

**DIAGNÓSTICO PARA FORTALECER LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL EN
BUCARAMANGA - IMEBU**

Karem Mariel Gamboa Pinto

Administración de Negocios Internacionales

Universidad Pontificia Bolivariana

Bucaramanga

2019

**DIAGNÓSTICO PARA FORTALECER LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL EN
BUCARAMANGA - IMEBU**

Karem Mariel Gamboa Pinto

Profesor: Jaime Enrique Sarmiento Suarez

Administración de Negocios Internacionales

Universidad Pontificia Bolivariana

Bucaramanga

2019

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

TABLA DE CONTENIDO	3
I. RESUMEN	6
II. ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN.....	8
1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	9
1.1. ANTECEDENTES	9
1.2. MISIÓN	9
1.3. VISIÓN	10
1.4. ORGANIGRAMA	10
2. OBJETIVOS.....	11
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
3 PROPUESTA DE VALOR	11
4. PROBLEMA	12
4.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	12
4.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	12
4.3. DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	12
4.4. JUSTIFICACIÓN	13
5. MARCO TEORICO.....	14
6. MARCO DE REFERENCIA.....	16
7. MARCO CONCEPTUAL.....	17
8. MAPEO DE EXPORTACIÓN PARA LAS EMPRESAS DE BUCARAMANGA	21
8.1. ANÁLISIS RUTA EXPORTADORA PARA LAS EMPRESAS BUMANGUESAS.....	23

9. ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LOS PUNTOS DE ENCUENTRO INSTITUCIONALES PARA LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN 2018 DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER.	26
9.1. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....	33
10. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE PROYECTO DE LAS DIFERENTES INSTITUCIONES PARA PROMOVER LA INTERNACIONALIZACIÓN DE BUCARAMANGA EN EL 2018	35
11. OTRAS INICIATIVAS ENCONTRADAS MEDIANTE SONDEO WEB.....	37
12. ENCUESTA SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN A EMPRESARIOS O EMPRESAS DE BUCARAMANGA	40
12.1. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA	41
12.2. ANÁLISIS DE ENCUESTA SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN A LAS EMPRESAS DE BUCARAMANGA.....	46
CONCLUSIONES	49
BIBLIOGRAFIA	50
FUENTES.....	51

TABLA DE ILUSTRACIONES

Tabla 1 Elaboración propia. Mapeo de ruta exportadora.....	22
Tabla 2 Elaboración propia. Identificación de puntos de encuentros institucionales.	29
Tabla 3 Elaboración Propia, Identificación de puntos de encuentro institucionales.....	31
Tabla 4 Elaboración Propia. Identificación de puntos de encuentro institucionales.....	33
Tabla 5 Elaboración Propia. Resumen de las iniciativas	35
Tabla 6 Elaboración Propia. Otras iniciativas de las instituciones encuestadas	37
Tabla 7Elaboración Propia. Iniciativas encontradas en el Sondeo WEB	40
Tabla 8 Elaboración propia. Encuesta sobre internacionalización a empresas o empresarios de Bucaramanga, preguntas de SI o NO.....	42
Tabla 9 Elaboración propia. ¿Cuál o cuáles son sus principales motivación para exportar?.....	44
Tabla 10 Elaboración propia. Aportes adicionales de la encuesta sobre internacionalización a las empresas de Bucaramanga.....	45
Ilustración 1 Organigrama IMEBU	10
Ilustración 2 Elaboración propia. Pregunta 1 de la tabla 8	46
Ilustración 3 Elaboración propia. Pregunta 2 de la tabla 8	46
Ilustración 4 Elaboración propia. Pregunta 3 de la tabla 8	47
Ilustración 5 Elaboración propia. Pregunta 4 de la tabla 8.	47

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: DIAGNÓSTICO PARA FORTALECER LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL EN BUCARAMANGA - IMEBU

AUTOR(ES): Karem Mariel Gamboa Pinto

PROGRAMA: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR(A): Jaime Enrique Sarmiento Suárez

RESUMEN

El objeto de este documento es explorar la posibilidad de integrar las diferentes acciones tendientes por parte de instituciones privadas, mixtas y públicas en temas de internacionalización para fortalecer el desarrollo económico de la ciudad de Bucaramanga. En la primera parte del proyecto, se muestran los resultados de una investigación sobre los pasos del proceso de internacionalización de las empresas exportadoras del Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB), y posteriormente se encuentra los resultados de la investigación sobre que iniciativas existen para apoyar a las empresas en su proceso de internacionalización.

PALABRAS CLAVE:

Exportación, Iniciativas, Internacionalización de Empresas

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: DIAGNOSIS TO STRENGTHEN CORPORATE INTERNATIONALIZATION IN BUCARAMANGA - IMEBU

AUTHOR(S): Karem Mariel Gamboa Pinto

FACULTY: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR: Jaime Enrique Sarmiento Suárez

ABSTRACT

The purpose of this document is to explore the possibility of integrating the different actions by private, mixed and public institutions in internationalization issues to strengthen the economic development of Bucaramanga. In the first part of the project, the results of a research on the steps of the internationalization process of the exporting companies of the Bucaramanga Metropolitan Area (AMB) are shown, and subsequently the results of the research are found on what initiatives exist to support companies in their internationalization process.

KEYWORDS:

Exports, Initiatives, Internationalization of Companies

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

El estudio del siguiente proyecto surge por el interés de crear una herramienta de fácil acceso para las empresas del área metropolitana de Bucaramanga que las ayude en el proceso de internacionalización.

La información que resulta de la investigación sirve para tener conocimiento sobre los agentes gubernamentales que apoyan actividades de desarrollo empresarial e internacionalización.

Lo que se quiere conseguir con este proyecto es una ruta de internacionalización para las compañías Bumanguesas que estén interesadas en expandir sus empresas a mercados internacionales.

De esta forma las empresas Bumanguesas que se quieran internacionalizar tendrán toda la información en materia de exportación en un solo documento de manera fácil y concisa y de esta manera se busca fomentar la internacionalización de más empresas de la ciudad.

1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

1.1. ANTECEDENTES

El Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga - IMEBU, fue creado mediante el Acuerdo No. 030 del 19 de diciembre de 2002, y se encuentra adscrito a la Secretaría de Desarrollo Social del Municipio de Bucaramanga.

Es un Establecimiento Público de orden municipal con personería jurídica, dotado de autonomía administrativa y financiera, y patrimonio independiente.

En el cumplimiento de sus obligaciones, el IMEBU puede convenir domicilios especiales en otros municipios del país o en el exterior, y puede recaudar dineros por la prestación de servicios.

El IMEBU se financia con recursos de varias fuentes: cofinanciación, fondos de garantías, convenios interinstitucionales, donaciones y por supuesto, el presupuesto municipal.¹

1.2. MISIÓN



*Liderar, orientar, coordinar y socializar todas las acciones del sector público y privado para mejorar la calidad de vida de las familias mediante la solución de sus necesidades de empleo y el impulso de programas de fomento empresarial, utilizando para ello los instrumentos establecidos por la Ley.*²

¹ Referencia web: <http://www.imebu.gov.co/web2/index.php/institucional/acerca01>, antecedentes de IMEBU

² Referencia web: <http://www.imebu.gov.co/web2/index.php/institucional/acerca01>, misión de IMEBU

1.3. VISIÓN



Durante los próximos cuatro años lograremos construir una cultura ciudadana que reconozca el emprendimiento, la innovación social y el liderazgo de principios de la lógica la ética y la estética, como uno de los más importantes valores de la ciudad.

Lograremos crear las innovaciones sociales que le proporcionarán a la ciudad la fuente de soluciones a los más importantes problemas sociales, creando el capital social, el sentido de solidaridad y responsabilidad social a partir de la confianza en las instituciones públicas y privadas.³

1.4. ORGANIGRAMA



4

Ilustración 1 Organigrama IMEBU

³ Referencia web: <http://www.imebu.gov.co/web2/index.php/institucional/acerca01>, visión de IMEBU

⁴ Referencia web: <http://www.imebu.gov.co/web2/index.php/institucional/acerca01>, organigrama de IMEBU

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un diagnóstico de la oferta existente para la internacionalización de Bucaramanga que permita formular una ruta de articulación interinstitucional para fortalecer la internacionalización empresarial en la ciudad.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un sondeo mediante el levantamiento de la información por fuentes secundarias
- ✓ Crear un mapeo con información recopilada
- ✓ Entrevistar a diferentes instituciones sobre procesos de internacionalización e iniciativas que fomenten la internacionalización
- ✓ Análisis de la información recolectada.
- ✓ Visitar a los agentes colaboradores para validación de información

3 PROPUESTA DE VALOR

A través de IMEBU se propone estudiar y recopilar información de las empresas estatales que brindan algún tipo de información, acompañamiento, formación exportadora, apoyo empresarial, financiamiento o iniciativas para aquellas empresas que desean iniciar un proceso de internacionalización en Bucaramanga. Se pretende suministrar un modelo de información para facilitar la vía de crecimiento

internacional de las empresas Bumanguesas a través de un documento que recopilé toda la información obtenida en tema de internacionalización de forma, clara y completa.

4. PROBLEMA

4.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Se ha identificado la necesidad de integrar toda la información en materia de exportaciones de instituciones públicas y las iniciativas existentes que promueven la internacionalización de las empresas Bumanguesas mediante la creación de un solo documento con el fin de fortalecer el desarrollo económico de la ciudad.

4.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿A qué organizaciones de Bucaramanga deben acudir las empresas Bumanguesas que quieran obtener información, apoyo, capacitación, financiación o ayudas en tema de exportación?

4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Una de los motivos por el cual muchas empresas se encuentran perdidas y se desaniman a exportar sus bienes o servicios es por falta de información, no es que no halla información sobre como exportar, se trata de que las empresas no saben en dónde encontrar la información que necesitan referente a los diferentes procesos o pasos de la exportación, también sucede que la información no es la misma en las diferentes instituciones, los pasos o ruta exportadora varía y esto causa dudas. Por esto con este proyecto se integrará la información de las diferentes instituciones y se resolverán el problema mediante la solución a las siguientes dudas:

¿A quién puedo acudir para tener un acompañamiento en el proceso de internacionalización de mi compañía?

¿Cuál es el proceso o la ruta exportadora a seguir y donde puedo encontrar la información?

¿Por medio de qué entidad puedo obtener financiamiento para el crecimiento de mi empresa?

¿Qué iniciativas existen que apoyen la internacionalización de las empresas Bumanguesas?

¿En dónde puedo capacitarme, orientarme o formarme acerca del proceso de internacionalización y crecimiento empresarial?

4.4. JUSTIFICACIÓN

Por medio de este proyecto se hará una ruta de articulación interinstitucional para las empresas en Bucaramanga con el fin de hacer de Bucaramanga una ciudad más competitiva a nivel nacional e internacional.

Se recopilará toda la información existente en materia de internacionalización y se hará un mapeo para identificar a los agentes colaboradores y los aportes de estos para el crecimiento empresarial e internacionalización de las empresas del área metropolitana de Bucaramanga, así como las iniciativas que apoyan a las empresas en el proceso de exportación.

Los aportes de esta investigación beneficiaran en gran medida a todas las empresas que están pensando en crecer y expandir sus productos o servicios a mercados internacionales ya que aportara información de suma importancia para el conocimiento del proceso de internacionalización.

5. MARCO TEORICO

En Santander entes oficiales como la cámara de comercio de Bucaramanga, Procolombia, ANDI, entre otros, han desarrollado proyectos, ferias, macroruedas que buscan promover y ayudar a empresas del departamento a exportar. Esto se debe al potencial de la región como zona exportadora de servicios, y manufactura. Los beneficios y la importancia de la promoción de la internacionalización de una región se pueden entender mediante teorías tales como Modelo Upp sala (Johanson y Valhne, 1997), la teoría de la localización (Porter 1990) y la teoría de internacionalización (Coase 1987).

El modelo Upp sala, la cual plantea el crecimiento e inversión en un mercado de acuerdo al grado de experiencia adquirida y el cumplimiento de etapas según estén planteados los objetivos específicos, esta idea se puede ver representada en Santander en donde se observa un crecimiento en el mercado local antes de pensar en llegar a mercados extranjeros.

Para el planteamiento del presente proyecto se hace enfoque en el modelo Way Station (Yip y Monti, 1998) el cual implementa métodos prácticos para el desarrollo de rutas de exportación que es directamente derivada de la experiencia e indica el camino a seguir en el proceso de internacionalización⁵.

El modelo Way Station refuerza también el planteamiento del modelo Uppsala introduciendo la recolección de información y capacitación de la empresa; cuando la empresa considera internacionalizarse recoge conocimientos relevantes que son usados para definir estrategias en las que se invierten.

En este proyecto la metodología será justamente la recolección de información y entrevistas a empresas que harán parte del mapeo.

Yip y Monti quienes desarrollaron la teoría crean estándares en cada nivel que describen el conocimiento y compromiso que deben seguir las empresas en el proceso de internacionalización:

⁵ Referencia web: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf>. Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas p.p 20.

- Motivación y planeación estratégica: Siendo este el primer paso la búsqueda de información relevante es vital para mantener encaminado el proyecto.
- Investigación de mercados: Intensificar la investigación, para obtener cuales son los mejores destinos, enlazar los conocimientos frente al mercado objetivo y la capacidad de la empresa son importantes en este punto.
- Selección de Mercados: Con la información obtenida y las experiencias previas se selecciona un mercado específico. La información obtenida se clasifica para su previo análisis en características del país, las competencias de esta empresa, sinergias que pudiesen existir en el mercado y características de la demanda.
- Selección del modelo de entrada: Es importante tener en cuenta que no existe un modo que 100% eficaz frente al ingreso a un mercado, por lo cual cada decisión debe tener un análisis respectivo que determine el más conveniente. Tener en cuenta los diversos aspectos que puedan verse inmerso en este tema (preferencias de riesgos, expectativas, recursos a invertir, capacidades de la empresa y los diferentes obstáculos que pueda tener el ingreso al país objetivo)
- Planeación de problemas y contingencias: Los problemas que puedan llegar a existir por la internacionalización, se pueden disminuir bajo una buena investigación que arroje las características del mercado, para así prever y tener un back up en el momento de llegar a tener algún inconveniente o problema.
- Estrategia de Post entrada y vinculación de recursos: se enfoca más sobre la puesta en marcha; destino de los recursos, movilización y vinculación de los recursos, teniendo en cuenta las características de cada mercado, diseñando estrategias de forma más meticulosa para cada mercado que se decide.
- Ventaja competitiva adquirida y resultado corporativo total: Es el último eslabón de este proceso, en donde se evalúa el éxito obtenido mediante el proceso de internacionalización.

Este modelo no solo se enfoca en la forma de ingresar sino también en la evaluación luego de haber puesto en marcha el proceso de Internacionalización, sin embargo, el éxito del proceso se evalúa después de las primeras cinco etapas detalladas anteriormente (teniendo en cuenta solo el modelo de Way station), se ejecutan de forma adecuada.

6. MARCO DE REFERENCIA

La base del éxito en el proceso de internacionalización de una empresa está en los estudios de mercados que puedan asegurar por medio de detallada investigación el nivel de aceptación que un bien o servicio puede tener en un nicho de mercado extranjero.

La información que se recolecta en los estudios de mercado “es necesaria para todas las decisiones que tome la empresa respecto a la venta y comercialización de sus servicios y para el desarrollo de sus actividades comerciales presentes y futuras.”⁶

Desde otro punto de vista, el artículo científico El proceso de internalización de empresas autor Arnoldo Araya describe entre otras cosas la capacidad de adaptación que debe tener de la empresa y los altos beneficios económicos que resultan de la exportación⁷, así mismo el documento de investigación perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas también abarca desde la perspectiva económica la importancia de las operaciones de comercio internacional, ” centrar el análisis de la internacionalización de las empresas desde un punto de vista económico-racional, minimiza el análisis del entorno sólo a la búsqueda de imperfecciones en el mercado que puedan ser explotadas.”⁸

⁶ Referencia web: <http://www.nacce.es/content/estrategia-de-internacionalizaci%C3%B3n>

⁷ Referencia web: http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/653/580 Proceso de internacionalización, Arnoldo Araya.

⁸ Referencia web: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf> pp. 13

7. MARCO CONCEPTUAL

¿Qué es un mapeo?

Un mapeo de procesos es un conjunto de gráficos, útil para dar claridad a la operación de una organización la cual sirve para mejorar la comunicación en los distintos niveles organizacionales y asignar diferentes responsabilidades que permitan ejecutar múltiples actividades de acuerdo con los objetivos estratégicos que la organización se ha propuesto. (BRIENO, 2013).

El objetivo de llevar a cabo un mapeo de procesos, es mostrar gráficamente y a través de la utilización de diferentes símbolos, cuales son las actividades que se deben llevar a cabo en cada uno de los procesos de la organización, una de sus principales características es que deben ser comprensibles por todos los miembros de la organización, así mismo es necesario que sea útil, no simplemente un elemento de hermosa vista, sino que ofrezca la posibilidad de realizar modificaciones en el momento que sea necesario.

¿Qué es la Internacionalización de la empresa?

La internacionalización de la empresa puede definirse como un proceso mediante el cual ésta desarrolla una parte de sus actividades (venta de sus productos, compra de suministros, producción, etc.) en otros países distintos al suyo de origen.⁹

La definición de internacionalización es el proceso por el cual una empresa crea las condiciones precisas para desembarcar en otro mercado internacional. Hay una tendencia a que las compañías opten cada vez más por la deslocalización y a dirigir sus ventas hacia el extranjero.¹⁰

⁹ Referencia web: <http://iberglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1448-que-es-la-internacionalizacion> significado de internacionalización

¹⁰ Referencia web: <https://www.economiasimple.net/glosario/internacionalizacion> significado de internacionalización

¿Qué es la ruta de internacionalización?

Son los pasos o las fases que debe analizar, considerar y evaluar el empresario en su proceso de internacionalización; en una ruta de internacionalización o ruta exportadora se explican los procedimientos, requisitos e instrumentos de orientación para avanzar en el interés del empresario en llegar a otros mercados.¹¹

¿Qué es el modelo Uppsala?

El modelo predice que la empresa incrementará de forma gradual sus recursos comprometidos en un país concreto a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que se realizan en dicho mercado (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). El desarrollo de la actividad en el exterior tendría lugar a lo largo de una serie de etapas sucesivas que representarían un grado cada vez mayor de implicación por parte de la empresa en sus operaciones internacionales (Rialp, 1999). Dicha teoría de las fases de desarrollo establece que la empresa, cuando quiere entrar en un mercado extranjero determinado, pasa por cuatro etapas diferentes, lo que para los autores constituye la denominada cadena de establecimiento. En concreto, se definía esta cadena en las siguientes cuatro etapas: 1ª) Actividades esporádicas o no regulares de exportación; 2ª) exportaciones a través de representantes independientes; 3ª) Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero; 4ª) Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero. Como se puede observar, cada etapa corresponde a un mayor grado de implicación internacional de la empresa en ese mercado, tanto en lo que se refiere a recursos comprometidos como en lo que respecta a la experiencia e información que tiene la empresa sobre el mercado exterior, y representa un modo de entrada diferente (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975).¹²

¿Qué es una exportación?

Es un bien o servicio que es enviado a otra parte del mundo con fines comerciales. El envío puede concretarse por distintas vías de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo. Incluso puede

¹¹ Referencia web: <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/> que es una ruta de internacionalización o exportadora

¹² Referencia web: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf>

Modelo Uppsala, P.p. 13

tratarse de una exportación de servicios que no implique el envío de algo físico. Ese es el caso de quienes ofrecen su trabajo a través de Internet y lo envían en formato digital.¹³

¿Qué es un arancel?

Arancel es un concepto que tiene su origen en el árabe hispánico alinzál (que, a su vez, deriva del árabe clásico inzal). Se trata de una tasa, un impuesto, un gravamen o una valoración que se aplica en diversos ramos. El uso más frecuente del término está vinculado al impuesto que afecta a aquellos bienes que son objeto de importación o exportación. Lo habitual es que el arancel se aplique sobre las importaciones para proteger a la industria local.¹⁴

¿Qué es BANCOLDEX?

Es el banco de desarrollo para el crecimiento empresarial en Colombia, apalancando compañías de todos los tamaños, todos los sectores y todas las regiones de Colombia indistintamente de su tiempo de existencia, con servicios de conocimiento e instrumentos financieros.¹⁵

¿Qué es PROCOLOMBIA?

Es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país.

A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.¹⁶

¹³ Referencia web: <https://definicion.de/exportacion/> Significado de exportación

¹⁴ Referencia web: <https://definicion.de/arancel/> significado de arancel

¹⁵ Referencia web: <https://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Que-es-Bancoldex.aspx> Qué es Bancoldex

¹⁶ Referencia web: <http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia> Qué es Procolombia

¿Qué es BASC?

La Alianza Empresarial para un Comercio Seguro BASC (Business Alliance for Secure Commerce), se ha consolidado como modelo mundial de los programas de cooperación, gracias a la asociación exitosa entre el sector empresarial, aduanas, gobiernos y organismos internacionales que lograron fomentar procesos y controles seguros.

La cooperación se fundamenta principalmente en un intercambio permanente de experiencias, información y capacitación, lo cual ha permitido a las partes incrementar sus conocimientos y perfeccionar sus prácticas en un esfuerzo por mantener las compañías libres de cualquier actividad ilícita y a la vez facilitar los procesos aduaneros de las mismas.

BASC está constituido como una organización sin ánimo de lucro, con la denominación ‘World BASC Organization’ bajo las leyes del estado de Delaware, Estados Unidos de América.¹⁷

¿Qué es la DIAN?

La Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN- tiene como objeto coadyuvar a garantizar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, cambiarias, los derechos de explotación y gastos de administración sobre los juegos de suerte y azar explotados por entidades públicas del nivel nacional y la facilitación de las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.¹⁸

¹⁷ Referencia web: <http://www.basccolombia.org/basc-colombia.html> que es BASC

¹⁸ Referencia web: <http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Laentidad?OpenDocument> que es la DIAN

8. MAPEO DE EXPORTACIÓN PARA LAS EMPRESAS DE BUCARAMANGA

El siguiente mapeo se creó mediante un sondeo WEB, recopilando información sobre las entidades a las que hay que acudir en cada paso del proceso de la ruta exportadora. La siguiente tabla se creó con el fin de que las empresas que quieran exportar tengan de forma sencilla y resumida información sobre los agentes que deben visitar durante todo el proceso de internacionalización.

RUTA EXPORTADORA PARA LAS EMPRESAS BUMANGUESAS																					
NOMBRE	ACTOR	NIT	RUT	Diagnostico de la empresa			Estudio de mercado			Aranceles	Certificados y vistos buenos	Procedimientos aduaneros					Medios de pago y procedimientos posteriores		Datos de interes		
				Diagnostico del potencial exportador	Evalue producto con potencial exportador	fortalecer conocimientos en comercio exterior	perfil logístico y localización de la demanda	Normativas del país destino	INCOTERMS			Contratación de transporte internacional	Agentes aduaneros si es necesario	envio de la mercancía	recepcion y reintegro de divisas	Diligenciamiento de la declaración de cambio	DIRECCIÓN	Telefono de contacto	WEB		
DIAN	entidad pública		1			1		1	1	1								Calle 36 No. 14 – 03	019005558484.	http://www.dian.gov.co/	
SuperCade	entidad pública		1																		
ministerio del medio ambiente	entidad pública								1									Carrera 23 No. 37 - 63	57 (7) 6346100	http://www.cdm.gov.co/	
banco de la republica	entidad pública					1				1								Carrera 19 # 34-47	(577)6338008, 630 3133 Ext 7002	http://www.banrep.gov.co/	
INVIMA	entidad pública									1								Carrera 34 No. 54 – 70	(097) 6433362- 6478515	https://www.invima.gov.co/	
ICA	entidad pública									1								Avenida Quebradaseca No.31 - 39	6359807 - 6345530	https://www.ica.gov.co/	
Procolombia	entidad pública			1	1	1	1	1			1							Km 2 , 176 Anillo vial Floridablanca, Torre 3 oficina 451	+ 57 (7) 679 3206 - 679 6367 - 679 3167 - 679 0676	http://www.procolombia.co	
Bancoldex	entidad mixta					1	1									1		Km2, 176. Anillo Vial Floridablanca – Girón Eco-Parque	(57-7) 657 1777 Ext. 3701	https://www.bancoldex.com/	
cámara de comercio de Bucaramanga	entidad mixta	1			1	1												Carrera 19 No. 36 – 20 Piso 2	+57 (7) 652 7000 Ext. 265 y 209	https://www.camaradirecta.com	
BASC	entidad mixta							1										Calle 36 No. 20-28 Of. 207	(7) 6704880 (7) 6421217	http://www.bascoriente.org/	
Min Comercio, Industria y Turismo	entidad pública			1		1	1				1							Dirección: Calle 35 No. 17-77 Oficina 501-502	6303175	http://www.mincit.gov.co/	
ANALDEX	entidad privada					1		1		1								Calle 40 No. 13-09 piso 10 Edificio UGI Bogotá	(57-1) 5700600	http://www.anadex.org/	
ANDI	entidad pública						1											Cl 36 # 20-28 Ofc. 207	(7) 642-3557 - (7) 642-1217	http://www.andi.com.co	
Entidades ancladas	entidad privada																				
agentes aduaneros	entidad privada											1	1								

Tabla 1 Elaboración propia. Mapeo de ruta exportadora

8.1. ANÁLISIS RUTA EXPORTADORA PARA LAS EMPRESAS BUMANGUESAS

1. Tramite del RUT

Se debe tramitar el registro único tributario en la oficina de la DIAN o SUPERCADE.

2. Diagnóstico de la empresa

2.1. Diagnóstico del potencial exportador

Al momento de querer empezar a exportar debemos tener en cuenta si nuestra fabrica tiene la capacidad de producir las cantidades que se requiere para exportar, si la calidad de nuestro producto cumple con las exigencias de los mercados internacionales, si nuestro producto tiene un factor diferenciador que lo hará más atractivo (valor agregado), si la relación calidad/precio es óptima y si se adapta a las necesidades y condiciones del mercado al cual queremos ingresarlo. En este pasó usted podrá encontrar apoyo en la cámara de comercio de Bucaramanga, PROCOLOBIA y ANALDEX

2.2. Evaluación de productos con potencial exportador

En PROCOLOBIA usted podrá encontrar un formulario en el cual podrá evaluar su nivel de preparación para llegar con sus productos a mercados internacionales. Este formulario lo podrá encontrar en el siguiente link: <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/evalua-cual-de-sus-productos-tiene-mayor-potencial-exportador>.

2.3. Fortalecimiento de conocimientos en comercio exterior

Las empresas Bumanguesas podrán fortalecer sus conocimientos en temas de comercio exterior en casi todas las instituciones mencionadas en el Mapeo. Estas instituciones ofrecen cursos virtuales, cursos presenciales, talleres, seminarios, programas de formación, publicaciones y capacitaciones que guían a las empresas en el proceso de internacionalización.

3. Estudio de mercado

3.1. Perfil logístico

Cuando se quiere incursionar en un mercado extranjero es necesario hacer un estudio sobre las actividades socioeconómicas y otros factores para conocer las tendencias, gustos y preferencias del país al cual llevaremos nuestros productos. En PROCOLOMBIA, CCB, MINCIT y ANALDEX se puede encontrar perfiles logísticos hechos por estas instituciones.

3.2. Normativas del país destino

DIAN, PROCOLOMBIA Y BASC son algunas de las entidades encargadas de publicar nuevas normativas, regulaciones especiales y convenios entre países con relación comercial o mercados potenciales.

4. Posición arancelaria

En la página de la DIAN por medio del sistema muisca se realiza la búsqueda de la partida arancelaria según sus principales características.

5. Certificados y vistos buenos

Los vistos buenos y/o certificados son documentos que se deben presentar ante la DIAN obligatoriamente y ante entes de regulación del país destino, son dados por diferentes organizaciones dependiendo del tipo de producto que se quiera exportar, estos sirven por ejemplo para asegurar el país de manufactura del producto (certificado de origen) y asegurar que el producto cumple con las normas fitosanitarias (INVIMA)

Algunos ejemplos de vistos buenos son:

- ICA (Sanidad animal y vegetal),
- INVIMA (Medicamentos, Alimentos, Productos Cosméticos)
- Ministerio de Ambiente (Preservación Fauna y Flora Silvestre) (sello ecológico)
- Secretaría de Ambiente (Madera y Semillas)
- INGEOMINAS (Piedras Preciosas, Esmeraldas y Metales Preciosos)
- Ministerio de Cultura (Arte, Cultura y Arqueología)
- DIAN (Certificado de origen)

6. Procedimientos aduaneros

6.1. INCOTERMS

Son los términos de negociación internacional en donde se define la responsabilidad del exportador e importador, es decir se deja por escrito que parte será encargada de pagar seguro del transporte y los costos del procedimiento aduanero de la exportación.

6.2. Agentes aduaneros

Son personas jurídicas autorizadas por la DIAN, el funcionario de la agencia se encarga de la recepción de la mercancía en puerto y/o aeropuerto y es el declarante ante la aduana en representación de la empresa de la mercancía a exportar.

6.3. Contratación de transporte internacional

La contratación de transporte se da luego de analizar el volumen de la exportación, el tipo producto y el tiempo de transporte, al analizar los costos de estos factores se puede elegir la modalidad de transporte más adecuada ya sea por medio marítimo, aéreo o terrestre.

6.4. Autorización de embarque

Una vez se radiquen los documentos de exportación pertinentes ante la DIAN, se procede a la ubicación de la mercancía dentro del medio de transporte internacional.

7. Medios de pago y procedimientos posteriores

7.1. recepción y reintegro divisas

A través de las cuentas de compensación se recibe el pago de la exportación en la divisa previamente negociada y una vez se esté listo para hacer la negociación de las divisas, se llama al agente del banco con el cual se hace la negociación para la conversión en la moneda local (pesos)

7.2. diligenciamiento de la declaración de cambio

Una vez se tenga el aval del banco con el que se negocian las divisas se procede a diligenciar la declaración de cambio en un formato que se puede encontrar en la página del banco de la república y se radica el documento en una sede del mismo banco.

9. ENCUESTA PARA IDENTIFICAR LOS PUNTOS DE ENCUENTRO INSTITUCIONALES PARA LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN 2018 DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER.

Por medio de la Cámara de Comercio de Bucaramanga se realizó una encuesta la cual se envió a diferentes instituciones para saber los puntos de encuentro entre las iniciativas para promover la internacionalización de la cámara de comercio de Bucaramanga y el resto de instituciones y para conocer la oferta de proyectos de las instituciones que no se relacionaban con la lista de las ofertas de la cámara de comercio de Bucaramanga.

Las instituciones que hicieron parte de la encuesta son la Zona franca de Santander, la Gobernación de Santander, Bancoldex, Procolombia, la comisión regional de competitividad, la universidad Santo Tomás, BASC e IMEBU, dicha encuesta fue enviada a más instituciones, pero las ocho ya mencionadas fueron las únicas que dieron respuesta a la encuesta.

En el siguiente cuadro se podrá observar la lista de nueve estrategias que la cámara de comercio de Bucaramanga pondrá en marcha desde en el 2018 y el interés de las demás instituciones en participar en el proyecto y la forma como participarán:

Identificación de puntos de encuentro institucionales para la estrategia de internacionalización 2018 del Departamento de Santander						
CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANG A	BANCOLDEX		COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD		GOBERNACIÓN DE SANTANDER	
	(Indicar con ok el interés de participar en este proyecto)	OBSERVACIONES	(Indicar con ok el interés de participar en este proyecto)	OBSERVACIONES	(Indicar con ok el interés de participar en este proyecto)	OBSERVACIONES
Desarrollar un plan estratégico de internacionalización del departamento de Santander	OK	Aportar conocimiento y experiencia del banco a través de la participación de sus funcionarios (regional y nacional) en las sesiones de trabajo para construir este plan estratégico	OK	aportes en la planeación estratégica	OK	Articulación.
Premio Exporta, reconocimiento a las empresas exportadoras de Santander	OK	Patrocinador (sujeto a revisión y validación en la dirección general)	OK	Difusión de la información	Ok	Recursos.
Formación de 60 empresarios (Multisectorial) en temas específicos de negocios internacionales (Aduanas, Costos, Identificación de mercados etc.)	OK	Aliado académico para ofrecer contenidos y programas de formación (presencial y virtual)	OK	Comunicación, convocatoria, replicar en redes	Ok	Facilidad de Espacios.
8 Misiones	OK	Preparación	OK	Difusión de la	Depende	Articulación.

internacionales para los sectores (Oíl & Gas, Salud, Café, TIC, Avícola, Innovación, Moda, Turismo)		financiera y comercial de los empresarios participantes de las misiones internacionales		información		
Participación de 50 compradores internacionales en las ferias; Expo-Asoinducals, Versiones Enero y Julio, IFLS agosto.	OK	Preparación financiera y comercial de los compradores de producto colombiano y de los exportadores participantes para aprovechar los instrumentos financieros de Bancoldex			Ok	Recursos.
Santander compra Santander, evento de relacionamiento comercial, participación de 500 empresarios	OK	Patrocinador (sujeto a revisión y validación en la dirección general)			Ok	Recursos.
Programa de internacionalización 770, apoyo de 20 planes exportadores, Aquellos que superen ventas internacionales por 3 millones de dólares	OK	Aliado académico para ofrecer contenidos y programas de formación (presencial y virtual) así como programas de consultoría y estructuración de proyectos. Aliado financiero para apoyar a las empresas que requieran inversiones en su programa de internacionalización	OK	aportes en la planeación estratégica	Depende si este component e puede complementar a empresas que estan trabajando en los diferentes proyectos departamentales.	Articulación.
Mejoramiento	ok	Aliado académico			Interés	NA

de la productividad y acceso a mercados internacionales para el sistema MODA de Santander.		para ofrecer contenidos y programas de formación (presencial y virtual) así como programas de consultoría y estructuración de proyectos. Aliado financiero para apoyar a las empresas que requieran inversiones en su programa de internacionalización			prioritario en el sector rural o sectores no tan tradicionales primordialmente del área metropolitana.	
Proyecto de investigación para el sector AVÍCOLA, por definir	ok	Aportar información, conocimiento y experiencia del banco a través de su grupo de investigación (validación con la GEE)			Es un sector muy fuerte.	NA

Tabla 2 Elaboración propia. Identificación de puntos de encuentros institucionales.

Identificación de puntos de encuentro institucionales para la estrategia de internacionalización 2018 del Departamento de Santander						
CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA	PROCOLOMBIA		SANTO TOMÁS		ZONA FRANCA SANTANDER	
	(Indicar con ok el interés de participar en este proyecto)	OBSERVACIONES	(Indicar con ok el interés de participar en este proyecto)	OBSERVACIONES	(Indicar con ok el interés de participar en este proyecto)	OBSERVACIONES
Desarrollar un plan estratégico de internacionalización del departamento de Santander	OK	Información, participación en las reuniones y aportes desde el conocimiento del sector exportador de todo el equipo. Se van a priorizar Cadenas, Subsectores y/o Empresas?	OK	Director Centro Consultoría	OK	Especie. Participación activa funcionario de ZFS en mesas de trabajo.
Premio Exporta, reconocimiento a las empresas exportadoras de	OK	Se debe revisar la posibilidad de dar oportunidad de participar a empresas	OK	Aportaremos uno de los reconocimientos.		

Santander		mediana y pequeñas que están incursionando en nuevos mercados. Se puede apoyar en el listado de empresas a postular.				
Formación de 60 empresarios (Multisectorial) en temas específicos de negocios internacionales (Aduanas, Costos, Identificación de mercados etc.)	OK	Alienar esta planeación a lo definido en las capacitaciones del centro de información a futuras exportadoras.	OK	Postulamos tres Consultores para realizar la Formación de los 60 Empresarios	OK	Especie. Un taller se podrá realizar al interior de la Zona Franca Santander donde podrán conocer el vehículo de Zonas Francas como espacio natural para implementar operaciones de comercio exterior y política del gobierno nacional para incentivar las mismas.
8 Misiones internacionales para los sectores (Oil & Gas, Salud, Café, TIC, Avícola, Innovación, Moda, Turismo)		ProColombia no apoya misiones que son pagas por los empresarios, pero se puede apoyar con divulgación de información con los empresarios.	OK	Nos interesa apoyar en los Sectores Café, Avícola, Salud, Turismo.	OK	Especie. Espacio para promover las Misiones con empresarios instalados al interior de la Zona Franca.
Participación de 50 compradores internacionales en las ferias; Expo- Asoinducals, Versiones Enero y Julio, IFLS agosto.	OK	Recursos económicos que se suman a la bolsa de la Cámara de Comercio, ya que estas misiones se hacen en conjunto (Asoinducals). Gestión de convocatoria, logística de viaje y desarrollo de la misión de compradores internacionales a los eventos. La regional es la encargada de la misión de IFLS.			OK	Especie. Opción de recorrido por la Zona Franca Santander como parte de la agenda de los empresarios que visitan la Región.
Santander compra Santander,			OK	Apoyaremos con Telemercadeo y Convocando a	OK	Vinculación al evento como parte de la

evento de relacionamiento comercial, participación de 500 empresarios				Empresarios de la Base de Datos CCE para que participen evento		agenda y rueda de negocios.
Programa de internacionalización 770, apoyo de 20 planes exportadores, Aquellos que superen ventas internacionales por 3 millones de dólares	OK	Información de las empresas, opinión en la selección y acompañamiento en el desarrollo de los planes exportadores.	OK	Queremos participar realizando las visitas de acompañamiento y en los casos que se requiera con Consultoría.	OK	Especie. Taller al interior de la Zona Franca en la estructuración de su esquema de negocio bajo el Régimen de Zonas Francas para estos 20 planes exportadores.
Mejoramiento de la productividad y acceso a mercados internacionales para el sistema MODA de Santander.	OK	Información y apoyo a las actividades que se realicen y capacitación desde el centro de información de futuras exportadoras en las capacitaciones multisectoriales	OK	Está el equipo de Consultores Disponible para apoyar con Consultoría en Planes Exportadores a estas empresas		
Proyecto de investigación para el sector AVÍCOLA, por definir			OK	El CCE propuso el proyecto de investigación sobre Desarrollo de productos al Sector Avícola, queremos realizarlo con Fenavi, CCB, y dos empresarios. Solicitamos se mantenga a la USTA como única Universidad en este proyecto.		

Tabla 3 Elaboración Propia, Identificación de puntos de encuentro institucionales

Identificación de puntos de encuentro institucionales para la estrategia de internacionalización 2018 del Departamento de Santander				
CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA	BASC		IMEBU	
	(Indicar con ok el interés de participar en este proyecto)	OBSERVACIONES	(Indicar con ok el interés de participar en este proyecto)	OBSERVACIONES
Desarrollar un plan estratégico de internacionalización del departamento de Santander	OK	Participación activa en mesas de trabajo.	OK	Especie: Apoyo en la construcción
Premio Exporta, reconocimiento a las empresas exportadoras de Santander	OK	Podemos ser parte del comité evaluador y a su vez participar con alguna modalidad de patrocinio.	OK	Especie.
Formación de 60 empresarios (Multisectorial) en temas específicos de negocios internacionales (Aduanas, Costos, Identificación de mercados etc.)	OK	Conferencias relacionadas a la seguridad en la cadena de suministro y gestión del riesgo.	OK	Publicidad.
8 Misiones internacionales para los sectores (Oil & Gas, Salud, Café, TIC, Avícola, Innovación, Moda, Turismo)			OK	Promoción
Participación de 50 compradores internacionales en las ferias; Expo- Asoinducal, Versiones Enero y Julio, IFLS agosto.	OK	Conferencias relacionadas a la seguridad en la cadena de suministro y gestión del riesgo.		
Santander compra Santander, evento de relacionamiento comercial, participación de 500 empresarios			OK	Especie:
Programa de internacionalización 770, apoyo de 20 planes exportadores, Aquellos que superen ventas internacionales por 3 millones de dólares	OK	Nos gustaría que en la consultoría podamos diagnosticar las empresas frente a los requisitos de la certificación BASC y brindar algunas horas de capacitación o acompañamiento.	OK	Conferencistas (KOIKA)

Mejoramiento de la productividad y acceso a mercados internacionales para el sistema MODA de Santander.				
Proyecto de investigación para el sector AVÍCOLA, por definir				

Tabla 4 Elaboración Propia. Identificación de puntos de encuentro institucionales

9.1. ANALISIS DE LA ENCUESTA

De las ocho instituciones que participaron en la encuesta podemos analizar que la Gobernación de Santander está dispuesta no solo a apoyar los proyectos de la Cámara de Comercio con promoción, sino la facilitación de espacios y destinación de recursos, los proyectos destinados a un sector en particular (que son tres en total) no fueron apoyados por esta institución debido a que su carácter público tiene como prioridad invertir sus fondos en el sector rural y sectores no tradicionales del área metropolitana.

El Banco de Comercio Exterior de Colombia BANCOLDEX, mostró su apoyo a los nueve proyectos presentados por la cámara de comercio, su aporte esta principalmente enfocado a brindar capacitación financiera y comercial a todas las empresas que participen en estas iniciativas.

La comisión regional de competitividad mostro su apoyo a cinco iniciativas en las que decidió participar como medio de difusión y planeador estratégico.

Procolombia manifestó su participación en la mayoría de las iniciativas ofreciendo principalmente información y en el proyecto ‘participación de 50 compradores internacionales en las ferias Expo-Asoinducals, Versiones enero y julio, IFLS agosto‘ destinara recursos económicos.

La universidad de Santo Tomas está dispuesta a participar en ocho de las nueve iniciativas presentadas, su apoyo se enfoca en la divulgación de información, así como el aporte de consultores, su atención se encuentra centrada en los sectores avícola, café, salud y turismo.

La zona franca de Santander informó su interés en hacer parte en seis de las ocho iniciativas en las que ofrece sus instalaciones para llevar a cabo talleres y recorrido de su sede.

La BASC ofrece su apoyo por medio de capacitaciones, conferencias y acompañamiento principalmente y puede llegar a patrocinar el proyecto premio Exporta.

IMEBU apoya seis de las nueve iniciativas por medio de promoción, especie y el aporte de conferencistas para el programa de internacionalización 770.

En la siguiente tabla se resume cuáles fueron las iniciativas con mayor apoyo por parte de las instituciones encuestadas:

ESTRATEGIA POR PARTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA	NÚMERO EMPRESAS QUE DECIDIERON PARTICIPAR EN LA ESTRATEGIA	NOMBRE DE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPARON EN LA ESTRATEGIA
1. Desarrollar un plan estratégico de internacionalización del departamento de Santander	8/8	Bancoldex, Comisión regional de competitividad, Gobernación de Santander, Procolombia, Universidad Santo Tomas, Zona franca de Santander, BASC, IMEBU.
2. Premio Exporta, reconocimiento a las empresas exportadoras de Santander	7/8	Bancoldex, Comisión regional de competitividad, Gobernación de Santander, Procolombia, Universidad Santo Tomas, BASC, IMEBU.
3. Formación de 60 empresarios (Multisectorial) en temas específicos de negocios internacionales (Aduanas, Costos, Identificación de mercados etc.)	8/8	Bancoldex, Comisión regional de competitividad, Gobernación de Santander, Procolombia, Universidad Santo Tomas, Zona franca de Santander, BASC, IMEBU.
4. 8 Misiones internacionales para los sectores (Oíl & Gas, Salud, Café, TIC, Avícola, Innovación, Moda, Turismo)	5/8	Bancoldex, Comisión regional de competitividad, Universidad Santo Tomas, Zona franca de Santander, IMEBU.
5. Participación de 50 compradores internacionales en las ferias; Expo-Asoinducals, Versiones Enero y Julio, IFLS agosto.	5/8	Bancoldex, Gobernación de Santander, Procolombia, Zona franca de Santander, BASC.
6. Santander compra Santander, evento de relacionamiento comercial, participación de 500 empresarios	5/8	Bancoldex, Gobernación de Santander, Universidad Santo Tomas, Zona franca de Santander, IMEBU.
7. Programa de internacionalización 770, apoyo de 20 planes exportadores, Aquellos que superen ventas internacionales por 3 millones de dólares	7/8	Bancoldex, Comisión regional de competitividad, Procolombia, Universidad Santo Tomas, Zona franca de Santander, BASC, IMEBU.
8. Mejoramiento de la productividad y	3/8	Bancoldex, Procolombia, Universidad

acceso a mercados internacionales para el sistema MODA de Santander.		Santo Tomas.
9. Proyecto de investigación para el sector AVÍCOLA, por definir	2/8	Bancoldex, Universidad Santo Tomas.

Tabla 5 Elaboración Propia. Resumen de las iniciativas

Como podemos observar en el cuadro anterior las estrategias con menos apoyo por parte de las instituciones fueron la número 8 y 9, iniciativas que apuntan al sector MODA y AVICOLA. En el caso de la iniciativa número 9 la Gobernación de Santander comentó que no lo apoyaría porque es un sector fuerte.

Las estrategias que mayor tuvieron acogida por las instituciones fueron las estrategias 1, 2, 3 y 7. Dos de estas 4 estrategias mencionadas anteriormente apuntan al reconocimiento y apoyo a las empresas que actualmente ya son fuertes en temas de exportación.

10. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE PROYECTO DE LAS DIFERENTES INSTITUCIONES PARA PROMOVER LA INTERNACIONALIZACIÓN DE BUCARAMANGA EN EL 2018

La siguiente tabla fue realizada con los datos recolectados en la entrevista con la cámara de comercio sobre las iniciativas que individualmente cada institución pondrá en marcha a partir del 2018 en el área metropolitana de Bucaramanga

EMPRESAS	INICIATIVAS	DESCRIPCIÓN
ZONA FRANCA	Trabajo articulado	Alineamiento de Invest in Santander y Procolombia para la promoción de Región en sectores estratégicos: Ciencias de la Vida, Agroindustria, Energía
	Promoción	Promoción del bilingüismo con las empresas demandantes de operaciones con un segundo idioma (Relación Gobierno, Cámara de Comercio, Invest in Santander, actores mesa de bilingüismo).
	Capacitación	Taller sobre un modelo de negocio más competitivo bajo esquema del Régimen de Zonas Francas a las empresas de los sectores Ciencias de la Vida, Agroindustria, Energía y Servicios Globales BPO-ITO_KPO.
	Consultoría	Acompañamiento en la estructuración de modelo de negocios en procesos de aceleración de emprendimientos bajo el esquema de Zonas Francas con aliados como Consultorio Universidad Santo Tomás y UDITECH (Robótica y Electrónica) al interior de ZFS y otras entidades internacionales o gremios.
	Trabajo articulado	Articulación con actores regionales para fortalecer el sector Servicios Globales en la Región y atracción de inversión extranjera.
GOBERNACIÓN DE	Inversión	Invest In Santander recursos departamentales de ejecución 2018.
	Capacitación	Programas de Formación para el trabajo. (Bilingüismo).

SANTANDER	Capacitación	Pujanza Santandereana 2018 (componente formativo)
	Capacitación	Capitalización con activos 2018 (fortalecimiento en bienes).
	Trabajo articulado	Apoyo a la Participación de Eventos que promuevan el desarrollo Económico.
BALCOLDEX	Consultoría	Gobierno Corporativo - Fortalecer Capacidades Regionales: El Programa ofrece Asistencia Técnica Especializada para que las organizaciones adopten las prácticas internacionales de Gobierno
	Consultoría	PIIE – Programa Integral de Intervención Estratégica: integrar las mejores prácticas de consultoría y de desarrollo de capacidades gerenciales, brindando a los empresarios pymes herramientas para la definición de sus estrategias corporativas y competitivas, las prácticas de buen gobierno entre otros
	Capacitación	Curso Virtual de Negociación Internacional: ofrece formación en medios de pago internacional a las micro y pequeñas empresas y acompañamiento para la apropiación efectiva del uso de estos instrumentos.
	Capacitación	Taller de Coberturas Cambiarias y mitigación de riesgos: brinda a las empresas conocimientos sobre cómo garantizar la rentabilidad en sus exportaciones haciendo uso de las coberturas cambiarias.
	Informe	Informe de Análisis Sectoriales de Sofisticación: se presenta información relevante sobre la dinámica sectorial a nivel nacional y global y sobre las oportunidades de diversificación hacia productos de mayor nivel de sofisticación y de crecimiento en los mercados internacionales.
	Informe	Informe de Oportunidades de Diversificación Empresariales: Información relevante sobre las oportunidades de diversificación hacia productos de mayor nivel de sofisticación y de crecimiento en los mercados internacionales para una empresa en particular y las oportunidades de penetración en mercados internacionales.
	Informe	Se presenta la dinámica económica de los diferentes departamentos del país, sus apuestas productivas que impactan de forma más favorable la economía del territorio y se provee información sobre los productos más sofisticados desarrollados por el tejido empresarial instalado en cada departamento.
	Informe	Programa de asistencia técnica que se desarrolla en el equipo gerencial de una compañía las capacidades para evaluar las oportunidades de diversificación a partir de las capacidades productivas instaladas y las conexiones tecnológicas más relevantes hacia productos de mayor nivel de sofisticación.
	Consultoría	Programa Pioneros: Se ofrece acompañamiento para ayudar a conceptualizar y estructurar un proyecto de generación de nuevos negocios orientados al desarrollo de productos sofisticados.
	BASC	Visita técnica
Consultoría		BASC brinda apoyo a los empresarios que requieren validar sus clientes o proveedores en cualquiera de los 11 países donde hoy tenemos presencia
Capacitación		Programa de auditorías de cumplimiento en regímenes aduaneros
Consultoría		Acompañamiento para calificación OEA- operador económico autorizado.

	Capacitación	Proyectos de certificación BASC para empresas exportadoras.
IMEBU	Consultoría	Asesorar empresas para la internacionalización
	Capacitación	Formación para la internacionalización (talleres, seminarios, etc.)
	Promoción	Promover la gestión de recursos para el relacionamiento empresarial inter.
PROCOLOMBIA	Trabajo articulado	Consecución de los expertos para la capacitación, convocatoria de empresas y acompañamiento a los talleres.

Tabla 6 Elaboración Propia. Otras iniciativas de las instituciones encuestadas

Según la información recopilada a diferentes instituciones de Bucaramanga sobre los proyectos e iniciativas para el desarrollo de la internacionalización de Bucaramanga que se ejecutaran durante el 2018 se obtuvo la siguiente información:

En la anterior tabla es muy notorio que la mayor fortaleza de las instituciones en cuanto a iniciativas es la amplia oferta de programas que buscan formar a las empresas en temas de internacionalización como cursos virtuales, talleres, seminarios, visitas técnicas, capacitaciones, entre otros.

De igual manera se resalta que la gobernación de Santander y la zona franca son las únicas instituciones que actualmente están ofreciendo programas de formación en un segundo idioma (ingles). Es primordial que se fomente el bilingüismo ya que es una competencia fundamental a la hora de buscar aliados y mercados internacionales.

Es importante recalcar que estas entidades están destinando recursos a sectores no tradicionales sin dejar de brindar apoyo a los sectores en los que se hace inversión habitualmente como lo son el sector avícola, agrícola, café, salud, oil and gas, entre otros.

Se identifica como debilidad la ausencia de recursos económicos para apoyar a empresas que deseen exportar por primera vez, ya que actualmente existen incentivos y reconocimientos como programa de internacionalización 770 y premio exporta para las empresas que tienen un alto volumen de exportaciones.

11. OTRAS INICIATIVAS ENCONTRADAS MEDIANTE SONDEO WEB

Existen otras iniciativas que promueven la internacionalización de las empresas por parte de las instituciones las cuales no fueron mencionadas por estas antes, ya que en el recuadro anterior se mencionan las iniciativas que se llevaran a cabo a partir del 2018 y a continuación se mencionaran algunas iniciativas que ya existían anteriormente:

Iniciativas para la internacionalización de empresas en Bucaramanga			
Actor	Iniciativa	Descripción	Sitio WEB
Procolombia	Alianzas Courier	Las alianzas de transporte con empresas courier son un acuerdo generado por iniciativa de ProColombia y/o por una empresa transportadora, con el fin de ofrecer tratamiento tarifario preferencial en los servicios que ofrece el transportador a las cuentas de ProColombia.	http://www.colombiarade.com.co/herramientas/alianzas-de-transporte-con-empresas-courier
Procolombia y cámara de comercio	Centro de información procolombia	Por medio del Centro de Información Procolombia, se brinda al público en general y a potenciales exportadores, el apoyo y asesorías necesarios en todos aquellos temas relacionados con el Comercio Exterior, con la finalidad de optimizar la promoción de la oferta exportable y apoyar la generación de cultura exportadora en la región.	https://www.camaradirecta.com/fortalecer-mi-empresa/programas-y-proyectos/procolombia/
Cámara de comercio	Compite 360	COMPITE 360, es una estrategia que pone al servicio de los empresarios santandereanos y demás participantes de la cadena de negocios e inversiones del país, productos de información, prácticos y confiables, convirtiéndose en una herramienta valiosa para orientar y fortalecer ideas de emprendimiento, estimular la competencia, evaluar cadenas productivas, analizar el entorno económico y promocionar la inversión nacional y extranjera, entre otros.	https://www.camaradirecta.com/fortalecer-mi-empresa/compite-360/que-es-compite-360/
MIN CIT con	Colombia	El objetivo es que las empresas de servicios	http://www.colombia

colaboración de Procolombia, Bancóldex, INNpuls, PTP	exporta servicios	mejoren la calidad de los servicios y sus capacidades empresariales para competir en el mercado internacional. Esto se va a realizar mediante instrumentos de financiación, promoción internacional y programas de capacitación. La meta es aumentar el tejido empresarial exportador.	exportaservicios.co/sites/default/files/colombia_exportador_de_servicios.pdf
Procolombia	Mipyme Internacional	Consiste en que PROCOLOMBIA, ayudará a las empresas con potencial exportador a crear sus áreas de comercio exterior.	http://www.vanguardia.com/economia/nacional/399544-empresas-podran-crear-sus-areas-de-comercio-exterior
Procolombia	Mentor Exportador	Facilita alianzas con empresas con experiencia exportadora o inversionistas para mejorar la competitividad del producto y de la empresa antes de ir al mercado internacional.	http://www.procolombia.co/noticias/procolombia-pone-en-marcha-nuevas-iniciativas-para-fortalecer-internacionalizacion-empresarial
Procolombia	Más Multilatinas	Se enfoca en orientar la estrategia de internacionalización para que más empresas colombianas abran sedes propias en el exterior sin dejar de producir en Colombia.	http://www.procolombia.co/noticias/procolombia-pone-en-marcha-nuevas-iniciativas-para-fortalecer-

			internacionalizacion-empresarial
Procolombia	Destino Global	Su principal foco es atraer inversión que fortalezca la infraestructura turística en las regiones, así como la oferta de servicios en turismo vacacional y de reuniones. Para eso, construirá con aliados locales propuestas de valor que permitan aprovechar el potencial de las regiones en la realización de congresos y convenciones.	http://www.procolombia.co/noticias/procolombia-pone-en-marcha-nuevas-iniciativas-para-fortalecer-internacionalizacion-empresarial
Procolombia	Marca País	Incrementar el posicionamiento de la imagen de Colombia en el exterior.	http://www.procolombia.co/noticias/procolombia-pone-en-marcha-nuevas-iniciativas-para-fortalecer-internacionalizacion-empresarial

Tabla 7Elaboración Propia. Iniciativas encontradas en el Sondeo WEB

12. ENCUESTA SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN A EMPRESARIOS O EMPRESAS DE BUCARAMANGA

La siguiente encuesta se realizó con el fin de conocer que conocimientos tienen algunas empresas de la ciudad de Bucaramanga con respecto al proceso de internacionalización y saber cuáles son los motivos que promueven a que las PYMES decidan internacionalizarse y cuáles son las carencias que tienen y el por qué aún no han decidido crecer de forma internacional.

12.1. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Los datos de las siguientes tablas fueron tomados en un programa que realizó la Cámara de Comercio de Bucaramanga, se realizaron 19 encuestas de forma escrita y los datos fueron digitalizados para que fuese más fácil tabular los datos y por ende sacar conclusiones sobre la información recopilada.

NÚMERO DE ENCUESTA	NOMBRE	EMPRESA	CARGO	¿Ha exportado su empresa algún bien o servicio hasta el momento?	Si su anterior respuesta fue negativa, indique el motivo por el cual aún no se ha animado a exportar?	¿Conoce usted cual es el proceso a seguir para una exportación?	¿cree usted que hace falta más información sobre algún tema relacionado con las exportaciones?	¿Conoce usted algún programa que forme o fomente a las empresas para expandirse a mercados internacionales?
1	Martha Liliana Santos Afanador	Salson S.A.	Analista de ventas	NO	No tenemos un producto exportable	SÍ	NO	SÍ
2	Luis A. Pilonieta	Andina de modulares	CEO	SÍ		SÍ	SÍ	SÍ
3	Abel Enrique Gutierrez Martinez	Fantaxias S.A.S.	Asesor comercial	SÍ		SÍ	NO	SÍ
4	Luis Carlos Moreno Ruiz	Dorado Fruits	Gerente	NO	Apenas nos estamos formando para hacerlo	NO	SÍ	NO
5	Diego F. Pava	Espace Creative Studio	CMO	SÍ		SÍ	SÍ	NO
6	María José Moncayo	Isoluciones S.A.S.	Negocios Internacionales	SÍ	Fundamentalmente por desconocimiento de como hacerlo y el desconocimiento del mercado internacional y pienso que es algo muy difícil de hacer	SÍ	NO	SÍ
7	Daniel Caceres Maldonado	Autonomo	Ingeniero y consultor	NO	trabajo como consultor e ingeniero de proyectos	NO	SI	NO
8	Sergio Andres Parra	CESS SAS	Director Comercial	NO	Fundamentalmente por desconocimiento de como hacerlo y el desconocimiento del mercado internacional y pienso que es algo muy difícil de hacer	NO	SI	SI
9	Andre Gonzalez	Zona Franca Santander	Gestor en desarrollo de nuevos proyectos	NO	Porque nuestro servicio no es exportable ya que se centra en el tema inmobiliario, si buscamos atraer inversión extranjera y promover el tema de internacionalización desde Zona Franca Santander pero no exportamos	NO	SI	SI
10	Pilar Figueroa	ASS Ltda	Director Comercial	NO	Falta de conocimiento y Asesoría	NO	NO	SI
11	Jorge Eduardo Perez Lopéz	Glenn Doman	Rector colegio	NO	Somos una escuela de formación humana y pedagogía	NO	SI	NO
12	Jose Gabriel Lopez Ortiz	zumotec S.A.	Gerente	NO	Falta de apoyo tanto tecnico como financiero	NO	SI	SI
13	Julieith Carvajal	INTECAR	Gerente comercial	NO	Nuestras finanzas aún no son suficientes para soportar el proceso	SI	SI	NO
14	Alvaro Andres Niño	K2 ingeniería	Director Comercial	SI		SI	NO	SI
15	Alvaro Silva Orostegoi	Megatrade global SAS	Coordinador de operaciones	SI		SI	SI	NO
16	Isabel Orduz Garcia	Buisos Adure	Gerente	NO	Proceso de posicionamiento y perfeccionar el producto	NO	SI	NO
17	Juliana Marcela Parra	INDEPENDIENTE	Emprendimiento	NO		NO	SI	NO
18	Eduardo Rodriguez	Comercializadora Nativos del campo SAS	Representante Legal	NO	Permisos Sanitarios	SI	SI	NO
19	Pablo Sanchez	CI KROIL SA	Gerente Operativo	SI		SI	NO	SI

Tabla 8 Elaboración propia. Encuesta sobre internacionalización a empresas o empresarios de Bucaramanga, preguntas de SI o NO

¿Cuál o cuáles son sus principales motivación para exportar?		NÚMERO DE ENCUESTA																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	TOTAL
A	Saturación del mercado doméstico				1		1								1	1			1		4
B	Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional			1	1	1					1		1	1	1		1			1	6
C	Ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología, know how y capacidad gerencial obtenida en el mercado									1	1	1		1						1	5
D	Hacer alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos				1					1			1	1							3
E	Disminuir el riesgo de estar en un solo mercado	1	1		1		1		1	1	1		1	1	1		1	1		1	10
F	Vender mayores volúmenes para utilizar la capacidad productiva de la empresa y hacer economías de escala	1	1	1	1												1		1	1	3
G	Aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.	1		1	1				1	1	1	1									4

H	Necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía	1		1	1			1		1				1			1		6	
I	Buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	11
J	OTRO								1										1	

Tabla 9 Elaboración propia. ¿Cuál o cuáles son sus principales motivación para exportar?

Número de encuesta	¿Desea hacer algún aporte que usted crea que necesitan hacer las instituciones el cual motivaría a más empresas a exportar?
7	Tener más conocimiento sobre el paso a paso a seguir para exportar y tener unos mercados fijos
8	mostrar los beneficios
8	acompañar e informar de las oportunidades de nuevos mercados
9	Hace falta estadísticas completamente actualizadas en el país sobre algunos sectores ó información para acceder
9	mostrar las oportunidades y el nivel de exportaciones de su competencia y si es posible del total de la región, creo que con estadísticas y numeros de oportunidades puede motivar
2	Hace falta información sobre como sacar provecho a los TLC
4	hace falta más información sobre documentación y logística
4	capacitaciones con enfoque practico para efectuar la negociación
10	mayor acompañamiento por parte de los diferentes actores
10	Mayor divulgación sobre el proceso
12	Apoyo enfocado a las mipymes
15	Información sobre la cultura en los negocios y como tratar al comprador internacional
15	Realizar más macroruedas de negocios en Bucaramanga
15	Mayor divulgación de oportunidades comerciales
17	Las instituciones publicas deberian tener más difusión y capacitaciones a pequeños empresarios con el fin de estimular el proceso de las exportaciones
19	Es importante contar en la ciudad de Bucaramanga con un patio de almacenamiento de contenedores, ya que hay que traerlos desde Bogotá y esto encarece los valores y nos vuelve menos competitivos

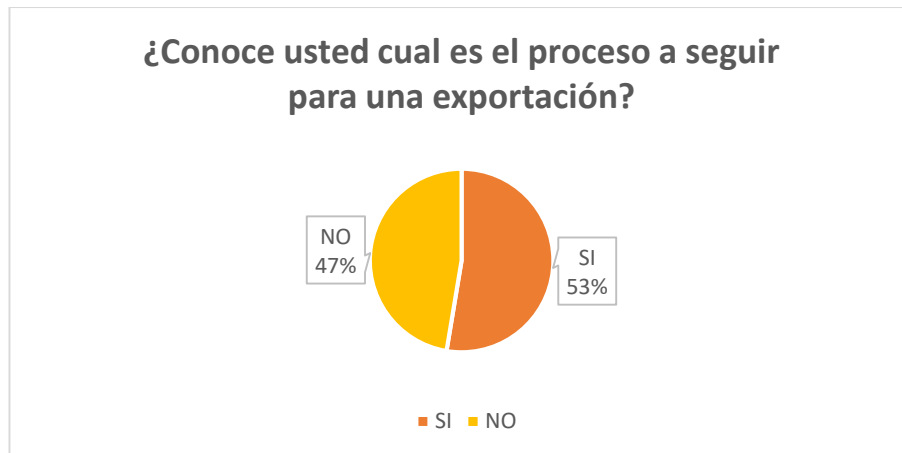
Tabla 10 Elaboración propia. Aportes adicionales de la encuesta sobre internacionalización a las empresas de Bucaramanga.

1
2
3 **12.2. ANALISIS DE ENCUESTA SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN A**
4 **LAS EMPRESAS DE BUCARAMANGA**
5

6 Con respecto a la tabla 8, podemos percibir que la mayoría de las empresas encuestadas no había
7 exportado ningún bien o servicio hasta el momento y uno de los principales motivos es por
8 desconocimiento del proceso a seguir y donde poder tener un acompañamiento sobre los pasos a seguir
9 para poder exportar un bien o servicio. La mayoría también contestaron que hace falta más
10 información sobre temas relacionados con el proceso de exportación para las PYMES.
11
12

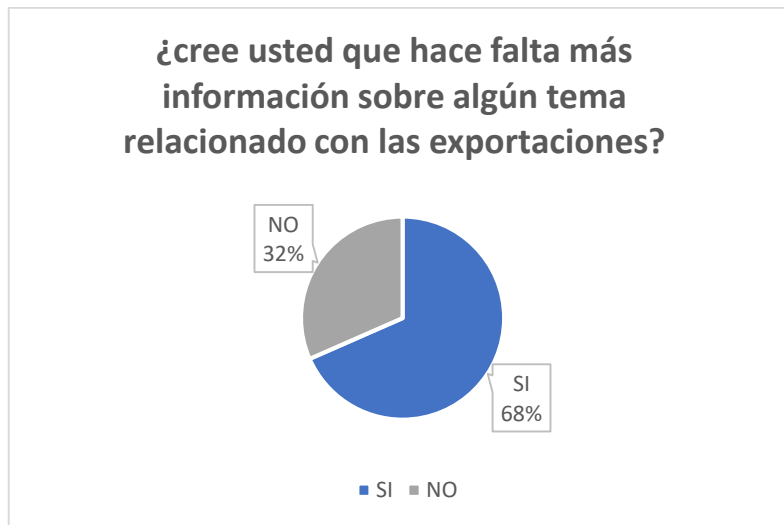


13
14 Ilustración 2 Elaboración propia. Pregunta 1 de la tabla 8



15
16
17
18 Ilustración 3 Elaboración propia. Pregunta 2 de la tabla 8

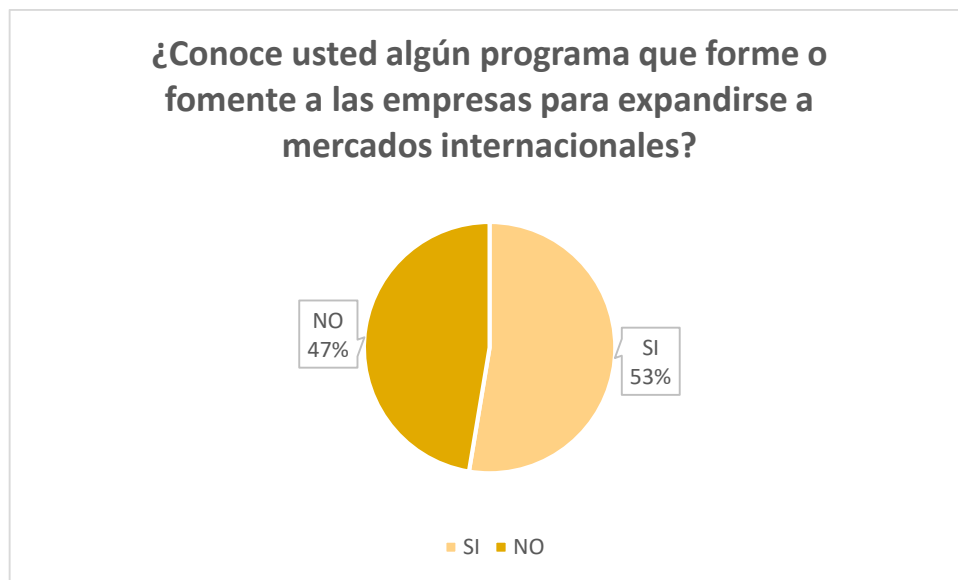
19



20
21

Ilustración 4 Elaboración propia. Pregunta 3 de la tabla 8

22



23
24

Ilustración 5 Elaboración propia. Pregunta 4 de la tabla 8.

25 En la tabla 9 dan algunos motivos por los cual las empresas deciden exportar y se le pide a los
26 encuestados que seleccionen los motivos en los que se ven reflejados y se deja la opción de otros por si
27 desean agregar otro motivo. Solo una empresa encuestada de 19 dio otro motivo y su aporte fue:
28 Principalmente atracción de inversión extranjera. En cuanto a cuáles fueron los motivos más
29 seleccionados en las encuestas se puede notar que los principales fueron el disminuir el riesgo de estar
30 en un solo mercado y buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la
31 existencia de la empresa a largo plazo.

32

33 En la tabla 10 se ven reflejados los aportes y sugerencias de las empresas encuestadas para hacer más
34 fácil el proceso de internacionalización de las PYMES y entre casi todas las respuestas es notorio que
35 una de las mayores carencias de las empresas en el momento de querer internacionalizarse es no saber
36 el proceso y a que instituciones acudir para obtener información sobre el proceso y requisitos para
37 exportar.

38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76

77 **CONCLUSIONES**

78

79

80 Con la elaboración de esta investigación se logró hacer un mapeo con un directorio el cual permitirá a
81 las empresas saber a qué entidad contactar en caso de dudas sobre algún tema relacionado con la
82 exportación de bienes y servicios. Así mismo se hizo una ruta de internacionalización con cada paso
83 que las empresas deben realizar en su proceso de internacionalización con el fin de distribuirlo a las
84 entidades que les concierne dar información a las empresas sobre el tema y así coordinar y fomentar el
85 desarrollo empresarial e internacionalización y promover la inserción de Bucaramanga en el escenario
86 global.

87

88 También se logró por medio de un cuestionario identificar los puntos de encuentro de diferentes
89 entidades gubernamentales y privadas sobre las estrategias que están implementando cada una para
90 mejorar la comercialización internacional de las empresas en Bucaramanga y tabularlas para identificar
91 las entidades que tuvieran iniciativas parecidas y así estas se integraran para que haya una línea de
92 comunicación más directa y clara y fortalecer el desarrollo empresarial. Una vez identificados las
93 estrategias en común se hizo un segundo cuestionario sobre las empresas que querían participar en
94 cada estrategia y de qué forma lo harían y así se logró que las empresas se comprometieran de forma
95 específica con su aporte en cada estrategia por medio de la promoción, capacitación, consultoría,
96 inversión o trabajo articulado de cada estrategia con el propósito de contar con una mejor coordinación
97 y metas orientadas a resultados más concretos.

98

99 Por último mediante la encuesta a diecinueve PYMES de Bucaramanga se identificó que aunque
100 hallan diferentes entidades como PROCOLOMBIA, la Cámara de Comercio de Bucaramanga entre
101 otras entidades que tienen toda la información sobre el proceso de exportación y también cuentan con
102 programas que fomentan y hacen acompañamientos en el proceso para internacionalizarse, las
103 empresas aún no tienen conocimiento sobre a qué entidades acudir para orientarse y capacitarse en el
104 tema, por lo cual se propone una mayor divulgación y promoción de forma directa y clara.

105

106

107

108

109 **BIBLIOGRAFIA**

110

111

112 Johanson, J., y Vahlne, J.-E. (1990), “El mecanismo de internacionalización”, International
113 Marketing Review, Vol. 7 (4).

114 Trujillo M., Rodríguez D., Guzmán A. , Becerra G. (2006), “Perspectivas teóricas sobre
115 internacionalización de empresas”, Documento de investigación.

116 Gómez É., González G. (2011), “Proceso de internacionalización de empresas del área metropolitana
117 de Bucaramanga”, Artículo de investigación.

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138 **FUENTES**

139

140 Presentación de la empresa, antecedentes, visión y misión de IMEBU,

141 <http://www.imebu.gov.co/web2/index.php/institucional/acerca01>

142 Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas p.p 20,

143 <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf>.

144

145 Proceso de internacionalización, Arnoldo Araya, <http://www.nacce.es/content/estrategia-de-internacionalizaci%C3%B3n>

147 Proceso de Internacionalización de Empresas,

148 http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/653/580

149 Ruta exportadora, <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/>

150 Significado de internacionalización, <http://iberglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1448-que-es-la-internacionalizacion>

152

153 Significado de internacionalización, <https://www.economiasimple.net/glosario/internacionalizacion>

154 Que es una ruta de internacionalización o exportadora, <http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/>

155 Modelo Uppsala, P.p. 13, <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf>

156 Iniciativa alianza courier <http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/alianzas-de-transporte-con-empresas-courier>,

158

159 Iniciativa centro de información PROCOLOMIA y cámara de comercio
160 <https://www.camaradirecta.com/fortalecer-mi-empresa/programas-y-proyectos/procolombia/>

161 Iniciativa compite 320, <https://www.camaradirecta.com/fortalecer-mi-empresa/compite-360/que-es-compite-360/>

163

164 Iniciativa Colombia exporta servicios,
165 http://www.colombiaexportaservicios.co/sites/default/files/colombia_exportador_de_servicios.pdf

166 Iniciativa Mipyme Internacional, <http://www.vanguardia.com/economia/nacional/399544-empresas-podran-crear-sus-areas-de-comercio-exterior>

167

168 Iniciativas Mentor Exportador, Más Multilaterales, Destino Global, Marca País,
169 [http://www.procolombia.co/noticias/procolombia-pone-en-marcha-nuevas-iniciativas-para-fortalecer-](http://www.procolombia.co/noticias/procolombia-pone-en-marcha-nuevas-iniciativas-para-fortalecer-internacionalizacion-empresarial)
170 [internacionalizacion-empresarial](http://www.procolombia.co/noticias/procolombia-pone-en-marcha-nuevas-iniciativas-para-fortalecer-internacionalizacion-empresarial).
171
172 Significado de exportación, <https://definicion.de/exportacion/>
173
174 Significado de arancel, <https://definicion.de/arancel/>
175
176 Qué es BANCOLODEX, <https://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Que-es-Bancoldex.aspx>
177
178 Qué es PROCOLOMIA, <http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia>
179
180 Qué es BASC, <http://www.basccolombia.org/basc-colombia.html>
181
182 Que es la DIAN, <http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Laentidad?OpenDocument>
183
184 Datos para la ruta exportadora, <http://www.dian.gov.co/>, <http://www.cdmb.gov.co/>,
185 <http://www.banrep.gov.co/>, <https://www.invima.gov.co/>, <https://www.ica.gov.co/>,
186 <http://www.procolombia.co>, <https://www.bancoldex.com/>, <https://www.camaradirecta.com>,
187 <http://www.bascoriente.org/>, <http://www.mincit.gov.co/>, <http://www.analdex.org/>,
188 <http://www.andi.com.co>