

**UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA**



**¿SON SUFICIENTES LOS MECANISMOS DE INTERNACIONALIZACIÓN
OFRECIDOS POR EL GOBIERNO A LAS PYME COLOMBIANAS?**

YENNY ALEXANDRA PEREZ BONILLA

ENSAYO

**Profesor
Cesar Bernal
Docente Seminario de Grado**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS- DIRECCIÓN DE POSGRADOS
BOGOTÁ DC
2011**

ENSAYO

¿SON SUFICIENTES LOS MECANISMOS DE INTERNACIONALIZACIÓN OFRECIDOS POR EL GOBIERNO A LAS PYME COLOMBIANAS?

YENNY ALEXANDRA PEREZ BONILLA*

RESUMEN

Las PYME son en el mundo quizás la forma asociativa más común, son empresas conformadas por grupos pequeños, que en poco tiempo han logrado tener incidencia en el panorama empresarial de un país; por ser grandes generadoras de empleo, por su productividad, por la cantidad de sectores económicos en los que participan y por el valor agregado que ofrecen en sus productos, lo cual los hacen atractivos para el mercado nacional e internacional. Hoy el tema de la globalización y una economía de apertura que cobija a todos los países del mundo desde los desarrollados hasta los emergentes, hacen necesario pensar en la internacionalización de las empresas. Las PYME se convierten entonces en el potencial que se debe explotar y apoyar buscando su crecimiento productivo, económico, y competitivo a nivel mundial, logrando así que sean mayores generadoras de divisas para un país. Los gobiernos nacionales e internacionales son conscientes de la necesidad y como consecuencia han desarrollado programas de apoyo para la iniciación, desarrollo y seguimiento en la práctica exportadora de las compañías; lo difícil hasta el momento ha sido la concientización de los empresarios para que vean la internacionalización como una necesidad y una oportunidad atractiva.

PALABRAS CLAVE

PYME, Internacionalización, Globalización, Programas de Apoyo, Dificultades de Internacionalización, Gobierno

ABSTRAC

PYME are in the world perhaps the most common form of association, are companies formed by small groups, in a short time have managed to have an impact on the business landscape of a country; to be great generators of employment, productivity, the amount of economic sectors involved and the added value they offer in their products, which make them attractive for domestic and international markets.

*Profesional en Contaduría Pública, ensayo realizado para obtener el Título en Especialista en Comercio Internacional que otorga la Universidad Militar Nueva Granada – Octubre de 2011.

Today the topic of globalization and open economy which is home to all countries of the world from the developed to the emerging they need to think about the internationalization of enterprises. PYME are then converted into the potential to be exploited and seeking their support productivity growth, economic and globally competitive, thus they are major generators of foreign currency for a country. National and international governments are aware of the need and consequently have developed programs to support the initiation, development and monitoring in practice exporting companies; the difficulty so far has been the awareness of employers to see the internationalization as a need and an attractive opportunity.

KEY WORDS

PYME, Internationalization, Globalization, Support Programs, Challenges of Internationalization, Government

INTRODUCCIÓN

La globalización es un proceso que avanza a grandes pasos e incluirá a todos los países del planeta, en todos los campos, especialmente el económico. Es indispensable que cada país pueda contar con las herramientas necesarias para asumir con eficiencia y eficacia su nuevo papel en el contexto internacional, participando activamente en él.

Las buenas relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial y cultural; a nivel mundial es primordial hoy en día para el logro del desarrollo integral de las naciones. En la actualidad no existe una sola nación que pueda considerarse autosuficiente y que no necesite del apoyo de los demás países, un ejemplo de esto son los países desarrollados, puesto que para subsistir necesitan de algunos recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen dichas necesidades y carencias en otros.

La estructura económica de los países, especialmente en América Latina está conformada en su mayoría por pequeñas y medianas empresas PYME que son el eje fundamental de la actividad económica; alrededor de ellas se debe crear un entorno empresarial dinámico, donde las empresas crezcan e innoven y se conviertan en los motores que impulsen la creación de nuevos empleos.

Colombia sufrió transformaciones a partir del modelo de apertura económica implementado con la constitución del 1991, una de las más importantes fue el cambio en la composición de la balanza comercial, que siempre había estado compuesta por las exportaciones tradicionales como café, petróleo, ferro-níquel y carbón que eran realizadas por grandes compañías; poco a poco han sido complementadas por productos como textiles, alimentos, imprentas, editoriales, químicos, confecciones,

calzado entre otros bienes los cuales son exportados hoy en día por las pequeñas y medianas empresas PYME.

En Colombia las pequeñas y medianas empresas PYME constituyen la principal fuente de generación de empleo, y son parte fundamental del sistema económico, estimulan la economía y tienen una gran responsabilidad social al intervenir en la disminución de los indicadores de pobreza y desempleo, por ello el gobierno a través de diferentes instituciones como la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias (ACOPI), Proexport, Bancoldex y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo trabajan en diferentes programas para establecer e incrementar sus fortalezas e identificar y corregir sus debilidades.

Los cambios que ocasionan la internacionalización son generados por la apertura económica de los países, los cuales motivan e incentivan la comercialización entre unos y otros; en muchas ocasiones los empresarios se muestran asépticos a estos cambios y esto es lo que genera que muchas compañías quiebren y/o pierdan oportunidades de negocios etc.

Por este motivo la preocupación de las entidades que prestan apoyo a las compañías no solo buscan prestar asesoría económica sino más bien una asesoría integral que ayude a cambiar las actitudes negativas que presentan muchos empresarios y a cultivar aquellas positivas de otros.

Con el fin de fortalecer las PYME, en los últimos años ha evolucionado de una forma significativa los programas ofrecidos por estas entidades, destacándose en los resultados de algunos de estos programas un aumento en la producción de bienes y servicios, pero en la mayoría de los casos también un incrementó en el nivel de endeudamiento, principalmente con los proveedores, debido a un aumento en la demanda de materias primas e insumos, lo cual no ha permitido que estas empresas manejen un flujo de caja adecuado.

Es claro que las PYME necesitan flujo de efectivo para lograr la internacionalización es por esto que las deudas con el sector financiero aumentaron pero no el mismo porcentaje que la de los proveedores, debido a que el sistema crediticio no tiene todavía la suficiente confianza en la capacidad de pago de las PYME impidiendo a esta expandir su planta de trabajo y poder aumentar la producción, indispensable para consolidarse en el mercado interno y poder abrirse a mercados externos.

Las PYME exportadoras colombianas han sido por largo tiempo dejadas de lado y no han tenido un verdadero y adecuado apoyo en su internacionalización, pero los tiempos están cambiando y nuevas orientaciones y cambios de rumbo en las políticas del gobierno están permitiendo que estas empresas puedan cumplir con el rol clave que les corresponde como estimuladoras de empleo y generadoras de divisas.

Por todos estos motivos el presente ensayo tiene como objetivo analizar cuál es la situación actual de las PYME en Colombia, como ha evolucionado su proceso de internacionalización, conocer el apoyo ofrecido por el gobierno y observar a groso modo los programas de apoyo internacional a las PYME a nivel mundial y de esta manera poder concluir si estos programas cumplen con los propósitos con que fueron concebidos y si son suficientes para lograr la internacionalización.

Para el desarrollo de este tema primero se hará un análisis sobre la internacionalización, causa y efectos; luego el comportamiento legal de las PYME en Colombia, los organismos especializados en prestar ayuda a los empresarios, los organismos internacionales que cumplen las mismas funciones y por último un breve resumen de algunos de los programas ofrecidos para la internacionalización de las PYME por la Unión Europea, Colombia, México y Argentina.

Hoy las PYME presentan muchas deficiencias que las hacen vulnerables destacándose entre otras:

- ✓ La capacidad y potencial subutilizado,
- ✓ Falta de tecnología,
- ✓ Deficiencia en los procesos de producción y mercados,
- ✓ Dificultad en el acceso a mercado de capitales y el crédito a largo plazo,
- ✓ Rechazo por parte de la banca,
- ✓ Estructuras organizacionales de carácter familiar sin proyección para evolucionar a otras formas asociativas
- ✓ Y la no orientación al mercado de exportaciones

Sin embargo y a pesar de estas dificultades las empresas están aplicando mecanismos para afrontar el reto que conlleva la internacionalización.

De igual manera los empresarios deben tener en cuenta que los tratados de libre comercio que se han firmado y se propone firmar el gobierno con diferentes países, además de significar una mayor competencia para las PYME y más oportunidades de desarrollo, representa un cambio de visión en cuanto a tecnología, costos, materias primas y mercados nacionales e internacionales, para lo cual deben prepararse a través de su participación en programas de capacitación y actualización, considerando que son inversiones que valen la pena para el crecimiento de sus negocios.

LA INTERNACIONALIZACION - MECANISMOS Y SU APLICACIÓN A LAS PYME EN COLOMBIA Y CUALQUIER PARTE DEL MUNDO

El mundo hoy no se detiene, las comunicaciones, el medio ambiente, la política, las costumbres y por supuesto la economía cambian a cada segundo, las personas que habitan el planeta son más exigentes, cada vez que satisfacen necesidades aparecen muchas más; es por este motivo que en todo momento debe haber alguien pensando

en el cómo suplir esas necesidades y/o en el cómo hacer que los productos innovadores que salen al mercado se vuelvan una necesidad.

Debido a la exigencia de los consumidores, se crea la obligación que las empresas en cabeza de sus gerentes, se vean en la obligación de pensar en un mercado al cual satisfacer, teniendo en cuenta las expectativas a alcanzar, con la producción de bienes y/o servicios de alta calidad que le admitan sostener a sus clientes y atraer muchos más.

La internacionalización de la empresa definida por Villarreal (2005) es una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, basado en un conocimiento aumentativo.

Pero la internacionalización no nace de la nada, existen causas que conducen a este proceso; que motivan a entrar y permanecer en los mercados exteriores en cualquier parte del mundo teniendo incidencia directa sobre las PYME estas causas son las siguientes: Equipo de Investigación Universidad de Vigo (2001)

- ✓ Saturación del mercado interno del país de origen - En los países occidentales, hay mercados de ciertos productos que están llegando a saturarse, inclusive algunos de ellos ya han llegado a ese estado. Principalmente, la baja tasa de crecimiento de la población hace pensar que la demanda no crecerá al ritmo deseado, por lo que muchas empresas están buscando nuevos mercados para sus productos.
- ✓ Enfrentamiento a nuevos mercados procedentes del exterior - Algunas empresas emprenden la salida al exterior como reacción ante el ataque de un competidor internacional que amenaza su posición local y causa estragos en su flujo de caja.
- ✓ Búsqueda de mercados menos competitivos o en una etapa diferente del ciclo de vida del producto y/o servicio - Es el caso de un producto que en su país de origen ha llegado a la fase de madurez, se enfrenta a muchos competidores y la tasa de crecimiento del mercado es muy baja. Ante esta situación le resulta conveniente exportar a otros países donde el producto aún no sea muy conocido.
- ✓ Aparición de nuevos mercados sumamente atractivos - El sudeste asiático se ha ido convirtiendo progresivamente en una zona con fuerte empuje tanto desde el lado de la oferta como desde el de la demanda. Durante los años 80, las economías que crecieron más rápidamente fueron las de Corea del Sur, Singapur, Malasia, Tailandia, Hong Kong y Taiwán. Esta fuerza que surge del Pacífico es al mismo tiempo una promesa y una amenaza para los comerciantes internacionales occidentales.

- ✓ Incentivos gubernamentales y déficit comercial - Actualmente, hay numerosos países con un alto déficit comercial lo cual obliga a sus gobiernos a incentivar las exportaciones con el objetivo de obtener divisas para comprar lo que necesita el país y que no está en su interior.
- ✓ Búsqueda de mercados más amplios y aprovechar las economías de escala - Un número importante de industrias está sufriendo cambios profundos en todas sus estructuras, como consecuencia, de los avances tecnológicos. Esto provoca modificaciones en la dimensión óptima del tamaño de muchas empresas, quienes se ven necesitadas de buscar más compradores para sus productos, con el objetivo de alcanzar el tamaño mínimo eficiente y encontrar la posibilidad de distribuir los costos sobre una base mayor.
- ✓ Diversificación del riesgo de operar en un mismo mercado - Es posible que el país de origen pueda estar expuesto a diversas circunstancias económicas, políticas, financieras, demográficas, etc. que promuevan la necesidad de internacionalizarse.
- ✓ Seguimiento a un importante cliente en su aventura internacional - Para aquellas empresas cuyo negocio está concentrado a un reducido número de grandes clientes, la decisión de volverse internacional ocurre cuando uno de sus clientes claves decide entrar en mercados extranjeros.
- ✓ Búsqueda de fácil acceso a avances tecnológicos y materias primas – el fácil acceso a la materia prima y evitar los grandes costos de transporte de la misma, y la fuerza de trabajo más barata.
- ✓ Y por último correspondiendo a lo citado por el Equipo de Investigación Universidad de Vigo (2001) La vocación internacional de sus directivos - La misma viene dada por la tendencia que tengan los directivos empresariales para abrirse a nuevos mercados. Esta vocación suele venir cuando los empresarios tienen una experiencia agradable en países exteriores, dominan idiomas, han estudiado o realizado algún curso en el extranjero, etc.

Por otra parte de acuerdo a lo mencionado por Benítez (2009) las causas que forjan el proceso de internacionalización de la empresa son el crecimiento de los precios en dólares de las mercancías a nivel mundial, debido al aumento del precio de los productos básicos y las variaciones del tipo de cambio, crecimiento de los productos manufacturados, aumento constante de la inversión directa en el exterior, transferencia internacional de tecnología, incremento progresivo de los movimientos internacionales de capitales y la creciente significación económica de la cooperación internacional.

Comparando lo mencionado por el Equipo de Investigación Universidad de Vigo y Benítez, se puede inferir que las causa del proceso de internacionalización de la

economía para los dos autores son muy similares impactando principalmente la inversión extranjera realizada por los distintos países en un mercado nacional y los avances tecnológicos que cada día crecen a pasos agigantados.

Hoy la internacionalización de una empresa implica gastos, y para compensar los mismos, hay que agregar valor a la empresa. La meta de una empresa al ser internacional, debe ser obtener ventajas competitivas que le permitan superar a la competencia. La mayoría de las empresas especialmente las PYME que se deciden a internacionalizarse adoptan el esquema de prueba y error.

Desde lo dicho por Canals (1996) ser internacional resulta costoso, porque el objetivo no es ser más grande sino mejor. Para empezar la decisión sobre qué y cuántos mercados abordar, cómo entrar en ellos, el tipo de organización a adoptar allí, son decisiones importantes que requieren de análisis rigurosos de índole estratégica.

Según Canals un gran número de empresas encaran la internacionalización como una manera de crecer, sin percatarse que vender en el exterior puede disminuir sus utilidades e implicar riesgos que no se corren en el mercado nacional.

Por lo tanto se puede deducir que el tomar esta decisión de internacionalización debe realizarse con un alto grado de responsabilidad y planificación, para que la empresa tenga alguna ventaja sobre sus competidores en el país receptor, para contrarrestar los inconvenientes de producir en un medio poco conocido, debe ser más beneficioso para la empresa internalizar las ventajas que externalizarlas ya sea por la dificultad en la fijación de precios, por el deseo de ocultar información específica sobre un determinado producto, proteger su calidad, o evitar la intervención del gobierno en forma de aranceles, impuestos, etc.

En consecuencia es imposible negarse, la posibilidad en algunos casos, en otros la necesidad y en muchos la obligación de internacionalizarse; pues el mundo cambia y este proceso es algo inevitable, según los tres actores analizados coinciden con las causas, motivos y consecuencias de la internacionalización.

Y los gobernantes de los países son cada vez más conscientes de esta situación motivo por el cual se preocupan y a través de sus entidades gubernamentales, no gubernamentales, aliados y organismos internacionales; en brindarle apoyo a los empresarios para que cada país no quede fuera de este proceso de internacionalización.

Las PYME en Colombia y en el mundo cada día buscan ser más ambiciosas y es por esto que hoy sus administradores piensan en la posibilidad y necesidad de la internacionalización de la empresa.

En Colombia la Ley 590 de (2000) y la ley 905 de (2004) definen la conformación y el fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (PYME); según estas leyes las empresas se clasifican así:

- ✓ Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes
- ✓ Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- ✓ Mediana Empresa: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Los principales sectores en los que se ha constituido este tipo de sociedades son: alimentos, cuero y calzado, muebles y madera, textil y confecciones, artes gráficas, plástico y químico, metalúrgico y metalmecánico, autopartes y minerales no metálicos.

Según el reporte del DANE (2009) a través de los resultados de “La Encuesta Anual Manufacturera” el aporte de las PYME micro, pequeña y mediana empresa solamente en el sector industrial tiene una gran incidencia en el panorama empresarial, representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado siendo más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social.

Según los datos de la ACOPI (Asociación Colombiana de Pyme) 2010, la distribución geográfica se encuentra en los cuatro (4) principales centros productivos del país: Cundinamarca–Bogotá, Antioquia, Valle y Atlántico

Por lo tanto se puede inferir que en Colombia las PYME en la actualidad son el motor que mueve la economía nacional, son potenciales generadoras de ingresos, de empleo e innovación y en su gran mayoría la conformación familiar bien utilizada les permite ofrecer al mercado productos realizados con un alto grado de excelencia, responsabilidad y calidad.

En Colombia durante los últimos 10 años se ha fortalecido el apoyo que el gobierno brinda a las compañías nacionales para que cumplan su objetivo de internacionalización, cobertura y expansión al mundo, para cumplir con este objetivo ha dispuesto de entes especializados en el tema como lo son:

- ✓ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- ✓ Proexport
- ✓ Bancoldex
- ✓ Fiducoldex
- ✓ DIAN
- ✓ Banco de la República
- ✓ Superintendencia de Industria y Comercio, de sociedades

- ✓ ICONTEC
- ✓ Fondo Nacional de Garantías,
- ✓ Cámaras de Comercio, entre otros

De los cuales el más especializado es Proexport que es la entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales colombianas ayudando a los principiantes en el tema de exportación. Esta entidad brinda apoyo y asesoría en todo tipo de actividades de mercadeo internacional, mediante servicios dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia exportadora, buscando la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios. Proexport Colombia (2011)

Entre sus actividades principales se encuentra la de promover la inserción efectiva de las empresas colombianas en los mercados internacionales y fomentar la realización de negocios internacionales a través de: Identificación de oportunidades de mercado, diseño de estrategias de penetración de mercados, internacionalización de las empresas, acompañamiento en el diseño de planes de acción, contacto entre empresarios tanto en actividades de promoción comercial como de inversión, servicios especializados a empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos.

Por su parte las demás entidades a diario dirigen capacitación especializada a los empresarios colombianos con el fin de instruirlos para conocer el mercado internacional y que manejen en su empresa aspectos importantes como la estrategia de mercado, calidad de producto y estándares internacionales de calidad y seguridad, normas ISO, políticas de negociación, financiamiento nacional e internacional, entre otros.

En la actualidad Colombia tiene acuerdos vigentes con CARICOM, CAN, MERCOSUR, CHILE, CANADA, EFTA, Grupo de los Tres, Salvador, Guatemala y Honduras; acuerdos suscritos con Estados Unidos, EFTA, Unión Europea y acuerdos en negociación con Corea, Panamá y Turquía. Lo cual demuestra que el gobierno colombiano y sus políticas de comercio exterior han avanzado y cada día buscan que el país tenga mejores y más atractivos mercados, brindando la posibilidad de llegar a ellos con mejores posibilidades de competitividad. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2011)

En Colombia de acuerdo a lo citado por Puyana (2008) el estado colombiano desde el año 2007 con el objetivo de duplicar y diversificar las exportaciones de productos no tradicionales, ha elaborado el plan estratégico exportador, el programa Expopyme, diseñado y coordinado por Proexport Colombia, el cual tiene por objetivo promover la posición exitosa y permanente de las exportaciones de las PYME y su adaptación a las exigencias de la economía mundial.

De igual manera las Cámaras de Comercio del país y especial la de Bogotá en los últimos años ha diseñado programas ofrecidos a las PYME para fortalecer su formación, sostenibilidad, prosperidad en el mercado nacional y en muchos casos

incentivar a los empresarios a un mercado más ambicioso y que requiere de mayor preparación.

Entre los programas ofrecidos por las Cámaras de Comercio Bogotá (2011) se encuentran los centros de emprendimiento Bogotá emprende; soluciones financieras; Bogotá exporta-internacional que busca brindar orientación en temas de estadísticas de comercio exterior, información en procesos como; incoterms, costeo DFI, plan vallejo, requisitos de importación y exportación, condiciones arancelarias, entre otros; promoción de negocios nacionales e internacionales a través de la realización de ferias, ruedas de negocios, citas de negocios, vitrinas comerciales; responsabilidad social; Bogotá innova con el propósito de posicionar internacionalmente la identidad y características del diseño de los productos y servicios de las empresas, a la luz de las tendencias globales y locales sobre el comportamiento del consumidor.

Por otra parte así como en Colombia el estado se preocupa por el proceso de internacionalización de las PYME, en el resto del mundo sucede de igual manera por esto, las herramientas que ofrece los organismos mundiales para la internacionalización, están desarrolladas por los organismos de control y apoyo al comercio internacional a nivel mundial los cuales están dispuestos a brindar ayuda a países miembros y asesoramiento a los no miembros, estas entidades son:

- ✓ La Organización Mundial del Comercio (OMC)
- ✓ Banco Mundial,
- ✓ El ITC (International Trade Center)
- ✓ UNCTAD, (Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo)
- ✓ Fondo Monetario Internacional (FMI)
- ✓ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)
- ✓ Naciones Unidas, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)
- ✓ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

Estas organizaciones entre sus objetivos principales tienen los de equilibrar el comercio entre los países, promover el comercio internacional, incentivar la comercialización entre las naciones, supervisar que se lleve a cabo un comercio justo, tratar de arreglar problemas comerciales que existen entre los países, aplicar sanciones a los países que hagan comercio desleal, entre otras.

En la actualidad todos los países del mundo y asombrosamente los más desarrollados buscan brindar apoyo a las PYME, ya que son consistes de esta necesidad; y es el caso de la Unión Europea que desde el 2008 realizo una investigación en la cual identifico los puntos clave para prestar ayuda a las PYME y a los cuales les ha prestado bastante atención; entre ellos se encuentran: Comisión Europea (2008)

La sensibilización a las PYME a la internacionalización, la información de alto valor añadido, los programas de desarrollo de los recursos humanos, apoyo a las necesidades financieras de la internacionalización, promoción de las redes empresariales, apoyo a la internacionalización de los servicios, utilización de la internacionalización para aumentar la competitividad, apoyo personalizado y zonas fronterizas y cooperación transfronteriza.

La unión europea según lo citado por la Comisión Europea, el principal criterio utilizado para la selección del apoyo en cada una de las áreas, era la capacidad de productividad del programa y con esto se decidía apoyar a las PYME solucionando eficazmente uno o varios de los problemas resaltados en dicho ámbito. Además, la práctica o el programa a patrocinar tenían que estar en funcionamiento, ser operativo y debía ser fácilmente transferible.

Entre los programas que se decidió brindar por parte de la Comisión Europea se encuentran los siguientes: Comisión Europea (2008)

- ✓ Distribución de información sobre servicios e instrumentos de internacionalización coordinado por la Confederación de Industrias Finlandesas EK y los Centros de Empleo y Desarrollo Económico (Centros TE) en cooperación con las Cámaras de Comercio y la Federación de Empresas Finlandesas el cual tiene como objetivo proporcionar un concepto y una plataforma para organizar actos en los que se distribuye información referente a servicios e instrumentos de internacionalización.
- ✓ Centros de Desarrollo Empresarial y Tecnológico - Red C.E.TE.DE el cual tiene como objetivo aumentar la sensibilización, suministrar información y ayuda organizativa con respecto a las actividades de exportación de bienes y servicios en coordinación y cooperación con el Comité Griego de Comercio Exterior.
- ✓ BusinessInfo.cz — Portal para las actividades empresariales y la exportación el cual es el portal BusinessInfo.cz que se ha diseñado teniendo en cuenta que está dirigido principalmente a las empresas PYME donde se puede encontrar la información necesaria para crear una empresa e internacionalizarla, está dirigido por la República Checa.
- ✓ Oportunidades de negocio que son Programas que apoyan la relación entre empresas y se puso en marcha con el objetivo de simplificar el acceso de los empresarios a la información sobre nuevas oportunidades de negocio/de exportación y la internacionalización de servicios.
- ✓ Cámaras de Comercio Exterior Alemanas (AHK) las cuales brindan Información sobre mercados extranjeros a escala mundial. Los servicios de estas instituciones incluyen información sobre normativa de importación y exportación, derechos de aduana, condiciones para la inversión en el extranjero, normativa

monetaria, oportunidades de mercado y estrategias de comercialización para empresas alemanas. Aconsejan a las empresas sobre el terreno y las ayudan a establecer contactos empresariales internacionales.

- ✓ La Cooperación transfronteriza y establecimiento de redes en el ámbito de los servicios de información «b2fair»—www.b2fair.com es un instrumento de apoyo en el campo de la cooperación y de la relación entre empresas. Abarca las PYME de toda Europa y está abierto a todos los países. Ofrece la posibilidad de comprobar el perfil de empresa, preparar los encuentros, acompañar a las PYME a ferias comerciales y suministrarles cabinas, intérpretes y otros servicios. (Red de socios «b2fair») es administrado por el Euro Info Centre (EIC) de Stuttgart (Alemania) y por el Euro Info Centre de Luxemburgo y fue iniciado por la Comisión Europea.
- ✓ Programa regional para promover la exportación e internacionalización de las PYME que es más un programa de formación para las PYME que tienen potencial y capacidad de aumentar su competitividad mundial a través de la innovación y de la internacionalización. Es un programa de desarrollo empresarial donde las empresas participan en un proceso de desarrollo de 12 a 14 meses. Innovation Norway concede apoyo financiero a las empresas para proyectos de desarrollo empresarial.
- ✓ Programa Globaali de evaluación y desarrollo de las PYME — Servicio experto de marca que apoya la internacionalización de las PYME finlandesas en la evaluación y desarrollo a nivel nacional destinado a analizar el estado de preparación de las PYME para la internacionalización, las medidas que deben tomarse, el personal clave que se encargara del proceso, y los calendarios y recursos financieros necesarios para el proyecto.
- ✓ También ofrece Programas de apoyo para titulados como INOV Contacto que es una Medida estructural económica que aspira a formar recursos humanos cualificados para ayudar a las empresas a competir en la economía global. Ya que el éxito competitivo de las empresas en cualquier proceso de internacionalización también implica un compromiso de formación de sus recursos humanos. La mejora de los conocimientos de los recursos humanos permite el desarrollo de las estrategias de internacionalización, que a su vez promueven la competitividad sostenible.
- ✓ Seguro de créditos a la exportación a corto plazo Este programa contribuye a la promoción efectiva de las exportaciones de las PYME, ya que cubre hasta el 95 % del valor de las exportaciones en caso de impago debido a riesgos comerciales o políticos. El periodo de los créditos a la exportación asegurados puede alcanzar un máximo de 180 días. Para algunos productos específicos, puede ampliarse a un año.

- ✓ Plan de derechos para apoyar a las nuevas empresas innovadoras y la expansión de las empresas en nuevos mercados esta iniciativa tiene por objetivo facilitar financiación para la etapa de prueba de una innovación para una PYME a partir del volumen de negocios esperado, facilitando así el periodo de puesta en marcha de cualquier actividad.
- ✓ PYME y finanzas transfronterizas donde la información sobre productos y aspectos financieros está fragmentada y carece de transparencia, lo que constituye un problema para las PYME que quieren internacionalizarse, el objetivo es mejorar el acceso de las PYME a la financiación recopilando la información disponible y ofreciéndola en un archivo disponible en Internet.

Como se puede observar la Comisión Europea ofrece una amplia cantidad de programas para fortalecer el proceso de internacionalización de las PYME, los cuales son ofrecidos sin restricción a todos los integrantes de la Unión Europea y donde todos buscan el fortalecimiento del bloque económico y la conquista de un alto porcentaje del mercado mundial.

Mientras tanto México se ha preocupado por ayudar a sus PYME brindando apoyo para su internacionalización enfocado al desarrollo de las exportaciones según Hernández (2010) estos apoyos se encuentran integrados en el Programa de Oferta Exportable PYME que tiene por objetivo impulsar, facilitar y considerar la permanencia de las PYME en la actividad exportadora de acuerdo a lo requerido por la Secretaría de Economía de México (2009).

México tiene los siguientes entes especializados en diferentes áreas para dar cumplimiento el Programa de Oferta Exportable PYME: Hernández (2010)

- ✓ Centros PYMEXPORTA,
- ✓ Sistema integral de información de comercio exterior (SIICEX),
- ✓ Programa de impulsadoras de la oferta exportable en el extranjero,
- ✓ Sistema nacional de orientación al exportador (SNOE),
- ✓ Comisión mixta para la promoción de las exportaciones (COMPEX),
- ✓ Empresas de comercio exterior (ESEX),
- ✓ Pro-México,
- ✓ Consejo empresarial mexicano de comercio exterior (COMCE),
- ✓ Cámaras de Comercio, Industria y Tecnología
- ✓ Y periódicamente realiza foros económicos internacionales en los cuales busca que los empresarios PYME compartan experiencia y beneficios, con el fin de mejorar las prácticas internacionales.

De igual manera México cuenta con el apoyo de instituciones y organismos internacionales que han fomentado la capacitación del país en el nacimiento, desarrollo, consolidación e internacionalización gracias a los tratados que ha firmado a nivel mundial.

Por su parte en Argentina a través de su portal SEPYME (2009), de la secretaria de PYMEYDR del Ministerio De Industria de la Nación, regularmente dirige y ofrece cursos de capacitación y foros de encuentro a los empresarios, en los cuales se capacita en diversos programas ofrecidos por el gobierno como lo son: Experto PYME, PACC Empresarios, PACC Emprendedores, Fonapyme, Jóvenes Pyme, Crédito Fiscal, mercado de capitales PYME, Promoción de Inversión.

Argentina por su parte a través del Ministerio de Industria de la Nación (2011), promueve acuerdos de producción conjunta, internacionalización de productos nacionales, complementación tecnológica y representación de marcas.

Por último el apoyo ofrecido por Italia en los últimos días para la internacionalización de las PYME latinoamericanas muestra su interés en favorecer la distribución de la riqueza, el desarrollo de la región y la disminución de la pobreza, mediante la aplicación de su modelo "vencedor" el cual ha ayudado a su país, de igual manera se ha propuesto incentivar el sector de las pequeñas y medianas empresas en sectores como el turismo, la explotación de las materias primas o a la industria aeroespacial. Notimex (2011).

Y para finalizar para todas las PYME además de los programas de apoyo brindados por los países existen programas de promoción para la internacionalización de las PYME a nivel mundial entre los cuales se puede mencionar los siguientes: Hernández (2010)

El Programa Emprendedor de las Naciones Unidas (EMPRETEC) el cual pretende ayudar a poner a andar ideas en acción y promover el crecimiento y desarrollo de nuevos negocios.

El Programa Iberoamericano de Cooperación Institucional para el Desarrollo de la Pequeña Y Media Empresa (IBERPyme) el cual pretende apoyar a instituciones públicas y privadas enfocadas al desarrollo de la PYME en toda la región que incluye a los países latinoamericanos más Portugal y España.

El Programa Integral de Apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas (PIAPYME) que promueve la instrumentación de programas de asistencia técnica, capacitación y servicios de información con la Unión Europea, el más especializado de sus servicios es el DMO2 el cual permite estudiar que tan factible es incursionar en el mercado europeo y brinda un diagnostico global de la empresa que le permite localizar los factores determinantes de su competitividad en el extranjero.

La Asociación Latinoamericana de Pequeños y Medianos Empresarios (ALAMPYME) que busca respetar, fomentar y defender los intereses de las PYME, así como brindar asesoría y estimular el desarrollo y consolidación de las mismas.

En síntesis con lo anterior se observa que el apoyo que le prestan los países a sus PYME es amplio y la necesidad que estas tomen la decisión de la internacionalización es inmediata, existen muchos organismos gubernamentales y no gubernamentales que están dispuestos a brindar su colaboración para que cumplan con su propósito. El gran reto de estas entidades es lograr que las compañías aprovechen y logren los objetivos propuestos por cada uno de los programas y logren superar las dificultades que actualmente presentan.

Por otra parte según lo citado por Puyana (2008) una de las mayores dificultades que se les presenta a las PYME Colombianas es su baja capacidad administrativa para vincularse con el sector externo, la falta de información sobre oportunidades de exportaciones competitivas y sostenibles, con altos niveles de valor agregado local, como resultado de una mínima capacitación y gestión gerencial en el área internacional y su limitado acceso a tecnologías, especialmente las referentes al comercio exterior son unas de sus tantas limitantes.

De igual manera según lo ha demostrado el reciente trabajo desarrollado en la Universidad de los Andes al respecto, los mayores obstáculos al proceso exportador de las PYME nacionales se refiere a factores relacionados con el marketing como son la adecuación del producto a los requerimientos del mercado externo, la falta de información (conocimiento) de los mercados, el acceso a adecuados canales de distribución y la falta de capacitación en marketing internacional.

Argumentado para el caso colombiano es claro que el apoyo brindado por entidades gubernamentales, no gubernamentales públicas o privadas al sector empresarial existe y vale la pena destacar la calidad de los proyectos de apoyo y facilidad de acceso a la información pero de igual manera es necesario que los empresarios tomen la decisión de internacionalización.

Desde otro punto de vista más global la internacionalización impone exigencias financieras suplementarias a las empresas. Y todas las encuestas sobre la PYME señalan el hecho de que este problema, junto con la obtención del acceso a la «información de alto valor», encabeza la lista de principales dificultades a las que se enfrentan las PYME al plantearse el inicio de operaciones internacionales.

Esto convierte a la financiación de la internacionalización en un doble reto: por una parte, adquirir información sobre los nuevos retos y los mecanismos financieros de la internacionalización y, por otra, poder acceder a los fondos adicionales requeridos para financiar las operaciones internacionales.

CONCLUSIONES

El proceso de internacionalización es motivado por el giro de los negocios de un país, y estos a su vez determinan su rumbo basado en decisiones que afectan todo su proceso comercial, en este proceso de negocios todas las partes de un país son sensibles, su

economía, su medio ambiente, su seguridad, su tecnología, sus comunicaciones y sus relaciones con los vecinos es por esto que podemos considerar como factores sensibles en los negocios los siguientes:

Los sociales y de gobierno donde las políticas de libre intercambio supone que el comercio internacional es ante todo posible (mayor apertura de fronteras), más factible (acuerdos internacionales de libre comercio) y menos costoso (aranceles cada vez más bajos)

Los derivados de la presión de los costos donde la necesidad que tienen las empresas de aumentar su producción con el ánimo de reducir los costos medios totales (economías de escala) y a la vez alcanzar costos directos menores y la mayor facilidad para llegar a cualquier punto por reducción de los costos logísticos y de transporte.

Los relacionados con el mercado y la demanda donde se destaca la presión por crecer, es decir, se trata de aumentar el volumen de negocio a través del acceso a un mercado más amplio, con el objetivo de responder a nuevas necesidades de los consumidores cada vez con gustos más similares aunque con diferentes exigencias de personalización. Otros elementos son la existencia de una nueva demanda más global y el aprovechamiento de los nuevos sistemas globales de distribución.

Los derivados de la competencia donde se encuentra el aumento del comercio mundial, que motiva a las empresas a participar de una mayor internacionalización en sus actividades. Por otra parte, la interdependencia de las naciones moviliza el natural incremento de los flujos de bienes y servicios. También la existencia de competidores multinacionales y la propia globalización de la competencia exigen responder en todos los frentes posibles.

Es claro que el mundo necesita de las PYME internacionalizadas, porque en su gran mayoría son altas generadoras de empleo con no menos de 10 empleos directos e indirectos, concentran todas sus actividades en sus mercados locales o nacionales, su facilidad de multiplicarse, de crecimiento y de disolución, su capacidad para la introducción de nuevos productos al mercado, la modernización industrial, y el nivel de interrelación con distintos grupos económicos son puntos clave que benefician y exigen la internacionalización de las PYME.

La empresa toma la decisión de la internacionalización por tres razones:

- ✓ Por necesidad, ya que el mercado interior está saturado, no crece y se ha quedado pequeño, la competencia en el mercado nacional aumenta, la capacidad ociosa de fabricación y los Stocks excesivos.

- ✓ Por oportunidad, porque hay clientes extranjeros que demandan nuestro producto por que los mercados exteriores son mercados naturales por la escasez de estos productos y por visión estratégica.
- ✓ Por el deseo de crecer para ganar tamaño y capacidad para competir, por racionalizar la estructura productiva a través de una mayor eficiencia en los suministros, por ganar prestigio en el mercado interno y mejorar la imagen de la empresa, para prevenir riesgos derivados de operar en un solo mercado y para obtener una mayor rentabilidad ya que el producto se aprecia y se paga más.

Las PYME en cabeza de sus empresarios en su gran mayoría no han tenido la intención de internacionalizarse pues ampliar sus actividades en el extranjero aún lo consideran innecesario o demasiado costoso y arriesgado ignorando las ventajas que esto atraería lo que la mayoría de los empresarios no son conscientes es que la internacionalización permite acceder a un mayor número de clientes, a más proveedores a mejores y nuevas tecnologías lo cual a largo plazo generara un aumento de la rentabilidad y una mayor competitividad

Por otra parte es necesario concientizar a los empresarios que en la actualidad las formas de ingreso a los mercados internacionales son muy variadas fuera de la exportación; las alianzas estratégicas, el licenciamiento de procesos de producción, marcas y servicios; la apertura de franquicias o la iniciación de inversión directa en el exterior para producir o comercializar directamente en los demás países y pues es necesario aclarar que en estos casos no hay ningún apoyo económico del gobierno nacional ya que es una decisión empresarial en donde el estado no puede tomar posición o riesgos directos.

También es indudable que el gobierno tiene que tomar cartas en el asunto para solucionar las debilidades de las PYME, entregándoles las herramientas de gestión y conocimiento empresarial requeridas para iniciar y desarrollar exitosamente un óptimo proceso de internacionalización de sus productos y servicios y esto es indispensable cuando en el mercado nacional se ve una disminución de la demanda interna y debilidades en las relaciones con los tradicionales socios comerciales.

Es de vital importancia que el gobierno colombiano como el de los demás países se tome la tarea de incrementar la sensibilización para la Internacionalización, pero no solo haciendo énfasis en las ventajas de la internacionalización, sino también sobre los programas existentes de apoyo a las PYME cuando deciden internacionalizarse. Pues en muchos casos la falta de conocimiento de los programas de apoyo o la confusión creada por la existencia de demasiados trámites y requisitos que son subsanables lleva a que las PYME se encuentren desorientadas a la hora de llevar a cabo su intención de internacionalizarse y muchas veces desistan de este proceso.

El apoyo del gobierno es necesario para la internacionalización de las PYME de cualquier país pues en el recae la responsabilidad de brindar asesoría especializada a

las empresas que se encuentran en las primeras etapas de iniciación, para la identificación de oportunidades de negocio en el extranjero, socios potenciales, prácticas comerciales extranjeras, procedimientos de exportación, normativa de importación, normas y especificaciones de productos, leyes y normas, requisitos de comercialización.

Las PYME se caracterizan por su flexibilidad y su gran capacidad de innovación y adaptación, pero adentrarse en los mercados internacionales requiere más competencias, conocimientos de gestión y disponibilidad a largo plazo de recursos humanos para desarrollar una estrategia de internacionalización sin poner en peligro las actividades cotidianas, por esto es necesario que cuenten con el personal capacitado e idóneo para cada cargo, pues finalmente el éxito de la organización en sus negocios depende del capital humano que esta posea.

Para cualquier tipo de negocio que se desee iniciar y especialmente para la internacionalización se necesita de recursos financieros adicionales a los normales de la empresa, y en muchas ocasiones los bancos no asumen este tipo de riesgos por el tamaño de la empresa motivo por el cual una vez mas se presenta un obstáculo gigante para la internacionalización, en todos los países las PYME deben prever que lo financiero no es solo un asunto del flujo de caja o garantizar el acceso a más financiación. En la Internacionalización hay que incluir riesgos como el de cambio de moneda, la garantía de los pagos del extranjero, plazos brindados a los clientes extranjeros.

El gobierno Colombiano a través de su Ministerio de Comercio Industria y Turismo, que es la entidad con mayor rango encargada de vigilar los procesos de internacionalización debe ocuparse de aspectos de comercio exterior como proyectos de cooperación, fuentes de cooperación y capacitación de Recurso Humano.

Para Proexport un obstáculo para la internacionalización se traduce en recursos limitados para financiar los procesos, para fortalecer la fase de inteligencia de mercados y la validación de la oferta en nuevos mercados. Para los empresarios, esto se traduce en la dificultad para conseguir capital de trabajo en la medida en que el proyecto es de mediano plazo y el negocio se sostiene inicialmente con los aportes de los socios, el flujo de caja reporta unos niveles de mejoramiento una vez se tenga consolidado un negocio nacional o exportador.

Las empresas deben tener un seguimiento posterior a su constitución o iniciación del proceso de internacionalización para identificar el cumplimiento de las metas establecidas dentro del proceso, así como una evaluación de resultados; el acompañamiento permite que el proceso de promoción para la consecución de clientes extranjeros y alianzas estratégicas se faciliten, cumpliendo metas de internacionalización para la realización de nuevos negocios realizados por las compañías.

Como se puede inferir, en Colombia y en el mundo existen compañías, programas, prácticas y seminarios que buscan acompañar a las PYME en su proceso de internacionalización; la gran dificultad es que este apoyo no llega a los empresarios de una manera directa y efectiva, donde ellos tengan fácil acceso y solución a sus inquietudes, este desconocimiento en la gran mayoría de los casos es consecuencia de la falta de interés y motivación de los empresarios, ya que todo el tiempo han pensado en la internacionalización como algo inalcanzable.

La calidad de los programas ofrecidos en Colombia y en el mundo presenta un alto grado de confiabilidad y donde sean acatados por los empresarios de la debida manera, serán fructíferos, presentado beneficios no solo para el empresario sino para el país.

Cuando un negocio prospera entre dos naciones esto da un punto de referencia y confiabilidad para los negocios venideros, una PYME internacionalizada es la representación de un País y de los demás empresarios ante el mundo a través de él los demás pueden darse una idea, de calidad, negociación y cumplimiento por parte de compañías similares.

Por ultimo las PYME en cabeza de sus directivos deben apropiarse del tema de la internacionalización, pues así los programas ofrecidos a nivel nacional e internacional sean de alta calidad, ofrezcan ayuda en distintos entornos y sectores, ofrezcan facilidad de acceso a ellos bien sea en horarios flexibles, vía internet, correspondencia o apoyo personalizado, los mismos no logran cumplir con su objetivo, pues se necesita de la colaboración de los empresarios en la diligencia y entusiasmo en el proceso, en el cual se muestre el interés, donde se aproveche al máximo los avances tecnológicos y se desee crecer íntegramente para conseguir un compañía competitiva internacionalmente.

BIBLIOGRAFIA

Benítez J. (2007) El proceso de internacionalización de las empresas en el mundo competitivo y globalizado actual. Disponible en: <file:///C:/Users/yenny/Documents/GERENCIA%20EN%20COMERCIO%20INTERNACIONAL/SEMINARIO/EI%20proceso%20de%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20las%20empresas%20en%20el%20mundo%20competitivo%20y%20globalizado%20actual%20%20%20GestioPolis.htm> – Consultado 11 septiembre de 2011.

Conferencia de las naciones Unidas sobre comercio y desarrollo (2011) disponible en: <http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=1530&lang=3> Consultado 19 septiembre de 2011.

Comisión Europea (2008) Apoyo a la internacionalización de las PYME Selección de buenas prácticas Disponible en: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/internationalisation/internat_best_es.pdf - consultado el 1 de Octubre de 2011

Cámaras de Comercio Bogotá (2011) programas ofrecidos disponible en: <http://camara.ccb.org.co/contenido/categoria.aspx?catID=70> – consultado el 3 de octubre de 2011

DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) 2009-Encuesta Anual Manufacturera disponible en: http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=96&Itemid=59 -Consultado 19 septiembre de 2011.

Hernández, T. (2010) Capitulo 4: Programas de Apoyo a las PYME disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/hernandez_t_ja/capitulo4.pdf - Consultado el 2 de Octubre de 2011

Notimex (2011): Reforzarán América Latina e Italia colaboración en sector PYME disponible en: http://economia.terra.com.co/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201110061723_NMX_80306507 – consultado el 7 de Octubre de 2011

Organización Mundial del Comercio (2011) disponible en: http://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm – Consultado 19 septiembre de 2011.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2011) disponible en: http://www.oecd.org/pages/0,3417,es_36288966_36288120_1_1_1_1_1,00.html– Consultado 19 septiembre de 2011.

Puyana, D. (2008) La Problemática De Las PYME en Colombia: Internacionalizarse o Morir disponible en: <http://www.usergioarboleda.edu.co/PYME/noticia1.htm> -consultado el 23 de septiembre de 2011

_____ (2005) Expansión e Internacionalización de las PYME Agroindustriales Colombianas disponible en: <http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar> – Consultado 19 septiembre de 2011.

_____ (2005) Hacia la internacionalización de las PYME Colombianas disponible en: <http://www.iberpymeonline.org/Internacionalizacion0706/DavidPuyana.pdf> Consultado 19 septiembre de 2011.

SEPYME (2009) PYME argentinas en proceso de internacionalización disponible en: <http://www.sepyme.gob.ar/2011/06/PYME-argentinas-en-proceso-de-internacionalizacion-con-pares-espanolas/> - consultado el 2 de Octubre de 2011