

DIAGNÓSTICO FINANCIERO Y DESEMPEÑO EXPORTADOR DE LAS MIPYMES COLOMBIANAS

María Inés Barbosa-Camargo
Universidad de La Salle
Colombia

Milton Samuel Camelo-Rincón
Universidad de La Salle
Colombia

José Armando Deaza-Ávila
Universidad de La Salle
Colombia

Gonzalo Andrés Rodríguez-Cañas
Universidad de La Salle
Colombia

María Inés Barbosa-Camargo
Milton Samuel Camelo-Rincón
José Arnaldo Deaza-Ávila
Gonzalo Andrés Rodríguez-Cañas

Diagnóstico financiero y desempeño exportador de las MiPyMEs Colombianas

Resumen

Esta investigación se centra en el desempeño de las exportaciones y las limitaciones financieras que enfrentan las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) colombianas en los mercados internacionales. Se entrevistó a un grupo específico de empresas y se aplicaron técnicas estadísticas. Los resultados indican que los principales problemas que enfrentan las empresas son los bajos niveles de innovación, el uso de tecnología atrasada, el bajo capital humano y las prácticas de gestión.

Palabras clave: MiPyMEs, Potencial exportador, Diagnostico financiero, Análisis de clasificación.

Clasificación JEL: M11, M21, C38

Colombian MSMEs financial Assessment and export performance

Abstract

This research Focus on export performance and financial constraints that Colombian Micro, Small and Medium (MSMEs) enterprises face in international markets. A specific group of firms were interviewed and statistical techniques were applied. Results indicate that the Main problems that firms face are low innovation levels, the use of backward technology, low human capital and management practices.

Keywords: MSMEs, export potential, financial diagnosis, classification analysis.

JEL Classification: M11, M21, C38

Diagnostic financier et performance à l'exportation des MPMEs colombiennes

Résumé

Cette recherche porte sur les performances à l'exportation et les contraintes financières auxquelles sont confrontées les micros, petites et moyennes entreprises colombiennes (MPMEs) sur les marchés internationaux. Un groupe spécifique d'entreprises a été interrogé et des techniques statistiques ont été appliquées. Les résultats indiquent que les principaux problèmes rencontrés par les entreprises sont les faibles niveaux d'innovation, l'utilisation de technologies rétrogrades, le faible capital humain et les pratiques de gestion.

Mots-clés: MPMEs, potentiel d'exportation, diagnostic financier, analyse de classification.

Nomenclature JEL: M11, M21, C38

Artículo de Investigación

Diagnóstico financiero y desempeño exportador de las MiPyMEs Colombianas

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Recepción de artículo: 22/06/2018
Concepto de evaluación: 15/07/2018
Aceptación de artículo: 17/09/2018

María Inés Barbosa-Camargo*
Universidad de La Salle, Colombia

Milton Samuel Camelo-Rincón
Universidad de La Salle, Colombia

José Armando Deaza-Ávila
Universidad de La Salle, Colombia

Gonzalo Andrés Rodríguez-Cañás
Universidad de La Salle, Colombia

1. INTRODUCCIÓN

La estructura productiva de Colombia se caracteriza por el predominio de pequeños establecimientos, como lo son las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), las cuales según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo representan en 2016 más del 99% de las empresas del país, generan cerca del 40% del Producto Interno Bruto (PIB) y contribuyen con el 80% del empleo del país (Mincit, 2016); lo cual indica una producción intensiva en mano de obra, pero con bajo nivel de diversificación y competitividad. Esta característica es determinante ya que el tamaño de la empresa influye tanto en la capacidad para innovar, competir, exportar y financiarse en condiciones óptimas, como en la probabilidad de sobrevivir en el mercado si se tiene en cuenta que por cada 100 empresas que inician en un año, entre 20 y 30 desaparecen antes de finalizar el mismo y 60 antes de cumplir 5 años de funcionamiento (Confecámaras, 2017).

Lo anterior evidencia la necesidad de crear las condiciones adecuadas para fomentar dichas capacidades en las Mipymes, no solo desde un enfoque de política industrial, sino desde el papel directo del empresario. Esto es marcadamente importante ante la creciente dinámica de internacionalización y las dificultades para alcanzarla por parte de las empresas Mipymes en Colombia, y en general en Latinoamérica, donde el desconocimiento de las diferentes alternativas que tienen para penetrar mercados externos, se constituye

* Autor para correspondencia

Correos electrónicos: mibarbosa@unisalle.edu.co, mscamelo@unisalle.edu.co, jodeaza@unisalle.edu.co, garodríguez@unisalle.edu.co

en uno de los factores que incide de manera importante en el difícil quehacer internacional, por lo que la mayoría de las empresas se concentran en la exportación como único camino (Botero, Álvarez y Gonzáles, 2012).

De esta manera existe una alta concentración de empresas en actividades exportadoras, no así en otros modos de entrada a mercados internacionales, con una marcada concentración en destinos de exportación y un grado de preparación para la exportación de un nivel intermedio que explica la presencia de exportaciones esporádicas en las Mipymes (Urmeneta, 2016). Esto sumado a la alta exposición a afectaciones por cambios en los mercados internacionales e incluso en condiciones del entorno, en conjunto con una gestión financiera inadecuada que afecte la liquidez de las Mipymes, hace débil la sostenibilidad en la actividad exportadora y en general, vulnerables a las organizaciones en el desempeño de su actividad, sostenibilidad y supervivencia.

Este panorama no es nuevo, sin embargo, son pocos los trabajos que han logrado identificar patrones subyacentes a estas empresas que permitan establecer sus verdaderas necesidades y potencial de internacionalización. Dado lo anterior, este documento amplía la revisión de trabajos previos en donde se evidencian algunas de las situaciones planteadas previamente, sirviendo como reflexión de la situación actual de la oferta empresarial y exportable en Colombia. El propósito central de este trabajo es realizar un diagnóstico cualitativo de las empresas y las relaciones existentes entre sus aspectos comerciales y financieros, que permita plantear alternativas de solución en el corto y mediano plazo para incursionar o ampliar el mercado internacional y contribuir en la diversificación e internacionalización de las Mipymes bogotanas.

Además de esta introducción, el documento se organiza en las siguientes secciones: la revisión de algunos estudios previos sobre las Mipymes; una presentación de la metodología implementada en la investigación; el análisis descriptivo de los principales hallazgos a partir de la encuesta de diagnóstico diseñada específicamente para un grupo de empresas en la ciudad de Bogotá junto con el análisis de clasificación multivariado; finalmente, las conclusiones del estudio.

2. ESTADO DEL ARTE SOBRE LAS PROBLEMÁTICAS DE LAS MIPYMES

Si bien los estudios referentes al tema son abundantes, en esta sección se clasifican las principales dimensiones que es posible identificar de la mayoría de tales estudios. Se discuten las problemáticas que determinan barreras, tanto para la exportación, como para la consecución de buenos resultados financieros de las Mipymes.

2.1. Acceso a financiación

Uno de los problemas más evidentes desde la literatura es la ausencia de oportunidades de financiamiento de las empresas, en particular aquellas de menor tamaño. La financiación de la economía, entendida como la dependencia de los mercados de las condiciones que impone el sistema financiero, implica que las empresas deben ajustarse a un orden en el que se hace necesario garantizar solvencia y rentabilidad de sus operaciones (Fowowe, 2017; Guercio, Martínez, y Vigier, 2017; Quartey, Turkson, Abor & Iddrisu,

2017). Esto es marcadamente importante en los países en desarrollo, donde según Dong y Men (2014), la información crediticia, la estructura del sistema bancario y el entorno institucional, son los principales determinantes de acceso a financiamiento para las pequeñas y medianas empresas.

En este sentido, los mecanismos de financiamiento pueden convertirse en barreras para muchas Mipymes que no realicen un manejo financiero adecuado, pues tales prácticas tienden a afectar la calificación de riesgo que el sector hace de ellas, encareciendo el costo de financiamiento y las condiciones del mismo (Gonzalez, 2014; Bauwhede, De Meyere, Cauwenberge, 2015; Jindrichivska, 2014). Además, este costo y condiciones se hacen más significativos en la medida que el financiamiento sea de largo plazo, el cual es el más demandado por las Mipymes (Escobar y Arango, 2016; Rodríguez, 2015).

Estudios sobre las experiencias de financiamiento de las Pymes latinoamericanas muestra que el costo del financiamiento y las condiciones de acceso denotan problemas de solvencia para las empresas por la carga financiera que estos implican (Lecuona, 2014; Papalardo y Machado, 2014). Asimismo, las garantías de crédito no son suficientemente satisfechas por este tipo de empresas, pues los rendimientos reales pueden llegar a ser insuficientes (Arráiz, Meléndez y Stucchi, 2014; Saavedra y León, 2014). En el caso colombiano, trabajos como Botello (2015) y Mora, Melgarejo y Vera (2014), evidencian que los indicadores de desempeño financiero para las Mipymes del país son un claro síntoma de las dificultades de financiamiento de tales empresas.

De otro lado, si bien la integración financiera y la expansión de instrumentos propia del mundo globalizado es una oportunidad para las empresas, trabajos como Pavon (2016), Saavedra (2014) y Zevallos (2006) destacan que en Latinoamérica los mecanismos disponibles siguen siendo insuficientes para las pequeñas empresas. Otros trabajos soportan esta insuficiencia en los altos costos financieros, las altas tasas de interés y la inestabilidad de los mercados (McGuinness & Hogan, 2016; Melgarejo, Mora y Vera, 2014).

2.2. Innovación y tecnología

Algunos trabajos sugieren que actualmente las empresas están más expuestas a cambios que demandan mayores exigencias, lo cual se ve reflejado principalmente por las nuevas tendencias de comunicación, el *e-commerce*, y en general, el desarrollo permanente de tecnologías (Blanco y Santos, 2015; Poblete, Carlos y Amorós, 2013; Arroyo, 2008). De ahí que se ha convertido en un requisito para sobrevivir a los mercados la incorporación de tecnologías, especialmente si se quiere lograr un proceso de internacionalización exitoso. Milesi, Moori, Robert y Yoguel (2007) reafirman este hecho, mostrando que las empresas que producen bienes con mayor contenido tecnológico tienden a presentar mayores niveles de internacionalización.

Según Zevallos (2006), las empresas latinoamericanas presentan limitantes estructurales que dificultan la incorporación tecnológica; el capital humano, el acceso a la información, los costos y el financiamiento, son de las principales. Aunque los problemas de innovación no se limitan a lo tecnológico, este último aspecto se ha convertido en uno de los princi-

pales instrumentos de crecimiento e innovación de las empresas (Pomar, Rangel y Franco, 2014). Este factor se ha documentado de manera significativa a partir de la evidente relación positiva entre uso de tecnologías y el rendimiento de las empresas (Gálvez, Riascos y Contreras, 2014; Bedoya, López y Marulanda, 2016; Zumba, Torres y Aguilar, 2016; Riascos, Aguilera y Achicano, 2016).

En síntesis, las Mipymes tienden a ver limitada su competitividad debido a que enfrentan barreras de innovación a causa de las asimetrías de información, la baja preparación del recurso humano o la ya mencionada ausencia de financiamiento, entre otros (Rangel, 2014; Ferrer, González y Mendoza, 2015). No obstante, son múltiples los determinantes de competitividad de las pequeñas empresas (Sipa, Gorzen-Mitka & Skibinski, 2015), donde se destacan también, las prácticas administrativas y de gestión que deben propender por mejorar la productividad y competitividad de las empresas a partir de procesos (López, Maldonado, Pinzón y García, 2016; Valencia, 2015).

2.3. Capital humano

Si bien el capital humano es determinante para la incorporación de tecnologías, su incidencia no se limita a ese aspecto, sino a la forma como planean y toman decisiones las empresas. Un emprendimiento que se base exclusivamente en aprendizaje por la práctica no tiene posibilidades de desarrollo a gran escala ni de competitividad internacional (Mejía, Montoya y Vélez, 2010; Botero, Alvarez y Gonzalez, 2012). En esta línea, algunos estudios han mostrado que la capacitación de los empresarios se relaciona positivamente con la consolidación de la empresa, sin embargo, en el caso de América Latina, parece no existir una articulación entre la formación de sus habitantes con las necesidades del sistema productivo (Estrada, 2012; Zeballos, 2006; Tabares, Anzo y Estrada, 2014).

Lo anterior se asocia con la falta de preparación específica por parte de los empresarios, quienes a su vez pocas veces ejercen prácticas empresariales con el fin de capacitar a sus empleados (Bai, Yuan, y Pan, 2016; Almeida y Reyes, 2015; Yang, 2017). Esto es particularmente cierto en el caso de los países latinoamericanos, donde, por ejemplo, gran parte de las empresas que apuestan por exportar tienden a presentar bajos estándares de conocimiento de los mercados y carecen de estrategias de planificación adecuadas (Arrieta, et al., 2015; Reyes, 2015; Urrea, 2011; Botero, Álvarez y González, 2012).

Finalmente, como sugieren Edvardsson y Durst (2013), el capital humano es la base de toda estructura productiva, pues el conocimiento técnico y administrativo del empresario conlleva beneficios en innovación y gestión que trascienden, no sólo en la productividad de las empresas, sino en la generación de vínculos de colaboración entre las organizaciones (Montoya, Montoya y Castellanos, 2010); así como la preparación organizacional constituye un factor importante para una exitosa incursión en nuevos mercados (Koch, 2001; Wood y Robertson, 2003; Malhotra, Sivakumar y Zhu, 2009), siendo los factores internos de la organización muy importantes.

2.4. Gestión empresarial

La gestión es determinante para el éxito de cualquier compañía, no obstante, las Mipymes generalmente se basan en prácticas heurísticas que no son consistentes con una adecuada planificación (Melgarejo, Mora y Vera, 2015; Murcia, 2015). Esto ha sido documentado por diversos autores, los cuales sugieren que elementos como la asignación de recursos, el manejo adecuado de la información, las estrategias ante fallos de mercado y la respuesta ante cambios de la demanda, entre otros, pueden ser trascendentales en la permanencia y/o internacionalización de una empresa (Ottogalli et al., 2016; Dolz, Ibarra y Safon, 2015; Sánchez, Salazar y Schmitt, 2016; Maliso y Aguirre, 2016). Dentro de estos elementos, el de empuje por saturación de la demanda local (Hollansen, Arteaga, 2010), debido a que las bajas ventas por la fuerte competencia en el mercado, genera altos inventarios y obliga a la empresa a buscar demanda agregada en los mercados externos, genera una búsqueda para solucionar esta situación puntual, que una vez ha sido satisfecha presenta abandono del mercado externo y con ello, una baja sostenibilidad de la estrategia de exportación.

Con relación a la gestión financiera, si es adecuada, puede mitigar efectos adversos del mercado, pero si no lo es, puede disminuir considerablemente la generación de valor de la empresa (Miranda y Ríos, 2015; Rodríguez, Piñero y Llano, 2014; Asdraldo, 2015). Otro aspecto que toma relevancia, y que parte de la necesidad de las empresas de adaptarse a los mercados internacionales, es el desconocimiento de tales mercados (culturas, lenguas y costumbres), los tipos de entrada y las estrategias de internacionalización; la limitada gestión en torno a estos elementos estanca las posibilidades de llevar los productos nacionales a nivel internacional (Tabares, Anzo y Estrada, 2014; Montoya, Montoya y Castellanos, 2010).

2.5. Factores externos a la empresa

Además del mencionado contexto global que obliga a los empresarios a adaptarse a las condiciones del mercado, múltiples fuentes de inestabilidad propician la desaparición temprana de empresas potencialmente exitosas. Dentro de estas fuentes se destacan las políticas inestables, las cuales pueden ser orientadas al financiamiento, la tributación o el emprendimiento (Zeballos, 2006). Aunque políticas en estos sentidos sean aplicadas, por lo general las Mipymes latinoamericanas carecen de competencias para gestionar los pocos recursos disponibles (Mendes y Lourenço, 2014).

Las crisis económicas propias de un mundo integrado no son ajenas al devenir de las Mipymes. Trabajos como el de McGuinness y Hogan (2016) y Galindo y Micco (2016) documentan los problemas de financiación y solvencia que enfrentan estas empresas tras una crisis internacional. En el mismo sentido, Koller y Wessels (2010) plantean que los efectos de altas tasas de interés o de retornos esperados por los inversionistas pueden afectar las finanzas de una empresa debido a que el esfuerzo para recompensar a esos proveedores de fondos puede generar problemas de liquidez y rentabilidad principalmente; así como los costos fijos a los cuales se ven enfrentadas las empresas debido a las regulaciones existentes en temas laborales entre otros, hacen que se opere en un entorno complejo (Horngren, 2007), donde los valores adicionales al salario que para el caso de Colombia oscilan

entre el 50% y 80%, afectan de manera significativa los flujos, márgenes y resultados de las pymes.

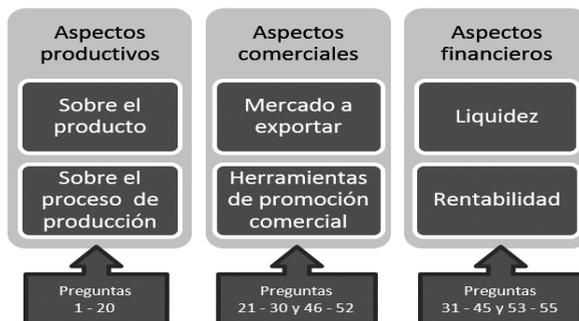
Asimismo, se observa que las limitaciones en tamaño de estas empresas las hace más susceptibles a choques exógenos (Dong y Men, 2014; Rodríguez, 2015). Lo anterior se suma a la aversión al riesgo propia de las Mipymes, especialmente aquellas más jóvenes, cuyo costo de oportunidad es relativamente más alto al asumir riesgos derivados de la inestabilidad. Este argumento es desarrollado por Botero, Álvarez y González (2012), Velasco, Rodríguez y Gálvez (2015), entre otros.

3. METODOLOGÍA

En la presente sección se describe la metodología utilizada en el diagnóstico exportador y financiero realizado en el presente estudio. El tipo de investigación utilizado es mixto, con enfoque predominantemente cualitativo, que de acuerdo con Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista-Lucio (2014) resulta apropiado en cuanto se busca una perspectiva cercana de los participantes y se indaga en el significado de las experiencias individuales y el ambiente natural en que ocurre el fenómeno de identificación de las principales problemáticas que enfrentan un grupo de Mipymes bogotanas en sus procesos de internacionalización.

Para ello, se hace uso de un diseño exploratorio secuencial, que inicia con una primera fase de recolección y análisis de datos cualitativos, a partir de la aplicación de una encuesta estructurada a un grupo de gerentes y/o directivos de Mipymes con intención exportadora en la ciudad de Bogotá. La muestra no probabilística fue autoseleccionada (participación voluntaria) y está conformada por 28 empresas de diferentes sectores económicos, que tienen como característica homogénea que no han logrado consolidar su proceso de internacionalización, pero han manifestado su propósito de exportar su producción, cuyo mercado hasta ahora se encuentra concentrado en el país. El periodo de aplicación de la encuesta fue en los meses de octubre y noviembre de 2016.

La encuesta está organizada en cinco (5) secciones que pretenden dar cuenta de tres (3) aspectos centrales: el productivo, el comercial y el financiero. La siguiente figura representa la estructura general.



El formulario consta de un máximo de 55 preguntas que buscan determinar algunas fortalezas y debilidades que enfrenta la empresa en los aspectos enunciados. En el aspecto productivo se busca identificar el grado de conocimiento y consolidación de los productos más importantes de la empresa y la solidez del proceso productivo, lo cual está estrechamente relacionado con el potencial exportador; en el aspecto comercial se busca establecer si existe un conocimiento de los mercados internacionales y las herramientas necesarias para una adecuada inserción a dichos mercados; por último, en los aspectos financieros se busca establecer si se cuenta con estrategias adecuadas de liquidez y rentabilidad⁴.

El diseño exploratorio secuencial implementado, continua con una segunda fase de recolección y análisis de datos cuantitativos sobre la base de los datos cualitativos, que utiliza métodos de clasificación estadística (Johnson y Wichern, 2007). En particular, se realiza un Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM), el cual es complementado por un Análisis de Clusters (AC)⁵. Dichas metodologías permiten determinar patrones de caracterización de las empresas estudiadas, lo cual será útil para establecer una tipología de empresas, que, a su vez, constituya un insumo para el diagnóstico y formulación de estrategias específicas para las compañías.

Con los fines antedichos, se realiza el ACM y el AC en cuatro etapas: i) Utilizando como variables los aspectos productivos; ii) utilizando como variables los aspectos comerciales; iii) utilizando como variables los aspectos financieros; y iv) utilizando las variables con mayor significancia (estadística) en los tres aspectos. En la última etapa se discuten las principales relaciones entre variables y una tipología posible de las empresas a partir de tales variables.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La presente sección se estructura siguiendo la metodología implementada. De esta manera, se describen en un primer momento los resultados más destacables de la encuesta, lo que constituye una caracterización general del potencial exportador de las empresas del estudio, a partir de los aspectos productivos, comerciales y financieros; para luego mostrar los patrones de caracterización de las empresas analizadas.

4.1. Caracterización general del potencial exportador

4.1.1. Aspectos productivos

Un primer indicio del grado de intención exportadora de una empresa es si esta tiene identificado el producto a exportar; de la muestra estudiada, solamente 4 empresas no lo han

⁴ Los aspectos productivos y comerciales de la encuesta se inspiraron en el formulario de diagnóstico exportador que ha diseñado Procolombia. En esta encuesta, se han adaptado las preguntas e incorporado los aspectos financieros.

⁵ El ACM es una metodología que permite determinar el tipo de relación entre variables cualitativas y la fuerza de tal relación, de tal forma, que se identifique la importancia de ciertas variables en la explicación de la variabilidad de las observaciones. En otras palabras, es posible medir los principales factores que diferencian a las observaciones. Por su parte, el AC es una técnica que busca agrupar elementos u observaciones con el objetivo de minimizar las diferencias al interior de los grupos y maximizar las diferencias entre grupos, por lo tanto, permite establecer tipológicas de observaciones. Para una explicación amplia de estas técnicas ver Catena, Ramos y Trujillo (2003) y Cuadras (2014).

identificado. La figura 2 refleja otros resultados de los aspectos asociados al producto, en particular, lo referente al conocimiento de la posición de sus productos. Se destaca que de las 24 empresas que sí han identificado el producto, 12 conocen la oferta exportable, la mayoría de empresas tienen documentada la ficha técnica de su producto, identifican su posición arancelaria, tienen disponibilidad de ofrecer su producto de manera constante y tienen clientes a nivel internacional; sin embargo, tan sólo 5 de las 28 empresas tienen certificaciones de calidad.



Figura 2. Respuestas sobre el conocimiento de la posición de los productos

Los empresarios encuestados consideran en su mayoría (57%) que un determinante de la venta competitiva de sus productos es la innovación (es novedoso u original); no obstante, la diferenciación (es percibido distinto a través de promoción o publicidad) y el precio (vender más barato), también son considerados determinantes para el 50% de los encuestados.

En cuanto al proceso de producción, se observó que 7 de las 28 empresas no cuentan con un proceso de producción establecido, organizado y documentado. La figura 3 refleja las respuestas de las Mipymes con relación a la planeación del proceso productivo. La gran mayoría de las empresas están en capacidad de ampliar su producción, subcontratan, evalúan sus proveedores, tienen garantizada la proveeduría de sus materias primas y conocen los tiempos de respuesta de sus pedidos. El aspecto que no se encuentra claramente identificado por las empresas, es el tiempo de respuesta al desarrollo de nuevos productos.



Figura 3. Respuestas sobre la planeación del proceso productivo

4.1.2. Aspectos comerciales

El componente exportador y los planes de internacionalización de una empresa tienen como punto de partida una adecuada selección del mercado a exportar. Los criterios de dicha elección pueden diferir en función de los objetivos estratégicos de las empresas y el producto seleccionado, de ahí que la evaluación de este aspecto requiere un análisis profundo de cada caso específico. En esta primera aproximación, se tienen elementos necesarios, más no suficientes, para una adecuada inserción al mercado internacional.

Una primera pregunta que indaga sobre si se ha seleccionado algún país objetivo encontró que 21 de las 28 empresas objeto de estudio efectivamente lo han hecho. Basado en lo anterior, se indagó a las 21 empresas que ya seleccionaron el país objetivo, sobre otros cuestionamientos referentes al conocimiento de dicho mercado (Figura 4). De los resultados se destaca un mediano conocimiento del mercado objetivo; aunque se identifica en alguna medida la competencia y el país seleccionado, no tiende a realizarse un estudio riguroso y detallado de tales mercados.

De otro lado, las herramientas de promoción comercial dan luces de las estrategias competitivas de las empresas. Se encontró que el material promocional más popular son las tarjetas de presentación, seguido de las páginas web, brochures y catálogos. No obstante, la mayoría de las empresas utiliza al menos tres de estos materiales promocionales, donde no se evidencia una clara inclinación por alguno de ellos. Como se aprecia en la figura 5, la gran mayoría de las empresas cuentan con una imagen corporativa, sin embargo, muy



Figura 4. Respuestas sobre el conocimiento del mercado objetivo

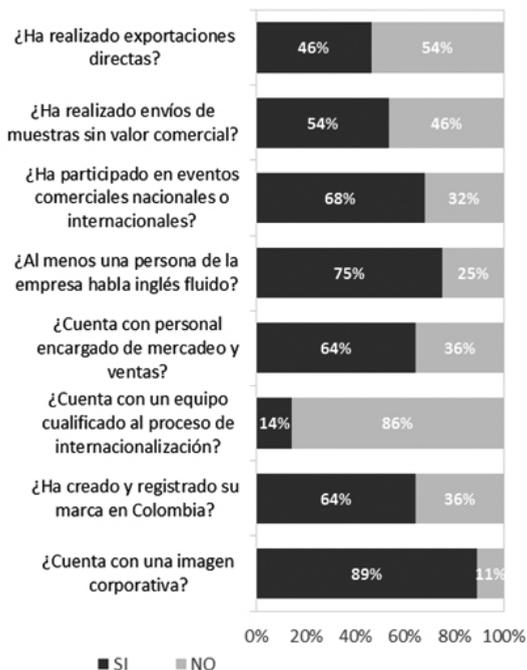


Figura 5. Respuestas sobre herramientas de promoción comercial

pocas empresas cuentan con un equipo cualificado y dedicado a los procesos de internacionalización. El manejo del idioma inglés parece no ser una debilidad importante en el aspecto comercial, pues 21 de 28 empresas cuentan con personas que dominan el idioma. Finalmente, más de la mitad de la muestra ha participado en eventos comerciales y han realizado envíos de muestras sin valor comercial.

4.1.3. Aspectos financieros

El manejo financiero de las empresas debe ser considerado en el marco de la intención exportadora de las empresas, pues sobre esta se sustenta la capacidad de competir y la viabilidad de direccionar inversiones hacia el mercado internacional.

Sobre la administración de excedentes de liquidez, la pregunta inicial indaga sobre si se tiene definida una política de manejo de estos. Solamente 3 de las 28 empresas respondieron tener una política de este tipo. Además de contar con dicha política, estas empresas consideran que la aplican, la evalúan y analizan su impacto financiero. Sobre la política de cartera y de manejo de inventarios, como ilustra la figura 6, la mayoría de las empresas no cuentan con políticas de este tipo. De otro lado, de 12 empresas que cuentan con una política de cartera, 7 no le dan cumplimiento; mientras que de 10 empresas que cuentan con una política de manejo de inventarios, 4 no le dan cumplimiento.

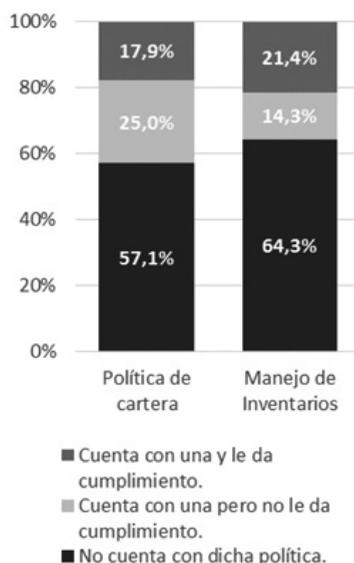


Figura 6. Respuestas sobre políticas de cartera y manejo de inventarios

Entre otros aspectos relacionados con la liquidez se destaca que las empresas tienden a medir periódicamente la rotación de cartera y los inventarios, sin embargo, no es frecuente que cuenten con planes de mejora y ajustes de dichas mediciones. En cuanto a las cuentas por pagar, aunque la mayoría de empresas cuentan con proveedores diversificados, no tienden a usar indicadores de medición de la rotación de sus cuentas por pagar.

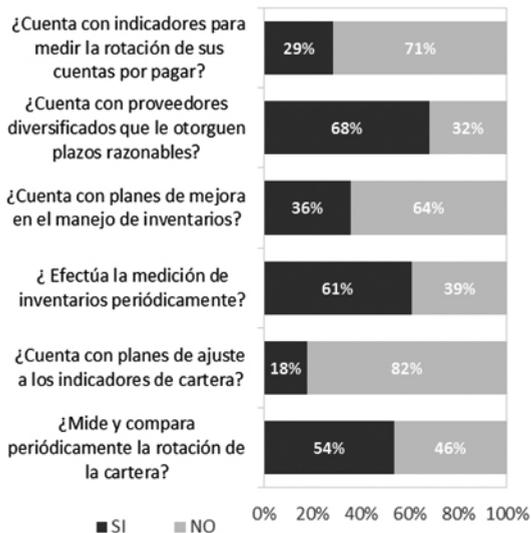


Figura 7. Respuestas sobre otros aspectos relacionados con liquidez

Finalmente, dentro de los aspectos relacionados con la rentabilidad se indagó sobre el manejo de la rentabilidad operacional y neta (Figura 8). Siguiendo la tendencia observada con las políticas de cartera e inventarios, las empresas miden y evalúan el comportamiento de sus costos y gastos, pero una minoría cuenta con planes de ajuste de estos. Esta falta de planeación es aún más evidente en el caso de la rentabilidad neta, pues pocas empresas miden el efecto impositivo y/o cuentan con una planeación tributaria.

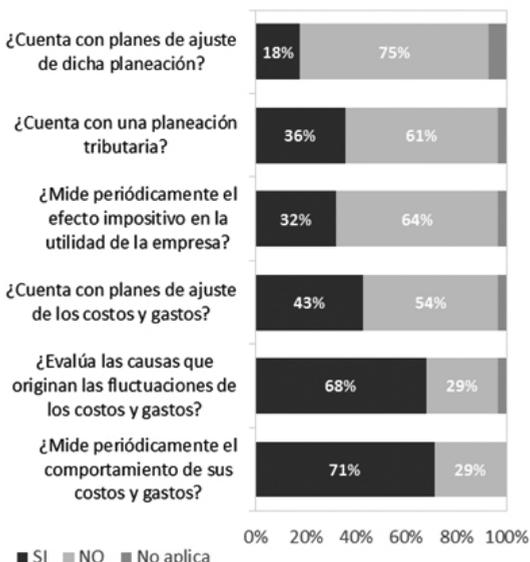


Figura 8. Respuestas sobre aspectos relacionados con rentabilidad

4.2. Análisis de clasificación

4.2.1. ACM Y AC desde los factores productivos

Dos componentes principales representan el 37,28% de la variabilidad total de las observaciones, donde se destacan las siguientes preguntas

Tabla 1. Preguntas diferenciadoras según factores productivos

Comp 1	P11. ¿Tiene un proceso de producción establecido, organizado y documentado?
	P18. ¿Ha determinado cuáles son los tiempos de respuesta al desarrollo de nuevos productos?
	P19. ¿Ha determinado cuáles son los tiempos de respuesta o tiempos de entrega de un pedido?
Comp 2	P3. ¿Conoce la oferta exportable en términos de volumen para cada uno de los productos seleccionados?
	P8. ¿Su empresa tiene clientes a nivel internacional?

El mapa factorial (Figura 9) evidencia que las preguntas 3 y 8 guardan una fuerte relación, mostrando que las empresas que cuentan con clientes a nivel internacional tienden a conocer su oferta exportable. La fuerte relación también es cierta para las preguntas 11, 18 y 19⁶.

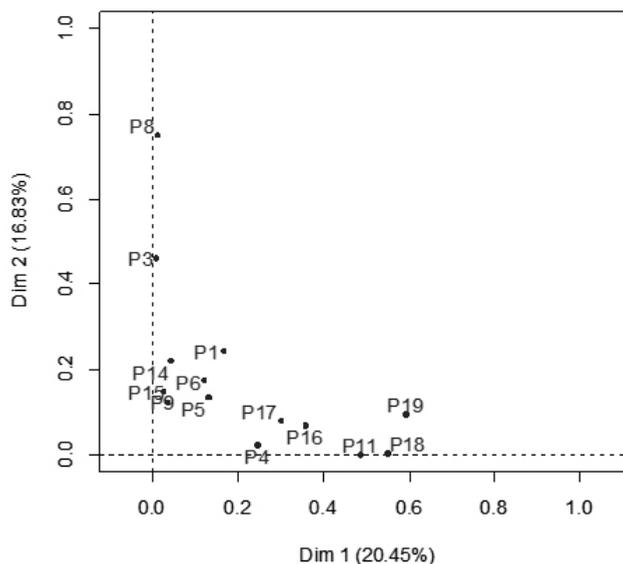


Figura 9. Mapa factorial desde los factores productivos

⁶ Las salidas gráficas y análisis numéricos son realizados por medio del software estadístico R Project.

4.2.2. ACM Y AC desde los factores comerciales

Dos componentes principales representan el 49,58% de la variabilidad total de las observaciones, donde se destacan las siguientes preguntas:

Tabla 2. Preguntas diferenciadoras según factores comerciales

Comp 1	P23. ¿Ha creado y registrado su marca en Colombia?
	P28. ¿Ha participado en eventos comerciales nacionales o internacionales?
	P22. ¿Cuenta con una imagen corporativa?
Comp 2	P27. ¿Al menos una persona de la empresa habla inglés fluido?
	P30. ¿Ha realizado exportaciones directas?

La figura 10 es el mapa factorial según variables relacionadas con aspectos comerciales, donde se tomaron como variables suplementarias las que tienen que ver con el país seleccionado. Las preguntas 27 y 30 guardan una fuerte relación, mostrando que las empresas que cuentan con personas que hablan inglés tienden a realizar exportaciones directas. Asimismo, la pregunta 51 (¿Ha consultado estudios relacionados con su producto en el mercado seleccionado?) también está relacionada, la cual aplica solamente para las empresas que han seleccionado su país objetivo. De otro lado, las preguntas 23, 28 y 22 también guardan fuerte relación.

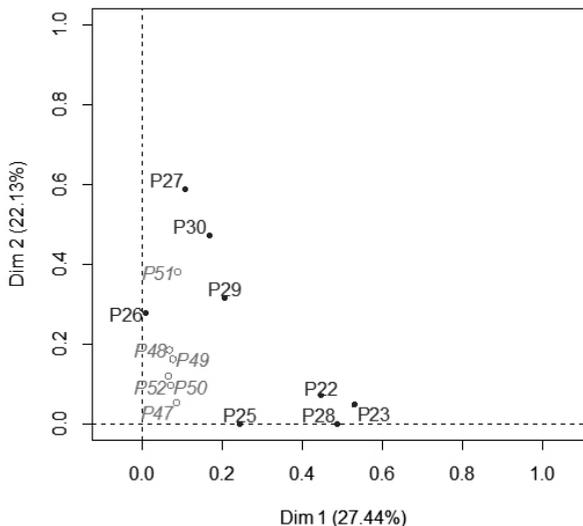


Figura 10. Mapa factorial desde los factores comerciales

4.2.3. ACM Y AC desde los factores financieros

Dos componentes principales representan el 48,29% de la variabilidad total de las observaciones, donde se destacan las siguientes preguntas:

Tabla 3. Preguntas diferenciadoras según factores financieros

Comp 1	P31. ¿Tiene definida una política de excedentes de liquidez?
	P32. Sobre la política de cartera: a) No cuenta con una; b) Cuenta con una pero no la aplica; c) Cuenta con una y la aplica
	P33. ¿Mide periódicamente la rotación de la cartera y hace comparaciones de esas medidas?
	P34. ¿Cuenta con planes de ajuste a los indicadores de cartera para que retornen a los valores esperados?
	P35. Sobre la política de manejo de inventarios: a) No cuenta con una; b) Cuenta con una pero no la aplica; c) Cuenta con una y la aplica
	P41. ¿Evalúa las causas que originan las fluctuaciones de dichos costos y gastos?
	P43. ¿Mide periódicamente el efecto impositivo en la utilidad de la empresa?
	P44. ¿Cuenta con una planeación tributaria?
	P45. ¿Cuenta con planes de ajuste de dicha planeación?
Comp 2	P32. Sobre la política de cartera: a) No cuenta con una; b) Cuenta con una pero no la aplica; c) Cuenta con una y la aplica

La figura 11 es el mapa factorial según variables relacionadas con aspectos financieros. Las preguntas 31 a 35, la 41, y del 43 al 45, guardan una fuerte relación, mostrando que las empresas que cuentan con políticas definidas de liquidez, tienden a aplicar políticas de cartera e inventarios. De otro lado, la pregunta 32, por si misma, determina el segundo componente.

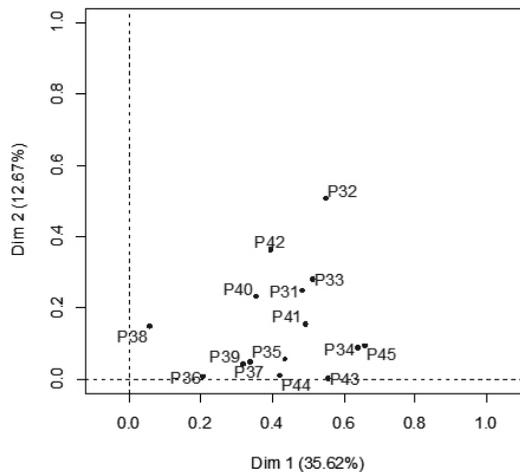


Figura 11. Mapa factorial desde los factores comerciales

4.2.4. ACM Y AC desde todos los factores

Por último, se realizó un proceso de extracción de variables relevantes consistente en el análisis de los factores que determinan las diferencias más significativas entre observaciones (empresas). En este caso se consideraron los tres aspectos evaluados para determinar sus relaciones, así como una clasificación definitiva que permite obtener una tipología

de las empresas. Las variables relevantes son las identificadas en los análisis anteriores; en este caso se utilizaron las demás variables como suplementarias. En otras palabras, las variables relevantes serán las que determinen la clasificación de empresas.

El mapa factorial (Figura 12) refleja que las preguntas de tipo financiero determinan el primer componente principal, el cual explica más del 25,4% de la variabilidad total de los datos, mientras que las preguntas asociadas al comercio exterior determinan el segundo componente, el cual explica cerca del 15,6% de la variabilidad. El tercer componente también está definido por variables de tipo comercial y explica casi el 12% de la variabilidad (Figura 13). En total, estos tres componentes explican el 53% de las diferencias entre empresas. Finalmente, se destaca que el principal factor diferenciador de las empresas está dado por las políticas de liquidez y rentabilidad, mientras que aspectos de producto no presentan importantes diferencias entre empresas.

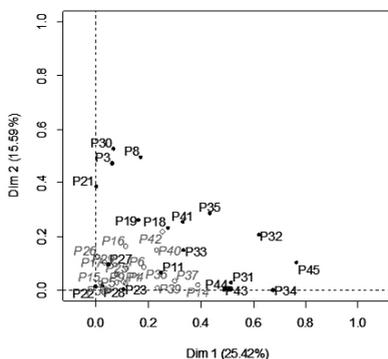


Figura 12. Mapa factorial todos los factores, componentes 1 y 2

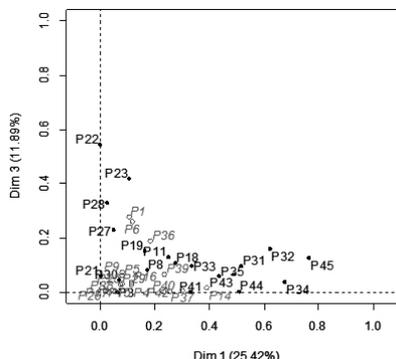


Figura 13. Mapa factorial todos los factores, componentes 1 y 3

Al tener en cuenta todos los aspectos considerados en el estudio, mediante el AC es posible establecer 6 grupos diferenciados de empresas. La Figura 14 representa dicha clasificación mediante un dendograma de similitud entre empresas, mientras que la Figura 15 lo hace mediante el mapa factorial en el plano de los dos primeros componentes principales.

La Tabla 4 resume las principales características de las empresas del estudio de acuerdo al grupo en el que ha sido clasificada.

Tabla 4. Tipología de las empresas del estudio según aspectos comerciales y financieros

Grupo (cluster)	Aspectos comerciales	Aspectos financieros
1	Alta experiencia exportadora	Poca planeación financiera.
2	Baja experiencia exportadora	Poca planeación financiera.
3	Baja experiencia exportadora	Regular planeación financiera.
4	Regular experiencia exportadora	Regular planeación financiera.
5	Alta experiencia exportadora	Regular planeación financiera.
6	Regular experiencia exportadora	Alta planeación financiera.

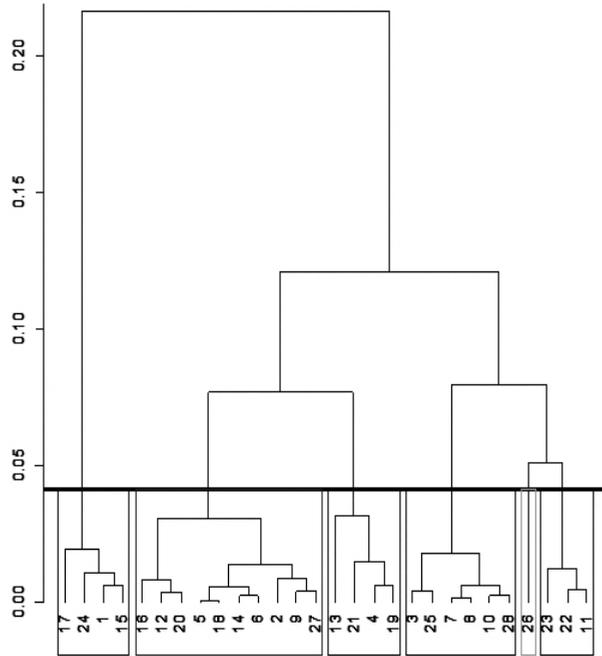


Figura 14. Dendrograma de clasificación de empresas

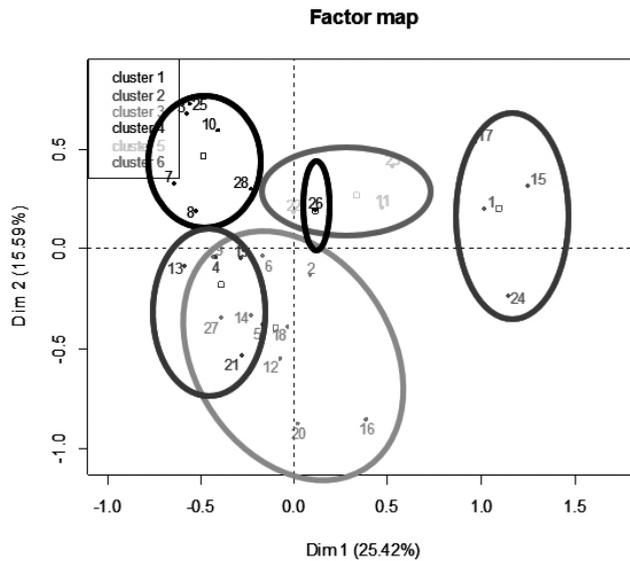


Figura 15. Clasificación de empresas según todos los factores

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En lo que respecta a los aspectos productivos, se buscó establecer el nivel de conocimiento del producto a exportar. En efecto, la mayoría de empresas han identificado el producto estrella y las condiciones del proceso productivo, sin embargo, pocas conocen su oferta exportable y no han consolidado su producto en términos de calidad. En estos aspectos las empresas son altamente homogéneas, sugiriendo como problemáticas comunes la baja innovación y tecnología, así como la deficiente preparación del capital humano.

Otro elemento destacable es el mediano conocimiento del mercado objetivo; aunque se identifica en alguna medida la competencia y el país seleccionado, las empresas no enfocan esfuerzos suficientes para estudiar rigurosamente los mercados. La gran mayoría de las empresas cuentan con una imagen corporativa, sin embargo, muy pocas cuentan con un equipo cualificado y dedicado a los procesos de internacionalización. En este sentido, se evidencian problemas de gestión empresarial, y de nuevo, de falta de preparación del capital humano, comunes a la revisión de la literatura realizada.

Los aspectos financieros también reflejan una serie de limitantes para las empresas; por ejemplo, muy pocas empresas tienen definidas políticas de liquidez y rentabilidad, e incluso cuando las tienen, pocas veces las ejercen. Así, más que problemas de financiación, se destaca de nuevo la gestión empresarial inadecuada, en particular, en los aspectos financieros.

Finalmente, se identificaron seis grupos de empresas, cada uno de ellos integrado por empresas que presentan características semejantes en los aspectos comerciales y financieros. La mayoría de empresas presentan falta de planeación financiera y baja experiencia exportadora, no obstante, se identificaron grupos de empresas con experiencia relevante en mercados internacionales. En este sentido, se destaca cierto grado de preparación de las empresas para exportar, lo cual debe ser complementado en mayor medida por estrategias financieras coordinadas y una evaluación más profunda de los mercados internacionales; como parte de los factores internos; que, acompañadas con iniciativas del gobierno generadas para apoyar las empresas en sus procesos de internacionalización y fomento en su desarrollo organizacional, permitan a las Mypimes realizar procesos de internacionalización más amplios y eficientes.

Los resultados de la encuesta realizada son hallazgos determinantes para establecer ciertas fortalezas y debilidades que enfrentan las empresas objeto de estudio en términos de su potencial exportador y su planeación financiera. Si bien se han definido tres tipos de aspectos evaluados en las empresas, a saber, los productivos, los comerciales y los financieros, se encontró que estos aspectos no se encuentran claramente relacionados. En otras palabras, una adecuada condición financiera no garantiza la preparación para exportar ni viceversa. Así, la gestión de estos objetivos, aparentemente, no está adecuadamente coordinada. En cualquier caso, a pesar de la intención de las empresas a exportar, el nivel de preparación de la mayoría de ellas es insuficiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, R. K. & Reyes, A. (2015). Investing in formal on-the-job training: are SMEs lagging much behind?. *IZA Journal of Labor & Development*. DOI 10.1186/s40175-015-0029-3
- Arraíz, I., Meléndez, M., & Stucchi, R. (2014). Partial credit guarantees and firm performance: evidence from Colombia. *Small Business Economics*, 711-724.
- Arrieta, D., Figueroa, E., Luna, J., Rivera, M., Meléndez, M., & Sotelo, J. (2015). La planeación estratégica en la innovación y permanencia de las MIPYMES. *Revista Global de Negocios*, 3 (5), 1-14.
- Arroyo, I. (2008). La cultura y el proceso de globalización en el desarrollo de las pymes. *Horizontes Empresariales*. 7 (1), 57-69.
- Asdraldo, C. (2015). Prospectiva tecnológica como ventaja competitiva para la gestión financiera en las PYMES. *Redes de ingeniería*, 113-120.
- Bai, Y., Yuan, J. & Pan, J.,(2016). Why SMEs in emerging economies are reluctant to provide employee training: Evidence from China. *International Small Business Journal*, 1-16.
- Bauwhede, H.V., De Meyere, M. & Cauwenberge, P.V. Financial reporting quality and the cost of debt of SMEs. *Small Bus Econ*, DOI 10.1007/s11187-015-9645-1
- Bedoya, O., López, M., & Marulanda, C. (2017). Las buenas prácticas y las TI en la gestión del conocimiento de las Pymes Colombia. *Revista Espacios*, 7.
- Blanco, M. & Santos, R. (2015). El impulso del dinamismo exportador en las pymes industriales. Una aproximación teórica de la internacionalización. *VinculaTégica EFAN*. (1), 433-454.
- Botello, H. (2015). Determinants of access to credit for SMEs: evidence at the level of the firm in latin America. *Apuntes Del CENES*, 247-276.
- Botero, J., Álvarez, F. & Gonzalez-Perez, M. (2012). Modelos de internacionalización para las pymes colombianas. *AD-minister*. (20), 63-90.
- Catena, A., Ramos, M. & Trujillo, H. (2003). *Análisis Multivariado. Un manual para investigadores*. Madrid; Editorial Biblioteca Nueva.
- Confecámaras (2017). Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia. Cuadernos de análisis económicos (14). http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An%D0%B0lisis_Economico_N_14.pdf
- Cuadras, C., (2014). *Nuevos métodos de análisis multivariante*. Barcelona; CMC Editions.
- Dolz, C. I. (2015). Empresa familiar, equipos administrativas, diversidade e ambidestria em. *Administração de Empresas*, 673-687.
- Dong, Y., & Men, C. (2014). SME financing in emerging markets: Firm characteristics, banking structure and institutions. *En E. M. Trade*.
- Edvardsson, I. R. & Durst, S. (2013). The benefits of Knowledge Management in Small and Medium-Sized Enterprises. *Procedia Social and Behavioral Sciences* (81), 351- 354.
- Escobar, G. E., & Arango, R. D. (2016). La financiación de recursos en las MIPYME del sector comercial de Manizales. *Revista científica de la Universidad Autónoma de Manizales*, 149-165.

- Estrada, F. (2012). Programas de fomento de avanzada: diversidad y flexibilidad para Las pymes. *Debates IESA*, Vol XVII, (4).
- Ferrer, L. E., González, K. P., & Mendoza, L. M. (2015). La innovación como factor clave para mejorar la competitividad de las PYMES en el departamento del Atlántico, Colombia. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre Seccional Barranquilla*, 21-36.
- Fowowe, B. (2017). Access of finance and firm performance: Evidence from African countries. *Review of Development Finance*.
- Galindo, A. y Micco, A. (2016). Protección de los acreedores, intercambio de información y crédito para pequeñas y medianas empresas: datos comparativos. *Revista de la Cepal* (120), 8 - 31.
- Gálvez, E., Riascos, S., & Contreras, F. (2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. *Estudios Gerenciales*, 355-364.
- González, S. (2014). La gestión financiera y acceso a financiamiento de las Pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá. *Maestría thesis, Universidad Nacional de Colombia.*, 1-179.
- Guercio, M. Martinez, L. & Vigier, H. (2017). Las limitaciones al financiamiento bancario de las Pymes de alta tecnología. *Estudios Gerenciales* (33), 3-12.
- Horngrén, C. T., Foster, G., & Datar, S. M. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. Pearson educación.
- Johnson, R.A. & Wichern, D.W. (2007). *Applied Multivariate Statistical Analysis* (Sixth ed.). Prentice Hall.
- Jindrichivska, I. (2014). Financial management in SMEs. *European Research Studies Journal*, Vol 16 (No. 4), 79-95.
- Koch, A. (2001). Factors influencing market and entry mode selection: Developing the MEMS Model in Marketing Intelligence & Planning; ABI/INFORM Global.
- Koller, T., Goedhart, M., & Wessels, D. (2010). *Valuation: measuring and managing the value of companies* (Vol. 499). John Wiley and sons.
- Lecuona, R. (2014). Algunas lecciones de la experiencia reciente de financiamiento a las pymes. *Serie financiamiento para el desarrollo, Cepal*, 1-39.
- López, G., Maldonado, G., Pinzón, S., & García, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. *Contaduría y Administración*, 568-581.
- Malhotra, S., Sivakumar, K., & Zhu, P. (2009). Distance factors and target market selection: the moderating effect of market potential. *International Marketing Review*, 26(6), 651-673.
- Masilo, A., & Gómez, M. (2016). Estudio de revisión sobre la planeación financiera y propuesta de modelo empírico para pymes de México. *Revista CIMEXUS*, 73-105.
- McGuinness, G. & Hogan, T. (2016). Bank credit and trade credit: Evidence from SMEs over the financial crisis. *International Small Business Journal*, 34(4) 412-445
- Mejía, A., Montoya, A., & Vélez Alvear, N. (2010). Estrategia Integral de Capacitación Orientada hacia la Innovación Tecnológica y el Mejoramiento Productivo en Pymes. *Latin American and Caribbean Journal of Engineering Education*, 4 (2), 39-46.

- Melgarejo, Z., Mora, E., & Vera, M. (2014). Acceso a la financiación en Pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros. *Revista Innovar Journal*, 149-160.
- Melgarejo, Z., Mora, E., & Vera, M. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 79-87.
- Mendes, L. & Lourenço, L. (2014). Factors that hinder quality improvement programs' implementation in SME. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 21. 690-715.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2016). http://www.mincit.gov.co/publicaciones/36871/productividad_formalizacion_innovacion_e_internacionalizacion_desafios_para_mipymes
- Milesi, D., Moori, V., Robert, V., & Yoguel, G. (2007). Desarrollo de ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia. *Revista de la CEPAL*. (92), 25-43.
- Miranda, J., & Ríos, L. (2015). *Diagnóstico de la gestión financiera integral en la Mipymes Navojoa, Sonora*. Academia de las Ciencias Administrativas.
- Montoya, A., Montoya, I., & Castellanos, O. (2010). Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos. *Agronomía Colombiana*. 28(1), 107-117.
- Murcia, N. (2015). Los sesgos cognitivos en decisiones financieras que ocasionan la liquidación de Mipymes: un acercamiento a las Neurofinanzas. *Revista de los Estudiantes de Administración de Empresas*, 171-185.
- Ottogalli, D. (2016). Desarrollo y madurez de las actividades de un conglomerado de PYMES industriales argentinas. *Ingeniería Industrial*, 17- 33.
- Papalardo, L., Meirelles, C., Sacomano, J., & Machado, J. (2014). Small and Medium Enterprises in Brazil: A Comprehensive Study of the Manager's View of the Business. En B. Grabot, B. Vallespir, S. Gomes, A. Bouras, & D. Kiritsis, *Advances in Production Management Systems* (págs. 82-89). Springer.
- Pavon, L. (2016). Inclusión financiera de las pymes en el Ecuador y México. *CEPAL - Serie Financiamiento para el Desarrollo* (262), 1-82.
- Poblete, C. & Amorós, J. (2013). Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile. *Journal of Technology Management & Innovation*. 8 (1), 97-106.
- Pomar, S., Rangel, J. & Franco, R. (2014). La influencia de las barreras a la innovación que limitan la competitividad y el crecimiento de las pymes manufactureras. *Administración y Organizaciones*. Vol. 17 Issue (33), 33-57.
- Quartey, P., Turkson, E., Abor, J.Y. & Iddrisu, A.M. (2017). Financing the growth of SMEs in Africa: What are the constraints to SME financing within ECOWAS?. *Review of development finance*, (2017), 1-11.
- Rangel, J. (2014). La influencia de las barreras a la innovación que limitan la competitividad y el crecimiento de las Pymes manufactureras. *Autonomous University of Aguascalientes*, 1- 27.
- Reyes, M., Rodríguez, A., & Gálvez, E. (2015). Efecto de la actitud de los directivos frente al riesgo en la orientación exportadora de las empresas. Un estudio empírico en Colombia. *Cuadernos de administración*. Vol 28. No 50. pp. 91-112.
- Riascos, S., Aguilera, A., & Achicanoy, H. (2016). Inversión en tecnologías de la información y las comunicaciones y su relación con en el direccionamiento estratégico de las PYMES de Santiago de Cali - Colombia. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informacao*, 1-17.

- Rodríguez, M. (2015). Indicadores del entorno de la pequeña y mediana empresa (PYME) en Latinoamérica, limitaciones a las que se enfrentan y fomento al desarrollo de las mismas caso Colombia. *Revista Científica Guarracuco*, 57-82.
- Rodríguez, M., Piñeiro, C., & Llano, P. (2014). Financial risk determination of failure by using parametric model, artificial intelligence and audit information. *Estudios de Economía*. Vol. 41, 187-217.
- Saavedra, M. (2014). *Alternativas de financiamiento para la MIPyME*. Asamblea General de Alafece.
- Sánchez, R., Salazar, A., & Schimtt, C. (2016). Factores que influyen los problemas de emprendimiento de la Mipymes: una percepción de los expertos. *Revista Internacional Administración y finanzas*, 95-113.
- Sipa, M., Gorzen-Mitka, I. & Skibinski, A. (2015). Determinants of Competitiveness of Small Enterprises: Polish Perspective. *Procedia Economics and Finance*, 27(2015), 445-453.
- Tabares, S., Anzo, E. & Estrada, L. (2014). Estudios Gerenciales. La Cooperación internacional en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas de Medellín: Un estudio de caso comparado. *Estudios Gerenciales*. Issue 132, 314-324.
- Urmeneta, R. (2016). Dinámica de las empresas exportadoras en América Latina: el aporte de las PYMES.
- Valencia, M. (2015). Capacidades Dinámicas, innovación de producto e aprendizaje organizacional en pymes del sector cárnico. *Ingeniería Industrial*, 297-305.
- Yang, J. (2017). The governance environment and innovative SMEs. *Small Bus Econ* 48 (2017) 525-541. DOI 10.1007/s11187-016-9802-1
- Zuleta, A. (2016). *Inclusión financiera de la pequeña y mediana empresa en Colombia 2016*. Naciones Unidas.
- Zeballos, E. (2006). Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Cuadernos de Difusión*. 11 (20), p 75-96.
- Zumba, M., Torres, G., & Aguilar, B. (2016). Los medios sociales: una nueva herramienta para la gestión de la innovación en las Pymes. Análisis En El Sector Servicios De La Región Sur Del Ecuador. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies*.

Para citaciones:

Barbosa, M., Camelo, M., Deaza, José y Rodríguez, G. (2018). Diagnóstico financiero y desempeño exportador de las MiPyMEs Colombianas. *Panorama Económico*, 26(4), 435-458.

AUTORES

Los autores son docentes investigadores de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de La Salle. Este documento es resultado de una investigación realizada entre 2016 y 2017. Se agradece el valioso apoyo del Semillero de Investigación Aplicada a las Finanzas y el Comercio Internacional (SIAFCI).