ORBIS
Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences /
PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno /
Jaime González Díaz, Enrique Ochoa Dearco, Diego Cardona Arbeláez (2018)
ESTADO ACTUAL DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR METALMECÁNICO DE CARTAGENA
www.revistaorbis.org.ve / núm 41 (año 14) 33-51 DOI: http://doi.org/10.5281/zenodo.7795953

CURRENT STATE OF THE INTERNATIONALIZATION OF SMES IN THE CARTAGENA METALWORKING SECTOR

ESTADO ACTUAL DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR METALMECÁNICO DE CARTAGENA[1]


Jaime González Díaz[2]


Enrique Ochoa Dearco[3]


Alexander Gary García[4]

RESUMEN
El *objetivo* de este artículo es describir la situación actual de la internacionalización de las pymes del sector metalmecánico de la ciudad de Cartagena. La *Metodología* que se utilizó fue un estudio descriptivo que adoptó un diseño de investigación no experimental, transversal y mixta o integrada que estudio una población de 17 pymes, y una muestra de 11 empresas de la ciudad de Cartagena, recopilando la información por medio de encuesta y entrevista. Los principales *resultados* arrojaron que la mayoría de las pymes estudiadas no tienen ningún tipo de acercamiento con la internacionalización; igualmente, la mayoría tienen nula experiencia en los mercados internacionales. Se puede apreciar un vacío en el conocimiento de la normativa. En *conclusión,* la situación antes descrita exige un mayor apoyo por parte del Ministerio de Comercio y de Proexport, Fedemetal, las IES, el Sena, la Cámara de Comercio, la Alcaldía Distrital, y el Gobierno Departamental.
Palabras Clave: Competitividad, Internacionalización, Mercados, Metalmecánica, Pymes.

ABSTRACT
The *objective* of this article is to describe the current situation of the internationalization of SMEs in the metalworking sector of the city of Cartagena. The *methodology* used was a descriptive study that adopted a non-experimental, transversal and mixed or integrated research design that studied a population of 17 SMEs, and a sample of 11 companies in the city of Cartagena, collecting the information through a survey and interview The main *results* showed that most of the SMEs studied do not have any kind of approach to internationalization; likewise, most have no experience in international markets. You can see a gap in the knowledge of the regulations. In *conclusion*, the situation described above requires greater support from the Ministry of Commerce and Proexport, Fedemetal, the IES, the Seine, the Chamber of Commerce, the District Mayor's Office, and the Departmental Government.
Keywords: Competitiveness, Internationalization, Markets, Metalworking, SMEs, Business,

[1] Se agradece la participación de los miembros del Semillero SINI, de la Escuela de Administración en Negocios Internacionales, de la Universidad del Sinú Seccional Cartagena: Melina Cuevas Navarro, Valeria Dorado Monroy, Edna Molano Martínez, Aylin Carolina Pérez García, Yamileth Vásquez Vásquez, quienes participaron como asistentes de investigación en el estudio que dio como producto este artículo.
[2] Administrador de Empresas. Mag. en Desarrollo Empresarial. Doctor en Ciencias Sociales (c). Coordinador de Investigaciones Escuela de Administración de Negocios Internacionales EANI Universidad del Sinú Seccional Cartagena (Colombia). jaimegonzalezd@unisinu.edu.co
[3] Economista. Especialista en Gerencia Logística. Magister en Administración de Empresas. Doctorante en Administración Gerencial Universidad Benito Juárez. Profesor Universidad del Sinú Seccional Cartagena (Colombia). enriqueochoadearco@gmail.com
[4] Administrador de Empresas. Magister en Negocios Internacionales. Director de la Escuela de Administración de Negocios Internacionales EANI de la Universidad del Sinú Seccional Cartagena. dirnegocios@unisinucartagena.edu.co

INTRODUCCIÓN

La industria metalmecánica en Colombia es la encarga de transformar el acero en bienes que van desde laminados, tuberías, estructuras metálicas y alambres, hasta maquinaria industrial como ascensores y calderas. Actualmente existen más de 680 empresas dedicadas al sector metalmecánico a lo largo de la cadena manufacturera. Hoy en día este sector se ha ganado un espacio de mucha importancia por su gran potencial para satisfacer la creciente demanda mundial de sus productos.

Todo esto permite que los empresarios ganen dominio del mercado colombiano, suficiente trayectoria en el mercado de Latinoamérica y sobre todo experiencia en comercio internacional, lo cual permite flexibilidad debido a los costos de inversión competitivos. Según datos de Proexport (2017), las exportaciones colombianas de metalmecánica en 2015 sumaron USD 874 millones y los principales destinos de exportación fueron: China con USD 147 millones (17%), Estados Unidos con USD 22,6 millones (14%), Venezuela con USD 75,5 millones (9%), Ecuador con USD 75 millones (8,6%) y Brasil con USD 67,2 millones (7,7%).

La cadena metalmecánica está compuesta por un diverso conjunto de actividades industriales y su desarrollo está influenciado por la dinámica de otros sectores. Entre los principales subsectores o sectores a los que se enlaza la cadena metalmecánica están: el sector de la construcción, minero, automotriz, infraestructura, petrolero, manufactura y agroindustrial; siendo de esta manera también un sector clave para otras actividades económicas (Delgado, 2014).

En relación con los capítulos del arancel de aduanas a la cadena metalmecánica le corresponden los capítulos: 82: herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa de metal común, partes de estos. 83: manufacturas diversas de metal común. 84: reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos. 85: máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión y las partes y accesorios de estos aparatos (Ramírez y González, 2016).

La cadena productiva metalmecánica en la ciudad de Cartagena muestra una concentración de unidades empresariales hacia los sectores medianos y pequeños, y su actividad gira alrededor del suministro de piezas, partes e instalaciones para la gran industria del sector petroquímico de Mamonal. Este grupo de empresas muestra un crecimiento importante en los últimos años, lo mismo que un desarrollo en sus procesos productivos y de gestión (González y Álvarez, 2012).

Cartagena es considerada la principal ciudad industrial del Caribe y la quinta más importante en Colombia. Con un fuerte sector petroquímico que registró un

aumento del número de empresas entre 2013 y 2014 de 97 a 119 respectivamente. Este sector generó ingresos superiores a los $9 billones y empleó a unas 3.039 personas en el 2014; igualmente, avanza a pasos agigantados para convertirse en una de las más dinámicas, robustas y competitivas de América Latina. Esta misma dinámica a jalonado el crecimiento de sectores como el de telecomunicaciones, metalmecánica, infraestructura, entre otros. Atrayendo inversionistas de Europa (35%), América Latina y el Caribe (18%), Norte América (12%), Asia (7%), África (1%) y las distintas ciudades del país (27%) (Revista Dinero, 2015).

El propósito de este artículo es describir la situación actual de la internacionalización de las pymes del sector metalmecánico de la ciudad de Cartagena. Para lograr este objetivo primero hace una revisión de literatura para clarificar conceptual y operativamente el concepto internacionalización de la empresa. Posteriormente, se muestran las características de las pymes del sector metalmecánico de la ciudad de Cartagena. Y finalmente, se describe el estado actual de la internacionalización de las pymes del sector metalmecánico de la ciudad de Cartagena.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente artículo es producto de un estudio descriptivo que adoptó un diseño de investigación no experimental, transversal y mixta o integrada ya que manejan técnicas cuantitativas y cualitativas. La población estuvo representada por las pequeña y medianas empresas de la actividad metalmecánica de la ciudad de Cartagena. Según código CIIU desde el D28 al D35; según la Cámara de Comercio de Cartagena (2017), las empresas incluidas en estos segmentos completan un número de 17. La muestra a estudiar fue de 11 empresas, seleccionadas mediante muestreo no probabilístico por conveniencia, determinado por la ubicación y acceso a las empresas. La recopilación de la información se efectuó a través de entrevistas y encuestas. Para este trabajo se aplicó el análisis estadístico utilizando como apoyo el programa Excel; y se utilizó el análisis de contenido para el análisis de las entrevistas (Fernández, 2002). Para la validación del instrumento se empleó el método de juicio experto y la confiabilidad del mismo se determinó con la aplicación del método Test-Retest.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

El mundo actual está dominado por la globalización de la economía, esta trae consigo efectos no controlables, como el aumento de la intensidad competitiva global. Para que las organizaciones, puedan sobrevivir a dicho fenómeno, es indispensable crear diversas estrategias, entre las que se puede mencionar el incursionar a mercados internacionales. Esto exige desarrollar ventajas competitivas necesarias, primero, para defender los mercados consolidados, y, segundo para abarcar nuevos mercados.

En el contexto colombiano, al igual que en muchos países, las pymes son empresas que en su mayoría surgen de asociaciones entre familias, crecen y contribuyen, de forma notable en la economía, generando mayor empleo, y así, afectando positivamente la productividad de los países. Son muchos los autores que destacan la importancia de la internacionalización como estrategia para enfrentar la fuerte competitividad global, e incluso se habla de pymes exportadoras, o de la internacionalización de la pyme (Poblete y Amorós, 2013; Vázquez y Vázquez 2007; Romero 2006; Sigala, 2011; Morales, 2015).

En Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), conocida como la Ley Mipymes. El término Mipymes hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV[5], (Bancoldex, 2013. Citado en Jiménez, Rojas y Galvis 2014).

Al igual que la mayoría de las empresas nacientes, estas Pymes son muy vulnerables, como lo señala un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), en 2013, encontró que, pasado el primer año después de la creación, solo sobrevivió el 55 por ciento de las firmas constituidas; para el segundo, el 41 por ciento; al tercer año, el 31 por ciento, y llegado el cuarto año quedó en el 23 por ciento (Díaz, Cuisman, y Hernández 2017).

Por otro lado, existen diversas concepciones sobre la internacionalización de las empresas, el Confederación de Empresarios de Comercio Minorista (Cecoma) de España, dice que la internacionalización es la necesidad de buscar nuevos mercados como respuesta a la fuerte competencia dentro de nuestro mercado local y nacional.

Por su parte, Procolombia[6] entiende la internacionalización como la inserción de su empresa en los mercados internacionales y su reto como empresario, va más allá de hacer ventas al exterior por medio de contactos con importadores o realizar los trámites de exportación. La internacionalización es una operación estratégica que involucra todas las áreas funcionales de la empresa. Requiere dedicación, entusiasmo y preparación para llegar a ser un exportador exitoso (Ordoñez y Zabaleta, 2011).

Pero, ¿cómo puede empezar su proceso de internacionalización una empresa?, al respecto Sarmiento (2014), señala que la globalización se constituyó en la mejor

[5] Acrónimo utilizado en Colombia para la expresión Salario Mínimo Mensual Legal Vigente: el cual se fija para periodos de un año y su periodicidad de pago es mensual; pudiendo darse una diferente aplicación en el pago real (Arango, Herrera, y Posada, 2007).
[6] Proexport Colombia: es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país.

opción para que los países desarrollados encontraran en otros países ampliación de sus mercados. Mientras que los países en vías de desarrollo aprovecharon la situación para promocionar sus productos y ser partícipes de actividades comerciales que antes estaban vedadas para ellos. Algunas de las formas para lógralo fueron: exportaciones, licencias/franquicias, y proyectos listos para operarse.

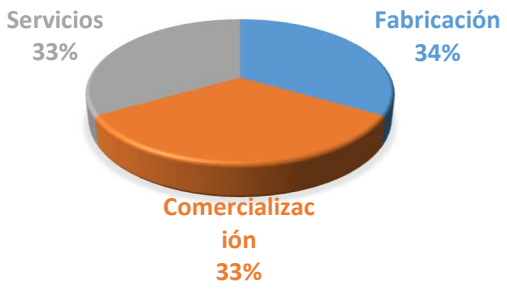
Olivares (2005), destaca que el modelo de internacionalización por etapas sigue siendo válido. En general, se demuestra que las empresas se mueven progresivamente desde modos de entrada con un nivel de riesgo bajo y con escasos compromisos de recursos, hacia modos de entrada más arriesgados y que implican un mayor compromiso de recursos. Operativamente esto se puede lograr por medio de exportaciones esporádicas, exportación a través de representantes independientes (exportación indirecta), establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero (exportación directa), establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

Lo anteriormente expuesto muestra las dificultades que se deben superar para la internacionalización de una empresa, lo cual es aún más difícil para las micro y pequeñas empresas puesto que, la mayoría de ellas no cuentan con el capital humano y económico que les permita ser empresas de carácter internacional.

RESULTADOS

Características de las pymes del sector metalmecánico de la ciudad de Cartagena

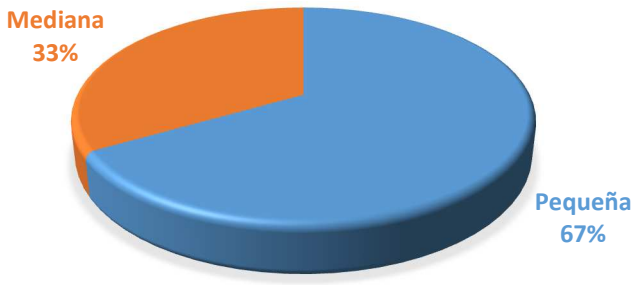
Gráfico 1. Sector económico



Fuente. Realizado por los investigadores (2018)

Las pymes del sector metalmecánico estudiadas, dedican a la fabricación un 34%, mientras que comercialización, y servicios comparten un 33% de manera equitativa; esto deja ver que el sector no presenta un énfasis fuerte en alguna de las tres modalidades de actividad productiva (Grafico 1).

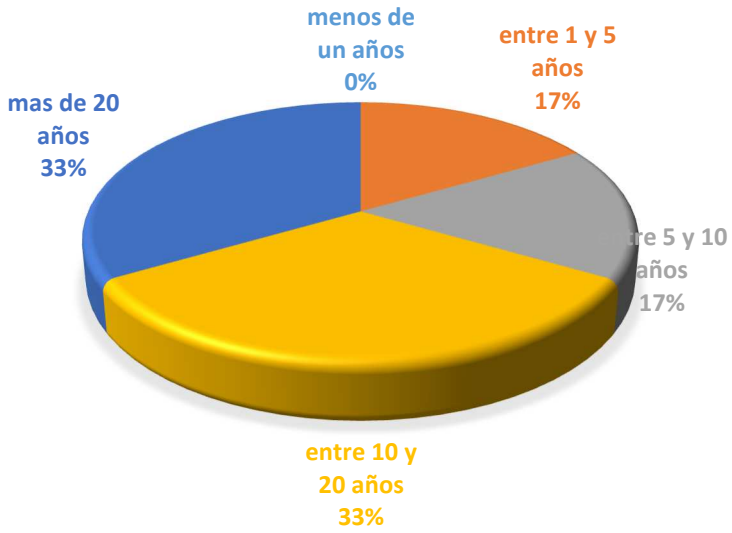
Grafico 2. Tamaño de las empresas



Fuente. Realizado por los investigadores (2018)

En lo relacionado con el tamaño de las pymes estudiadas, se pudo determinar que el 67% de las pymes referenciadas son pequeñas, mientras que el 33% son medianas. Esto muy posiblemente se deba a que muchas de estas unidades productivas de negocio en su gran mayoría nacen en la informalidad, y posteriormente han establecido el proceso de legalización para ganar espacio de competitividad en los mercados (Grafico 2).

Grafico 3. Antigüedad de la empresa

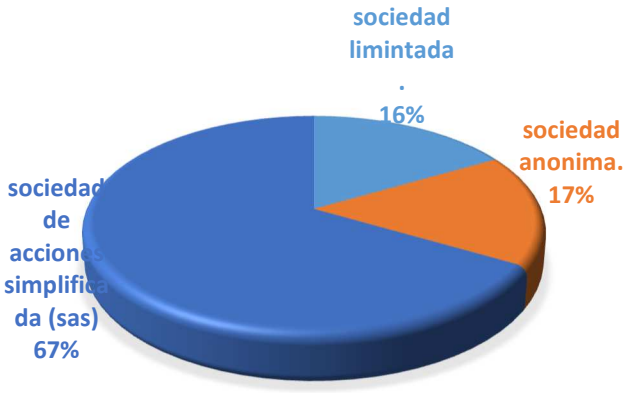


Fuente. Realizado por los investigadores (2018)

En lo concerniente con la antigüedad de las empresas estudiadas, se pudo determinar que ninguna de las pymes estudiadas tiene menos de un año, que el 17% tiene una antigüedad de entre 1 y 5 años, y en igual proporción (17%), tienen entre 5 y 10 años, mientras que entre los 10 y 20 años están el 33%; finalmente,

se denota entonces una relativa solides puesto que el 66% de las pymes tienen más de 20 años (Grafico 3).

Grafico 4. Tipo de empresas.



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Con respecto a la constitución legal de las pymes objeto de la presente investigación, se observó que tanto las sociedades en comandita simple como la en comandita por acciones representan un 0%, mientras que sociedad limita y sociedad anónima poseen un 16% y 17% de participación; también, se aprecia que la Sociedad De Acciones Simplificadas (S.A.S.) es la categorización más alta o de mayor preferencia por los micro empresarios (67%) (Grafico 4).

Estado actual de la internacionalización de las pymes del sector metalmecánico de la ciudad de Cartagena

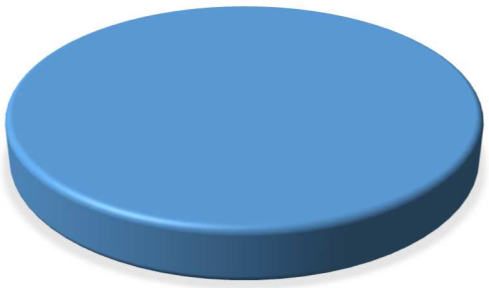
Grafico 5. Desarrolla actividades esporádicas de exportación.



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Cuando se preguntó si desarrollan actividades esporádicas de exportación, los empresarios encuestados en su totalidad (100%), respondieron que no en ampliar sus aristas en los mercados internacionales, lo cual pone de manifiesto que se hace necesario indagar a profundidad sobre la temática para conocer las reales causas de esta situación (Grafico 5).

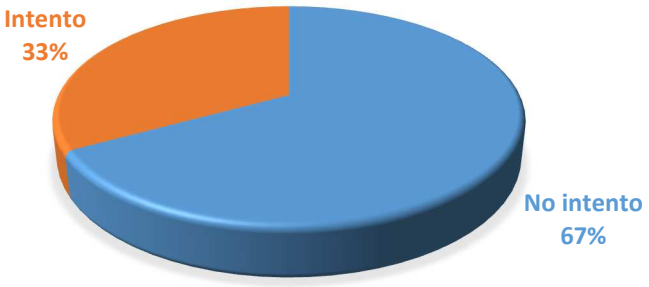
Grafico 6. No cuenta con un establecimiento sucursal en el extranjero.



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Cuando se preguntó si contaban con un establecimiento sucursal en el extranjero, la totalidad (100%), de las pymes metalmecánicas encuestadas, no cuentan con un establecimiento sucursal en el extranjero. En la entrevista se indago sobre esta situación, y los gerentes entrevistados manifestaron que esto se daba debido a que no se consideran competitivos para enfrentarse en el campo internacional (Grafico 6).

Grafico7. Ha tenido su empres un socio para el comercio internacional.

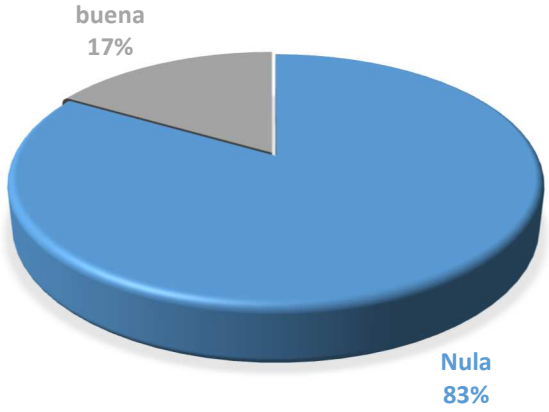


Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

En cuanto a si ha tenido su empres un socio para el comercio internacional, se aprecia de acuerdo con los resultados obtenidos que solo el 33% de los

empresarios ha intentado o incursionado en los negocios internacionales a través de esta modalidad, la gran mayoría (67%) no lo ha hecho. En la entrevista se indago sobre esta situación, y los gerentes entrevistados manifestaron no tener la orientación internacional para sus empresas (Grafico 7).

Grafico 8. Conocimientos de negociación internacional.



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

En lo concerniente a la experiencia en los mercados internacionales, se puede observar que solo el 17 % tienen algún tipo de conocimientos sobre procesos de negociación internacional, el 87% manifiesta que tienen nula información sobre este tipo de procesos. Esto evidencia la necesidad de un proceso de capacitación en negocios internacionales (Grafico 8).

Grafico 9. Principales barreras para proceso de internacionalización.



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Con respecto a las barreras que enfrentan los empresarios encuestados en la incursión a los negocios internacionales, se encontró que los trámites engorrosos ante DIAN[7], Min comercio y demás, se presenta como la principal barrera (45%), los restantes aspectos tienen una participación igual de un 11% internacionales (Grafico 9).

Grafico 10. Satisfacción en nivel tecnológico y capacidad de innovación.

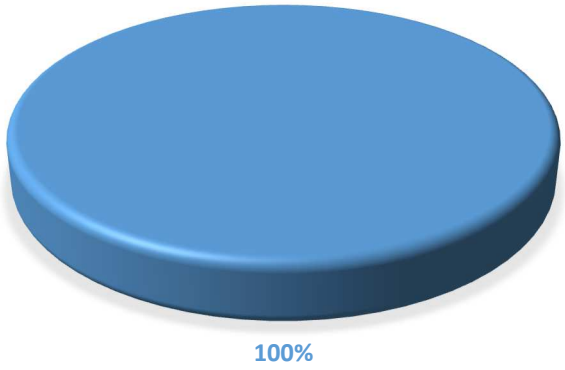


Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Se aprecia que frente a la pregunta siente satisfacción por el nivel tecnológico y capacidad de innovación de su empresa para enfrentar los mercados internacionales, un 50% siente satisfacción por el nivel tecnológico y capacidad de innovación de su empresa, mientras que un restante 50% de no siente satisfacción por el nivel tecnológico y capacidad de innovación de su empresa (Grafico 10).

[7] DIAN (Dirección de impuestos y aduanas nacionales): es una unidad administrativa especial (UAE) del estado colombiano. Es una entidad gubernamental técnica y especializada de carácter nacional tiene como objetivo principal la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, y la facilitación de las operaciones de comercio exterior.

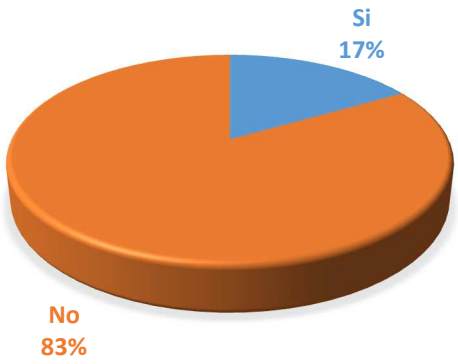
Grafico 11. Percepción de los TLC.



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Al considerar el nivel de satisfacción que se ha tenido con los acuerdos o tratados de libre comercio, la totalidad (100%) de los encuestados, manifestó que han sido varios los beneficios, y tienen una percepción positiva frente a los TLC. No obstante, En la entrevista señalan que la formación e información en negocios internacionales, sigue generando situaciones de impacto negativo para aprovechar estos acuerdos comerciales (Grafico 11).

Grafico 12. Conocimiento de la legislación relacionada a la internacionalización.

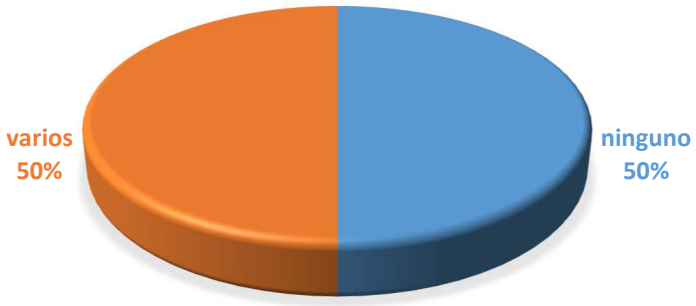


Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Al ser consultados sobre su nivel de conocimiento en la legislación colombiana con respecto a los negocios internacionales, se encontró que solo el 17% de los empresarios pymes encuestados admitió conocerla, lo cual permite apreciar el

vacío que hay en el conocimiento en la legislación colombiana con respecto a los negocios internacionales (83%) (Grafico 12).

Grafico 13. Factores positivos por la intervención de Min comercio y Procolombia.



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Al ser revisado los "factores positivos por la intervención del Ministerio de Comercio y Procolombia", se encontró un nivel de aceptación de 50%, y por supuesto el valor restante de no satisfacción, argumentos que son congruentes con los resultados obtenidos a lo largo del proyecto, lo cual afianza la necesidad de formación en el área en pro del desarrollo de las pymes (Grafico 13).

Grafico 14. Tiempo en el proceso de Internacionalización

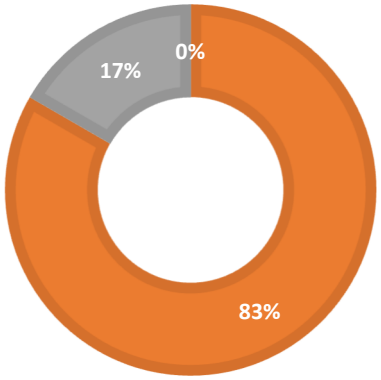


Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Considerando el "Tiempo en el proceso de internacionalización" el 50% de la muestra respondió no tener ningún tipo de acercamiento con la

internacionalización de la empresa. Con respecto a la diferencia menos de un año el 16%, entre 1 y 5 años y más de 20 años un 17% (Grafico 14).

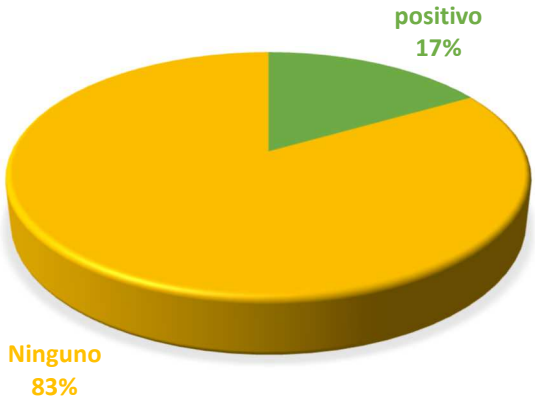
Grafico 15. Promoción de estrategia de comercialización a través del marketing internacional



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Se evidencia que el 83% de las empresas del sector metalmecánico encuestadas no realizan promoción de estrategias de comercialización a nivel internacional mostrando una deficiencia en la aplicación de estrategias que le permitan ampliar su mercado a nivel internacional, solo el 13% de los encuestados afirma que lo han estado realizando muy esporádicamente. Se puede observar que estas empresas se enfocan solamente en el mercado local-nacional y no que no tienen perspectiva para la internacionalización (Grafico 15).

Grafico 16. Impacto generado por la apertura económica.



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Al indagar el impacto que ha tenido la apertura económica en el sector metalmecánico las empresas encuestadas en su gran mayoría (83%), afirman que no ha tenido ningún impacto en su empresa, solo el 17% de los encuestados tiene una percepción positiva frente al fenómeno antes mencionado. Esto refleja los pocos o nulos esfuerzos por realizar estrategias para internacionalizar su empresa (Grafico 16).

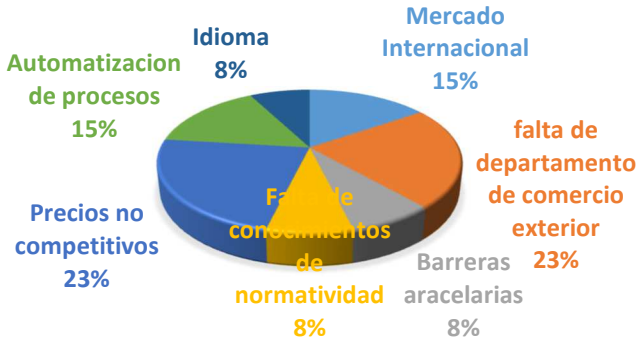
Grafico 17. ¿Les gustaría Internacionalizarse?



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Frente a la pregunta ¿les gustaría Internacionalizarse?, las pymes metalmecánicas encuestadas en su mayoría (100%), tienen la aspiración de llegar a los mercados internacionales. En relación con este aspecto, en la entrevista se alcanzó a percibir que entre los empresarios entrevistados existen temores para llevar a cabo la internacionalización, esto podría estar relacionado con bajos niveles de formación en esta temática (Grafico 17).

Grafico 18. ¿Qué barreras considera que han dificultado el proceso de Internacionalización?



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Con respecto las barreras que han dificultado el proceso de internacionalización, los empresarios encuestados destacaron los siguientes aspectos: desconocimiento de los mercados internacionales 23%, falta de departamento de comercio exterior 23%, las barreras arancelarias 8%, falta de conocimiento de la normativa 8%, precios de competitivos 15%, automatización de procesos 15%, el idioma 8% (Grafico 18).

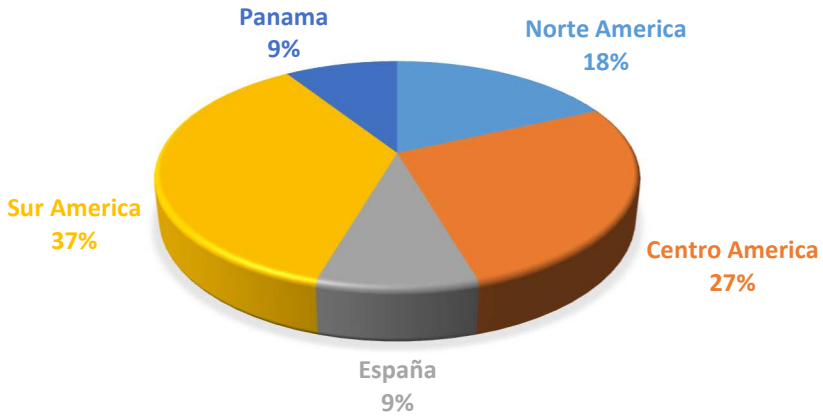
Grafico 19. Elementos para Internacionalizarse



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Al ser consultados los empresarios sobre las necesidades para internacionalizarse, se pudo establecer lo siguiente: el 34% admitió de la falta de reconocimiento, el 33% considera que la carencia de marketing internacional, el 22 % de los empresarios considero que la infraestructura es un factor de suprema importancia para tomar decisiones de internacionalizarse, y finalmente el 11% considera que la tecnología de punta es importante antes de querer internacionalizarse por parte de la empresa dado que los sistemas de información están marcando la pauta en lo relacionado con la intencionalidad de ser competitivos internacionalmente (Grafico 19).

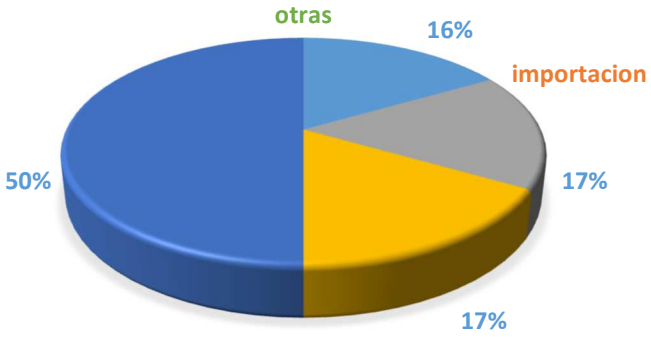
Grafico 20. Países Meta



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Considerando el punto, de cuál sería el país meta donde le gustaría tener cualquier tipo de internacionalización de sus productos ya sea con sucursales, socio extranjero, entre otros, el 37% de las empresas metalmecánicas encuestadas dijeron que les gustaría llegar Sur América, el 27% centro América, el 18% Norte América, y finalmente el 9% España y una cifra similar Panamá (Grafico 20).

Grafico 21. Actividades para internacionalizar sus productos y/ o servicios



Fuente. Realizado por los investigadores (2018).

Consultado los empresarios sobre las actividades que realizarían para la internacionalización de sus productos; el 16% considero que exportaciones directas, el 17% comparte la idea de implementar sucursales en el extranjero, el 17% adicional manifiesta que inversión directa mientras que el 50% prefiere

buscar un socio extranjero como practica y estrategia para internacionalizarse (Grafico 21).

CONCLUSIONES

La situación de las pymes del sector metalmecánico estudiadas evidencias que la totalidad de los encuestados no desarrollan actividades esporádicas de exportación, ni cuenta con un establecimiento sucursal en el extranjero. La gran mayoría (67%) no ha tenido un socio para el comercio internacional. El 87% manifiesta que tienen nula experiencia en los mercados internacionales. Con respecto a las barreras que enfrentan los empresarios encuestados en la incursión a los negocios internacionales, se encontró que los trámites engorrosos ante DIAN, Min comercio y demás, se presenta como la principal barrera (45%).

Se aprecia que frente a la pregunta siente satisfacción por el nivel tecnológico y capacidad de innovación de su empresa para enfrentar los mercados internacionales, solo un 50% siente satisfacción con este aspecto. Al considerar el nivel de satisfacción que se ha tenido con los acuerdos o tratados de libre comercio, la totalidad (100%) de los encuestados, manifestó que han sido varios los beneficios, y tienen una percepción positiva frente a los TLC.

Sobre su nivel de conocimiento en la legislación colombiana con respecto a los negocios internacionales, se puede apreciar el vacío que hay en el conocimiento de la normativa al respecto (83%). Al ser revisado los “factores positivos por la intervención del Ministerio de Comercio y Proexport”, se encontró un nivel de aceptación de 50% con relación a la gestión de estas entidades. La mayoría (50%) de la muestra respondió no tener ningún tipo de acercamiento con la internacionalización.

Se evidencia que el 83% de las empresas del sector metalmecánico encuestadas no realizan promoción de estrategias de comercialización a nivel internacional mostrando una deficiencia en la aplicación de estrategias que le permitan ampliar su mercado a nivel internacional. Al indagar el impacto que ha tenido la apertura económica en el sector metalmecánico las empresas encuestadas en su gran mayoría (83%), afirman que no ha tenido ningún impacto en su empresa.

Claro está, que de las pymes metalmecánicas encuestadas en su totalidad (100%), tienen la aspiración de llegar a los mercados internacionales. En el logro de esta meta principales barreras que han dificultado su logro son: el desconocimiento de los mercados internacionales (23%), y la falta de un departamento de comercio exterior en sus empresas (23%).

Al ser consultados los empresarios sobre las necesidades para internacionalizarse, el 34% admitió de la falta de reconocimiento, y el 33% la carencia de marketing internacional. Con respecto a los destinos internacionales

potenciales para sus productos ya sea con sucursales, socio extranjero, entre otros, el 37% de las empresas metalmecánicas encuestadas dijeron que les gustaría llegar Sur América, y el 27% centro América (en especial Panamá). Para esto el 50% prefiere buscar un socio extranjero como práctica y estrategia para internacionalizarse.

El panorama antes descrito exige un fuerte apoyo por parte del ministerio de comercio y de Proexport, manifestado en capacitaciones y en el esfuerzo de acercar a proyección de las pymes del sector metalmecánico de Cartagena en los mercados internacionales. Las instituciones de educación se pudieran sumar a este esfuerzo abriendo programas de formación que tenga como tema principal la internacionalización de las pymes. Igualmente, Fedemetal puede crear propuestas, que puedan llegar al gobierno nacional, con el fin de obtener mayor apoyo financiero para el sector que permita un fortalecimiento en aspectos productivos y administrativos.

Otra propuesta seria la consolidación de una alianza por parte de las empresas metalmecánicas de la ciudad de Cartagena para que puedan desarrollar proyectos en conjunto que sean beneficios para el sector, lo cual permitiría tener un mayor poder de negociación con clientes y proveedores. En este empeño resulta de vital importancia los apoyos de la Alcaldía Distrital, y el Gobierno Departamental.

REFERENCIAS

Arango, L. E., Herrera, P., & Posada, C. E. (2007). El salario mínimo: aspectos generales sobre los casos de Colombia y otros países. *Borradores de economía*, (436), 1-40.

Delgado, R. Siervo T (2014). Prospectiva Laboral para el Sector Metalmecánico en Boyacá. Ingenio Magno. Vol 5, pp. 137-145.

Díaz, J. E. G., Cuisman, K., & Hernández, P. D. (2017). Perdurabilidad empresarial de las mipymes de la ciudad de Cartagena: Un estudio de caso. In *Congreso Internacional en Administración de Negocios Internacionales.: CIANI 2017* (pp. 335-354). Universidad Pontificia Bolivariana.

Fernández Chaves, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. Revista de Ciencias Sociales (Cr), 2(96).

González, J. Sampayo, A. (2012). El crecimiento de las micro, pequeña y medias empresas del subsector metalmecánico de Cartagena. Aglala, 3(1), 146-170.

Jiménez, J. I. S., Rojas, F. S. R., & Galvis, H. J. O. (2014). La Planeación Financiera: un modelo de gestión en las mipymes. FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 13(1), 137-150.

Morales, J. López, J. (2015). Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa. Contaduría y administración, 60(4), 836-863.

Ordóñez, E. Zabaleta, E. (2011). Internacionalización de las pymes cartageneras en los casos: Industrias Fervill Ltda.; Metalmecánicas Osorio Y Cía.; y Procesos Químicos Colombianos Ltda.: situación actual y perspectivas. Trabajo de grado para graduarse como Profesional en Finanzas y Negocios Internacionales. Universidad Tecnológica De Bolívar. Cartagena.

Poblete, C. Amorós, J. E. (2013). Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile. Journal of Technology Management & Innovation, 8(1), 97- 06.

Proexport Colombia (2017). Industria metalmecánica. Tomado de:

http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/industria-metalmec-nica

Ramírez, J., González, G. (2016). Dinámica de la cadena priorizada del sector metalmecánico del departamento de Santander en el período 2010-2015. *Revista Lebret, 8.* Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás, pp. 175 – 199. ISSN: 2145-5996.

Revista Dinero. (2015). La industria petroquímica jalona el desarrollo económico en Cartagena. Sección Industria 15 de diciembre de 2015. Tomado de: https://www.dinero.com/pais/articulo/la-industria-petroquimica-desarrollo-economico-cartagena/217178. Recuperado 05-09-2018.

República de Colombia. Congreso de la Republica. Ley 905 de 2 de agosto de 2004.

Romero Luna, I. (2006). Las PYME en la economía global: Hacia una estrategia de fomento empresarial. Problemas del desarrollo, 37(146), 31-50.

Sarmiento, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 1, p. 111-138.

Sigala, L. Mirabal, A. (2011). Velocidad en el proceso de internacionalización de las empresas: revisión de teorías divergentes. Compendium, 14(26).

Vázquez Núñez, S. Vázquez López, S. (2007). Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de PYMES: Un estudio exploratorio de investigaciones entre 1999 y 2004. Contaduría y administración, (222), 41-57.