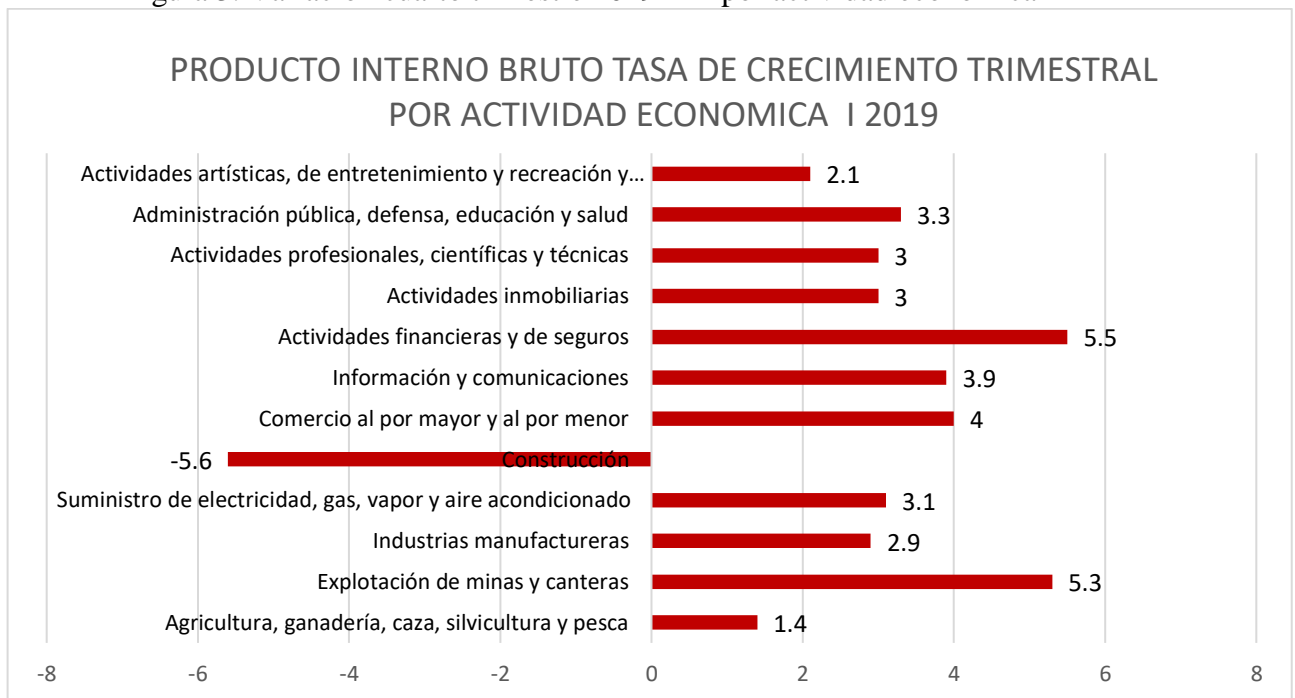
Fuente: DANE 2019

Según información DANE, para el primer trimestre del 2019 el Producto Interno Bruto en Colombia obtuvo una variación porcentual del 2,8%, esta variación refleja la baja recuperación económica, aunque como se puede observar en la gráfica, es el primer trimestre después del 2014 en tener un mayor crecimiento. El gobierno estima que para el año se alcance una variación porcentual del 3,5% el cual será muy difícil que llegue allí ante el débil arranque del primer trimestre. El bajo crecimiento se ve reflejado principalmente por el comportamiento del sector de la construcción. Según el director de DANE Daniel Oviedo “las licencias de construcción solicitadas no se han traducido en actividad de construcción”.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

1.1.3. Producto Interno Bruto - Variación porcentual anual por grandes ramas de actividad Económica 2019

Figura 3. Variación cuarto trimestre 2019 PIB por actividad económica



Fuente: DANE 2019

Los sectores que se destacaron por su variación porcentual fueron:

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca 1,4
- Explotación de minas y canteras 5,3
- Industrias manufactureras 2,9

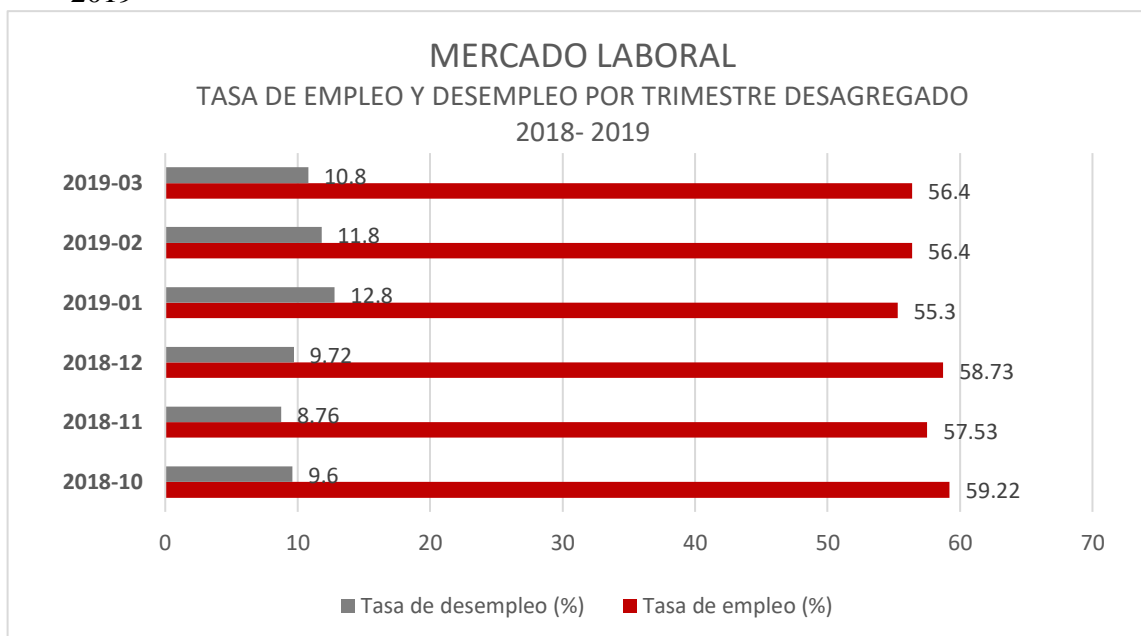
Boletín Económico y de Comercio Internacional

| | |
|--|-----|
| - Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado | 3,1 |
| - Construcción | -5 |
| - Comercio al por mayor y al por menor | 4 |
| - Información y comunicaciones | 3,9 |
| - Actividades financieras y de seguros | 5,5 |
| - Actividades inmobiliarias | 3 |
| - Actividades profesionales, científicas y técnicas | 3 |
| - Administración pública, defensa, educación y salud | 3,3 |
| - Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios | 2,1 |

Boletín Económico y de Comercio Internacional

1.1.4. Mercado laboral empleo/desempleo

Figura 4. Indicadores del mercado laboral de Colombia por trimestre desagregado 2018-2019



Fuente: DANE 2019

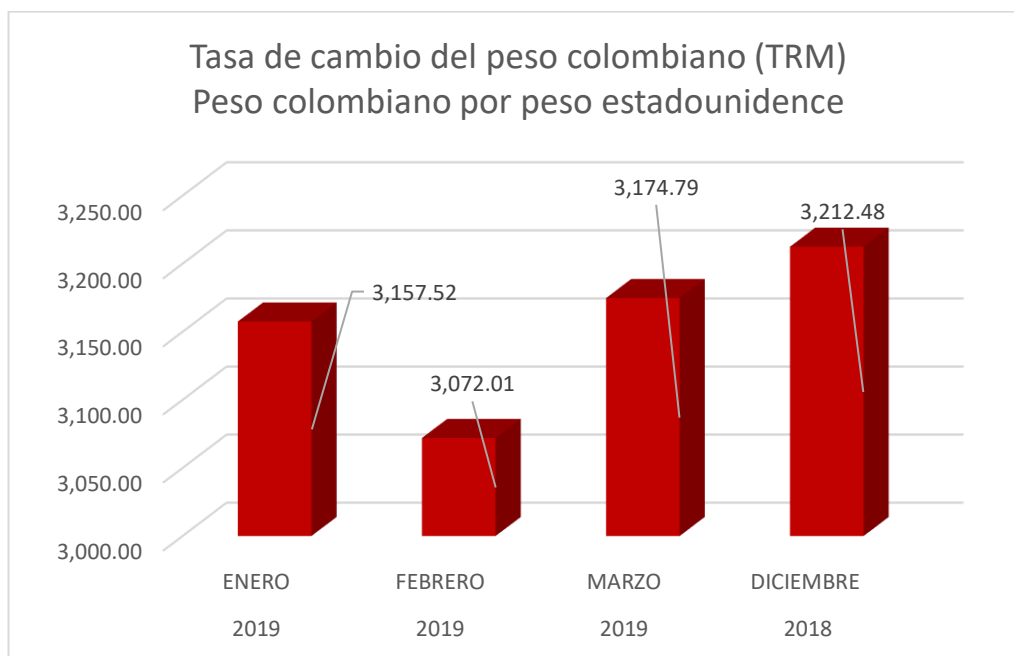
Según el DANE, la tasa de desempleo del primer trimestre desagregado del 2019 en comparación con el cuarto trimestre desagregado del año anterior (2018) ha aumentado esto debido en gran parte a la excesiva llegada de migrantes, su mayoría de Venezuela, por tal motivo la oferta laboral aumenta con la cantidad de mano de obra por las personas que están llegando de Venezuela. Según el organismo en el último mes el país aumentó en 298.000 desempleados de 25 a 54 años y los sectores donde más se presentaron despidos fueron

Boletín Económico y de Comercio Internacional

comercio, hotelería y restaurantes. Por otro lado, Juan Daniel Oviedo, destacó la salida de 140.000 personas del sector agro (que incluye las actividades de agricultura, pesca, ganadería, caza y silvicultura). Estas cifras según Oviedo pueden atribuirse al nerviosismo por las alertas del fenómeno del Niño para este semestre y la recolección temprana de cultivos de hortalizas a causa de la temporada de lluvias. El efecto negativo se concentra en la región Oriental y Pacífica.

1.1.5 Tasa de cambio del peso colombiano (TRM)

Figura 5. Tasa representativa de mercado Colombia 2019



Fuente: Banco de la Republica (2019)

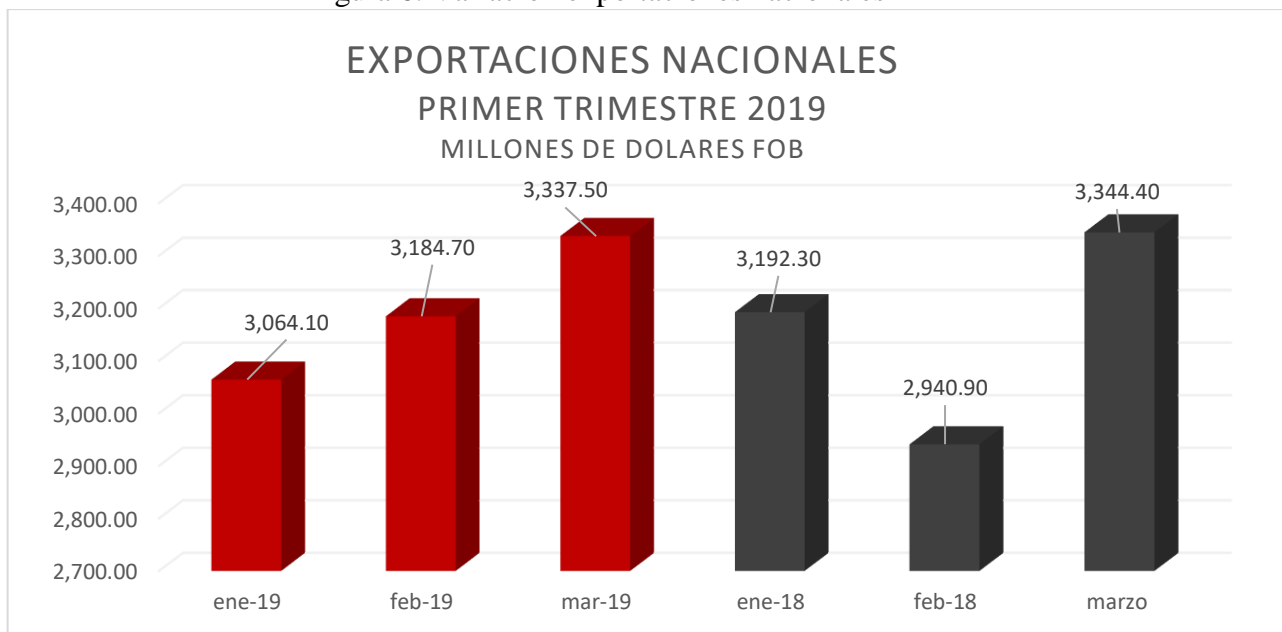
Boletín Económico y de Comercio Internacional

Según autoridades del Banco de la Republica, para el caso colombiano la moneda local ha sido de las más devaluadas de la región si se compara la Tasa Representativa del mercado del primer trimestre del 2019 con el último mes (diciembre) del año anterior 2018. Dentro de las causas de la apreciación de la divisa esta las continuas declaraciones del presidente de Estados Unidos, Donald Trump, sobre el hecho de que la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) debería aumentar la producción en cuanto al número de barriles ofertados.

1.2. Indicadores de Comercio Internacional

1.2.1. Exportaciones

Figura 6. Variación exportaciones nacionales



Fuente: DANE

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Según el DANE, el país reflejó un leve aumento en cuanto a entradas de USD por medio de las exportaciones de enero a marzo de 2019 con una cifra total del primer trimestre de \$9,586.30M en comparación con el mismo periodo de 2018 cuando este fue de 9,477.60M

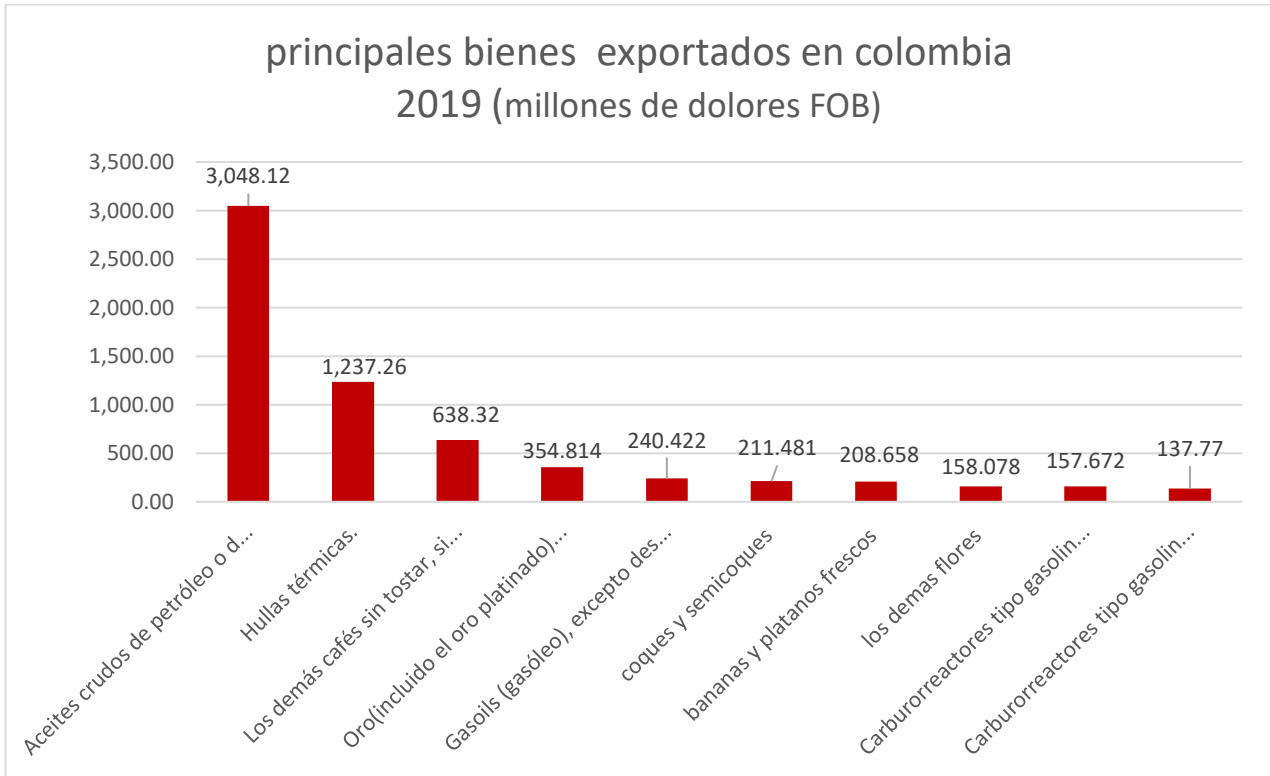
Según el departamento de estadística, este resultado se explicó principalmente por el crecimiento de 7,1% en las ventas externas en el mes de febrero de 2019 del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas.

En febrero las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 54,9% del valor total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas participó con 20,1%, productos Agropecuarios, alimentos y bebidas con 20,7%, y otros sectores con 4,3%”, explicó el Dane

1.2.2. Principales bienes exportados en Colombia primer trimestre 2019

Figura 7. Principales bienes exportados en Colombia 2019

Boletín Económico y de Comercio Internacional



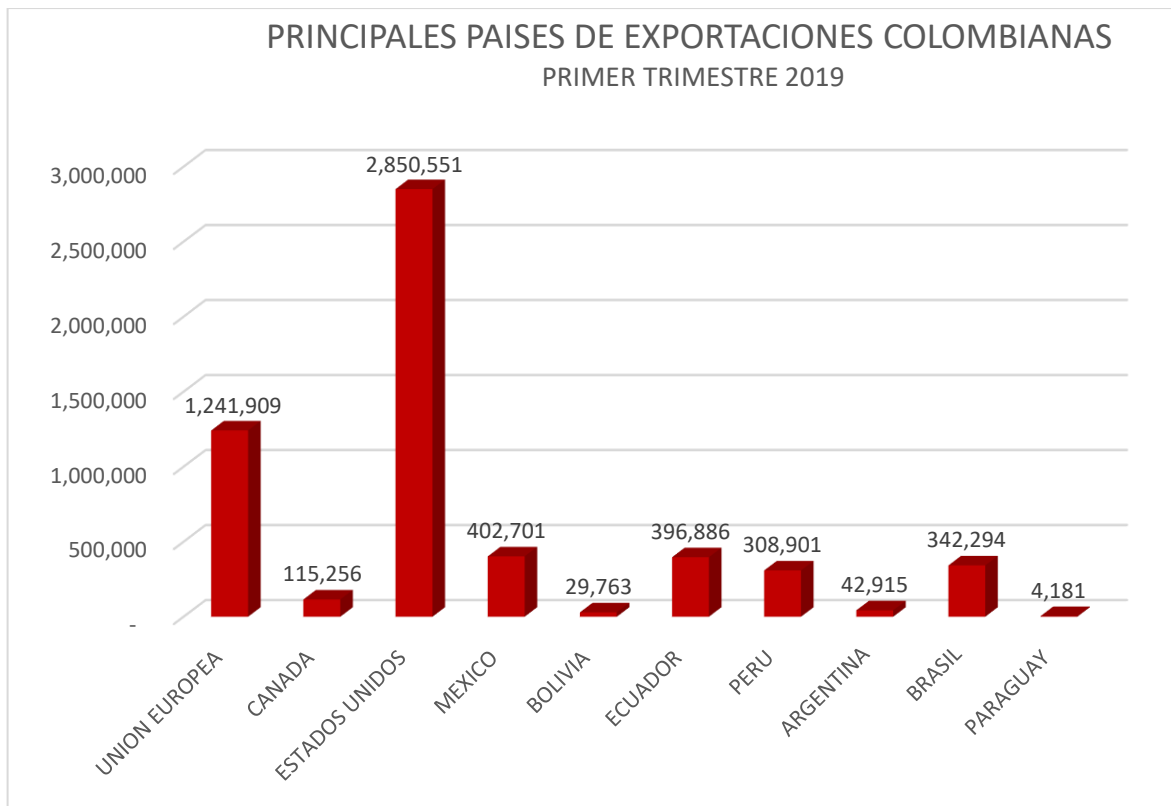
Fuente: MARO 2019

Según el Mapa Regional de Oportunidades, para el 2019 los principales productos exportados como se puede ver en la figura N°7 fueron los aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso huellas terminas, cafés sin tostar y sin descafeinar, el oro para el uso no monetario, coque y semicoques de hulla aglomerados, bananas o plátanos frescos gasoil excepto desechos de aceites y que contengan biodiesel, ferroníquel, carburo reactores entre otros.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

1.2.3. Exportaciones según país destino 2019

Figura 8. Principales destinos de las exportaciones colombianas 2019



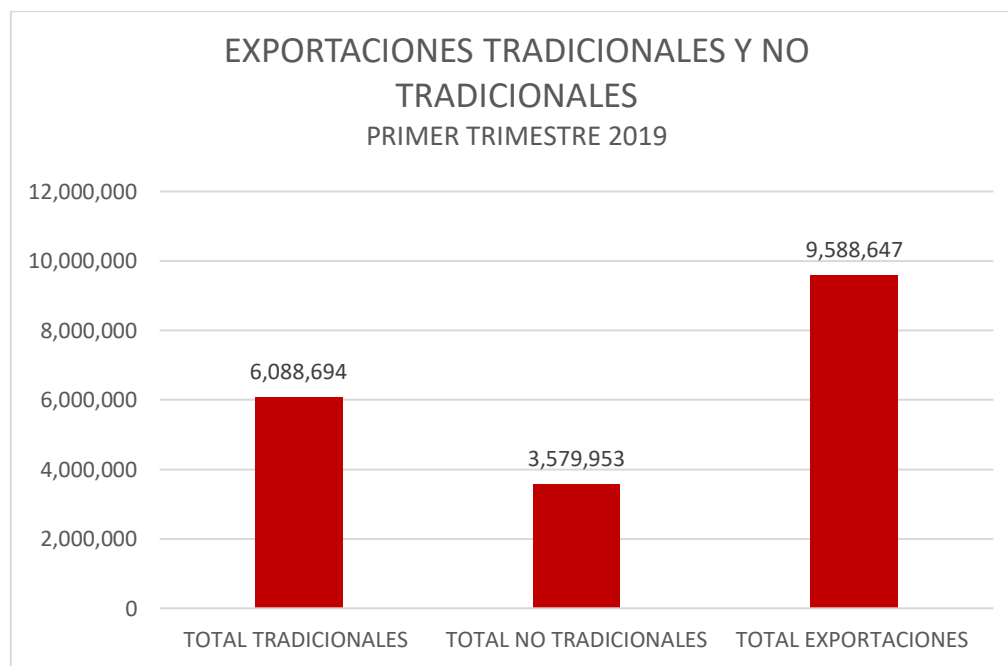
Fuente: DANE 2019

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Según el DANE el principal destino de las exportaciones colombianas es Estados Unidos con una participación de 2,850.551USD seguido su orden viene la Unión Europea, México, Ecuador, Perú, Brasil, Argentina, Bolivia y Paraguay.

1.2.4. Exportaciones tradicionales/ no tradicionales

Figura 9. Exportaciones tradicionales / no tradicionales.



Fuente: DANE 2019.

Según el DANE las exportaciones tradicionales en el 2019 se exportaron 6.088,694M de dólares, Dentro de los productos tradicionales el que tuvo una mayor participación fue el

Boletín Económico y de Comercio Internacional

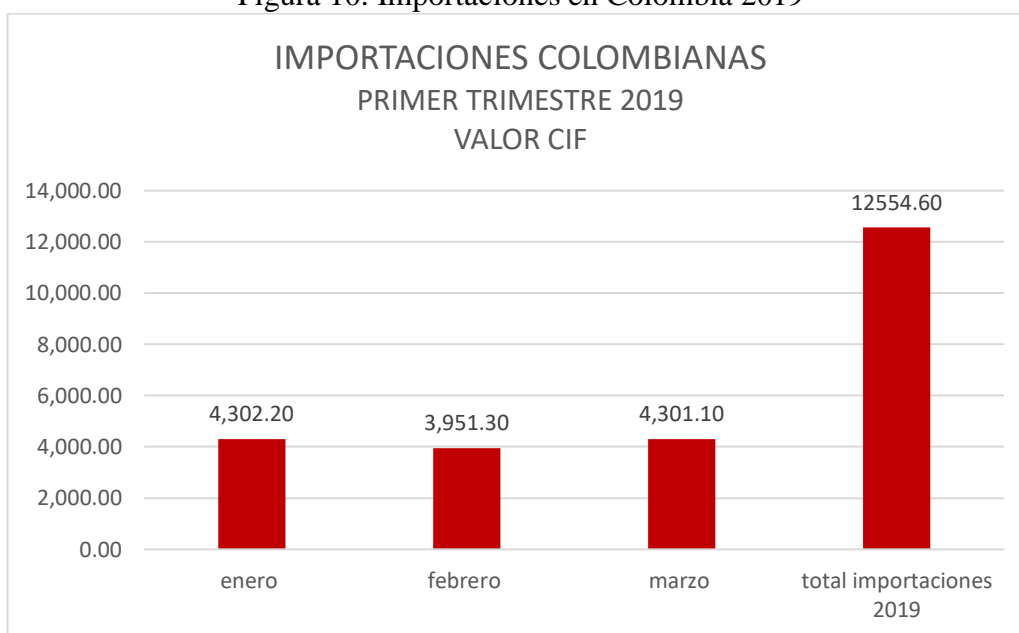
petróleo y sus derivados con 3,719.447M de dólares, seguido las exportaciones de carbón con un valor de 1,530.488M de dólares que comparado con el primer trimestre de 2018 tuvieron una disminución debido a que en marzo del 2019 hubo un desarrollo tardío de los frutos en algunas zonas productoras, y para el mes de marzo de 2018 la cosecha de Colombia, el primer productor mundial de café había superado el millón de sacos.

De igual manera el DANE afirma que las exportaciones no tradicionales en el 2019 al igual que las tradicionales aumentaron estas reportaron exportaciones por 3.579.953M de dólares mientras que en el primer trimestre del 2018 las exportaciones fueron por 3.519.710M de dólares; este aumento se da gracias a las ventas de oro no monetario que sumó 96,9 puntos porcentuales a la variación del grupo, los despachos de oro se constituyeron en el dinamizador de los negocios al aumentar un 155,1 % las exportaciones del metal crecieron 100,7 %, sumando 117,7 millones de dólares al primer trimestre de 2019.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

1.2.5. Importaciones

Figura 10. Importaciones en Colombia 2019



Fuente: DANE 2019

De acuerdo con las declaraciones de importación registradas por el DANE en 2019 las importaciones de primer trimestre del 2019 fueron de 12,554.60M de dólares estas presentaron un aumento respecto a su año anterior 2018. Este comportamiento según el DANE, el periodo enero-marzo 2019 las importaciones del grupo de Manufacturas fueron de US\$9.597,5 millones y aumentaron 9,1%, en comparación con el mismo periodo de 2018, como resultado de las mayores compras de maquinaria y equipo de transporte (14,5%), que contribuyeron con 6,3 puntos porcentuales en la variación del grupo.

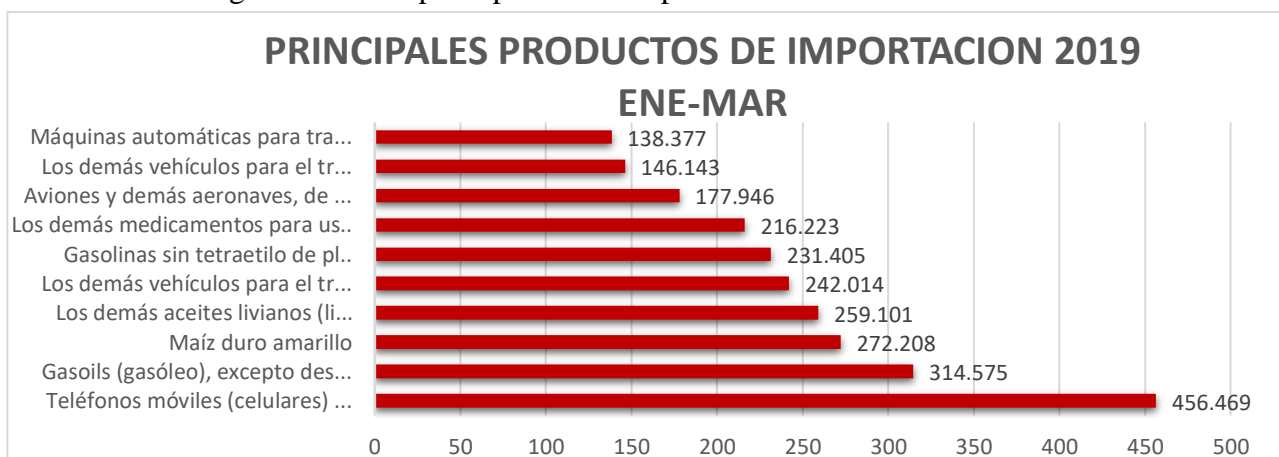
Boletín Económico y de Comercio Internacional

En el periodo enero-marzo 2019 las compras externas del grupo de productos de agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US\$1.683,7 millones y aumentaron 3,5%, en comparación con el mismo periodo de 2018. Este resultado se explicó por las mayores importaciones de cereales y preparados de cereales (11,8%), que contribuyeron con 3,2 puntos porcentuales en la variación del grupo.

Según el diario el Nuevo Siglo, las compras externas en el grupo de combustibles y productos de las industrias extractivas, en el periodo enero-marzo 2019, fueron de US\$1.258,8 millones y presentaron un aumento de 23,7% en comparación con el mismo periodo de 2018. Este comportamiento obedeció principalmente al incremento de las importaciones de combustibles, lubricantes minerales y productos conexos (29,3%), que contribuyeron con 23,3 puntos porcentuales en la variación total del grupo.

1.2.6. Principales productos importados en Colombia 2019

Figura 11. Principales productos importados en Colombia 2019



Fuente: MARO 2019

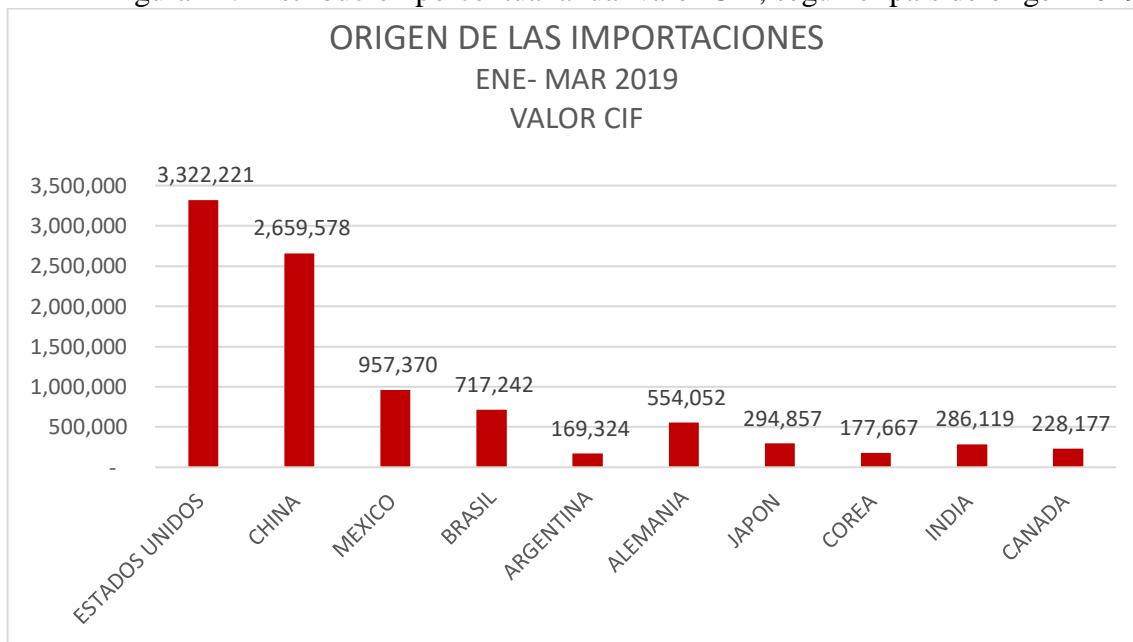
Boletín Económico y de Comercio Internacional

Para el 2019 las compras en el exterior tuvieron un aumento respecto al primer trimestre del año anterior 2018. Este comportamiento se ve reflejado en la importación de productos como teléfonos móviles, gasoil (gasóleo), maíz duro amarillo y los demás aceites livianos.

Según la herramienta inteligente Legiscomex, basado en información del portal los datos demostraron que las empresas que más importan en Colombia en el primer trimestre 2019 fueron Ecopetrol, Samsung, Avianca, Carbones del Cerrejón, Polipropileno del Caribe, fast Colombia S.A.S, Automotores Toyota Colombia.

1.2.7. Importaciones según país de origen

Figura 12. Distribución porcentual anual valor CIF, según el país de origen 2019



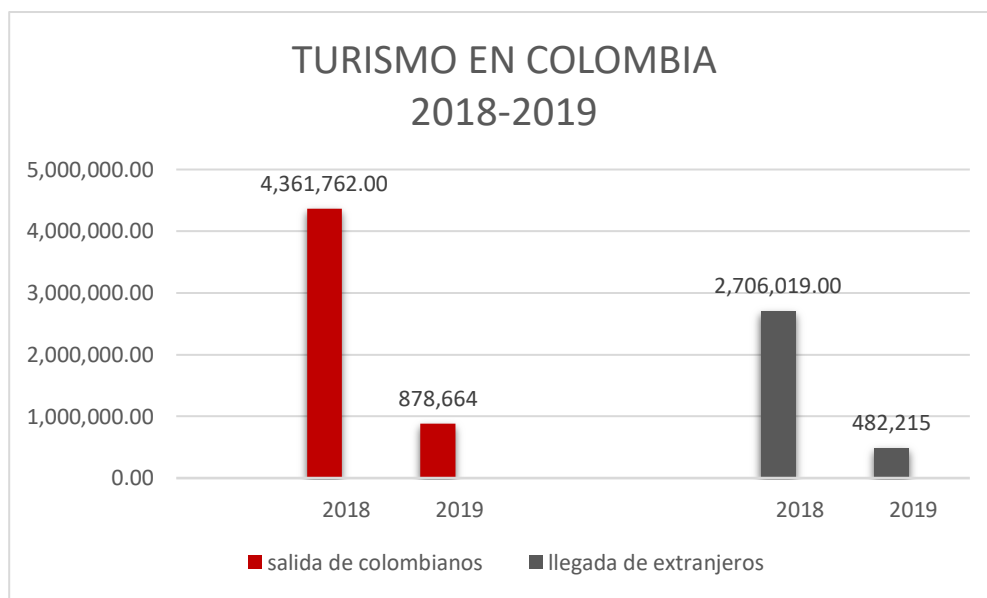
Fuente: DANE

Boletín Económico y de Comercio Internacional

En el 2019 las importaciones de Colombia originadas de Estados Unidos participaron con un 35% del total de las importaciones; le siguen las importaciones realizadas desde China con un 28% México, 10% Brasil, 8% Argentina 2%, Alemania 6%, Japón 3%, India 3%, Corea y Canadá con 2%.

1.2.8. Turismo en Colombia

Figura 13. Turismo en Colombia primer trimestre 2019



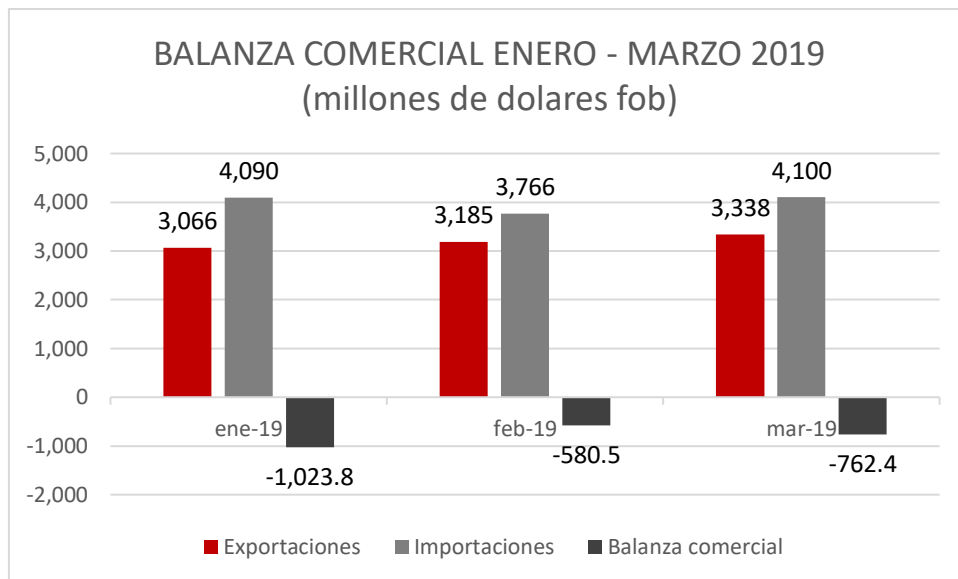
Fuente: Migración Colombia- Cálculos OEE- MINCIT (2019-02)

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Según el Migración Colombia- Cálculos OEE- MINCIT para el primer trimestre 2019 se ha registrado 482,215 extranjeros, el cual los motivos principales han sido vacaciones, recreo y ocio con un 73.7% siguiente de negocios y motivos personales con un 12.94%. También se han registrado la salida de colombianos el cual para el primer trimestre 2019 ha sido de 878,664 colombianos.

1.2.9. Balanza comercial 2019

Figura 14. Balanza comercial 2019



Fuente: DANE

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Para el primer trimestre del 2019 la balanza comercial colombiana tiene un déficit el cual se presentó por un alza en las importaciones colombianas y un aumento leve mes a mes de las exportaciones contando con una diferencia del último mes de -762,4 M de dólares.

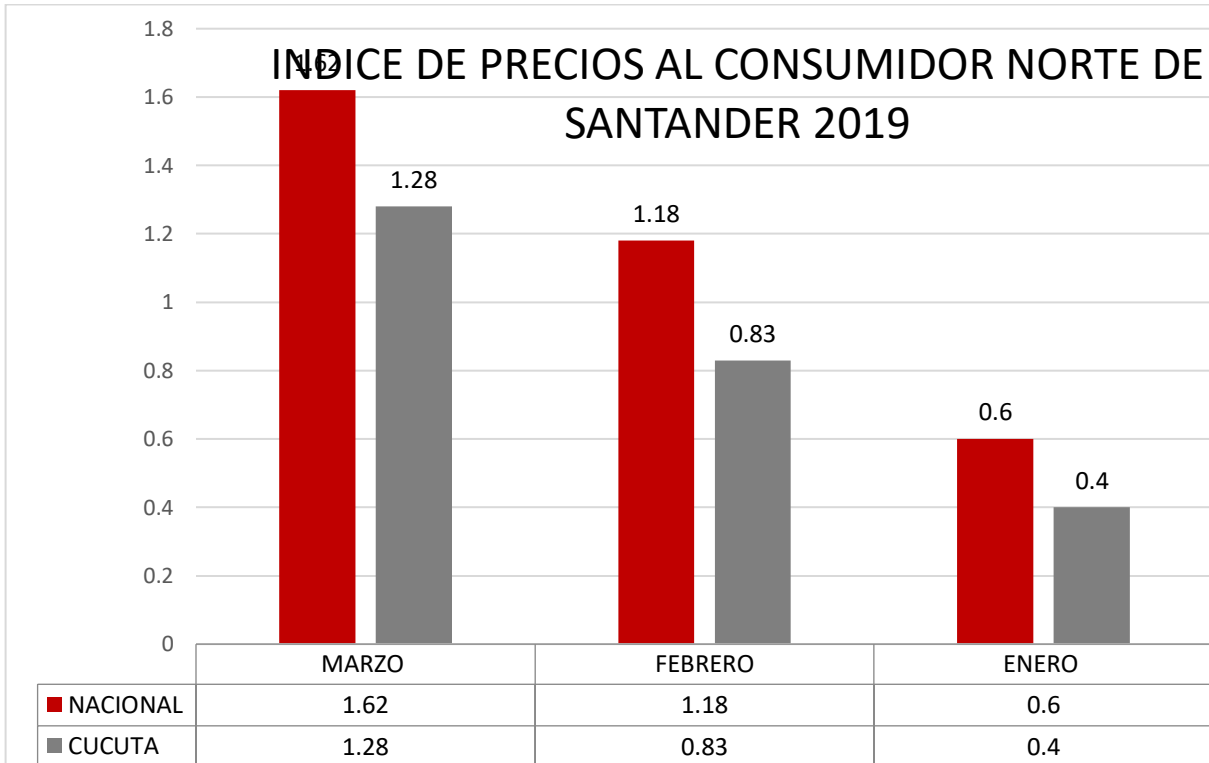
Según Javier Díaz, presidente de Analdex “El crecimiento de las importaciones refleja una mejor dinámica de la economía nacional puesto que lo que se compra son bienes de capital y materias primas. Eso significa que la brecha de la balanza se debería ajustar por medio de un aumento de las exportaciones y no por una disminución de las importaciones”.

2. INDICADORES ECONÓMICOS REGIONALES

2.1. Índice de Precios al Consumidor -IPC- Norte de Santander

Figura 15. Índice de precios al consumidor en Norte de Santander

Boletín Económico y de Comercio Internacional



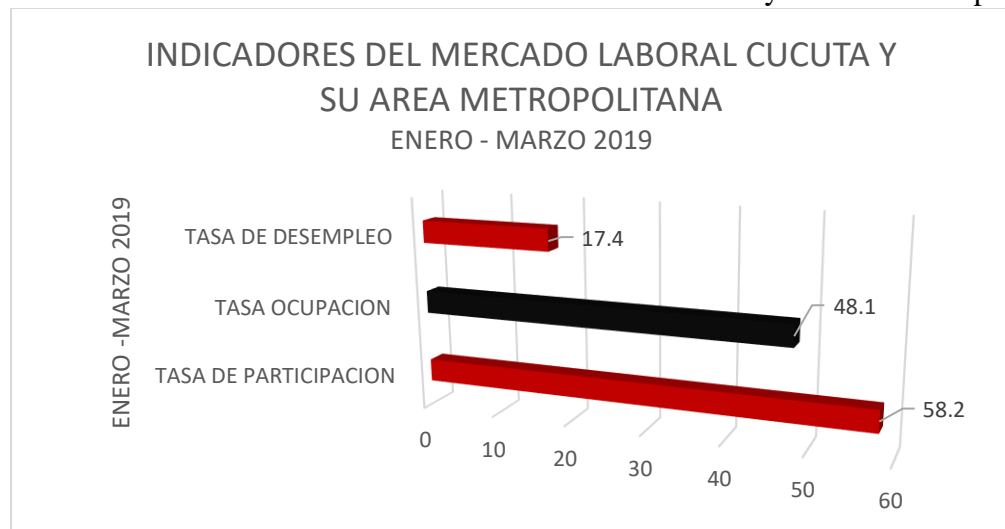
Fuente: Banco de la republica

Para el Banco de la República, el índice de precios al consumidor de primer trimestre del 2019 en el Norte de Santander como se puede apreciar en la gráfica ha ido aumentando comenzando el trimestre enero en 0,4% y con un aumento hasta el mes de marzo del 1,28% este aumento se ve reflejado gracias a que el departamento debe suplir con la demanda de las personas del vecino país ya que este está en crisis social política y económica.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

2.2. Indicadores del mercado laboral Cúcuta y su área metropolitana enero – marzo 2019

Figura 16. Indicadores de mercado laboral en la ciudad de Cúcuta y su Área Metropolitana



Fuente: DATA CUCUTA

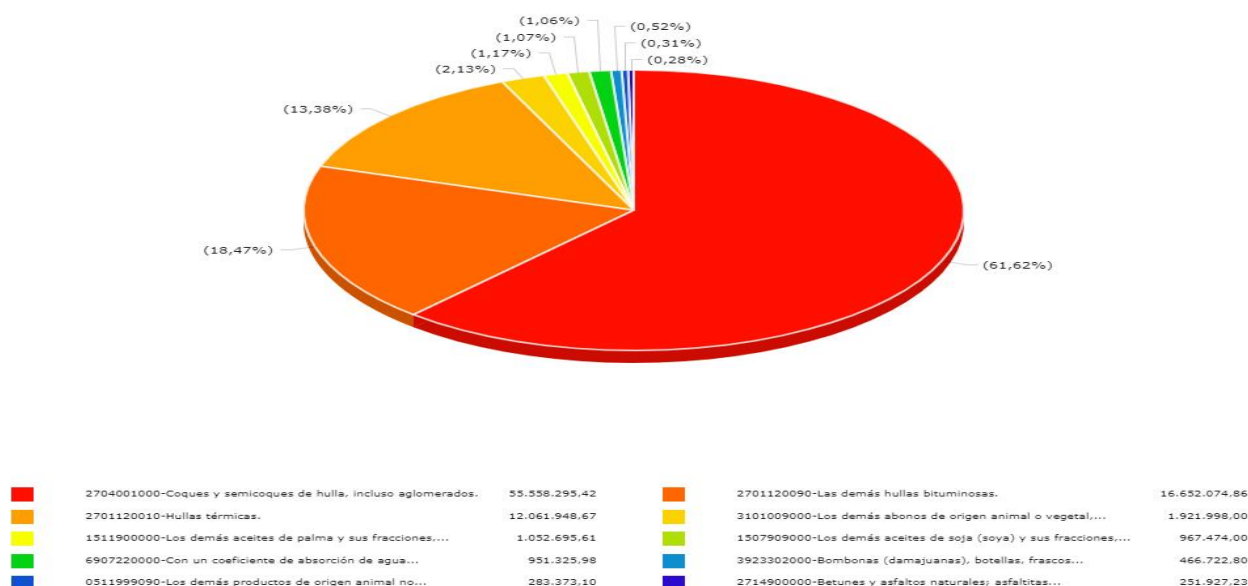
Según el DATA Cúcuta en el 2019 en los periodos enero-marzo la tasa de desempleo en Cúcuta y su Área Metropolitana fue de un 17,4% siendo este uno de los más altos del país, esto se da gracias a la crisis migratoria que se dio a partir del 2015 con el cierre de frontera y la situación del vecino país Venezuela que afecta directamente al mercado laboral de la ciudad por el aumento de la oferta de trabajo. La tasa de ocupación reporta una variación de 48,1% mientras que a tasa global de participación tiene una variación porcentual de 58,2%.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

2.3. Indicadores de Comercio Internacional para el departamento de Norte de Santander

2.3.1. Exportaciones de Norte de Santander 2019

Figura 17. Exportaciones de Norte de Santander en millones de dólares FOB



Fuente: LEGISCOMEX

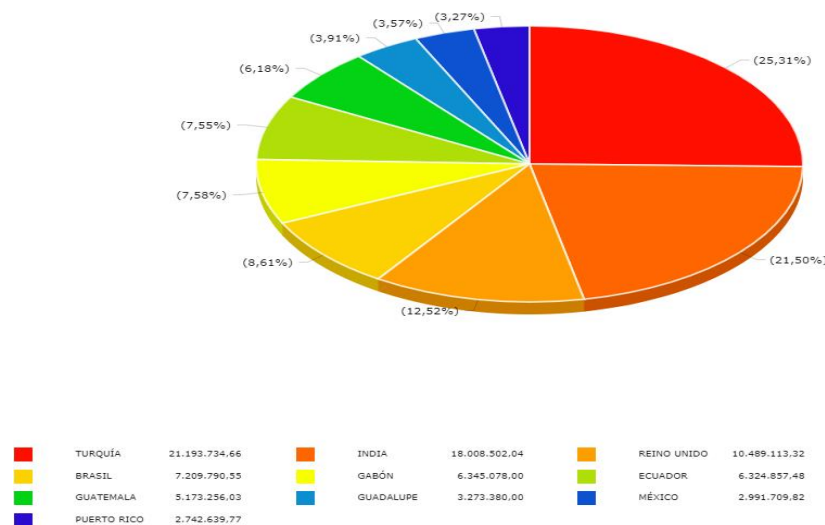
Según LEGISCOMEX las exportaciones de Norte de Santander para el primer trimestre 2019 con mayor porcentaje son los coques y semicoques de huella con 61,62% seguido de hullas térmicas con un 18,47%.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Según el periódico La Opinión, en Norte de Santander se han fortalecido nuevos sectores, cuyo potencial exportador para este 2019 ha sido reconocido por Procolombia, entidad que destaca oportunidades en cuatro cadenas: agro alimentos, industrias, metalmecánica y moda. De igual manera, se comenta desde la pérdida del mercado venezolano, el departamento sigue abriendo oportunidades comerciales hacia otros destinos como Perú, México, Honduras, Uruguay y el Caribe con materiales de construcción; o México, Guatemala y Costa Rica.

2.3.2. Destino de las exportaciones en Norte de Santander 2019

Figura 18. Destino de las exportaciones en Norte de Santander 2019



LEGISCOMEX (2019)

Boletín Económico y de Comercio Internacional

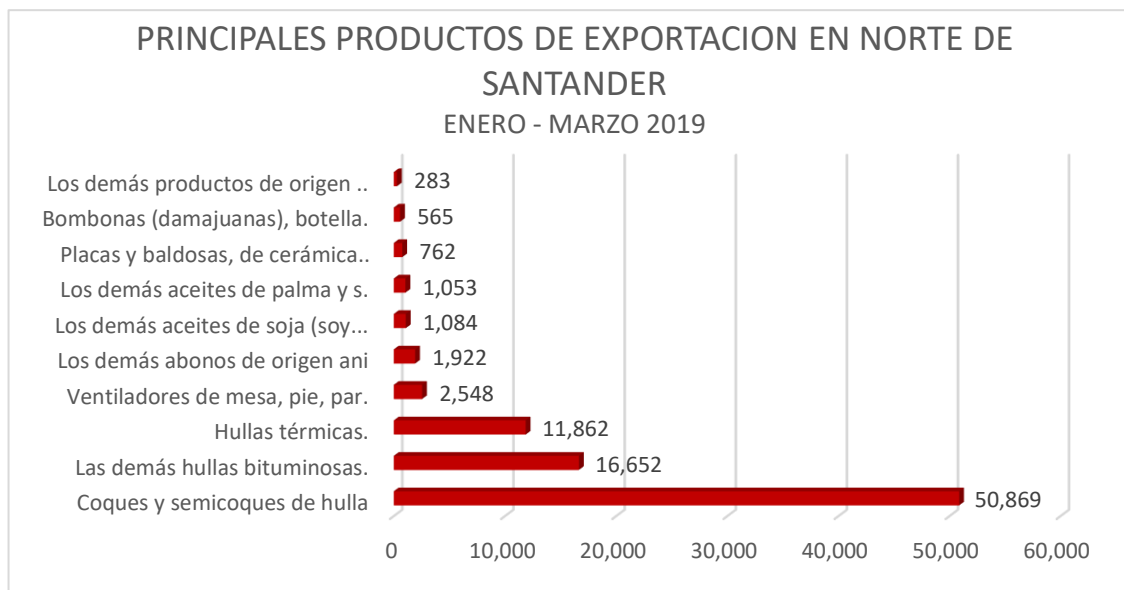
Según Legiscomex los principales destinos de las exportaciones de Norte de Santander son: Turquía, representado en 21,193.734M de dólares FOB los siguen Brasil, Guatemala, Puerto Rico, India, Gabón, Guadalupe, Reino Unido, Ecuador y México respectivamente. Siendo coques y semicoques de huella con 61,62% el producto que más exporta la región este va dirigido principalmente hacia Turquía.

La Agencia Nacional de Minería (ANM) informó que el carbón, el oro y el hierro fueron los minerales que registraron un mayor incremento de producción en el primer trimestre del año. La entidad destacó que mientras el carbón aumentó su producción 6,5 %, al pasar de 19,6 millones de toneladas en el primer trimestre de 2018, a 20,9 millones de toneladas en 2019, el oro llegó a 8,9 toneladas a marzo, cifra que significó un aumento de 20 %. En este sentido la presidenta de la Agencia Nacional de Minería, Silvana Habib, añadió que el carbón es el mineral que más aporta a las regalías con un 88 %. En el primer trimestre 2019, el cual para el primer trimestre del año en curso, Turquía ha sido unos de los principales destinos de estas exportaciones de Norte de Santander.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

2.3.3. Principales productos exportados en Norte de Santander

Figura 19. Principales productos exportados en Norte de Santander 2019



Fuente: MARO 2019

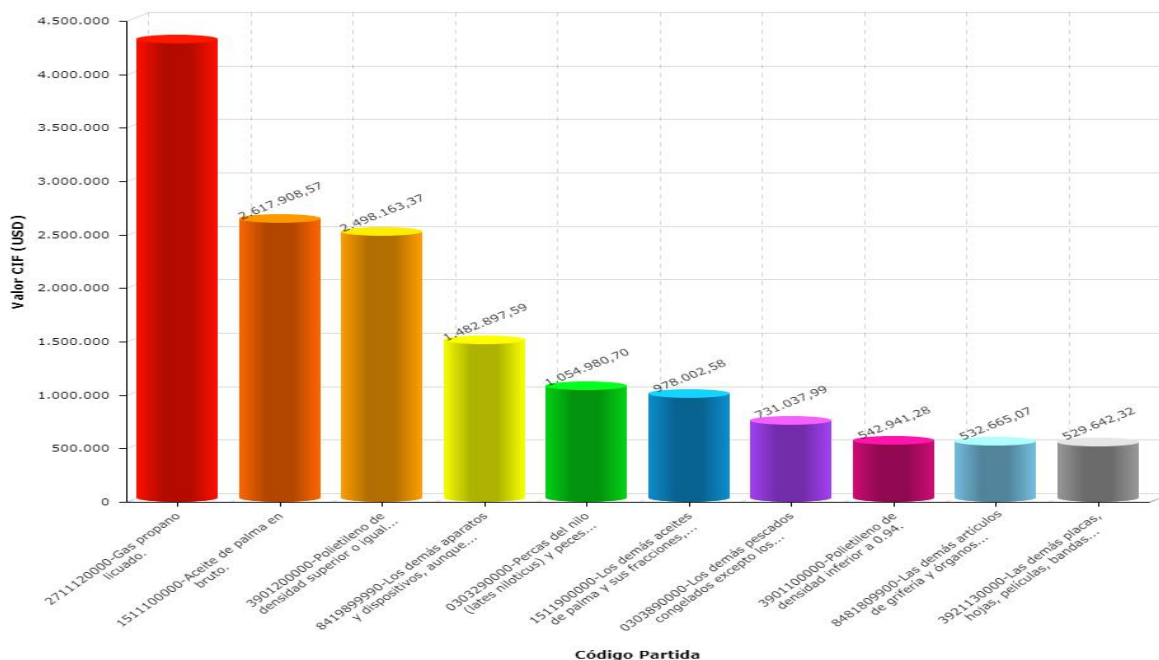
Según la fuente consultada, los principales productos exportados en Norte de Santander son: coque y semi coques de huellas, huella bituminosas y huellas térmicas; esos términos se dan según el arancel de aduanas. Estos productos que se muestran en la gráfica en millones de dólares FOB representan el 21% de los principales productos que exporta Norte de Santander,

Boletín Económico y de Comercio Internacional

seguido de esto viene ventiladores de mesa con un 2,548M, demás abonos de origen animal con 1,922M y demás aceites de soja con 1,084M.

2.3.1 Importaciones de Norte de Santander 2019

Figura 20. Importaciones en millones de dólares CIF



Fuente: LEGISCOMEX 2019

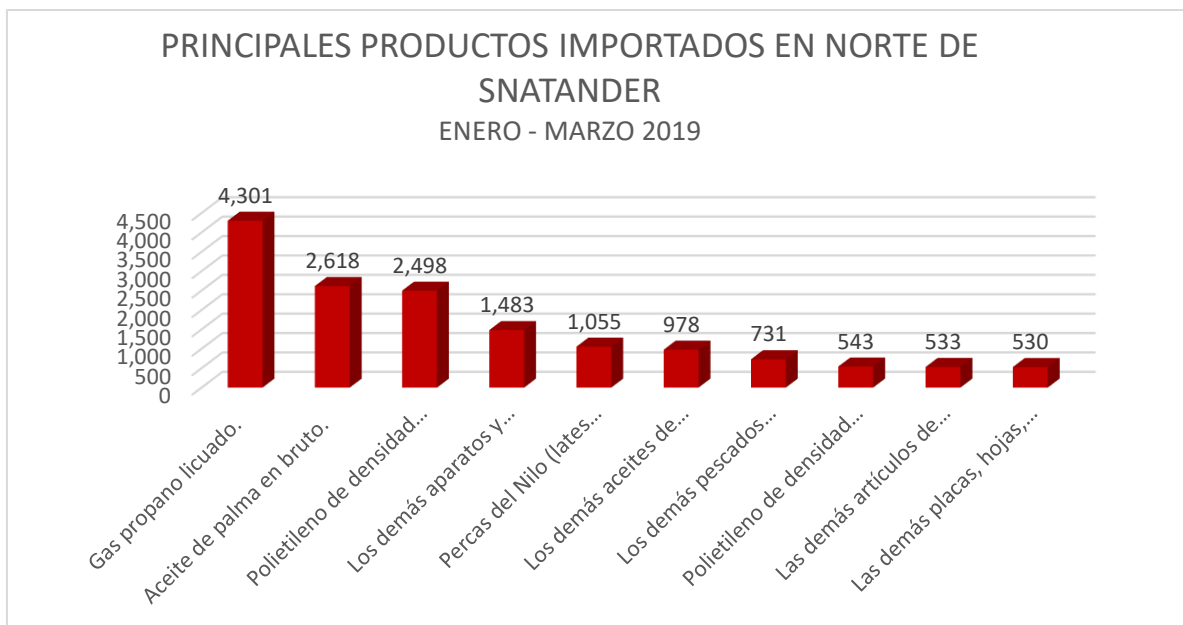
Según Legiscomex en Norte de Santander para el primer trimestre 2019 las importaciones de Norte de Santander que más presentación obtuvieron fueron el gas propano licuado con un

Boletín Económico y de Comercio Internacional

valor de 4.300.634M en valor CIF seguido de aceite de palma en bruto con un valor de 2.617.908M, polietileno de densidad superior con 2.498.163M y demás aparatos y dispositivos con un valor de 1.482.897M en comparación al año en el mismo periodo las importaciones aumentaron significativamente ya que enero a marzo 2018 las importaciones de gas propano licuado tuvieron un valor de 175M valor CIF.

2.3.2. Principales productos importados Norte de Santander

Figura 21. Principales productos importados en Norte de Santander 2019



Fuente: MARO 2019

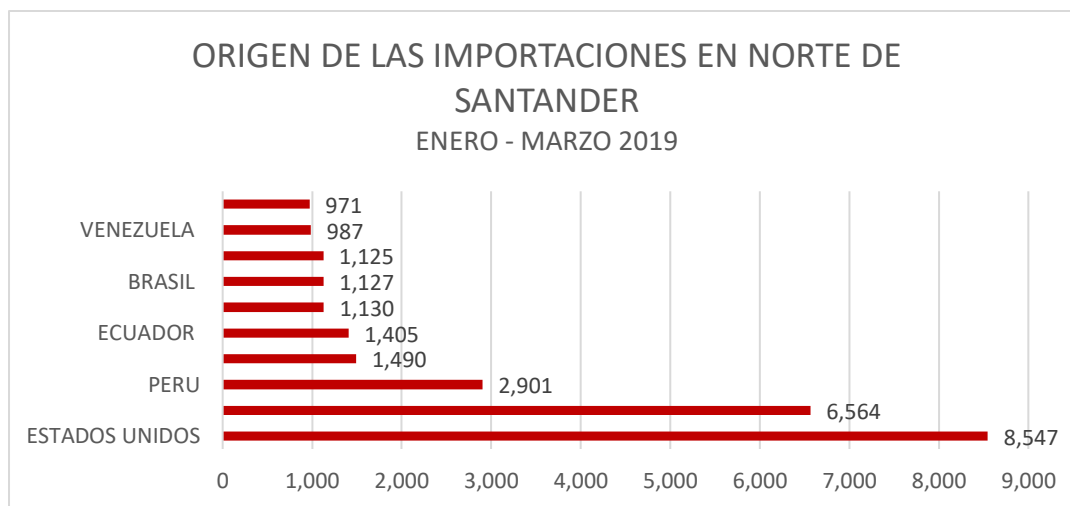
Boletín Económico y de Comercio Internacional

Según la fuente consultada para el primer trimestre 2019 los principales productos importados al Norte de Santander fueron el gas propano licuado, aceite de palma en bruto, polietileno de densidad superior, estos 3 productos tuvieron la mayor representación a la hora de importar con un porcentaje de 62% y un valor de 9,417M de dólares CIF.

El resto de los productos mostrados en la tabla anterior con una representación del 38% y un valor de 5.853M de dólares CIF, para el primer trimestre 2019.

2.3.3. Principal origen de las importaciones de Norte de Santander

Figura 22. Origen de las importaciones en Norte de Santander 2019



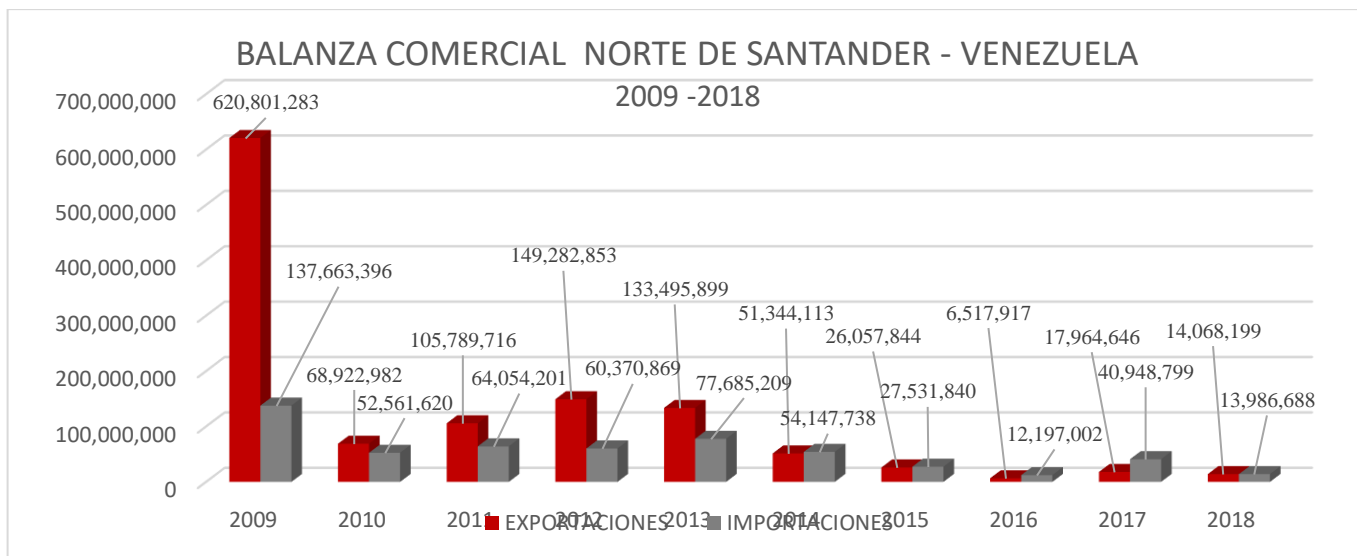
Fuente: MARO 2019

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Según el Mapa Regional de Oportunidades el origen de las importaciones del primer trimestre 2019 en Norte de Santander principalmente son de Estados Unidos representando un valor de estas por 8,547M de dólares con el gas propano licuado que es el producto que más importa Norte de Santander siguiendo con China, Perú, Malaysia, Ecuador, México, Brasil, Vietnam, Venezuela y España.

2.3.4. Balanza comercial norte de Santander – Venezuela 2009- 2018

Figura 23 Balanza Comercial Norte de Santander 2009-2018



Fuente: Legiscomex

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Según Legiscomex, la balanza comercial de Norte de Santander desde el 2008 hasta el 2018 las exportaciones tuvieron una gran disminución como se ve notoriamente en la gráfica estos efectos se debieron a las difíciles relaciones colombo-venezolanas desde el año 2009, acrecentándose en el 2010. Desde el año 2015 cuando la frontera se cierra definitivamente se registra 26,057.844M de dólares de las exportaciones de Norte de Santander desde entonces no se ha mejorado esta actividad con el vecino país, ya que este está pasando por una situación crítica. Gracias a esta crisis, Norte de Santander para el 2016 se habría abierto a otros mercados y el cual a lo largo de los años el departamento ha aumentado su intercambio con otros países, incluso alcanzando nuevos mercados a nivel mundial, mercados como, Turquía, Guadalupe, Brasil, Gabón, China y Estados Unidos. Hoy en día Turquía es el primer país de destino de las exportaciones del Departamento Norte de Santander.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN EL CONTEXTO GLOBAL THE COMPETITIVENESS OF SMES IN THE GLOBAL CONTEXT

Oscar Arnulfo Mera Ramírez, Yakeline Manosalva¹, John Molina², Kelly
Moreno³

Universidad Francisco de Paula Santander, Seccional Cúcuta, Colombia.

Investigación terminada: Competitividad, comercio, ciudades globales
Área de competitividad: desarrollo territorial regional y local de Norte de
Santander y Santander

RESUMEN

A partir de la globalización se ha presentado un nuevo contexto socioeconómico para el funcionamiento de las PyMEs, las cuales se han encontrado frente a la inminente necesidad de innovar en cuanto a estrategias de competitividad que faciliten el ingreso a los mercados globalizados. En el presente artículo, se precisan los factores que contribuyen con el mejoramiento de la competitividad de las PyMEs en el contexto global. Metodológicamente se procedió a realizar un diseño bibliográfico, apoyado en el estudio de literatura especializado en el entorno de la globalización, las Pequeña y mediana empresa, de esta forma los factores

¹ Magister en Gerencia de Empresas Mención Finanzas, Universidad Nacional Experimental del Tachira. Venezuela, Título de pregrado: Economista, Universidad de Pamplona. Correo electrónico institucional: oscararnulfoMR@ufps.edu.co

² Profesional en formación en Comercio Internacional, Universidad Francisco de Paula Santander. Ciudad de Cúcuta (Colombia): Correo electrónico institucional: yakelinemb@ufps.edu.co.

³ Título de Pregrado: Profesional en Comercio Internacional, Universidad Francisco de Paula Santander. Ciudad de Cúcuta (Colombia): Correo electrónico institucional: jhonmolina08@hotmail.com

⁴ Título de Pregrado: Profesional en Comercio Internacional, Universidad Francisco de Paula Santander. Ciudad de Cúcuta (Colombia): Correo electrónico institucional: kellymorenoarenas@outlook.es

Boletín Económico y de Comercio Internacional

contribuyen con el mejoramiento de la competitividad. Las conclusiones del estudio, dan cuenta de la importancia de la innovación como factor estratégico para elevar la competitividad de las PyMEs en los mercados globalizados.

Palabras Clave: Globalización, PyMES, innovación, estrategias.

Abstract

From globalization it has presented a new socio-economic context for the operation of SMEs, which found against the imminent need to innovate in terms of competitiveness strategies that facilitate entry into global markets. In this article, the factors that contribute to improving the competitiveness of SMEs in the global context required. Methodologically we proceeded to perform a bibliographic design, based on the literature review specialized in the field of globalization, SMEs, as well as the factors that contribute to improving competitiveness. The findings of the study, realize the importance of innovation as a strategic factor to increase the competitiveness of SMEs in the globalized markets.

Keywords: Globalization, SMEs, innovation, strategies.

Introducción

La globalización es un proceso multidimensional que ha afectado con distinta intensidad las diversas dimensiones del desarrollo. Tal proceso se ha venido acrecentando desde los años noventa, induciendo cambios profundos en el funcionamiento de las economías a nivel mundial.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

En este escenario, la globalización también ha generado transformaciones en el funcionamiento de las empresas incluidas las PyMEs, las cuales se han encontrado frente a la necesidad de introducir innovaciones en el campo de los procesos y los productos, para mejorar los niveles de competitividad en los mercados globales.

El artículo se orienta a precisar los factores que contribuyen en la mejora continua de las PyMEs en mercados globalizados. El componente metodológico se ha fundamentado en un plan bibliográfico apoyado con literatura especializada en materia a la globalización, Pymes, al igual que la competitividad de las PyMEs en los mercados globales.

Como conclusiones de la investigación, destaca la importancia de la innovación como factor estratégico que permite mejora de las empresas en mercados globales. Así mismo, otros factores se encuentran en el funcionamiento de la renta interna, la internacionalización de la economía, la intervención del Estado, las finanzas, la infraestructura, la gestión administrativa, y la capacitación del recurso humano.

Caracterización general de la Pymes

Partiendo de la literatura y su análisis, se concluye que no hay una interpretación clara del significado de Pequeña y mediana empresa (Pymes), debido que se destacan: La cantidad de funcionarios, los activos, saldos y comercio.

Con respecto a la base de lo expuesto para Colombia el termino Pyme según Hernández, Marulanda, & López, (2014), se define de acuerdo con los activos totales en salarios mínimos mensuales vigentes y el número de empleados (Ley 905 de 2004). Una microempresa de hasta 10 empleados y activos inferiores a 500 SMLV, una pequeña de once

Boletín Económico y de Comercio Internacional

a cincuenta trabajadores y vigentes entre 501 y 5.000 SMLV, una mediana de 51 a 200 empleados y activos entre 5.001 y 15.000 SMLV.

Es importante resaltar desde la postura de Pulido y Urbano (2010), así como de Urbano (2013) que en Colombia el tejido empresarial se encuentra en gran parte conformada por microempresas (96.1%), pequeñas y medianas empresas (3.8%), y que generan el 80,9% del empleo.

Otras definiciones de las PYMEs, se fundamentan en los aspectos cualitativos, como por ejemplo si el propietario de la empresa aporta trabajo en el mismo nivel que el resto de los trabajadores, o el nivel de especialización en cuanto a la gestión empresarial.

Al respecto Romero (2006), plantea que frecuentemente se consideran como PYMES, las organizaciones que emplean entre 10 y 250 trabajadores. Así mismo, tales empresas se encuentran en el sector formal de la economía, se pueden proyectar hacia otros mercados que traspasan las fronteras locales y nacionales, presentar potencial para incorporarse competitivamente en los mercados internacionales, contribuir con la diversificación de la producción, la generación de empleo, entre otros aspectos.

En estos términos, resulta de interés mencionar que tanto el aporte al empleo en su alto grado, y como la mínima aportación de productividad de las PyMEs en América Latina, se presenta como una visión de la estructura productiva que presentan estas organizaciones, lo cual incide en la adopción de estrategias para la especialización en la producción de bienes con menos valor y la poca participación en comercio internacional a través de las exportaciones.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Las ventajas competitivas de las pequeñas y medianas empresas en el contexto global

La globalización se define como evolución histórica gestada a nivel mundial, que ha generado transformaciones profundas en el funcionamiento de las economías de los distintos países.

Tales transformaciones se precisan en la apertura de los mercados, la competitividad de las empresas, la introducción de innovaciones en el campo de la gestión empresarial, así como en lo que refiere al desarrollo tecnológico como un mecanismo para la reducción de los costos, la diversificación de los productos, el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios, entre otros aspectos (Agió; Milesi, 2008).

Sobre este aspecto Etchebarne y Bustos (2011), expresan que, en el contexto global, las PyMEs son las organizaciones que presentan mayores retos para fortalecer las exportaciones como un instrumento para incorporarse eficientemente en los mercados internacionales.

Por tanto, los países caracterizados por la existencia de mercados internos pequeños, deben comenzar a formular e instrumentar políticas orientadas hacia la internacionalización de las PyMEs (Escandón; Hurtado, 2014).

Al respecto Barney (citado por Estrella, Jiménez, Ruiz y Pérez 2012), exponen que las empresas alcanzan ventajas competitivas cuando disponen de los recursos y habilidades únicas para instrumentar mejores e innovadoras estrategias de negocios en comparación a las de sus competidores, lo cual conduce al incremento de los beneficios.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

En esta orientación, las organizaciones pueden obtener ventajas competitivas a partir de factores diversos entre los que destacan la disponibilidad de materias primas, las innovaciones tecnológicas, la capacitación del talento humano para la generación e incorporación de nuevos conocimientos en los sistemas de producción y distribución de los bienes y servicios, entre otros aspectos.

Siguiendo a Teece y Pisano (citado por Estrella, Jiménez, Ruiz y Pérez, 2012) las ventajas competitivas de las organizaciones se generan a partir de capacidades dinámicas, entendidas como la habilidad que dispone la empresa para integrar, construir y reconfigurar la dotación de recursos empleados en el proceso productivo, así como sus capacidades y habilidades empresariales para responder con rapidez a las variaciones gestadas en el contexto.

En consecuencia, a la capacidad de las entidades para “desarrollar nuevos recursos y capacidades se convierte en una de las más importantes fuentes de competitividad” (Estrella, Jiménez, Ruiz y Pérez, 2012, p. 88).

Bajo este escenario, las PyMEs se encuentran ante la inminente necesidad de introducir innovaciones en sus estrategias empresariales para adaptarse a los constantes cambios del mercado, lo cual implica la adopción de nuevas tecnologías que permitan mejorar el desarrollo de los procesos productivos y, diversificar la producción.

Entre las mencionadas estrategias encontramos que muchas empresas como consecuencia de la alta variación existente en el entorno, en relación a las condiciones externas, tecnológicas y de mercado, han desarrollado acciones hacia una mejora continua, lo cual permite enfrentar situaciones adversas. En tal sentido, a juicio de Santamaria y Pertuz (2014) destaca la implementación (SGC) con la ISO 9001-2008.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Como lo expresa Colina; Melgarejo y Mora (2013) la eficiencia de las PyMEs en los mercados globalizados, se alcanza en la medida que estas organizaciones introducen innovaciones orientadas básicamente hacia el mejoramiento del desempeño empresarial, como un elemento estratégico que conduce al incremento de la productividad, los rendimientos y, al posicionamiento en el mercado.

En esta orientación, destaca la necesidad de conceptualizar el término innovación, entendido según Chandler (citado por Bermúdez Guerrero & Gutiérrez Molina, 2013), como una capacidad que otorga a la empresa una ventaja competitiva sostenible, y no solo se limita a los productos tangibles sino que también se expresa a través de los intangibles y los servicios. La innovación es parte fundamental e imprescindible dentro de un nuevo esquema global, en el que no se permite pensar en el desarrollo y el avance sin la promoción de la innovación en los diferentes niveles de la organización.

Este carácter interactivo de la innovación, comprende tanto la colaboración interna entre los departamentos de una misma organización, (investigación y desarrollo, producción, marketing, distribución, recurso humano, etc.); como la cooperación externa con otras organizaciones como por ejemplo clientes y proveedores, instituciones de innovación y desarrollo tecnológico, universidades, sector financiero, instituciones públicas y demás organizaciones que puedan contribuir con la generación de innovaciones como un instrumento estratégico de la competitividad empresarial.

En este escenario Galán, Giusti Nóbile y Mollo (2007), precisan que las PyMES en la medida que alcanzan un posicionamiento en los mercados globales, aportan al desarrollo los siguientes beneficios: generación de empleo, incorporan valor agregado a los bienes y

Boletín Económico y de Comercio Internacional

servicios generados, diversificación de los nichos de mercados donde se colocan las exportaciones, así como de los productos exportados.

Factores de competitividad empresarial

Las PyMEs según Martínez (2009) en los países en vía de desarrollo afrontan una clara desventaja frente a las PyMEs en países desarrollados debido a la clara diferencia en cuanto a los recursos financieros, tecnológicos, e innovación de productos.

Para América latina las dificultades se concentran en el bajo acceso a recursos que se necesitan para un buen funcionamiento, lo cual tiende a obstaculizar su sostenibilidad y crecimiento. (Melgarejo, Mora, 2013).

El World Competitiveness Report (citado por Prokopenko, 1998) precisa la existencia de ocho factores determinantes de la competitividad empresarial, los cuales se describen en los siguientes términos:

Economía interna: en la medida que existan las condiciones propicias para promover una mayor competitividad de las empresas en los mercados locales, nacionales e internacionales, se presentan mayores oportunidades para que las PyMEs puedan adoptar estrategias de marketing orientadas a captar nuevos nichos de mercado.

Internacionalización de la economía: la apertura económica para la entrada de capitales internacionales contribuye de manera determinante con el desarrollo económico de un país. Se ha demostrado que la competitividad empresarial orientada hacia el comercio exterior, por la vía del fortalecimiento de las exportaciones, promueve tanto el crecimiento de la economía interna, como la creación y fortalecimiento de las PyMEs (Restrepo; Vanegas; López, 2015).

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Intervención del Estado en el funcionamiento económico: producto de la globalización se han comenzado a reducir las intervenciones directas del Estado en el funcionamiento de la economía.

Como un instrumento para el mejoramiento de la competitividad empresarial, las políticas del Estado se deben concentrar en la creación de un entorno competitivo para el desarrollo y fortalecimiento empresarial, así como políticas macroeconómicas y sociales adecuadas para la materialización del desarrollo económico y social.

Finanzas: un sector financiero consolidado e integrado internacionalmente forma uno de los aspectos esenciales de competitividad internacional (Toro; Palomo, 2014).

Infraestructura: los recursos de infraestructura resultan fundamentales para el desarrollo de la actividad económica. Entre estos recursos se encuentran: los de infraestructura física, los sistemas de negocios funcionales, tecnología, información, interacción, y el transporte.

Gestión Administrativa: competitividad de un producto o servicio, se encuentra directamente relacionada con la capacidad gerencial de la organización, lo cual resulta determinante para la orientación de estrategias de producción a largo plazo, así como para que la organización pueda adaptarse a los cambios del entorno.

Ciencia y tecnología: la innovación y el desarrollo tecnológico es un factor clave que induce al mejoramiento de la competitividad de las organizaciones. Por tanto, las actividades de desarrollo e investigación, resulta determinante para generar nuevos conocimientos encaminados hacia el desarrollo de nuevas tecnologías que permitan reducir los costos,

Boletín Económico y de Comercio Internacional

mejorar la productividad, incrementar los beneficios, agregar valor a los productos, diversificar la producción, entre otros aspectos.

Capacitación del recurso humano: la disponibilidad de un talento humano altamente calificado y competente se configura actualmente como un factor determinante para incrementar la productividad y competitividad empresarial.

Los factores expuestos, constituye formulación de una estrategia competitiva, que abarque inserción eficiente tanto las empresas como en los mercados nacionales como internacionales.

Al respecto, González y Hurtado (2014), basándose en las ideas propuestas por Miles y Snow, formulan el conjunto y unión estratégicas que pueden adoptar las PyMEs como un instrumento para mejorar la competitividad a nivel internacional:

Estrategia exploradora: las empresas realizan transformaciones importantes en materia de productos y mercados, intentando alcanzar el liderazgo en cuanto al desarrollo de nuevos productos, valor agregado, servicios al cliente, entre otros aspectos.

Estrategia analizadora: las empresas mantienen las mismas líneas de productos y mercados, pero comienzan a imitar a otras empresas en el desarrollo de nuevos productos que ya se han lanzado al mercado por parte de las empresas competidoras y, han encontrado una aceptación favorable por parte de los clientes.

Estrategia defensiva: adopta acciones para aquellas organizaciones líderes del mercado. Introduciendo cambios en los bienes y servicios.

Estrategia reactiva: toma decisiones de mercado en función a cambios experimentados en el entorno y sus rivales.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Metodología

La metodología se estructuró sobre la base de un diseño bibliográfico, el cual se define como un plan basado en la literatura, donde los datos empleados como fundamento del proceso investigativo fueron recolectados de diferentes investigaciones.

En esta dirección, inicialmente se procedió a la recopilación de artículos científicos, ubicados en las líneas de investigación en globalización, PyMEs y competitividad empresarial.

La información encontrada a partir del diseño bibliográfico, que resultó de interés para el presente estudio se procesó a través una matriz elaborada en Excel, diseñada siguiendo las orientaciones del docente de la asignatura, e incluyendo los campos relacionados con el título del trabajo referenciado, autores, fecha de publicación, entidad o institución, ámbito o espacio de aplicación, objetivos, metodología, resultados, conclusiones, referencias y ubicación de la información.

La matriz mencionada, permitió identificar las investigaciones relacionadas con el objeto de estudio, los fundamentos teóricos de la investigación, así como los aspectos que pudieran configurarse como nuevos problemas de investigación en el campo de la capacidad empresarial de PyMEs.

Se procede a la elaboración del presente artículo, el cual se ubica en el marco de una investigación de tipo descriptiva.

Tal argumento, en este caso se concreta en la descripción de los principales factores determinantes de la competitividad de las PyMEs en el contexto global.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Resultados

El estudio de Serna y Naranjo, destaca que el 36% de las PyMEs), han introducido innovaciones en el campo de los productos, procesos y la gestión administrativa; mientras que el 26% han invertido en acciones para la investigación y crecimiento.

Por lo tanto, el 25% de las organizaciones estudiadas han establecido vínculos para el desarrollo de las actividades de investigación y desarrollo y, el treinta y ocho por ciento (%) han participado en procesos de transferencia técnica (Serna y Naranjo, 2013).

En relación al uso de las TIC se encontró un incremento en las actividades de investigación y desarrollo propias de la empresa en un 0,35% (Serna y Naranjo, 2013).

Otro Estudio realizado por Marulanda, López y Mejía (2013), revela que los principales obstáculos que enfrentan las Pymes para mejorar sus niveles de competitividad se resumen en:

Restricciones al crédito.

Limitaciones técnicas y competitivas impuestas como resultado de las escalas de producción.

Deficiencias en el campo de infraestructura física.

Ausencia de estímulos para la asociatividad empresarial.

Carencia de directivos con competencias para mejorar la capacidad gerencial.

Dificultad para fortalecer la articulación de las PyMEs, así como con los sistemas de compras estatales.

De otro lado, un estudio realizado por Milesi, Moori, Robert y Yoguel (2007), en el cual se analizan los casos de las PyMEs chilenas, argentinas y colombianas, revela que la

Boletín Económico y de Comercio Internacional

dimensión tecnológica se ha configurado como un factor determinante de la competitividad de las PyMEs en Chile y Argentina; el cual presentan un factor clave en caso de las pequeñas y medianas empresas colombianas.

En cuanto al estudio realizado por Sáenz, Chang, Martínez (2016) se encontró que gran parte de las PyMEs exportadoras en la ciudad de Barranquilla no existe una cultura organizacional definida. Las empresas buscan obtener nuevos desarrollos y lanzar un producto mejor concebido o más eficiente en costos.

Así mismo, un trabajo realizado por Etchebarne y Bustos (2011), muestra como un 81,5% de las empresas analizadas en la Región de Araucanía, realizaron al menos una exportación durante el período 2000-2005. En tal sentido aproximadamente un 62,5% de las organizaciones establecieron relaciones comerciales internacionales con países caracterizados por mentalidades, normas socioculturales y valores similares a los del país de origen. Tales empresas en función de las ventas se ubicaron en un 59,1% en la categoría de PyMEs.

Esta situación revela, que las empresas más pequeñas orientan acciones para exportar hacia mercados más cercanos; mientras que las empresas más grandes instrumentan estrategias de competitividad para cubrir otros mercados localizados más lejos, cuyas características son diferenciadas en cuanto a mentalidades, normas socioculturales, valores y principios.

A los aspectos discutidos, los resultados obtenidos por Romero (2006) muestran que los estudios empíricos coinciden en señalar las condiciones del entorno económico como un factor estratégico para estimular la conformación de PyMEs y fortalecer las existentes.

Boletín Económico y de Comercio Internacional

En consecuencia, un ambiente socioeconómico de fomento a la actividad productiva, especialmente hacia las actividades innovadoras, se configura como una línea de política estratégica relevante para el incentivo del sector empresarial.

En síntesis, un entorno empresarial adecuado contribuye con la conformación de nuevas empresas, así como a la adopción de estrategias para el alcance de la competitividad, concretadas en el estímulo del crecimiento de la empresa, la innovación, la internacionalización y conformación de redes, entre otros aspectos.

Discusión

Los resultados encontrados por Gálves y García (2012), revelan que la innovación realizada en el campo de los productos, que abarca las transformaciones o mejoras incorporadas en los bienes físicos y servicios intangibles; así como la comercialización de nuevos productos, induce en las PyMEs a un mejoramiento en los niveles de rendimientos precisados en:

Incrementos en la eficiencia interna de la organización expresada en los términos de calidad de los bienes y servicios, transformación de los procesos operativos internos, así como el mejoramiento de las funciones desempeñadas por el recurso humano.

Mejoramiento de los servicios prestados al cliente, lo cual se precisa en la satisfacción de las demandas de manera oportuna, el posicionamiento de la imagen de las organizaciones en el mercado, así como de los bienes y servicios comercializados.

Mejoramiento en el rendimiento general de la empresa, lo cual se manifiesta en el desempeño de la empresa tanto en la productividad como en ventas de los bienes y servicios,

Boletín Económico y de Comercio Internacional

como en la gestión tecnológica, las actividades investigación y desarrollo, la innovación, entre otros aspectos.

De otro lado, en cuanto a los efectos de la innovación en procesos sobre los rendimientos, Gálves y García (2012) exponen que cuando las PyMEs introducen mejoras en los procesos productivos o adquieren nuevos equipos, se induce un mejoramiento en el desempeño de las organizaciones evidenciados a partir de los siguientes aspectos:

Satisfacción de los clientes, rapidez de la organización para adaptarse, posicionamiento de la imagen de la empresa, así como de sus productos o servicios.

Incremento de la cuota de mercado de las organizaciones, mejoramiento de los niveles de rentabilidad y productividad, así como el rendimiento global.

Finalmente, en el estudio de Gálves y García (2012), en cuanto a la incidencia de los años de funcionamiento de las PyMEs en la innovación, se encontró que estas organizaciones tienen mucho tiempo en funcionamiento, el cual contribuyen directamente con el mejoramiento en su eficiencia interna, expresada en bienes y servicios, la transformación de los procesos operativos internos; así como los cambios gestados a nivel de la organización en las funciones y tareas desempeñadas por el personal.

En esta orientación los resultados encontrados por Milesi, Moori, Robert y Yoguel (2007), demuestran que las diferencias encontradas en cuanto a los factores que han inducido la exportación de bienes y servicios por parte de las PyMEs localizadas en Argentina, Chile y Colombia, puede tener sus fundamentos en las diversas líneas productivas y comerciales de los países analizados, pues por ejemplo por razones de competitividad en Chile, las PyMEs han orientado acciones para especializarse en la producción de alimentos, encontrando que las

Boletín Económico y de Comercio Internacional

exportaciones a cuales pertenece las Pymes chilenas se conforman de alimentos; mientras que el caso Colombia las PyMEs se han especializado en la producción de artículos de piel, prendas; en Argentina, estas organizaciones tienen importantes niveles de producción en lo que se refiere a bienes alimentarios, químicos y metalmecánicos.

Conclusiones

Desde hace algunas décadas, se viene observando el creciente papel que tienen las PyMEs en el impulso del crecimiento económico y social.

Este papel, se ha incrementado como consecuencia de la globalización, entendida como un proceso multidimensional orientado básicamente hacia la introducción de un conjunto de transformaciones en el campo social, económico, político e institucional que han afectado el funcionamiento de la economía mundial en conjunto (**Londoño, Vélez y Rojas, 2015**).

Entre las características de los mercados globales que conforman el contexto donde se desempeñan las empresas, incluidas las PYMES se encuentran: apertura económica, libre flujo de capitales, fortalecimiento de las TIC, internacionalización de la economía, entre otros aspectos (Cardona, 2010).

En tal sentido, a partir del desarrollo de esta investigación se preciaron la capacidad de las PyMEs de insertarse y posicionarse en mercados globalizados destacando:

La competencia de estas organizaciones, para afrontar cambios tecnológicos y asegurara con criterios de eficiencia y eficacia. Ante esta situación, la respuesta de las PyMEs se precisa en la adopción de innovaciones en productos y procesos, las cuales permiten mejora

Boletín Económico y de Comercio Internacional

en la recuperación en el mercado, colocar productos nuevos y líneas de estos, así como la inversión, innovación para iniciar nuevos propósitos.

Las PyMEs presentan un tamaño adecuado para adaptarse con facilidad a los cambios tecnológicos inducidos por la adopción de las TIC, tanto a nivel de la producción, como de la gestión empresarial.

En la medida que las PyMEs conforman organizaciones sociales de carácter asociativo y cooperativo, obtienen ventajas competitivas.

No obstante se encuentra determinada por un conjunto de factores entre los que se precisan: las características y condiciones de funcionamiento de la economía interna, la internacionalización de la economía, el financiamiento, los recursos de infraestructura que conforman el potencial de desarrollo, la gestión administrativa, la inversión en la capacitación del recurso humano, así como en actividades de innovación y desarrollo tecnológico.

De este modo, a partir de la innovación, las PyMES alcanzan posicionarse competitivamente en los mercados en la medida que generan nuevas tecnologías, reducen los costos de producción, crean nuevos productos, agregan valor a los bienes y servicios, incorporan nuevos servicios al cliente, entre otros aspectos.

Bibliografía

Agio, C.; Milesi, D. (2008). Éxito exportador, innovación e impacto social Un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericanas. *OpenAire, Banco Interamericano de Desarrollo*. Consultado:10/10/2016. Disponible:

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1837390>

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Becerra, F.; Serna, H.; Naranjo, J. (2013). Redes empresariales locales, investigación y desarrollo e innovación en la empresa. Cluster de herramientas de Caldas, Colombia. *ScienceDirect. Estudios Gerenciales* (29), 247-257. Consultado: 12/10/2016. Disponible: <http://www.elsevier.es/es-revista-estudios-gerenciales-354-articulo-redes-empresariales-locales-investigacion-desarrollo-S0123592313000156?redirectNew=true>

Bermúdez, J.; Gutiérrez, O. (2012). Las prácticas de innovación en las PYMES Boyacenses. *Portal de revistas UPTC. Apuntes Cenes* (54) 31, 162-199. Consultado: 10/10/16 Disponible: <http://revistas.uptc.edu.co/revistas/index.php/cenes/article/view/18/19>

Cardona, R. (2010). Planificación financiera en las pyme exportadoras Caso de Antioquia, Colombia. *Redalyc, Administer* (16), 50-74. Consultado: 08/10/2016 Disponible: <file:///C:/Users/ligia/Downloads/184-519-1-PB.pdf>

Escandón, M.; Hurtado, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de la Pymes en Colombia. *ProQuest, Estudios Gerenciales* (30) 133, 430-440. Consultado: 13/10/2016. Disponible: <http://bdbiblioteca.ufps.edu.co:2057/docview/1544215705/F8022B6263C74736PQ/5?accountid=43636>

Estrella, R.; Jiménez, D.; Ruiz, J.; Sánchez, M. (2012) ¿Cómo compiten las PyMEs en los mercados internacionales? Análisis de un clúster local con vocación exportadora. *ScienceDirect, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. (18)1, 87-99. Consultado: 18/10/2016. Disponible: <http://www.redalyc.org/pdf/2741/274122831005.pdf>

Galán, L.; Giusti, E.; Nobile, C.; Mollo, G. (2007). El impacto de la globalización en las PyMEs medido a través de su actividad exportadora. Las PYMES de la región este de la

Boletín Económico y de Comercio Internacional

provincia de Buenos Aires. VIII Congreso Nacional e Internacional de Administración. Universidad de la Plata, facultad de Ciencias Económicas, *OpenAire. Instituto de Investigaciones Administrativas*. Consultado: 12/10/2016. Disponible: http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/doc_trab_7.pdf

González, C.; Hurtado, A. (2014). Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: un análisis empírico en las MIPYMES colombianas. *ScienceDirect, Estudios Gerenciales* (30), 277-286. Consultado: 13/10/2016 Disponible: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314000941

Hernández, A.; Marulanda, C. (2016). Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de pymes en Colombia. *Scielo, Información tecnológica* (25) 2, 111-122. Consultado: 10/10/2016 Disponible: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642014000200013>

Londoño, A.; Vélez, O.; Rojas, J. (2015). Evaluación del grado de preparación para asumir el reto de la internacionalización de las pymes desde un enfoque integrador de las capacidades dinámicas y la gestión del conocimiento. *Google Académico, Espacios* (36) 7. Consultado:12/10/2016. Disponible: <http://www.revistaespacios.com/a15v36n07/15360716.html>

Marulanda, C.; López, M.; Mejía, M. (2013). Análisis de la gestión del Conocimiento en pymes de Colombia *Dialnet, Gerencia Tecnológica Informa* (12) 33, 33-43. Consultado: 12/10/2016. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4546794.pd>

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Martínez, P. (2009). Proceso del desarrollo exportador de la PYME Colombiana. *Dialnet, Cuadernos de Gestión* (9) 1, 47-65. Consultado: 08/10/2016 Disponible: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274320570003>

Milesi, D.; Moori, V.; Robert, V.; Yoguel, G. (2007). Desarrollo de ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia. *Dialnet, Revista de la CEPAL* (92), 25-43. Consultado: 05/10/2016 Disponible: www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2014/03/desarrollo_deventajas.pdf

OCDE; CEPAL. (2012). Perspectivas económicas de América Latina 2013: Políticas de PYMES para el cambio estructural. *Informe institucional OCDE*, Disponible en: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/1463-perspectivas-economicas-de-america-latina-2013-politicas-de-pymes-para-el-cambio>

Prokopenko, J. (1998). Globalización, y estrategias de productividad. *Dialnet, Boletín Cinterfor* (143), 33-70. Consultado: 25/10/2016 Disponible: https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_articulo/bol4.pdf

Restrepo, J.; Vanegas, J. López. (2015). Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa. *ScienceDirect Contaduría y Administración* (60)4, 836-863. 05/10/2016 Disponible: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000315>

Romero, I. (2006). Las PYME en la economía global. Hacia una estrategia de fomento empresarial. *Google Académico, Problemas del desarrollo* (37) 146, 31-50. Consultado: 18/10/2016. Disponible: <http://www.ejournal.unam.mx/pde/pde146/PDE14603.pdf>

Boletín Económico y de Comercio Internacional

Saénez, D.; Chang, E.; Martínez, J. (2016). El impacto de la cultura organizacional sobre la estrategia competitiva y su influencia en el desempeño exportador de las PYMES Barranquilla, Colombia. *Dialnet, Cultura organizacional* (10) 2, 7-16. 08/10/2016 Disponible: [file:///C:/Users/ligia/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/ligia/Downloads/Dialnet-ElImpactoDeLaCulturaOrganizacionalSobreLaEstrategi-5604235.pdf)

[ElImpactoDeLaCulturaOrganizacionalSobreLaEstrategi-5604235.pdf](file:///C:/Users/ligia/Downloads/Dialnet-ElImpactoDeLaCulturaOrganizacionalSobreLaEstrategi-5604235.pdf)

Santamaría, A; Pertuz, A. (2014). Certificación de la calidad ISO 9001: Clave del mejoramiento del desempeño empresarial. *Redib, Panorama Económico* (21), 191-213. Consultado: 10/10/2016 Disponible: <file:///C:/Users/ligia/Downloads/820-1652-1-SM.pdf>

Toro, J.; Palomo, R. (2014). Análisis del riesgo financiero en las PYMES – estudio de caso aplicado a la ciudad de Manizales. *Redib, Revista Lasallista de Investigación* (11) 2, 78,88. Consultado: 10/10/2016 Disponible: <http://www.redalyc.org/pdf/695/69539788010.pdf>