	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

1

Oportunidades para promover una cultura exportadora en Colombia desde la percepción de los estudiantes de la Universidad ECCI

Cristhian Alexander Cruz Martín

Diana Catherine Ramírez Poloche


Universidad ECCI

Facultad económicas y administrativas

Programa de comercio internacional

Bogotá, D.C.


2023

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


2

1. Tabla de Contenido

3.	Título de la Investigación	6
4.	Introducción.....	6
5.	Identificación del Problema.....	7
	5.1. Identificación de la Problemática	7
	5.2. Planteamiento del Problema	9
	5.3. Descripción de las Variables y su Articulación Correlacional al Problema.....	12
	5.3.1. Comercio Exterior	12
	5.3.2. Cultura Exportadora	12
	5.3.3. Mecanismos de Promoción.....	13
	5.3.4. Exportaciones	13
6.	Pregunta, Objetivos e Hipótesis Proceso Investigativo	14
	6.1. Pregunta de Investigación.....	14
	6.2. Objetivos de Investigación	14
	6.2.1 General.....	14
	6.2.2 Específicos.....	14
	6.3. Hipótesis de Investigación.....	14
7.	Justificación	15
8.	Macro Entornos	18
8.1.	Ámbito Histórico	18
	8.2. Ambiente Internacional Geopolítico	21
	8.3. Ambiente Nacional	23
	8.4. Ambiente Local	25
	8.5. Entorno Normativo	27
	8.6. Entorno Económico	28
9.	Marco Referencial	30
	9.1. Estado del Arte	30
	9.1.1. Antecedentes Comercio Exterior.....	30

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

	3
9.1.2. Balanza Comercial.....	31
9.1.3. Exportaciones	33
9.1.4. Cultura Exportadora	35
9.1.5. Políticas Públicas.....	36
9.1.6. Mecanismos de Promoción.....	37
9.1.7. Educación.	38
9.1.8. Producto Interno Bruto (PIB).	40
9.2. Marco Teórico	41
9.2.1. Eficiencia.....	41
9.2.2. Productividad.....	43
9.2.3. Competitividad	46
9.2.4. Globalización.....	48
9.2.5. Innovación Tecnológica	50
10.1. Tipo de Investigación	52
10.2. Fases del Proceso.....	53
10.2.1. Planteamiento del problema	53
10.2.2. Literatura	54
10.2.3. Hipótesis	54
10.2.4. Diseño.....	54
10.3. Técnicas de Análisis	55
10.3.1. Muestreo	55
10.3.2. Recolección y Análisis de Datos	55
11. Resultados.....	56
12. Discusión	83
13. Conclusiones.....	86
14. Referencias	89

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

2. Relación de Tablas y Figuras

Tabla de contenido figuras.

<i>Pregunta 1. ¿Considera usted que existen políticas públicas (proyectos del gobierno con objetivos de interés público) suficientes, que promueven la cultura exportadora en Colombia?</i>	55
<i>Pregunta 2. ¿En qué nivel considera usted que existe la cultura exportadora en Colombia?</i>	56
<i>Pregunta 3. ¿Qué sector en Colombia se focaliza hacia una cultura exportadora?</i>	57
<i>Pregunta 4. ¿Cuál o qué tipo de mecanismos de promoción de las exportaciones conoce?</i>	60
<i>Pregunta 5. ¿Considera usted que se ha cumplido el objetivo de los mecanismos de promoción de exportaciones en nuestro país?</i>	60
<i>Pregunta 6 ¿Cómo percibe usted las acciones que desarrolla PROCOLOMBIA respecto a la divulgación, acompañamiento, asesoría y alianzas comerciales; con el fin de incentivar la participación en la cultura exportadora de Colombia?</i>	61
<i>Pregunta 7 ¿Cómo se podrían complementar los mecanismos de promoción de las exportaciones?</i>	62
<i>Figura 8. ¿Cuál es el factor determinante para que el indicador de las exportaciones siga dependiendo de las exportaciones tradicionales (hidrocarburos, café, materias primas y otros minerales)?</i>	63
<i>Figura 9. ¿Cómo percibe usted la labor que realizan los organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora?</i>	65
<i>Figura 10. ¿En qué nivel de eficiencia considera usted la gestión que realizan los diferentes organismos gubernamentales (MINCIT, DIAN, BRC) entre sí para la promoción de la cultura exportadora en Colombia?</i>	66
<i>Figura 11. ¿De qué forma los acuerdos comerciales firmados por Colombia han impactado a la cultura exportadora?</i>	67
<i>Figura 12. ¿En qué porcentaje considera usted que los empresarios en Colombia conocen el total de acuerdos comerciales y sus beneficios?</i>	68



	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Tabla de contenido.

<i>Tabla 1. Normativas que regulan el Comercio Internacional en Colombia.</i>	26
<i>Tabla 2. ¿Cuál o qué tipo de mecanismos de promoción de las exportaciones conoce? *¿Cómo se podrían complementar los mecanismos de promoción de las exportaciones?</i>	70
<i>Tabla 3. ¿Cuál es el factor determinante para que el indicador de las exportaciones siga dependiendo de las exportaciones tradicionales (hidrocarburos, café, materias primas y otros minerales)?*¿Cómo percibe usted la labor que realizan los organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora?</i>	72
<i>Tabla 4. ¿Cómo percibe usted la labor que realizan los organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora? *¿En qué nivel de eficiencia considera usted la gestión que realizan los diferentes organismos gubernamentales (MINCIT, DIAN, BRC) entre sí, para la promoción de la cultura exportadora en Colombia?</i>	75
<i>Tabla 5. ¿En qué porcentaje considera usted que los empresarios en Colombia conocen el total de acuerdos comerciales y sus beneficios? *¿De qué forma los acuerdos comerciales firmados por Colombia han impactado a la cultura exportadora?</i>	76

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


3. Título de la Investigación

Liberando con Educación el Potencial Exportador de Colombia: Oportunidades para Promover una Cultura Exportadora en Colombia.

4. Introducción

Durante las últimas décadas y más concretamente en el siglo XXI se ha identificado la importancia de una cultura exportadora para cualquier país, sus consecuencias, beneficios y oportunidades, de la mano se evidencian las dificultades de crear una cultura exportadora con bases sólidas; con el paso del tiempo y debido a la globalización que se desarrolla en cuanto al mercado mundial, Colombia ha buscado diferentes alternativas para mantenerse actualizado e incluido en este constante proceso de avance, sin embargo todos las fases llegan al mismo punto, y esto es la importancia de una buena educación para que de este modo las futuras generaciones se encuentren preparadas para los diferentes retos que conlleva interactuar en el comercio internacional (Ayala, 2012).

Por lo anterior, se enfoca a la educación como una de las principales herramientas para seguir promoviendo la cultura exportadora de Colombia. La educación brinda diferentes caminos para que los estudiantes puedan internacionalizarse y volverse más competitivos a nivel internacional, esto mismo hace que sea necesario educar para exportar, para hacerlo de una forma consciente (Ramírez, 1999).

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

7


Según Sánchez y Hidalgo (2019) destacan que aquella persona que quiera dedicarse a la exportación sepa cómo se debe llevar a cabo cada proceso, que realmente esté interesada en el tema y entienda el funcionamiento que tiene el comercio internacional, como se mueve alrededor del mundo y cómo cambia día tras día, pues siempre se necesita gente con capacidad y actitud para involucrarse en procesos de importación y exportación que contribuyan a una mejor adaptación del modelo mundial para nuestro país.

En Colombia, se brindan diferentes programas de educación superior, adaptados a los modelos de comercio globales, donde la tecnología juega un papel importante, debido al avance tecnológico se tienen modelos de estudio donde se incluyen el manejo de lenguajes técnicos y operativos, los enfoques de estudio-trabajo mediante prácticas empresariales, así como un enfoque de adaptación internacional mediante el aprendizaje de diferentes idiomas e intercambios estudiantiles que permitan la expansión de culturas y enfoques a la hora de desempeñar la labor de exportación de bienes y servicios hacia otro país (Rincón, 2015).

5. Identificación del Problema

5.1. Identificación de la Problemática

La idea de adquirir una preparación adicional luego de la culminación de un nivel educativo, como lo es la educación media, no es para nada reciente, es una práctica que se lleva a cabo desde la mitad del siglo XX (Tünnermann, 2010), aunque actualmente más personas son capaces de acceder a ella, y cada vez se está normalizando en mayor escala, estipulando que el aprendizaje no


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

8

solo termina cuando se completa la educación media, sino que a esta le sigue una superior, y que consecuentemente, no se finaliza ahí, en cambio, el aprendizaje y formación continua en una permanencia inexacta.

La información brindada anteriormente tiene como fin, contextualizar la importancia que se le ha dado a la formación completa dentro de la sociedad, específicamente, en el diario vivir de las personas; cabe recalcar, que Colombia no es indiferente a esta realidad, referenciando esta afirmación con el censo de 2018, en el cual se hizo una proyección para el 2021, donde se esperaba que el 53,94% de los jóvenes tuvieran acceso a la educación superior, presentando un crecimiento frente al año 2020, siendo esto poco más de la mitad de la población (Ministerio de Educación Nacional, 2021). Al tener tal tasa de cobertura, se puede deducir que hay una gran cantidad de profesionales del comercio exterior o jóvenes aspirantes a serlo, quienes son, en gran parte, los cultivadores y conocedores de la cultura exportadora del país.

Se puede ver que la cultura exportadora en Colombia es precaria, puesto que en un promedio global anual, se calcula que entre los años 90 crecieron un 5,8%, haciendo que el comercio exterior tenga una participación del 25% en la actividad económica global, en donde Colombia participa en una mínima parte, esto se sustenta en varios datos, uno de ellos es el déficit que se tiene al comparar el promedio de importaciones y exportaciones de la nación, teniendo que Colombia importa mucho más de lo que exporta, acorde a esto, se evidencia que Colombia no está aprovechando las facilidades comerciales que el mundo exportador otorga, tales como los TLC,

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

9


quedándose muy por detrás del potencial económico que podría llegar a ser e ignorando el aprovechamiento del Producto Interno Bruto que tiene (Cámara de Comercio de Bogotá, 2001).

Si se tienen herramientas favorables para satisfacer dicha tarea, los insumos necesarios, la formación educativa para que personas preparadas se hagan cargo y lo potencien, las facilidades para acceder al conocimiento necesario para exportar más y leyes que patrocinan tal acción, aun con eso Colombia tiene una cultura exportadora desarraigada, lo que es totalmente perjudicial para la economía nacional, se podrían desarrollar estrategias para implementarlas en el país para mejorar su cultura exportadora y es lo que se buscará expresar a lo largo del presente documento.

5.2. Planteamiento del Problema

La forma en que fluctúa el comercio en un país marca su crecimiento, permitiendo estipular la productividad que tendrá cada ciudad o empresa, esto se masifica cuando hablamos a nivel global, teniendo un impacto mayor. A raíz de esto, en los últimos años, el mundo se ha estado adaptando a nuevos modelos comerciales y económicos que posibilitan una interacción internacional más sencilla, logrando, a su vez, que más de un sector se vea beneficiado, logrando un efecto dominó, tales como la comercialización, el traslado, el aseguramiento de la mercancía, la nacionalización de la misma y con ello, un sin fin de factores económicos que se vinculan entre sí (Huesca, 2012).

Siendo una transacción global tan importante, cada país debe especializar sus procesos para que la actividad se lleve de la forma más eficaz posible, dejando de lado ese modelo proteccionista al que ya estaban acostumbrados, y abriendo sus barreras comerciales para obtener una mayor tasa

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


10

de crecimiento, entre estos se encuentra Colombia, el cual no ha dado los resultados esperados aun teniendo tantas ventajas a favor, hablando del Producto Interno Bruto, su potencial de comercialización y exportación, como lo podría ser una mejor gestión en esos productos que representan un mayor ingreso en el PIB del país, tales como el petróleo que representa el 27,8%, el oro con un 5.2% y el café con un 7,2% para las exportaciones del 2022 (MINCIT, 2023).

Rodríguez (2013), hizo un estudio que buscaba demostrar el crecimiento que ha tenido el país en las exportaciones, el Producto Interno Bruto y el impacto que estos han tenido, en un periodo comprendido entre 1994 y 2010, del que se puede concluir que el crecimiento de estos fue poco satisfactorio, teniendo que el promedio de crecimiento de las exportaciones fue solamente de un 6,4%, mientras que el del PIB nacional fue únicamente de un 3%, esto coincide con la falta de dinamismo en las industrias y la agricultura, ya que han sido los sectores que menos han aportado en el sistema productivo.

La actividad exportadora no ha cumplido con las expectativas que se tenían décadas atrás, dado que, en este mismo estudio, se evidencia como los índices exportadores son menores en comparativa a los años treinta y cincuenta aun teniendo más facilidad y menos barreras, demostrando que, aunque la economía se ha internacionalizado, no se ha logrado incrementar la tasa de crecimiento económico (Rodríguez, 2013).


Llega a ser muy difícil comparar el progreso monetario que se ha tenido, frente a otros países en este mismo ámbito, y el problema no radica en la falta de materia prima, ni en las herramientas, ni en las diferencias políticas y tampoco en la dificultad de las barreras comerciales,

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

11

ya que estas se han adaptado para promover las prácticas exportadoras, debido a esto la raíz del problema es el precario compromiso e innovación sobre el manejo que se lleva del comercio internacional en el país, la ausencia de interés sobre los mercados mundiales y en general, el desconocimiento completo de las ventajas tanto nacionales como individuales que se pueden lograra al consolidar transacciones globales.

Iniciando desde el punto de que el tema que se trata en esta investigación no es común, se asume que la mayoría de colombianos se encuentran muy alejados del contexto que un mercado internacional maneja y por lo mismo, no se involucran en esta dinámica; esto debido a que la promoción de la cultura exportadora a largo plazo se encuentra dentro del "Plan Estratégico Exportador" del Ministerio, que es la la entidad reguladora del sector exportador. (Ramírez, 1999). Como ya se expuso anteriormente, se teoriza que la causa del lento crecimiento porcentual de las exportaciones y el índice económico es debido a la insipiencia sobre este tema, cómo abordarlo y cómo se puede explotar para obtener resultados favorecedores, para obtener mejores resultados se podría plantear la participación activa de más accionistas y empresarios en las actividades comerciales internacionales, por medio del informe de estos mismos y la incentivación para realizarlos, además de especializar y mejorar el enfoque educativo a los estudiantes ya sea que estén cursando carreras afines o no (Ayala, 2012).

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


5.3. Descripción de las Variables y su Articulación Correlacional al Problema

5.3.1. Comercio Exterior

Esta transacción se entiende como una relación comercial que se da entre dos o más naciones, siendo una relación entre la producción, consumo inversión de un bien o servicio específico, partiendo de una primera base, teniendo que el comercio puede ser tanto interior como exterior, siendo el exterior un intercambio comercial continuo entre países y que excede las fronteras estatales. Se podría decir que el comercio exterior actual se rige bajo una normatividad librecambista, que es totalmente opuesto a las medidas proteccionistas, defendiendo el libre comercio internacional, estimulando el flujo mercantil e influyendo inevitablemente en la economía interna de cada país (Lafuente, 2010).

5.3.2. Cultura Exportadora

Si bien, para este tema hay profesionales y expertos estudiando y conociendo este tema, es innegable que la actualidad ha logrado encontrar mecanismos para que todo el mundo tenga acceso a la información de forma más directa y sencilla, como es el caso de los datos estadísticos que generan entidades especializadas tales como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) ó el Ministerio de Comercio, Industria y Comercio (MINCIT), hasta noticias referentes a la comercialización que hace Colombia a nivel internacional, es por eso que tener una mínima cultura exportadora es casi imposible a día de hoy, porque es relevante relacionar la educación con la productividad y en un ambiente más práctico, siendo una herramienta y denotando

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


como un conjunto de capacidades generales para que, si en algún momento una persona desea incursionar en el tema, pueda insertarse en el mercado global (Ramírez, 1999).

5.3.3. Mecanismos de Promoción

Los mecanismos de promoción de las exportaciones en Colombia se han ido diversificando y expandiendo a lo largo del tiempo; uno de los métodos más tradicionales son los tratados internacionales, en donde se busca el máximo beneficio mutuo, haciendo en este caso que un país como Colombia que no tiene muchos fuertes a nivel de exportación pueda empezar a tener un reconocimiento a nivel competitivo. Sin embargo, la política de comercio exterior colombiana ha llevado a que en los últimos años se haya creado una fuerte dependencia de la extracción de materias primas mineras, en disminución de los productos industriales que generan mayor valor agregado (Baena, 2019).

5.3.4. Exportaciones

En cuanto a las exportaciones Colombia tiene un reto bastante importante diario pues la relación causal que tienen las exportaciones y el crecimiento económico es directamente proporcional, sin embargo el reto que tiene en este momento Colombia es su poca diversificación de bienes a la hora de generar exportaciones, y lo que se busca como oportunidad de mejora para integrarse al mercado internacional competitivo es aumentar sus fuerzas productivas, intensificando principalmente factores tecnológicos que permitan la innovación en los procesos de gestión de las exportaciones (Cáceres, 2013).

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

6. Pregunta, Objetivos e Hipótesis Proceso Investigativo

6.1. Pregunta de Investigación

¿Cuáles son los retos y oportunidades para fomentar la cultura exportadora de Colombia desde la percepción de los estudiantes de comercio internacional de la universidad ECCI?

6.2. Objetivos de Investigación

6.2.1 General


- Determinar oportunidades para fomentar la cultura exportadora de Colombia a partir de la percepción de los estudiantes del programa de Comercio Internacional de la universidad ECCI.

6.2.2 Específicos

- Identificar las variables y categorías de la cultura exportadora en Colombia desde la percepción de los estudiantes de comercio internacional de la universidad ECCI.
- Describir la percepción de los estudiantes del programa de Comercio Internacional de la universidad ECCI en la cultura exportadora de Colombia encuesta 2023.
- Analizar el impacto de los sistemas de promoción de las exportaciones en la cultura exportadora de Colombia de acuerdo a la percepción de los estudiantes de comercio internacional de la universidad ECCI.

6.3. Hipótesis de Investigación

Teniendo en cuenta la sinopsis de la investigación, y recopiladas las diferentes variables que se tendrán en cuenta a lo largo del documento la investigación busca establecer una relación

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

15


de carácter descriptiva, pues como se menciona anteriormente se pretende describir la relación que tiene la educación en relación a las variables para obtener las mejores oportunidades que permitan promover una buena cultura exportadora en Colombia (Sampieri *Et. al*, 2003).

Continuando con lo anterior, durante la elaboración de este documento se encontraron variables de tipo cuantitativas, como por ejemplo los datos estadísticos de la balanza comercial de Colombia respecto al PIB, del mismo modo las variables de exportaciones e importaciones en un periodo determinado de tiempo y una encuesta generada para los estudiantes de comercio ECCI, teniendo en cuenta que esta variable se expresa en cifras numéricas y que al ser datos exactos puede generar resultados que respaldan teorías ya creadas sobre la creación de retos y oportunidades para crear una cultura exportadora en Colombia (Sampieri *Et. al*, 2003).

La hipótesis que se tenía planteada para la investigación es una hipótesis descriptiva de un valor o dato que se pronostica en donde se intenta predecir el valor de una o más variables que se piensan observar. Sin embargo, como menciona Sampieri *Et. Al* (2003) no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis, caso que aplica para esta investigación, ya que el objetivo principal de la misma es describir retos y oportunidades y estas son solo propuestas, no se pronostica ningún dato, dando como conclusión que la investigación no necesita hipótesis.

7. Justificación

Esta investigación se realiza con el fin de conocer diferentes estrategias que permitan una oportunidad de mejora en la cultura exportadora de Colombia, ya que la construcción de una cultura exportadora abre paso a nuevos mercados y mejores oportunidades de competitividad a nivel


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

internacional. Es importante dejar en claro que, como lo mencionan Rojas, Valencia y Castaño (2003), desde un punto de vista estratégico, construir una buena cultura exportadora es una de las claves principales del éxito en la economía de un país; lo anterior mencionado no está nada alejado de la realidad, pues es necesario que todos los países, antes que nada, aprendan a formarse, para que con el pasar de los años sus sistemas económicos sigan siendo adaptables al cambio constante de la economía mundial.

Continuando con lo anterior, el aporte que genera una buena cultura exportadora es bastante enriquecedora para quien sepa aprovecharla, y de la mano con esta, se debe construir una buena cultura organizacional, la cual según Sáenz, Chang y Martínez (2016) se trata de la perfecta combinación de actividades para generar de una forma natural un valor agregado al resultado final.

En el párrafo anterior se mencionó que la cultura es de quien la aproveche, y en este caso involucra a todo el país. En primer lugar, tenemos al sector público, quien, por medio de acuerdos internacionales, puede mejorar por completo su economía, generando la visualización y expansión de mercados locales y nacionales al ámbito internacional, permitiendo un incremento del Producto Interno Bruto, ventajas económicas y generando una disminución significativa en la desigualdad económica y reduciendo el porcentaje de desempleo (Oviedo y Sierra, 2019).

Por otro lado, se tiene un beneficio significativo en el sector privado; si bien se sabe que no todas las empresas tienen el mismo porcentaje de éxito, si se puede saber con certeza que todas comienzan desde concepción de la idea en la mente de alguna persona, y es desde este punto donde se debería abordar este tema, la idea de generar en el futuro empresario una cultura exportadora, a


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

17

través del conocimiento tenga las herramientas necesarias para que su empresa tenga éxito y pueda alcanzar el punto de internacionalización. Para las empresas ya concebidas es igual de importante, pues parte de la cultura exportadora es la constante innovación dentro del mercado internacional, donde estas empresas pueden ser partícipes mediante la adaptación y mejora de sus productos, y de la misma productividad (Hurtado, Escandón y Salas, 2014).

El tema de la cultura exportadora en realidad es más importante de lo que se dimensiona en algunas partes hoy en día, ya que, aunque suene algo un poco exagerado, el aprovechamiento y direccionamiento correcto de la cultura exportadora puede salvar empresas de la liquidez y llevarlas al ámbito internacional. Uno de los enfoques que se le puede dar es la gestión ambiental en el tema de optimización de recursos y competitividad; a nivel de recursos, una correcta gestión puede reducir los costos innecesarios al momento de producir el bien a exportar, bien sea en maquinarias o materias primas, y, a nivel competitivo es tan sencillo como decir que una imagen corporativa que sea amigable con el ambiente siempre va a ser preferida a una que no lo sea (Castro & López, 2021).

Las ayudas que brinda la cultura exportadora son bastante amplias, y en conjunto con las ventajas anteriores encontramos a la tecnología como una de ellas, tal y como dice Torres y Gallardo (2019) la tecnología es un factor de fortalecimiento social, que permite la ampliación de la comunicación a nivel global. Es muy importante a nivel empresarial tener las herramientas necesarias para incursionar en mercados nuevos, ya que un buen manejo de la tecnología y una correcta capacitación el tejido empresarial va a generar la expansión de mercado, que es la

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


búsqueda principal de cualquier compañía, pues entre más exportaciones genere un ente económico, más será su reconocimiento.

Como se puede evidenciar, el valor que tiene esta investigación es bastante amplia y enriquecedora, pues permite al lector analizar distintas variables, como por ejemplo las anteriormente expuestas, para crear consciencia de los beneficios de tener una buena cultura exportadora, que combinada con la educación en instituciones pueda generar que las personas adquieran actitudes emprendedoras, conscientes y responsables de exportación, con la intención de potenciar a Colombia como un país competitivo a nivel internacional en cuanto a exportaciones se refiere y en cuanto a una mejora educativa (Martínez, 2013).

8. Macro Entornos

8.1. Ámbito Histórico

El alcance histórico de la cultura exportadora en Colombia abarca varios siglos, reflejando la evolución de la relación del país con el comercio internacional. Estos son períodos clave que destacan el desarrollo de la cultura exportadora en Colombia. Durante el período colonial español, en el lapso comprendido entre los siglos XVI al XVIII, la República de Nueva Granada fue un importante proveedor de recursos naturales a España. Se enviaron productos básicos como oro, plata, esmeraldas y productos agrícolas, lo que destacó en las bases de la economía colombiana orientada a la exportación (López *et al.*, 2010).


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Después de obtener la independencia de España a principios del siglo XIX, Colombia buscó diversificar sus exportaciones más allá de los productos básicos tradicionales. El café surgió como una exportación importante en la segunda mitad del siglo, dando forma a la economía y reputación internacional de Colombia, lo que potenció bastante su reconocimiento dentro del ámbito internacional e hizo que su economía pudiera variar respecto a la era pasada (López *et al.*, 2010).

El comienzo del siglo XX marcó un período de modernización y desarrollo de infraestructura, lo que permitió mejorar el transporte y el comercio. El café siguió siendo una exportación dominante y Colombia se estableció como uno de los principales productores de café del mundo. Sin embargo, en el país también comenzó a exportar otros productos como banano, tabaco y textiles (Arias, 2013).

Durante el comienzo del siglo XX, más específicamente durante los años veinte, se empezaron a consolidar con más fuerza procesos económicos, sociales y políticos, los cuales le otorgaron gran parte de dinamismo a la sociedad colombiana, dando de esta manera dos posturas diferentes; por una parte estaba la población que veía estos procesos con ojos esperanzadores de cambio, una oportunidad de que el país diera el siguiente paso un avance internacional, y por otra parte aquellos que veían con temor el cambio, ya que a ciencia cierta no se sabía cómo afectaría este proceso al país, la economía y la empleabilidad de las personas (Arias, 2013).

A mediados del siglo XX, Colombia experimentó una transformación económica con el surgimiento de industrias como la textil, la manufactura y la petrolera. El país sufrió una crisis económica significativa entre 1929-1932, fue entonces donde por el mismo motivo Colombia

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


20

decidió crear el grupo social de los cafeteros y los industriales, donde Colombia se potenció como nación y se convirtió en un importante exportador de petróleo y manteniendo y mejorando sus exportaciones de café, aumentando sus ingresos por exportaciones y diversificando su perfil exportador (Caballero, 2016).

Durante la segunda mitad del siglo XX, Colombia enfrenta desafíos debido a la inestabilidad política, el narcotráfico y el conflicto armado. Estos factores tuvieron un impacto negativo en la cultura exportadora del país, lo que obstaculiza su capacidad para capitalizar plenamente las oportunidades del comercio mundial. Sin embargo, no todo durante este periodo es malo, pues a nivel educativo y formativo a finales de ese siglo se empezaron a crear en las instituciones de educación superior programas más especializados en las ciencias sociales y ciencias económicas, eso para llevar al país a cambios educativos radicales (Tirado, 1984).

A finales de la década de 1990, Colombia implementó reformas económicas para promover la liberalización del comercio y atraer inversión extranjera. Este período vio esfuerzos renovados para promover la cultura de exportación, con énfasis en exportaciones no tradicionales como flores cortadas, frutas frescas, textiles y servicios. Colombia también buscó acuerdos comerciales con varios países y regiones, ampliando el acceso al mercado para sus exportadores. (Tirado, 1984)

En los últimos años, Colombia ha continuado priorizando la promoción de la cultura exportadora como motor clave del crecimiento económico. Se han realizado esfuerzos para diversificar los sectores de exportación, apoyar a las pequeñas y medianas empresas (PYME) en el

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


acceso a los mercados internacionales y aprovechar los avances tecnológicos para la competitividad de las exportaciones (Martínez, 2013).

A lo largo de su historia, la cultura exportadora de Colombia ha evolucionado de productos básicos tradicionales a una gama más diversa de productos y servicios. El país ha enfrentado desafíos y fluctuaciones en su panorama de exportaciones, pero ha trabajado constantemente para construir una economía más fuerte orientada a la exportación, posicionándose como un jugador competitivo en el mercado global (Sáenz, Chang y Martínez, 2016).

8.2. Ambiente Internacional Geopolítico

La cultura exportadora de Colombia está influenciada por su participación en acuerdos comerciales e iniciativas de integración regional, dado que ayuda a facilitar el proceso que las relaciones internacionales conllevan, además de disminuir costos en los sistemas para incentivar las transacciones. El país ha firmado varios acuerdos, incluido el Acuerdo de Promoción Comercial entre Estados Unidos y Colombia (CTPA), la Alianza del Pacífico y la Comunidad Andina, que brindan acceso preferencial al mercado a los países miembros (Salazar, 2014). Estos acuerdos abren oportunidades para los exportadores colombianos, generan reducciones de las barreras comerciales y fomentan una cultura de comercio internacional.


Las tasas de crecimiento económico, las preferencias de los consumidores y la dinámica del mercado en diferentes regiones impactan la competitividad y viabilidad de las exportaciones colombiano. Comprender y adaptarse a estas tendencias es crucial para que las empresas colombianas naveguen de manera efectiva en los mercados internacionales (Giacomán, 1988).

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Factores como los estándares de calidad, la competitividad de precios, la diferenciación de productos, la marca y las barreras de entrada al mercado influyen en el éxito de las exportaciones colombianas. Las políticas comerciales, las regulaciones y los aranceles impuestos por otros países también afectan el acceso al mercado de los productos y servicios colombianos, determinando la accesibilidad a estos y viceversa, y con esto marcando la competitividad que tiene el país ante el resto del mundo (Brown y Domínguez, 1989).

Otros de los agentes son la proximidad geográfica y cultural a mercados clave que puede tener un impacto en el formato exportador colombiano. La proximidad a los Estados Unidos, por ejemplo, ha facilitado las relaciones comerciales y las oportunidades de exportación con uno de los mercados de consumo más grandes del mundo. Además, la familiaridad cultural, el dominio del idioma y la comprensión de las prácticas comerciales en los países y regiones vecinos pueden proporcionar una ventaja competitiva para los exportadores colombianos (Legis Comex, 2022).

Con el pasar de los años, el mundo ha estado en constante evolución, y con esto el mercado global se ha permitido adaptarse a los avances tecnológicos y el crecimiento de la economía digital. El comercio electrónico, las plataformas digitales y las innovaciones tecnológicas promueven la forma en que se comercializan los bienes y servicios a nivel mundial. Los exportadores colombianos necesitan acoplarse de forma más favorable a las transformaciones digitales y aprovechar la tecnología para mejorar su competitividad y llegar a clientes internacionales (Cabrera, 2017).

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


Por otra parte, el entorno geopolítico internacional juega un papel crucial en la configuración de la cultura exportadora en Colombia, Es importante que la nación monitoree y se adapte continuamente al entorno geopolítico internacional para capitalizar las oportunidades, superar los desafíos y fomentar una cultura exportadora dinámica y resiliente, apropiando estos factores y buscando la forma de aprovechar los diversos mercados para obtener un crecimiento más sólido y continuo.

8.3. Ambiente Nacional

Las políticas, iniciativas y mecanismos de apoyo gubernamentales tienen una influencia directa en la cultura exportadora en Colombia. Esto incluye políticas comerciales, programas de promoción de exportaciones, incentivos y apoyo financiero para exportadores. El compromiso del gobierno de facilitar y fomentar las exportaciones marca la pauta para la cultura exportadora y ayuda a crear un entorno propicio para que las empresas participen en el comercio internacional (Reyes y Chacón, 2014).

El entorno empresarial nacional, incluidos factores como la facilidad para hacer negocios, el marco regulatorio, el acceso a la financiación y los servicios de apoyo empresarial, da forma a la cultura exportadora en Colombia. Un entorno propicio para los emprendedores, el cual fomenta la innovación, apoya las nuevas empresas y proporciona recursos para la entrada y expansión del mercado fomenta una cultura de exportación vibrante (Sáenz, Chang y Martínez, 2016).

Los programas de educación y desarrollo de habilidades juegan un papel crucial en el fomento de una cultura de exportaciones en Colombia. Brindar capacitación y educación sobre


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

comercio internacional, investigación de mercado, logística de exportación y prácticas comerciales interculturales equipa a las personas y las empresas con el conocimiento y las habilidades necesarias para participar en el comercio mundial de manera efectiva (Martínez, 2013).

La competitividad y capacidad innovadora de las industrias en Colombia impactan en la cultura exportadora. Las industrias que invierten en investigación y desarrollo, mejora de productos y actividades de valor agregado están mejor posicionadas para tener éxito en los mercados globales. La colaboración entre los actores de la industria, la academia y las instituciones de investigación ayuda a impulsar la innovación y mejora la competitividad general de las exportaciones colombianas (Torres y Gallardo, 2019).

En cuanto a la infraestructura y logística es importante tener en cuenta la disponibilidad y calidad de esta, incluidas las redes de transporte, los puertos, los centros logísticos y los servicios de facilitación del comercio, influyen en la cultura exportadora de Colombia. Las redes logísticas y de infraestructura eficientes permiten un movimiento fluido de mercancías, reducen costos y mejoran la competitividad en el comercio internacional (Martínez, 2013).

Apoyo a las Pequeñas y Medianas; Las PYMES constituyen una parte significativa del sector exportador de Colombia. Los mecanismos de apoyo adaptados a las necesidades de las PYMES, como el acceso a financiamiento, programas de capacitación exportadora, incubadoras de exportaciones y trámites simplificados de exportación, contribuyen al desarrollo de una fuerte cultura exportadora entre estas empresas (Hurtado, Escandón y Salas, 2014).


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

8.4. Ambiente Local

El tema de la cultura exportadora a nivel Bogotá y nivel departamental se ha encontrado en constante cambio los últimos años, pues año tras año el gobierno, junto con la ayuda de instituciones de educación superior han implementado diferentes estrategias para la incorporación al mercado internacional de jóvenes emprendedores y pequeñas empresas, se han creado diferentes programas educativos, ya sean universitarios, por medio de cursos o recursos brindados de parte del estado, un ejemplo de ellos es el programa que creó el banco de la república llamado “Banreb Educa” que tiene como fin, dar una educación económica más accesible (Banco de la República, 2023).

Programas como el anterior buscan ayudar para que estos jóvenes tengan el conocimiento económico, legal y comercial para poder trasladarse rápidamente del entorno local al entorno nacional y de esta manera poder entrar al mercado internacional; lo que han buscado estos programas es formar empresarios con las capacidades necesarias para poder enfrentar y entrar a un mercado poco explorado (Ramírez, 1999).


No es un secreto para nadie que respecto a distintos países y sistemas de gobierno tenemos un proceso más lento frente a modelos de adaptación global, esto quiere decir que es un poco más complicado ser competitivo en diferentes mercados, actualmente los sistemas educativos se han esforzado por adaptar sus modelos de educación con respecto a programas que permitan abarcar las necesidades imprescindibles para adaptarse a la globalización, pues, uno de los principales

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

objetivos de las facultades de ciencias económicas es poder con educación formar líderes empresariales (Martínez, 2013).

Por otra parte, las Pymes a nivel Bogotá han tenido un desarrollo significativo los últimos años, sin embargo es una realidad que este tipo de entidades tienen un reto bastante importante, y este es, la inclusión y participación dentro del mercado nacional; a simple vista se afirma que es algo sencillo, sin embargo, la alta competitividad que se tiene en Bogotá por ser la capital del país junto con factores como necesidades, oferta y demanda de ciertos productos y servicios en específico hace que esta labor sea más complicada de llevar a cabo, anexando a lo anterior que se debe competir también con un grupo de entidades multinacionales, que cada vez más tienen una amplia participación en el mercado nacional (Castro y López, 2021).

Para que las Pymes puedan lograr una participación exitosa a nivel internacional es necesaria la realización de exportaciones directas o indirectas, franquicias, alianzas; además de los puntos anteriormente expuestos, las pymes están utilizando a su favor la gestión ambiental como otro factor de competitividad en el mercado internacional, pues con una correcta administración y una certificación las pymes pueden aumentar sus beneficios económicos, disminuyendo los residuos generados por la entidad y de este mismo modo tener una imagen corporativa más responsable y comprometida con el planeta, haciendo que su imagen a nivel internacional entre a competir directamente con empresas que le apuesten a lo mismo, un sistema organizacional ambiental responsable (Castro y López, 2021).

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


8.5. Entorno Normativo

Colombia buscar ejecutar la política de comercio exterior en pro de facilitar el comercio y las relaciones entre países, facilitar trámites y procedimientos, de la misma forma busca mitigar las prácticas desleales de comercio mediante gestiones de promoción a las exportaciones y mecanismos para proteger parte de la producción nacional en conformidad con las leyes y decretos estatales. En conformidad con lo anterior se presentan algunos de los decretos y leyes más destacables en Colombia en conformidad con el manejo del comercio exterior.

Tabla 1.

Normativas que regulan el Comercio Internacional en Colombia.

Norma	Año	Tema
Decreto 1451	2017	Establece requisitos para las sociedades de comercialización internacional que intervengan en pequeñas y medianas empresas
Decreto 272	2018	Gravámenes de materias primas y bienes de capital provenientes de territorio extranjero

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


28

Decreto 1165	2019	La nueva ley marco de aduanas, contiene las normas generales a las que está sujeta el comercio internacional.
Ley 7	1991	se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior,

Nota: Esta tabla muestra las principales normas que regulan el comercio internacional en Colombia. Fuente: Elaboración propia de acuerdo con MINCIT (2016) & Zona logística (2019).

8.6. Entorno Económico

La gran diversidad de recursos con los que cuenta Colombia hace que el país sea centro de atención frente a grandes potencias económicas mundiales, esto lo podemos ver a través de la rica dotación de recursos naturales de Colombia, incluidos minerales, productos agrícolas y recursos energéticos, influyendo en su cultura exportadora. Las industrias basadas en estos recursos, como la minería, la agricultura y el petróleo, han sido tradicionalmente contribuyentes clave al sector exportador de Colombia. Aprovechar la ventaja comparativa y la gestión sostenible de los recursos naturales son consideraciones importantes para desarrollar y promover la cultura exportadora (Kalmanovitz, 2010).


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

El nivel de diversificación de exportaciones dentro de la economía colombiana es un factor importante en la cultura exportadora. Una base de exportación diversificada reduce la dependencia de unos pocos productos o mercados y mejora la resiliencia ante las perturbaciones externas. Los esfuerzos para promover y apoyar las exportaciones no tradicionales, los productos de valor agregado y los servicios contribuyen a una cultura exportadora más diversa y dinámica (Oviedo y Sierra, 2019).

Los tipos de cambio y la valoración de las monedas influyen en la competitividad de las exportaciones colombianas en los mercados internacionales. Un tipo de cambio favorable puede mejorar la competitividad de las exportaciones al hacer que los productos colombianos sean más asequibles para los compradores extranjeros. El seguimiento de las fluctuaciones del tipo de cambio y la implementación de políticas para gestionar la volatilidad de la moneda son consideraciones importantes para mantener una cultura exportadora (Oviedo y Sierra, 2019).

Resiliencia económica y adaptabilidad: La capacidad de la economía colombiana para adaptarse a las cambiantes condiciones económicas mundiales y los choques externos influye en la cultura exportadora (MINCIT, 2023). La resiliencia ante las recesiones económicas, la capacidad para diversificar las exportaciones y la flexibilidad para responder a los cambios del mercado contribuyen a una cultura exportadora dinámica y sostenible.

Estadísticamente según el MINCIT (2023), Colombia durante el primer trimestre del año en vigencia tuvo un aumento significativo del 3% en cuanto al PIB, donde también se puede resaltar el incremento del sector financiero. Actualmente la economía colombiana va encaminada a un

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

30

proceso de transformación, en la cual se ven involucrados procesos estructurales, organizacionales, culturales, educativos que de la mano con un buen manejo puede resultar en algo muy positivo para la economía a futuro.


9. Marco Referencial

9.1. Estado del Arte

9.1.1. Antecedentes Comercio Exterior

El comercio internacional se entiende como una transacción de índole comercial entre diferentes naciones, se puede destacar como una realidad complicada que está frecuentemente influenciada por numerosos factores, como lo son el geográfico, político, cultural, económico y en cuanto a relaciones se trata, llevando, además, una larga historia evolutiva, empezando con que las transacciones internacionales son heredadas, empezando con los trueques como primer método de intercambio no monetario, hasta llegar al comercio que se conoce actualmente, donde se generaron condiciones más favorables para su propio desarrollo (Lobejón, 2001).

Huesca (2012), sostiene que existen varias ventajas sobre la práctica de comercializar internacionalmente, una de ellas es el favorecimiento de ambas partes comercializadoras y fomenta, a su vez, lazos aprovechables a largo plazo, dando paso a los tratados de libre comercio, conocidos como TLC, los cuales funcionan como incentivos para que esta actividad se mantenga y fomente, además de permitir transacciones más sencillas y con cierta reducción de costos, con esto se busca

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


perfeccionar la práctica de internacionalización, obtener mejores resultados y favorecer un mayor sector de la economía en cada país.

La razón por la que se busca facilitar estos procesos es la importancia e impacto que tiene en el mundo moderno, contribuyendo en el crecimiento económico de las naciones, y también esa evolución como sociedad se ve reflejado en la producción de bienes y servicios que estos tienen, no obstante, esta actividad no afecta únicamente al sector económico ya que beneficia diversos ámbitos que al igual que el económico tienen un peso significativo, entre estos están el avance cultural, político y hasta tecnológico (Rodríguez, 2013).

En el comercio se busca generar la máxima ganancia y en las transacciones internacionales no hay excepción, un claro ejemplo de ello es una de las teorías más conocida sobre el tema de esta investigación, Smith (1776), por su parte introduce al mercado un nuevo concepto que luego pasaría a ser una teoría, la ventaja absoluta, que dice que el país exportador comercializara el producto con el que tuviera más ventaja, y por el contrario, importaría los productos en los que tuviera desventaja, creando un dinamismo nacional y abriendo una brecha para que los países se especializan en los productos con mayor peso en el mercado.

9.1.2. Balanza Comercial

Se puede definir como el registro comparativo de las importaciones y exportaciones durante un periodo de tiempo determinado, teniendo como punto de comparación la diferencia numérica entre estas dos variables, físicamente de notándose en la venta de bienes al exterior y la compra de


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

estos mismos a otros países, fluctuando como una constante transacción de entrada y salida de divisas siendo un constante balance en el desarrollo comercial (Stiglitz, 1992).

Otra definición sobre la balanza comercial es de Rincón (2015), quien dice que la balanza comercial también es conocida como una balanza de bienes, define mi mide de forma más eficiente el déficit y el superávit que se presenta en una nación, esto enfocado a un ámbito comercial, esto tomándose de sustraer las importaciones en las exportaciones de mercancías, así generando un nuevo saldo, que se denota como saldo neto en los bienes e insumos de un país determinado.

A partir de que el concepto de la balanza es el equilibrio entre las transacciones internacionales más importantes para cada país, El mundo se ha estado organizando junto a sus políticas para generar un superávit a favor de las exportaciones, aclarando que cuando hay un superávit en la balanza comercial significa que se está exportando más de lo que se está importando, por el contrario si se importa más de lo que se exporta, la balanza comercial entrar en déficit, se destaca a estos datos como pilares del desarrollo económico, por lo que se han llevado a cabo diferentes estrategias se han sumado distintas organizaciones mundiales para facilitar el proceso de llegar a un superávit (Escribano, 2001).

Las políticas expansionistas y organismos internacionales como el fondo monetario internacional (FMI), la organización mundial del comercio (OMC) y el banco mundial han jugado un papel clave en la liberación comercial permitiendo que gran parte de los países Latinoamericanos destaquen sobre la economía mundial exponiendo un crecimiento acelerado frente a las países potencia y junto a este dato se expresa que una de las soluciones para alcanzar

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


el superávit en la balanza comercial de un país es incrementar el producto interno bruto (PIB) por medio de distintos mecanismos y recursos que eleven su valor agregado (Rincón, 2015).

9.1.3. Exportaciones

En la actualidad, ningún país tiene barreras que impidan la fluctuación del comercio internacional, ya que como se ha mencionado anteriormente, el hecho de que este tipo de negociaciones se den beneficia sustancialmente la tasa de crecimiento monetario alrededor del mundo, disponiendo de recursos a los países que necesitan de dicho producto y permitiendo transaccionar productos que tiene un país y otro necesita, completando un ciclo que es absolutamente necesario en el sistema económico y mercantil actual.


La facilidad que brinda esta gama económica, incentiva la optimización de los procesos para lograr un comercio exterior mayor, como lo mencion Smith (1776) con su teoría de la verdad absoluta previamente explicada, a la cual se le sumó Rubén (1817), guiado de la idea original, pero transformándola un poco, hasta llegar a la conclusión de que la ventaja no es absoluta, sino relativa, funcionando como avance para la teoría raíz y explicando las relaciones de intercambios de bienes, como principal argumento.

Al existir esta competencia mercantil, los países buscan la optimización en sus procesos en cualquiera de las formas que sean posibles, algunas de ellas y quizás de las más importantes son, el aprovechamiento de las materias primas y la mano de obra. Según Rubén (1817):

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

En un sistema de comercio perfectamente libre, cada país, naturalmente, dedica su capital y trabajo a los empleos que le son más beneficiosos. Esta tendencia a la ventaja individual está admirablemente relacionada con el bien universal del mundo. Estimulando la industria, recompensando la laboriosidad y utilizando más eficazmente las facultades peculiares conferidas por la Naturaleza, distribuye el trabajo más eficazmente y más económicamente; y a la vez, aumentando la masa general de producciones, difunde el beneficio general y une, por medio de los lazos del interés y el intercambio, la sociedad universal de las naciones de todo el mundo civilizado. Este principio es el que determina que el vino se produzca en Francia y Portugal, que el trigo se cultiva en América y en Polonia y que la ferretería y otros artículos se manufacturen en Inglaterra. (Rubén, 1817, p.138-139).

Colombia no es indiferente a este ciclo, pero siendo un país biodiverso, con un potencial sorprendente el cual espera por ser aprovechado, no lo está haciendo, ya que con el pasar de los años, aunque se han perfeccionado varios procesos, el país no da pasos agigantados como se esperaba, más bien va a un ritmo desacelerado, es correcto afirmar que sí ha avanzado en su tasa de crecimiento, pero los porcentajes de estos dejan ver que este crecimiento es precario, teniendo un crecimiento en el PIB del 6,4% (Cáceres, 2013), si bien Colombia tiene un sistema económico más abierto, el perfeccionamiento no se debería quedar únicamente en los procesos.


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

9.1.4. Cultura Exportadora

El mercado global está en constante expansión, con nuevas entidades entrando a competir en la gran lucha que tiene como objetivo, que sus productos tengan ventaja por sobre los demás en el nicho al que están dirigidos. Como ya se ha mencionado, parte de la es la especialización de procesos, el óptimo aprovechamiento de estos, y la dedicación de los profesionales o entidades (Gonzalez, 2017).

Otra de las cuestiones que envuelven todo este espectro, diferente a las que ya se mencionaron previamente, es la involucración del estado en el procedimiento mercantil global, dado que actúa como la entidad que hace posible que todo el proceso se realice, el tema logístico pasa primero por la DIAN para que esta apruebe la transacción y esta pueda ser ejecutada, de lo contrario no se daría el intercambio transnacional, además de ser la que se encargue de dar esos incentivos para apoyar a los exportadores y con ello generar un crecimiento económico (Cámara de Comercio de Bogotá, 2001).

Para Singer (1994) es más importante apostar e invertir en una internacionalización por etapas, y esto apoyado fuertemente del compromiso y la perseverancia por parte de la dirección de las empresas y estos beneficios incrementan entre más experiencia exportadora se vaya adquiriendo. Mientras que para Czinkota (1994) su vista es similar el introduce la idea de las barreras comerciales y cómo tenerlas en cuenta para una mayor facilidad a la hora de exportar, como esta se relacionan con el mercado internacional y consecuentemente que estas tendrán


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

implicaciones en los resultados de la exportación, tendiendo que la mejor manera de apoyar la promoción de las exportaciones es el continuo desarrollo de mercados internacionales.

Una amplia gama de trabajos realizados sugiere que no es posible derivar conclusiones generales de la relación entre las políticas comerciales y el crecimiento económico de un país, puesto que, dependiendo de la estructura del modelo, del origen del crecimiento y de la dotación y condiciones iniciales de las economías bajo análisis, las restricciones al comercio podrían o no reducir el crecimiento económico. (Sánchez, Zambrano y Bocca, 2009).

9.1.5. Políticas Públicas

En las últimas décadas se ha intentado dar un significado certero a lo que es la política pública, ya que concurrentemente se llega a confundir con las políticas, lo cual es una idea totalmente errónea y al haberse normalizado esa confusión entre ambos conceptos, se buscó darle una definición, y al intentar esto se expusieron una variedad de significados que se parecen entre sí aun siendo de diferentes autores, como lo es la interpretación de Cardozo (2006) quien dice que es un fenómeno social, administrativo y político específico, resultado de un proceso de sucesivas tomas de posición, que se concretan en un conjunto de decisiones, acciones u omisiones, asumidas fundamentalmente por los gobiernos, mismas que traducen, en un lugar y periodo determinado, la respuesta preponderantemente del mismo frente a los problemas públicos vividos por la sociedad civil.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


37

Cabe recalcar que Colombia cuenta con el respaldo de Estados Unidos, en varias oportunidades y se podría decir que, por esto mismo, Colombia ha priorizado las dimensiones militares y el vínculo con Estados Unidos dejando de lado la profundización de su relación con los países vecinos, pasando de ser un promotor de iniciativas regionales a un foco más problemático, por lo que desde la década de los 2000 se empezó a tomar acción frente a esta situación, afirmando que se estaban desarrollando procesos de cooperación con naciones que tenían un interés en aumento sobre la política exterior como lo eran Asia y África (Agencia internacional de cooperación internacional, 2012).

9.1.6. Mecanismos de Promoción

Hay diferentes mecanismos de promoción y apoyo para las exportaciones, ya sea por medio de políticas comerciales, tratados internacionales o restricciones impuestas a otras transacciones transnacionales que cada país tiene adaptadas y aplicadas para lograr obtener el mayor beneficio posible o disminuir pérdidas, en donde se podría ver un poco de lo que dejó Smith (1776) y su teoría del libre comercio, una estrategia bastante proteccionista de parte de cada nación, aunque sin ir demasiado lejos porque si bien con estas medidas se busca potenciar las exportaciones de ciertos productos y facilitar la de otros, siguen existiendo barreras para regular la sobre explotación de algunos recursos.

Uno de los mecanismos antes mencionados son las barreras comerciales, arancelarias y no arancelarias que si bien son un impuesto que deben pagar tanto las importaciones como las

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


38

exportaciones, son más los impuestos y reglamentación que se colocan sobre los bienes importados, ya sea por la clase de bien que se importa o por la cantidad de esta y no solo abarcan el sistema monetario, sino las condiciones políticas y normativas como lo pueden ser las licencias de importación o las restricciones sanitarias (Secretaría de agricultura, ganadería, pesca y alimentación, 2002).

Otra forma de promover las exportaciones en un país, o de facilitar la comunicación comercial entre estos, logrando una relación beneficiosa para ambas partes ya sea monetariamente o políticamente, es mediante un tratado de libre comercio conocido comúnmente como un TLC (Acosta y Falconí, 2005), por ejemplo El tratado que hay entre Colombia y Estados Unidos que tenía como principal objetivo integrar a Colombia en el mercado internacional, y para Estados Unidos era aprovechar las ventajas relativas en el mercado, obteniendo así un beneficio mutuo del TLC pactado (Giraldo, 2007).

9.1.7. Educación.

La educación se entiende como un proceso totalmente natural y humano donde el desarrollo cultural se ve muy involucrado, siendo algo complejo y algo extenso, esto según León (2007), quien dice, además, que el comportamiento general del hombre se caracteriza por ser imposible de determinar y con ellos absolutamente difícil predecir su conducta, pese a que el ser humano se adapta a la cultura de su entorno, es distinto de otras especies que lo rodean, dado que al tener


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

comportamientos las impredecibles, son estos mismos los que le permiten aprender que no es innato.

Esto por lo menos en un principio, ya que León (2007) explica que con el pasar del tiempo la educación tomó un rumbo más individualista, la principal razón ya no era aprender para sobrevivir y adaptarse, sino, aprender para alcanzar la perfección del ser humano. Anteriormente a los niños se les educaba de forma contextualizada y natural, donde debían experimentar con sus propias vivencias los aprendizajes que llegaban día a día, actualmente, los más jóvenes se educan fuera del contexto, donde los aprendizajes son en su mayoría teóricos, por lo menos en las edades más tempranas.

Puesto que la educación pasó a ser un proceso de perfección, las nuevas generaciones están creciendo con el derecho de formarse como algo más natural, además de heredar la cultura de sus antepasados y con ellos sus valores y todo lo creado hasta ahora (León, 2007), con ellos se desarrolló una nueva rama cultural del aprendizaje la cual es la educación permanente, al estar en una constante búsqueda de perfección, es aquí donde entran los diferentes niveles educativos, organizados para especializar la educación humana.

Otra perspectiva sobre este mismo tema es de Tünnermann (2010), quien dice el valor de educación permanente es, probablemente uno de los conceptos más importantes desde la segunda mitad del siglo XX, este concepto no es nuevo pero se ha estado revalorizando y tomando fuerza, sostiene, también, que la educación no tiene límites, cada persona es libre de abrirse a la posibilidad

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

40


de expandir sus conocimientos, que el aprendizaje no se detiene y con esto, tener claro que la educación permanente no es sinónimo de educación de adultos.

Como dice Freire (1997), "es educable mientras vive". El expresa que, a lo largo de la vida, hay un sinfín de enseñanzas, que el hombre no termina de aprender sino hasta que deja de vivir, donde se rompe la idea de que el tiempo es un condicionamiento y se refuerza la concepción de que si bien, la educación se ha sistematizado y especializado, esta rebasa las paredes de un aula, y que es necesario profundizarlo en un contexto real a lo largo de la vida.

9.1.8. Producto Interno Bruto (PIB).

El PIB se define como el producto interno bruto de un país, uno de los indicadores que más resaltan debido a que delimita en pequeña o gran medida dependiendo de la nación, el incremento productivo o económico que tiene cada uno, marcando con este, diferentes índices de desarrollo como lo puede ser la inversión que se pueda generar en el país según la teoría neoclásica del crecimiento, la cual señala también que el progreso de ambos factores puede llegar a ser, en algunos instantes, directamente proporcional (Bond, 2010).

Un país con altos índices de productividad son sinónimos de una buena gestión en el sistema organizacional genera un buen desempeño en el talento humano, ocasionando que el país especialice mejor sus sectores comerciales, además de diversificarse y creando así una curva de crecimiento positiva en los indicadores macroeconómicos. La teoría neoclásica, de la que está fundamentado este argumento ha sido sometido a diferentes verificaciones empíricas, como es el

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

41


caso del estudio realizado por Bond (2010), quien estudió 94 países para llegar a la conclusión de una mayor participación de la inversión en el PIB genera un aumento en el nivel productivo de cada trabajador.

9.2. Marco Teórico

9.2.1. Eficiencia

La eficiencia se puede definir como el grado en el que se pueden cumplir los objetivos propuestos generando el menor costo posible para lograrlos. Se puede decir que es la eficiencia es el ente que califica la productividad de determinada actividad; existe la eficiencia técnica, la cual examina la relación entre un resultado generado y la cantidad de energía y recursos utilizados en la producción, realizando de este modo el cumplimiento correcto de distintas funciones (Mokate, 2001). Sin embargo, Cachanosky (2012) dice que la eficiencia técnica depende de si hay capacidad ociosa en los factores productivos o si tienen la capacidad de estimularse en un cien por ciento, pues de no ser así, se alcanzaría inmediatamente un punto de ineficiencia.


Por otra parte según Smith (1776) afirma que la eficiencia es la base de la función económica central de una nación, es de tal forma que Smith revolucionó la forma en que se ve la eficiencia; desde un punto de vista central, lo que propone este autor era la división del trabajo en procesos lógicos y consecuentes entre sí con el único fin de dar cumplimiento a un objetivo en concreto, esto mediante la secuencia de procesos, es decir, es más eficiente enseñar a varias

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

personas una determinada labor que complementa un objetivo que solo tener una persona que sepa todo un proceso.

El conocimiento organizado en disciplinas permite obtener una mayor eficiencia, sin embargo es necesario ser eficiente en cuanto a tiempos y no solo en procesos, la eficiencia máxima se obtiene al realizar determinadas tareas en el menor tiempo posible, esto partiendo de la base de la organización procedimental, sin embargo es necesario reconocer cuando es más efectivo tener a una o varias personas realizando la misma labor, entendiéndose que algunos procesos no requieren de la cantidad de personas sino de la capacidad de una para dar cumplimiento al objetivo, partiendo de la base de que el tener muchas personas y pocas labores puede hacer que se estropee la labor de algunos, quedando sin realizar ningún proceso (Drucker, 1966).

Por el lado de la educación Iregui, Melo y Ramos (2007) exponen tres factores para que la educación se pueda dar de manera eficiente; El tema de los docentes respecto a la educación; en gran parte de ellos depende que tan fácil pueden aprender los estudiantes, mediante las diferentes metodologías que la docencia les brinda, siendo de este modo una variable proporcional al conocimiento del docente en cuanto a métodos respecto a la capacidad de aprendizaje por parte de los estudiantes. Por otro lado, se encuentra el tema de infraestructura, es decir que se tengan los espacios necesarios y adecuados para que los estudiantes puedan liberar su conocimiento de una forma constante. Por último, tenemos la tecnología que se traduce como las herramientas necesarias para ejecutar una buena educación.


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

9.2.2. Productividad

La función productiva a nivel empresarial se ha convertido en una herramienta fundamental a la hora de competir en el mercado global; como dice Colmenares (2007) la productividad hace referencia a la cantidad máxima de producción que se puede obtener al aplicar cierta cantidad de factores. No es para menos decir que para que una empresa se considere de talla internacional es necesario que tenga las herramientas necesarias para competir, se deben analizar distintos factores, como lo pueden ser el económico, social, humano, y tecnológico para que permitan a una entidad elevar su potencial al máximo, así como también que de la misma manera se sepan gestionar para tener una constante participación en el mercado internacional.

Sin embargo, para Nemur (2016) la productividad se entiende como la capacidad de crear o mejorar bienes y servicios creando una relación entre las entradas realizadas para producción y las salidas efectuadas como productos finales y servicios. El término de entradas y salidas es bastante curioso y llamativo a la vez, pues este término a nivel económico es aplicado en ciencias económicas como un proceso de transformación e intercambio, bien sea de bienes, o a nivel monetario lo que naturalmente explica el proceso de productividad misma.

El término de entradas y salidas es mejor explicado por Solow (1957) quien por medio de sus escritos describe un “cambio técnico” en el que se puede afirmar que la productividad no lo es todo, sin embargo, no está lejos de serlo. Solow (1957) también explica la misma productividad en fuentes productivas, donde se encuentran la iniciativa, la innovación y la inversión, esto con la


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

intención de generar estándares productivos más altos y de más calidad en el momento de brindar un producto o servicio.

Solow (1957) da ejemplos cruciales para entender la necesidad de la productividad, pues en el contexto de las guerras y en los periodos posguerra se sintió la necesidad de implementar estrategias que permitieran restablecer la economía de los países más rápido, y en este caso, no simplemente se habla de una productividad a nivel monetario, donde se deben tener en cuenta las funciones productivas, a nivel de comercio de bienes y servicio; sino que también la productividad humana, a nivel de creación y reparación de infraestructura y la capacidad misma de generar nuevas funciones productivas que puedan ser adaptables a los cambios globales.

Para Chiavenato (2011) la productividad se puede incentivar mediante diferentes factores; el primero el factor emocional, el incentivo produce satisfacción, lo que es crucial para aumentar la productividad; el factor personal, que se da mediante la superación del ser y su propia aceptación dentro de la sociedad; el factor de percepción entre productividad y remuneración, donde se es más productivo según la cantidad de remuneración; por último se evalúa la percepción de la influencia en la productividad conjunta, donde es necesario reconocer afirmativamente la participación del individuo en el alcance de objetivos.

Sin embargo, si hablamos de productividad es imposible no hablar de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC), pues en los últimos años este es un factor prácticamente vital para mejorar la productividad en todo aspecto (López, 2004). En últimos años la tecnología ha permitido la transmisión de información de una manera más eficaz y veloz, y no simplemente de


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

45

información, pues a nivel tecnológico se evidencian mejoras significativas respecto a algunas décadas atrás en la forma en la que se trabaja y se estudia, por un lado, a nivel laboral con las máquinas que cumplen funciones de manera más efectiva, y por el lado de la educación encontramos a las inteligencias artificiales, que a nivel productivo afectan positivamente.

Ahora nos adentramos en el factor más influyente de la productividad, el talento humano; la sincronía entre las metas de una organización y los objetivos individuales y colectivos de los sujetos permiten que la productividad aumente, pues al existir relación de interés entre ambas partes crea la motivación de sacar los propósitos colectivos adelante (Díaz y Quintana, 2021). Para efectuar esto de una manera correcta es importante darle relevancia al tiempo, es decir, los plazos establecidos para cumplir cada propósito, pues la productividad se ve reflejada tanto en efectos como en plazos (Nemur, 2016).

Para Bohórquez, Caro y Morales (2017), la productividad laboral implica la combinación de diferentes recursos y métodos que permitan utilizar de manera efectiva los recursos brindados para obtener resultados en tiempos establecidos. Es así como de esta manera se evidencia la necesidad de capacitar de manera efectiva a las personas, con el objetivo de que puedan realizar labores de la mejor manera posible y que a nivel corporativo le permita a la empresa realizar las mismas funciones que las demás entidades de una mejor manera, de una manera orgánica y planeada, donde los trabajadores cuenten con las habilidades necesarias para continuar mejorando los procesos industriales durante su labor.


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Por otra parte debemos tener en cuenta la productividad a nivel académica como lo expone Aguilar (2017) donde afirma que en las instituciones de educación se debe formar de manera íntegra a los individuos, considerando aspectos como la excelencia, la innovación y liderazgo, aspectos que fueron expuestos anteriormente y que a nivel de formación educativa de pie a futuros empresarios que tengan las cualidades y conocimientos necesarios para constituir una entidad con la capacidad para entrar al mercado nacional e internacional y competir de una forma permanente aprovechando los recursos e innovando técnicas productivas (Lara, Avilés y Barba, 2021).

9.2.3. Competitividad

La competitividad según la CEPAL (1991) requiere de un aumento sostenido de inversión que permita integrar al modelo económico diferentes variables de productividad, puesto que para poder integrar un estado o una entidad al mercado cambiario global es necesario contar con todas las estrategias, normas y exigencias que demandan el comercio global, esto sumado a que, en el caso de entidades, el término de competitividad se expande a tema de infraestructura, tecnología, innovación y adaptación.

Por otra parte Rojas y Sepúlveda (1999) observan la competitividad desde el conjunto de factores que permiten destacar a un país u organización por entre los demás, calculando factores como pueden ser de carácter económico o carácter comercial (mediante la oferta y la demanda); dando como resultado de los factores la influencia de las ventajas competitivas creadas a partir de

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


47

una distinción de producto y reducción de costos en procesos, donde la herramienta más importante para lograr estos dos puntos es el uso adecuado de la tecnología (Suñol, 2006).

Rojas y Sepúlveda (1999) también generan dos definiciones para la competitividad, donde en primer lugar a nivel nacional se define la competitividad de un país como la capacidad de enfrentar la competencia global, incluyendo la capacidad de exportar y comercial en los mercados extranjeros, siendo capaz al mismo tiempo de defender el comercio nacional, manteniendo sus recursos y generando ganancias a partir de los mismos. Del mismo modo a nivel empresarial se define como la capacidad de las empresas para producir y vender productos en competencia con demás compañías, dando un valor agregado a lo que se realiza.

Por otra parte, Jiménez (2006) enfoca la competitividad desde tres modelos competitivos. El primer modelo, indicadores de desempeño, que presenta escenarios resultadistas como son el PIB y la tasa de desempleo; estas variables son la demostración gráfica de qué tan competitivo se puede llegar a ser en comparativa con las demás organizaciones. En segundo lugar, encontramos el entorno macro, donde se pueden encontrar variables de magnitudes globales, como pueden ser la disponibilidad de capital frente a riesgos, costos de importación de maquinaria extranjera y mejoramiento del sistema financiero entre otros, donde se evidencia la magnitud de variables que pueden soportar momentos de crisis en los que las entidades no cuenten con los recursos necesarios.

Otro aspecto a tener en cuenta que presentan Zamora y Lenin (2015) es el de la competitividad de la administración de aduanas, en donde el principal factor a tener en cuenta es

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


48

la capacidad de regulación en calidad y efectividad de procesos aduaneros, esto debido a que lo que se busca en procesos de importación y exportación es lograr la mayor eficacia y la menor cantidad de reprocesos posibles dentro del proceso aduanero, donde debe primar a parte de la calidad antes mencionada los tiempo que se demora el trámite dentro de la aduana, dado que la gran oferta y demanda de las agencias de aduanas es bastante. Cuando se habla de la competitividad dentro de las agencias se hace referencia a estandarización de procesos.

Por último, Porter (1985) nos menciona que existen cinco fuerzas que moldean la competitividad. Encontramos dentro de estas el poder de negociación de proveedores y también de compradores, pues la persuasión y el convencimiento son claves en el momento de generar competitividad comercial; También encontramos a aparición de bienes sustitutos, unidos de la mano con los bienes complementarios, generando un valor agregado a comercio entre países. La aparición de nuevos entes, como amenaza de mercado y por último tenemos la rivalidad entre los competidores existentes, donde cada uno buscará la forma de adaptarse mejor a las necesidades del ambiente y mejorar procesos para solventar estas cinco fuerzas.

9.2.4. Globalización

La globalización es un tema que abarca diferentes ramas en cuanto a la misma palabra se refiere, es por esto que Hirsch (1996), expone que en cuanto a lo técnico se refiere, se trata de la implantación de nuevas tecnologías con el fin de unir las diferentes regiones del mundo dentro de una misma red. Por otra parte, en lo político se da un enfoque totalitario, en donde la Organización


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

49

de las Naciones Unidas es la forma más acertada y cercana que se tiene de este modelo, con esto se busca crear mediante la ONU una función de “gobierno mundial”. A nivel ideológico y cultural se entiende este concepto como la universalización de modelos de valor como pueden ser por ejemplo los derechos fundamentales del ser humano.

En lo económico principalmente este concepto hace referencia a la internacionalización de productos y servicios, así como la liberación y expansión de dineros y capitales. En cuestión la globalización busca en el caso de las tecnologías expandir mercados y fuentes de ganancia. Se estima que la globalización permita que el capital internacional se traslade de un lugar al otro sin considerar la frontera proveniente ni la destinataria sin embargo la funcionalidad de la misma depende principalmente de la economía actual de cada país y cómo se aprovechen las diferentes oportunidades de internacionalización (Hirsch 1996).

Según Parada, Razo y Ríos (2021) la globalización, entendida como la apertura de mercados y la interacción económica por medio de relaciones comerciales disminuye la desigualdad en cuestión salarial de los países en desarrollo, debido a la demanda por la mano de obra poco limitada, en la cual se entiende la capacidad de realizar diferentes labores, cuestión que afecta de manera directa a la mano de obra de los países desarrollados, donde disminuye en los trabajadores no calificados. Los precios de los factores de producción se equilibran en los países que comercian entre sí, debido a que la producción aumenta por la cantidad de mano de obra.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


50

Los factores anteriores evidencian que la idealización de la globalización como unión y armonía solo depende de los beneficios y capacidades de cada país para implementarla en su modelo de gobierno. Las diferencias de riquezas entre cada nación son cada vez más desiguales, haciendo que en algunas partes del mundo pareciera que el desarrollo económico no avanza, y no es precisamente que no ocurra este desarrollo, simplemente no se tienen las mismas cualidades y capacidades de adaptación y crecimiento. En conclusión, la globalización trae diferentes consecuencias según la forma como se pueda obtener y manejar esta expansión (Hirsch 1996).

9.2.5. Innovación Tecnológica

Las nuevas tecnologías están impactando de diversas formas el comercio internacional, actúan en pro de mejorar eliminar las fronteras físicas que en ciertos casos impiden el libre comercio entre países o que hacen que los procesos en general sean más demorados. La tecnología en cuestión de comercio reduce costes en cuanto a transporte y logística se trata, del mismo modo disminuye y facilita los costes de información, reduce el tiempo de resultados de estudios de mercado y facilita el análisis de los datos (Poncela, 2019).

La tecnología en cuestión de aporte significa bastante en el mundo actual, pues si lo vemos desde un punto académico, los beneficios de conocimiento y efectividad que trae consigo son bastante significativos, y en cuestión empresarial y económica, cumplen un papel fundamental en la globalización y el comercio internacional mediante el fuerte impacto que tiene en la comunicación, las finanzas y en general con temas de logística, ampliando el tema de la

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


51

competitividad y la eficiencia de procesos automatizados , pero que a su vez también traen una fuerte consecuencia para quienes no se adapten a estas tecnologías, haciendo desaparecer compañías por la poca eficacia en sus procesos (Pazmiño y Yagual, 2019).

El auge de los mercados tecnológicos afecta de manera directa la demanda de trabajo, principalmente porque las empresas dedicadas a los procesos de innovación requieren empleados con una mayor preparación que la del resto. La innovación tecnológica nace de los países desarrollados para ahorrar en mano de obra y procesos logísticos, esto con el fin de hacer de su economía más efectiva, cuestión que genera desigualdad en los países en desarrollo, que apenas si tienen la capacidad para responder a la competencia de estos países (Parada, Razo y Ríos 2021).

Las nuevas tecnologías están provocando la transformación del mundo y su economía, afectando las cadenas de producción y comercio, requiriendo nuevas estrategias y competencias. La aparición de la economía digital tiene sentido en la combinación de diferentes modelos tecnológicos creados para el mejor funcionamiento de la economía en general, ayudando a que surjan nuevos productos y servicios, nuevos modelos de negocio y nuevas formas de trabajo (Poncela, 2019).

En los últimos años se ha implementado el manejo de la inteligencia artificial (IA) como mecanismo para facilitar procesos en diferentes ámbitos; uno de los objetivos de las IA es mejorar la eficiencia de procesos lógicos a través de tres maneras esenciales; mediante la creación de una fuerza de trabajo virtual, lo que en principio permite la interacción continua y la constante

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


actualización y mejora de procesos, la segunda etapa se caracteriza por el aumento de capacidades de la fuerza de trabajo. La tercera etapa se enfoca en la creación de innovaciones tecnológicas (Saladrigas, 2020).

Las IA permiten tener un factor más competitivo en comparación a modelos tradicionales de tecnología, esto debido a su autoaprendizaje. Aunque su potencial no se ha desarrollado por completo, a diferencia de otras fuentes tecnológicas tiene la capacidad de por sí misma resolver problemas de diferentes áreas de trabajo e incluso diferentes industrias con una precisión que hace de la IA realmente importante y valiosa en los tiempos actuales (Saladrigas, 2020).

10. Metodología

10.1. Tipo de Investigación

El presente trabajo tiene como función describir oportunidades para fomentar la cultura exportadora en Colombia desde la educación, se procede a realizar una investigación mixta, en donde se recopilan datos tanto cuantitativos como cualitativos; para esto según Johnson y Onwuegbuzie (2004) describen los ocho pasos para llevar a cabo una correcta investigación mixta; Comenzando por determinar la pregunta de investigación, determinar el diseño mixto que es apropiado, seleccionar el método mixto o modelo mixto de diseño de la investigación, recoger la información o datos de entrada, análisis de los datos, interpretar los datos. legitimar los datos o información de entrada y sacar conclusiones si se justifica y la redacción del informe final.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


Para Otero, (2018), la investigación mixta busca la aclaración e ilustración de los resultados de un método respecto a los resultados del otro, pues lo que se busca con este tipo de investigación es que los resultados de un método sirvan como fuente de ayuda para la explicación del otro método, buscando como resultado final generar la amplitud en el alcance de la investigación.

10.2. Fases del Proceso

10.2.1. Planteamiento del problema

Sampieri Et. al (2003) expone que el planteamiento del problema desde el enfoque cuantitativo descriptivo tiene la intención conjunta de estudio y de complementar resultados, por lo tanto, al tratarse de oportunidades desde la educación se deben tomar en cuenta aspectos cuantitativos, donde se dé un balance de cómo se comporta el comercio internacional actualmente en Colombia, interpretando datos de la balanza comercial y generando oportunidades de mejora.

Desde el aspecto cualitativo se busca conocer la percepción de que tienen los estudiantes frente a la educación superior en Colombia, analizando su perspectiva, donde se pueda realizar una observación más abierta, que permita el surgimiento de nuevas estrategias para aumentar y fomentar la cultura exportadora de Colombia, esto generado a través de una encuesta en grupos de enfoque de la universidad ECCI, donde se genere una respuesta frente a la problemática, la falta de cultura exportadora desde la educación superior.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

10.2.2. Literatura


La recopilación de datos se realizará mediante documentos, informes, libros y artículos de carácter científico, además de páginas gubernamentales, entre otros para evaluar todas las variables presentes en la investigación, planteando un análisis del comportamiento de la cultura exportadora en Colombia, esto con el fin de cumplir los objetivos planteados.

10.2.3. Hipótesis

En el caso concreto de esta investigación no se requiere hipótesis, ya que al ser una investigación de carácter cuantitativa descriptiva y al tener como objetivo principal el describir los retos y oportunidades para generar una cultura exportadora en Colombia solo se generan propuestas para cumplir con el objetivo, más no genera un pronóstico de los datos como menciona Sampieri Et. al (2003).

10.2.4. Diseño

El diseño que toma esta investigación es el diseño anidado concurrente de modelo dominante (DIAC), en el cual los dos tipos de datos, cualitativo y cuantitativo, se correlacionan en un sistema jerárquico, donde uno de estos tiene un mayor peso dentro de la investigación (Sampieri, Et. Al 2003). Tomando en cuenta lo anterior, el proyecto tomará como enfoque principal los datos cuantitativos, que se formarán a partir de una encuesta semiestructurada la cual medirá la percepción de los estudiantes de la universidad ECCI sobre la influencia de la educación superior en la cultura exportadora de Colombia.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Por otro lado, como énfasis complementario, se tendrán en cuenta los datos cuantitativos generados a través del análisis de antecedentes que permiten conocer el comportamiento que ha tenido la cultura exportadora de Colombia en los últimos años, tomando como índice la cantidad de importaciones y exportaciones a nivel económico y social.


10.3. Técnicas de Análisis

10.3.1. Muestreo

La investigación recolecta muestras multinivel para métodos cuantitativos descriptivos de diseños anidados ya que estas muestras se toman en un mismo universo, en este caso extrayendo datos del sector gubernamental y del sector estudiantil.

10.3.2. Recolección y Análisis de Datos

Para la recolección de datos se tendrá en cuenta, en el ámbito cualitativo, las ideas, percepciones, opiniones y demás por parte de los estudiantes de la universidad ECCI y desde el enfoque cuantitativo se tendrán en cuenta datos estadísticos referentes a las importaciones y exportaciones que tiene Colombia en un periodo no mayor a 5 años. En el análisis de los datos se comparan directamente los resultados provenientes de los datos cuantitativos con los datos cualitativos con el fin de dar respuesta a la problemática planteada inicialmente con la información recopilada, sin modificar los datos anteriormente obtenidos.


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

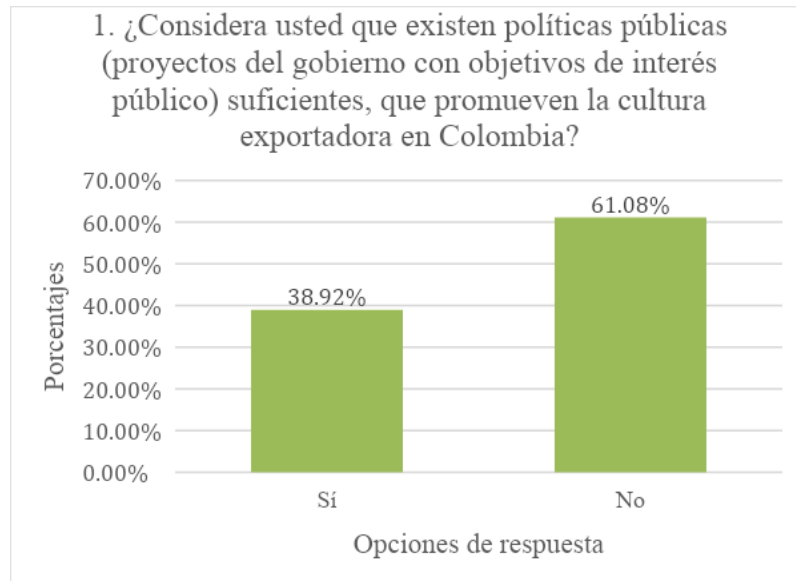
11. Resultados

Para dar un análisis más específico y cercano se realizó una encuesta, la cual se aplicó a 185 estudiantes de la Universidad ECCI, por medio de la plataforma Google forms y compartiendo el enlace de esta, así se logró tener un resultado de la perspectiva de los jóvenes que están estudiando Comercio Exterior, además de recopilar su conocimiento sobre los procesos y clarificar mejor la aplicación de la cultura exportadora en un ámbito estudiantil como lo es un instituto de educación superior.

Este cuestionario se ejecutó sobre los estudiantes que estaban cursando grados entre sexto y noveno semestre; dicha encuesta tenía como enfoque principal los diferentes factores que envuelven a las exportaciones, la cultura que se tiene de ellas y a los diferentes programas de promoción para este sector, buscando recolectar el conocimiento que tienen los estudiantes de estos grados específicos con el tema, fueron un total de 12 preguntas, entre las cuales se puede encontrar temas como las políticas públicas, mecanismos de promoción de las exportaciones y los sectores en los que se focaliza la cultura exportadora.


Pregunta 1;*Considera usted que existen políticas públicas (proyectos del gobierno con objetivos de interés público) suficientes, que promueven la cultura exportadora en Colombia?*

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009



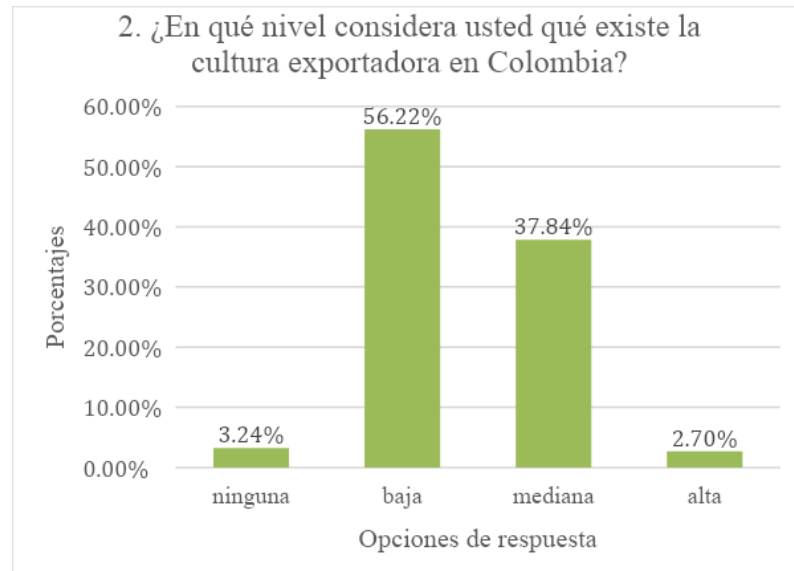
Nota: Esta gráfica muestra la perspectiva de los estudiantes de Comercio Exterior frente a la existencia de políticas públicas y su suficiencia en la promoción de la cultura exportadora en el país. Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

La figura 1 hace énfasis en conocer si la inversión que hace el estado para la promoción de la cultura exportadora es suficiente, la percepción de los estudiantes de comercio exterior de la universidad ECCI es que las medidas y la inversión no son suficientes, teniendo una diferencia del 22,16%, predominando el “No” con un 61,08% mientras que el “Si” ocupó el 38,92% total sobre la muestra tomada para la encuesta. Este resultado demuestra que aún hay bastante falencias en cuanto a la promoción y apoyo que se genera a los procesos de exportación, dado que al no tener la suficiente cantidad de políticas públicas que se fundamenten y apoyen estos procesos, la cultura exportadora se ve fuertemente afectada, con esto generando que dichas exportaciones se encuentren en déficit en Colombia.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Pregunta 2.


¿En qué nivel considera usted que existe la cultura exportadora en Colombia?



Nota: En la gráfica se consulta a los estudiantes de la universidad ECCI el nivel en que consideran que esta la existencia de la cultura exportadora en el país. Elaboración propia. 2023.

Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

La pregunta 2 hace alusión al nivel de la cultura exportadora en el país, donde el 59,46% de los estudiantes consideran que el nivel de existencia de la cultura exportadora es nula o baja, mientras que un 37,84% considera que es mediana, finalizando con el 2,70% de los encuestados, quienes afirman que existe una alta cultura exportadora. Se puede evidenciar que la mayoría de encuestados no consideran que exista una buena cultura exportadora, esto debido a las continuas exportaciones tradicionales que aún se realizan y la poca visibilidad de otros bienes más globalizados. Notando, además una falta de organización y por ende de eficiencia en la

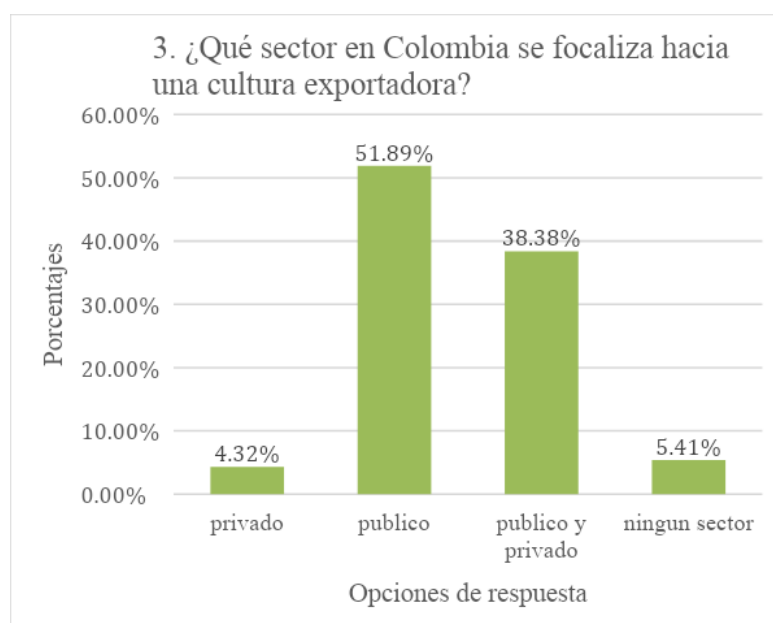
	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

59

implementación de programas y apoyo a las exportaciones, como lo son las políticas públicas o una mayor impulsión a la productividad de sectores y organizaciones como lo son la DIAN y MINCIT para que los procesos sean más eficaces.


Pregunta 3.

¿Qué sector en Colombia se focaliza hacia una cultura exportadora?



Nota: En la gráfica se cuestiona el sector específico en el que se centra una cultura exportadora en el país. Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

En la pregunta 3 se puede notar que la comunidad estudiantil se encuentra dividida, que para esta cuestionarte se busca determinar qué sector del país está más focalizado en la cultura exportadora, a lo cual se llegó a la conclusión, desde la perspectiva de los estudiantes de comercio exterior que el sector que se focaliza mayoritariamente en la cultura exportadora es el público,

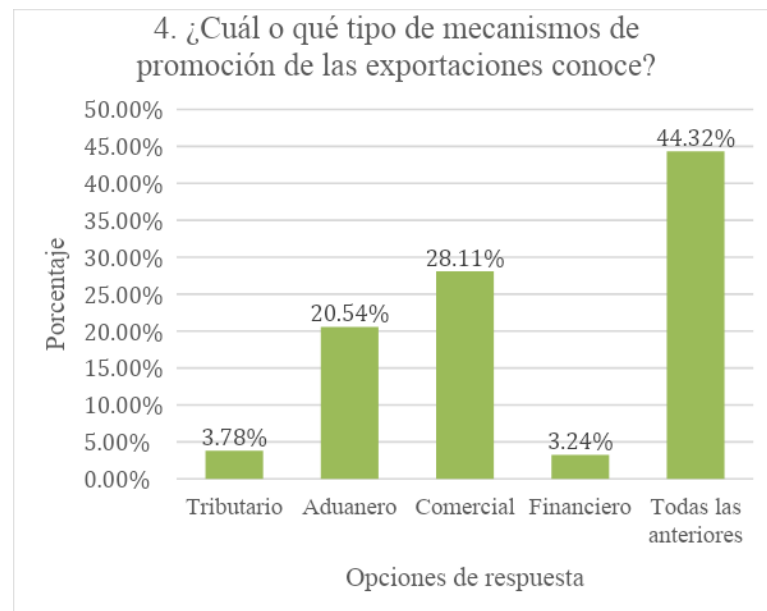
	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


60

como es el caso de la ley 905 de 2004 que está constituida especialmente para las Pymes del país, promoviendo Promover crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel nacional y regional, a través de planes y programas de promoción, estimulando las alianzas estratégicas de apoyo al sector. público-privadas (Gomez, Botiva y Guerra, 2010), ya que dos de las respuestas propuestas para esta pregunta involucra al sector público, teniendo que la opción que lo involucra directamente ocupa el 51,89% mientras que la respuesta que menciona al sector privado y público tiene un peso frente a la pregunta del 38,38% siendo las dos respuestas más seleccionadas con relación entre sí.

Pregunta 4.

¿Cuál o qué tipo de mecanismos de promoción de las exportaciones conoce?




	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Nota: En la gráfica se pregunta el conocimiento que tienen los estudiantes de Comercio Exterior sobre los tipos de mecanismos de promoción en Colombia. Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

En la pregunta 4 dentro de la encuesta se incluyó el conocimiento frente a estos mecanismos, a lo que el 44,32% de la muestra respondió que tenía conocimiento de todos los mecanismos, mientras que otros estudiantes respondieron por cada mecanismo por separado, este porcentaje puede tener tres explicaciones dentro del concepto de la educación; puede que no se conozcan en su totalidad por qué no fueron incluidos en los ejes académicos, también puede que los estudiantes no hayan retenido la información en el momento de su proceso de aprendizaje. Otra cuestión es que el estudiante haya homologado materias donde se conocen estos mecanismos, debido a que la carrera que cursan los jóvenes encuestados se especializa en este tipo de procesos, dentro de su nivel de formación se están especializando en las actividades de exportación, por lo tanto a lo largo de su clase se ha presentado la explicación sobre los métodos de promoción de las exportaciones como lo es la ley 7 de 1991 o la “ley marco de comercio exterior” a cual maneja como uno de sus ejes los sistemas especiales tanto para exportaciones como importaciones (Rico, 2010), y que como institución de educación superior se compromete a cumplir estos parámetros, esto expresado adicionalmente por la Universidad ECCI (2023) en su página web:

Se basa en las necesidades y oportunidades de los mercados nacionales e internacionales, formando estudiantes con amplios conocimientos en la ejecución de las técnicas propias del comercio exterior y la asistencia requerida en la operación y planteamiento de los negocios

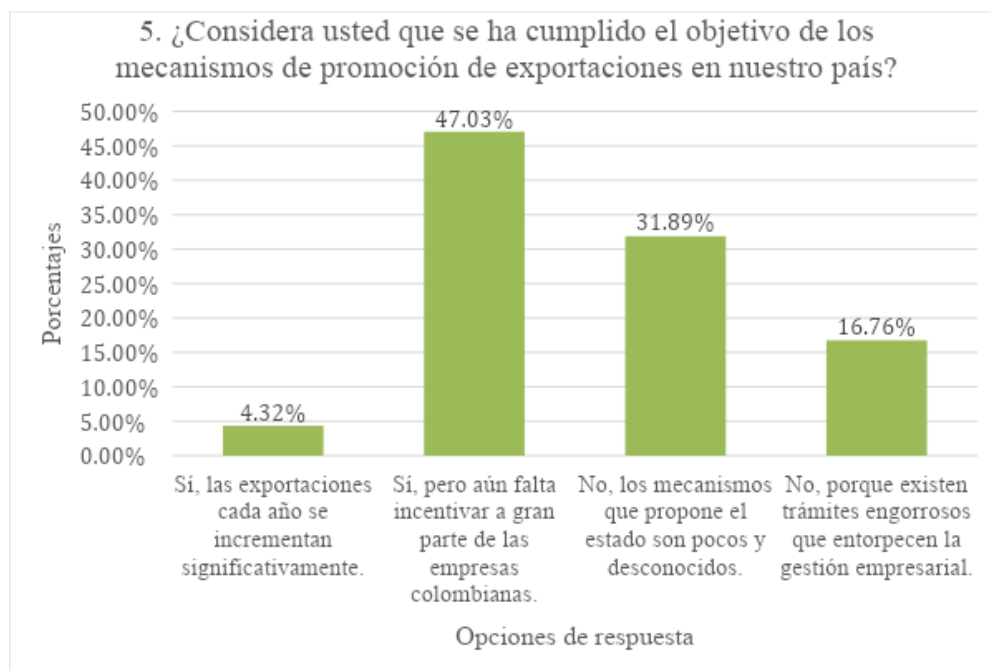
	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

62


internacionales se basa en las necesidades y oportunidades de los mercados nacionales e internacionales, formando estudiantes con amplios conocimientos en la ejecución de las técnicas propias del comercio exterior y la asistencia requerida en la operación y planteamiento de los negocios internacionales.

Pregunta 5.

¿Considera usted que se ha cumplido el objetivo de los mecanismos de promoción de exportaciones en nuestro país?



Nota: Para esta pregunta se cuestiona a los estudiantes de la universidad ECCI sobre el cumplimiento de los objetivos de los mecanismos de promoción específicamente en las

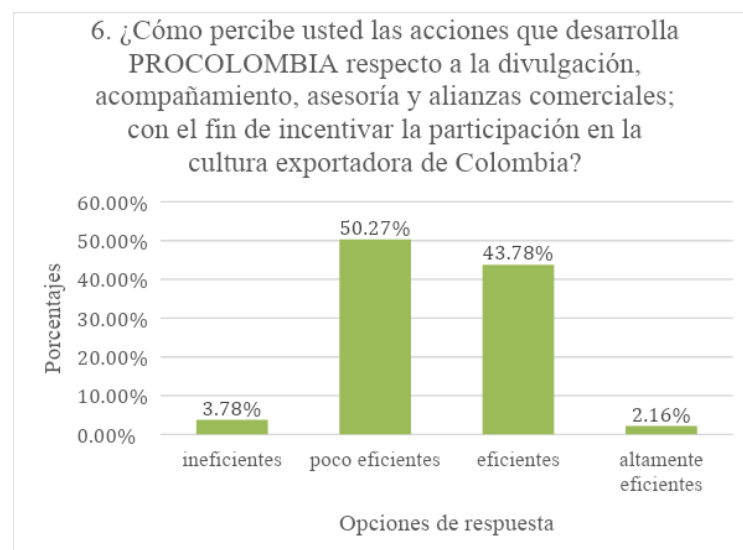
	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


exportaciones y qué consideración tienen sobre esto. Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

Para la figura 5 la pregunta se centra en el cumplimiento de los objetivos de los mecanismos de promoción en Colombia, teniendo como resultado que los estudiantes de la Universidad ECCI, en un 47,03% creen que sí se cumplieron pero que aún falta incrementar los incentivos para las empresas colombianas, mientras que un 31,89% de los encuestados consideran que, por el contrario, los objetivos no se han cumplido ya que los mecanismos por parte del estado son pocos y prácticamente desconocidos.

Pregunta 6.

¿Cómo percibe usted las acciones que desarrolla PROCOLOMBIA respecto a la divulgación, acompañamiento, asesoría y alianzas comerciales; con el fin de incentivar la participación en la cultura exportadora de Colombia?



	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


64

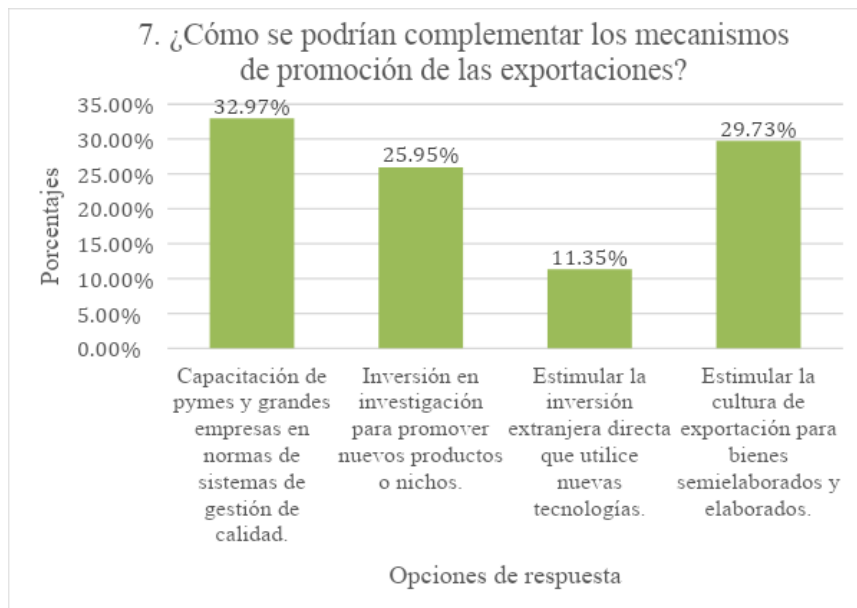
Nota: En la siguiente tabla se toca el tema de PROCOLOMBIA y las acciones realizadas para la promoción efectiva de las exportaciones, cuestionando a los estudiantes cuál es su consideración frente a la efectividad de estas. Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

En la pregunta 6 se cuestionó a los estudiantes sobre la gestión de PROCOLOMBIA y qué perspectiva tienen sobre las medidas que toma esta entidad para promover las exportaciones en el país, notando que para el 50,27% de los encuestados las medidas son poco eficientes, mientras que el 43,78% piensa que son eficientes. Frente al resultado de la mayoría de los encuestados es negativo, debido a que esta percepción se ha llevado a lo largo de los años, por lo que PROCOLOMBIA a implementado varios planes para el apoyo de los exportadores, entre la información, dada en sus puntos de atención o su página web, formación exportadora y promociones, que fomenta las ofertas de bienes y servicios en el exterior (PROCOLOMBIA, 2022).

Pregunta 7.


¿Cómo se podrían complementar los mecanismos de promoción de las exportaciones?

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009



Nota: Para esta gráfica se preguntó a los encuestados como se podría complementar, en su consideración, los mecanismos de promoción de las exportaciones. Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

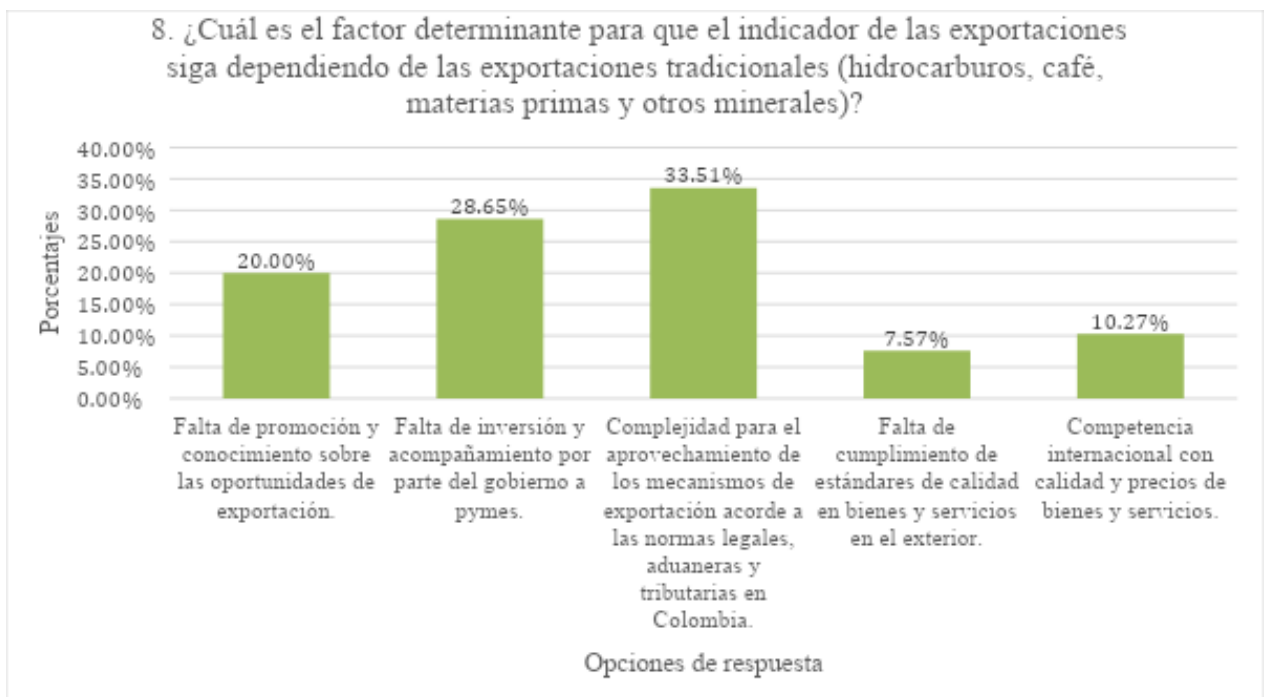
En la figura 7 se plantean las diferentes alternativas para complementar los mecanismos de promoción. El 32,97% de los estudiantes prefieren las capacitaciones de pymes y grandes empresas en normas de sistemas de gestión de calidad, el 29,73% prefieren la estimulación de la cultura de exportación para bienes semielaborados y elaborados, un 25,95% en inversión para promover nuevos productos o nichos y un 11,35% de los encuestados afirman que se debe estimular la inversión extranjera directa que utilice nuevas tecnologías. Para las pymes y el sistema de gestión de calidad existe una norma que ayuda a las empresas de diferentes tamaños a introducirse a los nuevos mercados y a su vez mejorar su reputación ante clientes, proveedores y otras partes

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

interesadas, gestionando un mejor mane de calidad y satisfacción de los clientes, esta norma es la ISO 9001 (BSI Group, 2019).

Figura 8.


¿Cuál es el factor determinante para que el indicador de las exportaciones siga dependiendo de las exportaciones tradicionales (hidrocarburos, café, materias primas y otros minerales)?



Nota: En el siguiente gráfico se pregunta a los estudiantes de la universidad ECCI, cual es el factor que determina que las exportaciones sigan dependiendo de las exportaciones tradicionales.

Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

En la pregunta 8 se busca determinar el factor o indicador del porqué las exportaciones siguen dependiendo de las exportaciones tradicionales, las cuales en el transcurso del año 2023


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

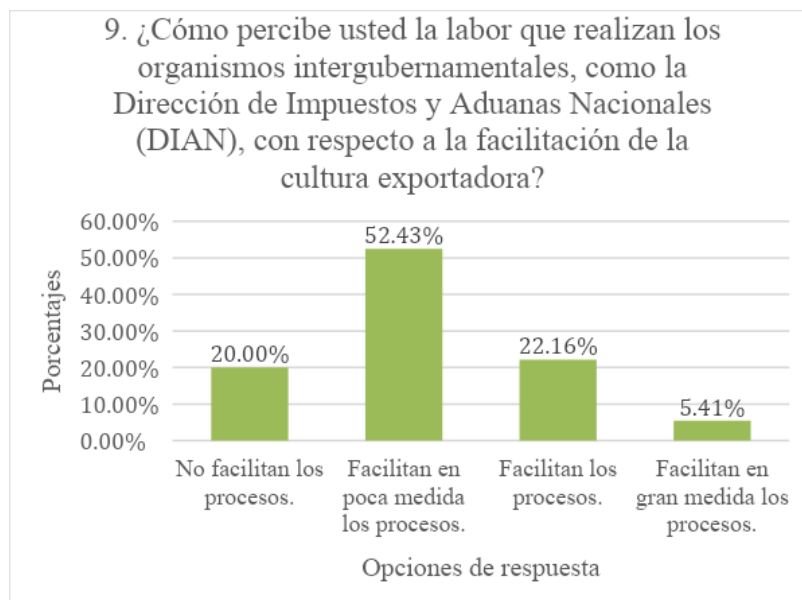
67

tuvieron una alta participación en las exportaciones nacionales, con los combustibles e industrias extractivas encabezando con un 53,6% la lista, seguido por el sector agropecuario, alimentos y bebidas que ocupa un 20,5% en la totalidad de las exportaciones del país, las manufacturas ocupan un total de 18% en estas y por último están los diferentes sectores con un 7,1%, con esto demostrando que las exportaciones tradicionales lideran este sector, y por ende, al tener tanto impacto en las ventas al exterior que realiza el país, se ve como un gran reto la superación o implementación de otros productos (Barbosa, 2023), por eso mismo, en la presente encuesta, el 33,51% de los encuestados respondieron que el factor se deriva de la complejidad para el aprovechamiento de los mecanismos de exportación, seguido de la falta de inversión y acompañamiento por parte de gobierno a pymes, con el 28,65% y el alta de promoción y conocimiento sobre las oportunidades de exportación con el 20%. Los estudiantes perciben que hay complejidad en términos normativos para exportar bienes y servicios, lo que a su vez repercute en que las Pymes difícilmente puedan ser competitivas e innovadoras.

Pregunta 9.

¿Cómo percibe usted la labor que realizan los organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora?


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009



Nota: En la gráfica se refiere directamente a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, y que tanto están cumpliendo con su labor en facilitar la cultura exportadora. Elaboración propia.

2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

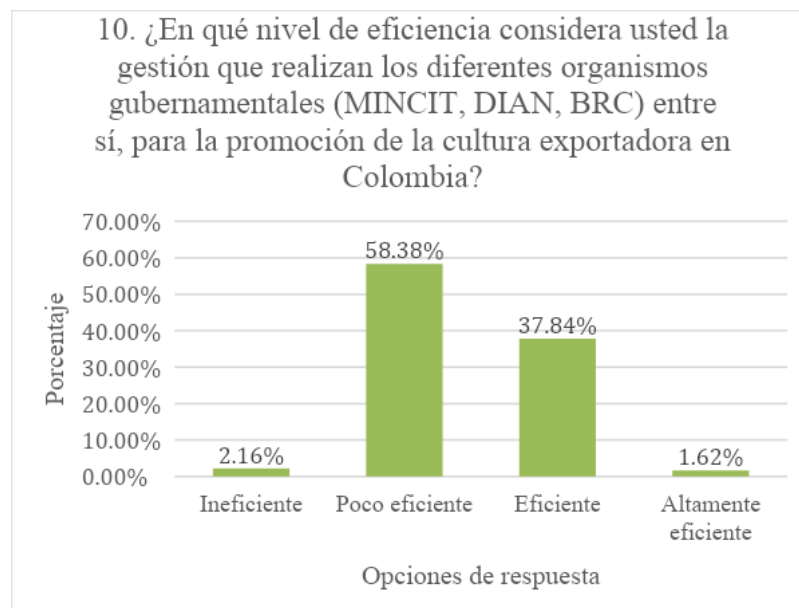
La pregunta 9 se refiere a la labor que realizan los organismos intergubernamentales en las exportaciones y su eficiencia. como resultado se obtuvo que más de la mitad de los estudiantes, el 52,43%, opina que si bien, facilitan los procesos, lo hacen en una mínima medida. La dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN) es un organismo intergubernamental que se encarga de administrar, supervisar y controlar las políticas fiscales y aduaneras, es un organismo gestor, y si bien es la entidad gubernamental que se encarga de dicho procedimiento, entre sus labores no se encuentra estrictamente facilitar los procesos para promover la cultura exportadora, dado que la DIAN se especializa directamente en el apartado documental y logístico de las aprobaciones de las exportaciones, administrando y controlando los sistemas especiales de Importación y Exportación,

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

zonas francas, Zonas Económicas Especiales de Exportación y las Sociedades de Comercialización Internacional, las anteriores son un ejemplo de las obligaciones de la DIAN, de entre las cuales no se ve reflejado la facilitación de procesos de exportación (Constitución política de Colombia, 1991).


Pregunta 10.

¿En qué nivel de eficiencia considera usted la gestión que realizan los diferentes organismos gubernamentales (MINCIT, DIAN, BRC) entre sí para la promoción de la cultura exportadora en Colombia?



Nota: Para esta gráfica se pregunta a los estudiantes de Comercio Exterior el nivel de eficiencia que creen que tienen los organismos gubernamentales en la promoción de la cultura exportadora.


Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

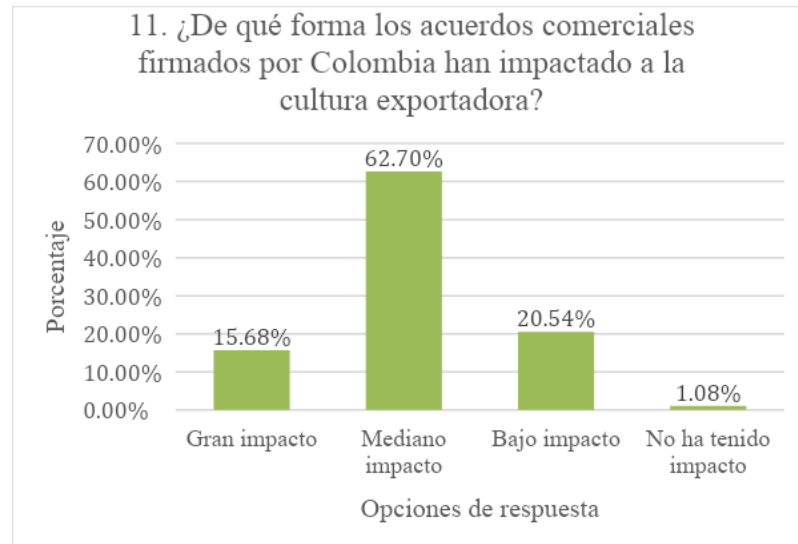
	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

En la pregunta 10 la pregunta se centra en la eficiencia con la que cuentan los organismos gubernamentales en la promoción de la cultura exportadora. El 60,54% de los estudiantes encuestados no consideran eficientes las gestiones de los organismos gubernamentales; por otra parte, el 39,46% de los encuestados encuentran una gestión efectiva. Aunque la mayoría está en desacuerdo con la eficiencia de los organismos, se debe tener en cuenta que entidades como el MINCIT han lanzado diferentes programas para impulsar el comercio y la internacionalización de empresas colombianas, con el fin de reemplazar poco a poco las exportaciones minero energéticas, adicionalmente, en un gran paso, en materia de facilitación del comercio con la aprobación del Decreto 1742 de 2020 y la Resolución 000149 del 9 de diciembre de 2021 en la cual se adoptan los Centro de Excelencia como estrategia de facilitación del comercio, esto en beneficio del sector automotor colombiano, modesto de la mano con la Dian la cual fue la principal promotora de dicha norma (DIAN, 2021).

Pregunta 11.


¿De qué forma los acuerdos comerciales firmados por Colombia han impactado a la cultura exportadora?

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009



Nota: La siguiente pregunta se centra en los acuerdos comerciales que tiene Colombia y cómo estos han impactado la cultura exportadora del país. Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

La figura 11 da respuesta a la percepción de los estudiantes respecto al impacto de los acuerdos comerciales de Colombia en la cultura exportadora, observando que de la muestra el 62,70% de los estudiantes consideran que el impacto es mediano, siendo que la mayoría apoya esta postura, seguido de la consideración de que el impacto que genera es bajo, con el 20,54% de los encuestados respaldan esta afirmación. Aunque los resultados afirman que generan poco impacto, actualmente Colombia cuenta con 18 acuerdos comerciales vigentes. Estos acuerdos han permitido la generación de empleo y mejores precios a la hora de exportar bienes y servicios.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


72

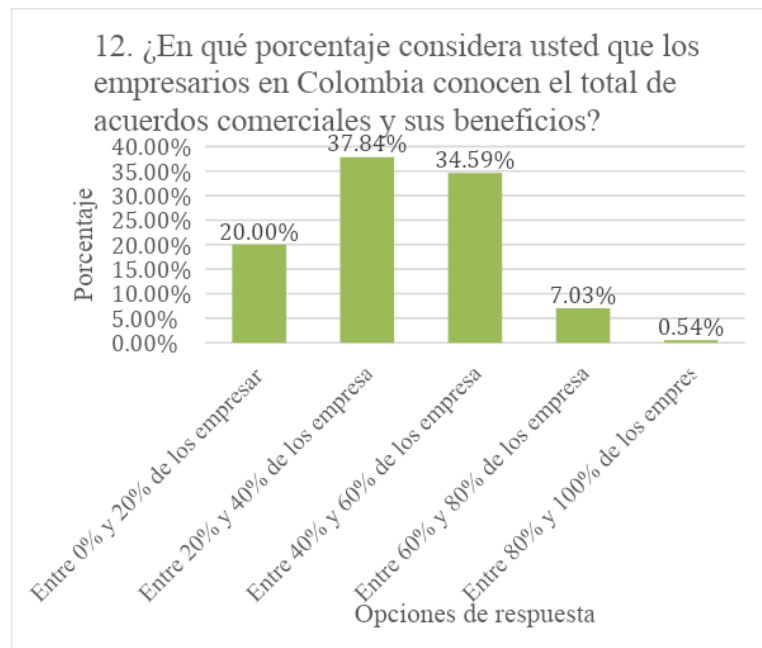
Según informes del DANE (2024), los sectores económicos que han generado más beneficios a nivel de exportaciones fueron el grupo de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas, presentando un crecimiento del 11,3% respecto al periodo 2023 principalmente debido a la exportación de bananas y flores y follaje cortados. El grupo de manufactura también tuvo un alza significativa de 4% debido al incremento en la exportación de maquinaria, equipo y transporte y productos químicos y conexos.

En el grupo de los combustibles e industria extractiva disminuyeron las exportaciones en un 17,6% respecto a 2023 debido a la caída en ventas externas de Hulla, coque y briquetas, además de la poca demanda del petróleo y sus derivados; sin embargo, hubo un incremento del 0.2% en ventas de oro no monetario, catalogados en el grupo de “otros sectores” (Dian, 2024).

Pregunta 12.


¿En qué porcentaje considera usted que los empresarios en Colombia conocen el total de acuerdos comerciales y sus beneficios?

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009



Nota: En la siguiente gráfica se pregunta el porcentaje en el que los estudiantes consideran que los empresarios tienen conocimiento de los acuerdos comerciales y los beneficios que estos pueden tener. Elaboración propia. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

La pregunta 12 expone la percepción de los estudiantes respecto al conocimiento de los acuerdos comerciales de Colombia por parte de los empresarios. Los encuestados perciben que el 37,84% de los empresarios conocen tan solo entre 20% o 40% de la totalidad de los acuerdos y el 34,59% percibe que entre el 40% y el 60% de los empresarios cuentan con este conocimiento, llegando a la conclusión que un pequeño porcentaje de los empresarios tienen el conocimiento

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


suficiente sobre los tratados comerciales que tiene el país y además de los beneficios que estos conllevan.

Una de las razones por la que se presenta este dato es la incertidumbre que tienen los empresarios ante la posibilidad de abrir su comercio a nivel internacional dado que las exportaciones tradicionales como lo son el café, el petróleo y las flores, son referentes en el país, por lo que se deja de lado la posibilidad de exportar diferentes productos, esto convirtiéndose en una barrera invisible para los exportadores. PROCOLOMBIA tiene programas para impulsar el comercio internacional y dejar de lado estas barreras invisibles, una de sus estrategias es involucrar e informar sobre los beneficios que trae para los exportadores las alianzas comerciales que ha creado el país, esto por medio de acuerdos o TLC, sumándose en el proceso de iniciación como exportador y logrando un seguimiento y apoyo para que los exportadores logren llegar a nuevos mercados (PROCOLOMBIA, 2027).

Tabla 2.


*¿Cuál o qué tipo de mecanismos de promoción de las exportaciones conoce? *¿Cómo se podrían complementar los mecanismos de promoción de las exportaciones?*

Tabla cruzada ¿Cuál o qué tipo de mecanismos de promoción de las exportaciones conoce? *¿Cómo se podrían complementar los mecanismos de promoción de las exportaciones?		
	¿Cómo se podrían complementar los mecanismos de promoción de las exportaciones?	Total

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01	
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009	

75

			Capaci- tación de pymes y grande s empres as en normas de sistem as de gestión de calidad	inversión en investigación para promover nuevos productos o nichos	Estimular la inversión extranjera directa que utilice nuevas tecnologías	Estimular la cultura de exportació n para bienes semielabor ados y elaborados		
¿Cuál o qué tipo de mecanismos de promoción de las exportaciones conoce?	Tributario	Recuento	2	3	0	2	7	
		% del total	1,1%	1,6%	0,0%	1,1%	3,8%	
	Aduanero	Recuento	12	12	5	9	38	
		% del total	6,5%	6,5%	2,7%	4,9%	20,5%	
	Comercial	Recuento	23	11	3	15	52	
		% del total	12,4%	5,9%	1,6%	8,1%	28,1%	
	Financiero	Recuento	2	1	1	2	6	
		% del total	1,1%	0,5%	0,5%	1,1%	3,2%	
	Todas las anteriores	Recuento	22	21	12	27	82	
		% del total	11,9%	11,4%	6,5%	14,6%	44,3%	
	Total		Recuento	61	48	21	55	185

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01	
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009	


76

	% del total	33,0%	25,9%	11,4%	29,7%	100,0 %
--	-------------	-------	-------	-------	-------	------------

Nota: Esta tabla muestra la relación entre los mecanismos de promoción a las exportaciones conocidos y los métodos para complementar dichos mecanismos. Fuente: Elaboración propia SPSS. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia

Los mecanismos de promoción de las exportaciones son vitales para crear una cultura exportadora amplia en Colombia, desde la inclusión del Plan Vallejo, la creación del Fondo de Promoción de Exportaciones, así como las políticas de promoción a cargo de PROEXPO (CEPAL, 1992). Durante la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad ECCI se puede observar que si bien el 44,3% de los estudiantes afirmaron que conocían todos los mecanismos de promoción (tributarios, aduaneros, comerciales y financieros) el otro 28,1% delimitado con el color amarillo conocen bastante los mecanismos comerciales y el 20,5% mecanismos aduaneros delimitados con el color verde.

Sin embargo dentro del 43,3% de los estudiantes que conocen todos los mecanismos de promoción denotados con el color azul el 14,6% están de acuerdo que la mejor manera de complementar los mecanismos de promoción de las exportaciones es estimular la cultura de exportación para bienes semielaborados y elaborados, esta opinión es la más argumentada, pues al conocer todos los mecanismos se puede dar una respuesta más arraigada a la necesidad que requieren los mecanismos de promoción de las exportaciones.


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

77

Tabla 3.

¿Cuál es el factor determinante para que el indicador de las exportaciones siga dependiendo de las exportaciones tradicionales (hidrocarburos, café, materias primas y otros minerales)?¿Cómo percibe usted la labor que realizan los organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora?*

Tabla cruzada ¿Cuál es el factor determinante para que el indicador de las exportaciones siga dependiendo de las exportaciones tradicionales (hidrocarburos, café, materias primas y otros minerales)?*¿Cómo percibe usted la labor que realizan los organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora?							
			¿Cómo percibe usted la labor que realizan los organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora?				Total
			No facilitan los procesos	Facilitan en poca medida los procesos	Facilitan los procesos	Facilitan en gran medida los procesos	
¿Cuál es el factor determinante para que el indicador de las exportaciones siga dependiendo de las exportaciones	Falta de promoción y conocimiento sobre las oportunidades de exportación	Recuento	11	16	10	0	37
		% del total	5,9%	8,6%	5,4%	0,0%	20,0%
	Falta de promoción y acompañamiento por parte del gobierno a pymes	Recuento	10	30	12	1	53
		% del total	5,4%	16,2%	6,5%	0,5%	28,6%
		Recuento	10	33	13	6	62


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01	
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009	

78

s tradicionales (hidrocarburos, café, materias primas y otros minerales)?	Complejidad para el aprovechamiento de los mecanismos de exportación acorde a las normas legales, aduaneras, y tributarias en Colombia	% del total	5,4%	17,8%	7,0 %	3,2%	33,5 %
	Falta de cumplimiento de estándares de calidad en bienes y servicios en el exterior	Recuento	6	5	3	0	14
		% del total	3,2%	2,7%	1,6 %	0,0%	7,6%
	Competencia internacional con calidad y precios de bienes y servicios	Recuento	0	13	3	3	19
		% del total	0,0%	7,0%	1,6 %	1,6%	10,3 %
Total	Recuento	37	97	41	10	185	

Nota: Esta tabla muestra la relación de las exportaciones tradicionales en Colombia respecto a la labor del estado en la facilitación de procesos exportadores. Fuente: Elaboración propia SPSS. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

Dentro de los resultados obtenidos se puede evidenciar que la mayoría de estudiantes perciben que los organismos intergubernamentales facilitan en poca medida la construcción de una cultura exportadora sólida en Colombia. Aunque en los últimos años se ha hecho una inversión significativa en el proceso logístico la realidad es que una de las mayores dificultades para las exportaciones en Colombia es el tiempo de inspección de la mercancía, esta se encuentra en un promedio de 5 días, mientras que en otros países como Chile y México el proceso puede durar 2 días, además se tiene también el poco impulso de la industria nacional y las altas barreras arancelarias que tienen los comerciantes (Barragán, 2018).

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01	
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009	


79

Pese a que en otros países se tienen muchas más oportunidades para impulsar la cultura exportadora, Colombia está pasando por una transición positiva, Conforme con el análisis realizado a la DFI en Colombia entre el periodo 2016-2021, se proyecta que el país llegue a ser competente con los terminales aéreo, marítimos y terrestres, donde está planteando el gobierno nacional mejorar la productividad, que los procesos sean más ágiles y se realicen en el menor tiempo posible, proporcionando un mejores oportunidades para superar barreras que impiden hasta el momento competir a un alto nivel en el comercio internacional (Vargas, 2017).

Tabla 4.

*¿Cómo percibe usted la labor que realizan los organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora? *¿En qué nivel de eficiencia considera usted la gestión que realizan los diferentes organismos gubernamentales (MINCIT, DIAN, BRC) entre sí, para la promoción de la cultura exportadora en Colombia?*

Tabla cruzada ¿Cómo percibe usted la labor que realizan los organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora? *¿En qué nivel de eficiencia considera usted la gestión que realizan los diferentes organismos gubernamentales (MINCIT, DIAN, BRC) entre sí, ¿para la promoción de la cultura exportadora en Colombia?							
			¿En qué nivel de eficiencia considera usted la gestión que realizan los diferentes organismos gubernamentales (MINCIT, DIAN, BRC) entre sí, para la promoción de la cultura exportadora en Colombia?				Total
			Ineficientes	Poco eficientes	Eficientes	Altamente eficientes	
¿Cómo percibe usted la labor que realizan los	No facilitan los procesos	Recuento	3	27	6	1	37
		% del total	1,6%	14,6%	3,2%	0,5%	20,0%

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01	
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009	


80

organismos intergubernamentales, como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con respecto a la facilitación de la cultura exportadora?	Facilitan en poca medida los procesos	Recuento	0	68	29	0	97
		% del total	0,0%	36,8%	15,7%	0,0%	52,4%
	Facilitan los procesos	Recuento	1	10	28	2	41
		% del total	0,5%	5,4%	15,1%	1,1%	22,2%
	Facilitan en gran medida los procesos	Recuento	0	3	7	0	10
		% del total	0,0%	1,6%	3,8%	0,0%	5,4%
	Total	Recuento	4	108	70	3	185
		% del total	2,2%	58,4%	37,8%	1,6%	100,0%

Nota: Esta tabla muestra la relación entre el desempeño de los entes gubernamentales en las exportaciones y la facilitación de los procesos. Fuente: Elaboración propia SPSS. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

Uno de los objetivos de la apertura económica de Colombia es la facilitación del comercio, con el objetivo de generar una cultura exportadora amplia, para lo cual se necesita en primera instancia una reducción arancelaria y la eliminación de barreras comerciales; es necesario cambiar el punto de vista de las entidades gubernamentales e intergubernamentales, pues aunque Colombia si ha tenido un crecimiento en la última década en cuanto a acuerdos comerciales se refiere, el problema radica aun en la poca capacidad tecnológica que maneja el país (Reina, 2020).

Cuando se habla de la capacidad tecnológica se habla al mismo tiempo de exportaciones, pues se ha visto que las principales exportaciones de Colombia se derivan de bienes que no requieren gran capacidad tecnológica, el país necesita una diversificación de su oferta exportadora. Los estudiantes desde el ámbito académico perciben estas falencias institucionales, lo que deriva

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01	
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009	


81

en que en este caso en concreto más del 50% de los encuestados inclinen su votación en la poca gestión que se realiza para mejorar el panorama de las exportaciones en Colombia.

Tabla 5.

*¿En qué porcentaje considera usted que los empresarios en Colombia conocen el total de acuerdos comerciales y sus beneficios? *¿De qué forma los acuerdos comerciales firmados por Colombia han impactado a la cultura exportadora?*

Tabla cruzada ¿En qué porcentaje considera usted que los empresarios en Colombia conocen el total de acuerdos comerciales y sus beneficios? *¿De qué forma los acuerdos comerciales firmados por Colombia han impactado a la cultura exportadora?							
			¿De qué forma los acuerdos comerciales firmados por Colombia han impactado a la cultura exportadora?				Total
			Gran impacto	Mediano impacto	Bajo impacto	No ha tenido impacto	
¿En qué porcentaje considera usted que los empresarios en Colombia conocen el total de acuerdos comerciales y sus beneficios?	Entre 0% y 20% de los empresarios en Colombia	Recuento	4	20	11	2	37
		% del total	2,2%	10,8%	5,9%	1,1%	20,0%
	Entre 20% y 40% de los empresarios en Colombia	Recuento	9	43	18	0	70
		% del total	4,9%	23,2%	9,7%	0,0%	37,8%
	Entre 40% y 60% de los empresarios en Colombia	Recuento	13	43	8	0	64
		% del total	7,0%	23,2%	4,3%	0,0%	34,6%
	Entre 60% y 80% de los empresarios en Colombia	Recuento	2	10	1	0	13
		% del total	1,1%	5,4%	0,5%	0,0%	7,0%
		Recuento	1	0	0	0	1

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01	
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009	


82

	Entre 80% y 100% de los empresarios en Colombia	% del total	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Total		Recuento	29	116	38	2	185
		% del total	15,7%	62,7%	20,5%	1,1%	100,0%

Nota: Esta tabla muestra la relación entre el impacto de los acuerdos comerciales para las exportaciones en Colombia y el conocimiento de los mismos por parte de los comerciantes. Fuente: Elaboración propia SPSS. 2023. Encuesta sobre cultura exportadora en Colombia.

La apertura económica en Colombia ha favorecido en gran medida el dinamismo económico, lo que proporciona un impacto positivo sobre los márgenes del comercio; Dicha apertura económica a través de mecanismos estructurados puedan beneficiar países e incluso regiones generando acuerdos que cada vez sean más integradores. En el caso específico de Colombia es preocupante la consolidación de las importaciones desde los países con los que se tiene acuerdos (18 acuerdos), ya que hay una balanza comercial negativa por la debilidad en exportaciones de Colombia, esto según la Superintendencia Financiera de Colombia (Cruz, 2018).

Cuando se observa el comportamiento de los socios comerciales de Colombia, se observa que el país tiene problemas internos en materia de infraestructura logística, intensidad de tecnología, mano de obra calificada, diversificación de productos y demás factores. En conclusión es fundamental promover la diversificación productiva en el país para que, de esta forma, la inversión extranjera directa (IED) que llegue al país impacte de mejor manera la creación de

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


83

productos y servicios con alto valor agregado, que mejore su posición competitiva a nivel internacional (Cruz,2018). El gasto público y la deuda pública se encuentran en niveles insostenibles, por tanto, es necesario incentivar a los empresarios a que amplíen su conocimiento en cuanto a los beneficios que ofrecen los acuerdos y fomentar más las exportaciones (Cepal, 2005).

12. Discusión

Según los estudiantes que hicieron parte de la encuesta, más de la mitad, afirman que la existencia de la cultura exportadora en Colombia es baja, esto causado porque en épocas tempranas de la evolución del comercio internacional, Colombia contaba con limitado acceso a las divisas dado su capacidad económica, tal situación fue cambiando con el pasar de los años siendo cada vez más favorable, esto en consecuencia al cambio de régimen de divisas fijas, lo cual permitió que disminuyeran las restricciones sobre las divisas, además de las normativas sobre el comercio internacional generando a su vez más incentivos para dichas transacciones (Banco de la República, 2020).


Pero aun con estos cambios, Colombia no ha logrado explotar su capacidad exportadora, dado que los incentivos a los exportadores son muy pocos o no logran cubrir la necesidad de los empresarios, como lo puede ser la protección a la producción nacional, la infraestructura escasa o precios logísticos demasiado elevados, imponiendo algunos retos para que las exportaciones fluyan de una forma más sencilla y eficaz, además de que dificulta los trámites internos que se estén

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

maneja, ralentizando la evolución y sostenimiento por parte de las exportaciones (Banco de la República, 2020).

Existen diferentes mecanismos de promoción para las exportaciones en el país, los estudiantes de comercio exterior conocen sobre estas y aseguran que genera cierto impacto, pero que no es suficiente y se debe trabajar en otros sectores para que los mecanismos cumplan con sus objetivos ya planteados. Como se mencionó previamente existen diversos mecanismos, entre ellos se pueden encontrar el régimen de las comercializadoras internacionales, que se conforma por un grupo de personas que se dedican principalmente a la comercialización y venta de productos colombianos al exterior, trasladando productos internos, de modo que las demás actividades que realice la empresa tengan que ver con su actividad principal (PROCOLOMBIA, 2022).


Otro mecanismo de promoción que se podría mencionar es el plan vallejo, este favorece a las personas de carácter empresarial como productores, exportadores o comerciales, en medida de importaciones temporales, otorgándoles una exención total o parcial de los derechos aduaneros e impuestos (PROCOLOMBIA, 2022). Sin dejar de lado a los usuarios altamente exportadores y a los usuarios aduaneros permanentes que son personas que son reconocidas directamente desde la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) por tener altos índices de exportación (Legiscomex, 2023), con eso se busca mencionar algunos de los mecanismos de promoción que se han implementado, y que las sugerencias por parte de los estudiantes son viables y se podrían contemplar más incentivos para que las exportaciones sean explotadas en su totalidad.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Desde el ámbito educativo la gran mayoría de estudiantes de Comercio Internacional de la Universidad ECCI coincidieron en que la mejor manera de complementar los mecanismos de promoción de las exportaciones era estimular una cultura exportadora de productos semi acabados y elaborados. Esta posible solución se plantea gracias a la formación educativa en los estudiantes, lo que les permite desarrollar una respuesta más acertada enfocada al crecimiento de la cultura exportadora (León, 2007).

Uno de los objetivos de la apertura de la economía colombiana es la facilitación del comercio, apuntando a crear una cultura exportadora amplia, para lo cual según antecedentes a nivel histórico es necesario eliminar barreras comerciales y reducir las medidas arancelarias; es necesario cambiar la perspectiva de los gobiernos y entidades intergubernamentales, porque a pesar de que en Colombia ha habido un crecimiento en los acuerdos comerciales, es necesario mejorar la limitada capacidad técnica del país para gestionar una mejor logística (Reina, 2020).

Es importante resaltar que la competitividad, la eficiencia y las fuerzas de trabajo son los motores que componen el factor necesario para que la cultura exportadora de Colombia sea más sólida, esto gracias a las mejoras en el sector público y privado, además de que son herramientas que permiten en conjunto con la educación tener medidas más propositivas y cercanas a la realidad de la cultura exportadora (CEPAL, 2005).


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

13. Conclusiones

Dado los resultados recolectados de la investigación, se puede identificar que los mecanismos de promoción de las exportaciones que implementa Colombia no satisfacen las expectativas de los estudiantes del programa de Comercio Exterior de la universidad ECCI en un 48,65%; como se puede observar en la figura 8 uno de los retos principales de la cultura exportadora es el poco apoyo en la promoción de las exportaciones de las PYMES, por lo cual es necesario que Colombia focalice la relevancia de las exportaciones de las PYMES y procure facilitar el acceso a los mecanismos de promoción de las exportaciones.

Según lo dicho por Singer y Czinkota (1994), la internacionalización por etapas beneficiaría la cultura exportadora de Colombia en gran medida, esto a raíz del fuerte compromiso y la alta competitividad que puedan manejar las empresas, especialmente las pymes, complementándose con la experiencia exportadora que se busca expandir año tras año. Colombia ha tomado estas estrategias y las ha usado para potenciar las exportaciones de una forma cuidadosamente ascendente, apostando por la exportación de bienes sostenibles y dejando de lado las exportaciones tradicionales.


Según los estudiantes de la carrera de Comercio Exterior de la universidad ECCI, la promoción de la cultura exportadora en Colombia no está respaldada por políticas públicas como se nota en la figura 1, y siguiendo la misma temática, se llega a un consenso mayoritario de que la existencia de la cultura exportadora en el país es baja, denotando con esto que los mecanismos de promoción, en este caso los que son más conocidos por los estudiantes, tributario, aduanero,

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

87

financiero y comercial son poco eficientes dado como conclusión a la encuesta aplicada, llegando así, finalmente a que los mecanismos si bien son deficientes, están presentes, hace falta invertir más en ellos y buscar nuevas formas de optimizar los procesos y que el conocimiento sobre ellas se extienda más para que la existencia de una cultura exportadora obtenga un mayor impacto, y esto va de la mano con la especialización en la educación superior, enfocando dichos aspectos para que se genere esa cultura. En Colombia, de parte del Ministerio de Comercio Exterior se busca orientar a que haya una mayor productividad colombiana hacia los mercados internacionales a raíz de una capacitación enfocada en la educación superior, ya que están directamente relacionados.


El término Pymes en Colombia hace referencia a las pequeñas y medianas empresas que están estipuladas en el país de las cuales sus ingresos totales equivalen de 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV, estos organismos tienen gran impacto en la economía de un país dado que a pesar de no tener el efecto de una gran empresa, son la mayoría de las empresas las que entran en esta categoría además de que son más flexibles a los cambios tecnológicos y son una gran potencia en la generación de empleo en una nación. Como se logró observar en los resultados obtenidos, Colombia tiene un déficit en sus sistemas de promoción de las exportaciones, y una de las soluciones más viables, por lo menos desde la perspectiva de los futuros profesionales de Comercio Internacional es invertir más y apoyar de forma más efectiva a las PYMES del país, dado a que estas serían las que en un futuro ayudarían a Colombia a minimizar su dependencia de las exportaciones tradicionales.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

De acuerdo con la figura 7 los estudiantes encuestados perciben que es necesario que se enfoque el crecimiento de la cultura exportadora desde la capacitación de empresas PYMES en los sistemas de gestión de calidad, en donde se requiere una mejor planeación, control y optimización de los factores de producción dentro de las organizaciones; Dentro de los sistemas de calidad es necesario tener en cuenta que el análisis y procesamiento de datos es fundamental para que esto conlleve al éxito empresarial, que es de donde principalmente se genera la cultura exportadora.

Adicionalmente es importante resaltar la necesidad de generar inversión en investigaciones que generen la promoción de productos que sustituyan la exportación de combustibles fósiles, el conocimiento de mercados internacionales y el entendimiento de sus necesidades pueden aportar a que Colombia desde la educación pueda generar una transición positiva hacia bienes más industrializados y que de la misma forma se genera una competitividad que permita a Colombia aprovechar los mecanismos de promoción de exportaciones y fundamentar la cultura exportadora con bases innovadoras y modernas.

Según la figura 2 en donde los estudiantes de la universidad ECCI afirman en su mayoría siendo un 56,22% que existe baja cultura exportadora en Colombia, a raíz de lo anterior se puede percibir que no existe una relación directa entre el estado, las empresas y las entidades educativas; es necesario que el estado genere políticas públicas que incentiven una transición en la manera en la cual se Presentan estrategias para lograr que la cultura exportadora se inserte en el sistema educativo y con esto generar una mayor conciencia de la existencia de la misma. Por otro lado, es importante resaltar la necesidad de la inclusión del sistema educativo en las empresas,


	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

89

esto con el fin de forjar en los futuros profesionales las aptitudes necesarias para afrontar los retos que conlleva el comercio exterior y a su vez ser parte del crecimiento de la cultura exportadora de Colombia.

14. Referencias

- Acosta, A. y Falconí, F. (2005). *TLC: más que un tratado de libre comercio - ProQuest*. ProQuest | Better research, better learning, better insights. Recuperado el 28 de julio de 2023, de <https://www.proquest.com/openview/912159b1f72b176bed7ef2379629d218/1?pq-origsite=gscholar&cbl=27927>
- Aguilar, S. (2017). Estrategias Gerenciales de Calidad y Productividad: Dos Opciones para la Gerencia Educativa. *Revista Científica*, 2(3), 337-340. Recuperado el 19 de julio de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/5636/563660228019/563660228019.pdf>
- Agencia internacional de cooperación internacional. (2012). Herramientas para la formulación de proyectos de cooperación internacional. Agencia presidencial de cooperación internacional. Recuperado el 21 de julio de 2023, de <https://www.apccolombia.gov.co/sites/default/files/2020-10/herramientasformulacio%CC%81nproyectos.pdf>
- Arias, R. (2013). Historia de Colombia contemporánea. *Ediciones UniAndes*, 1(4), 11-54. Recuperado el 5 de julio de 2023, de

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

90

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=edyiDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=historia+de+las+exportaciones++en+colombia+&ots=E756QM7ah2&sig=9iWyhY24-Oyr3VhsJ0Eo-alDpOU#v=onepage&q=historia%20de%20las%20exportaciones%20%20en%20colombia&f=false>


Ayala, M (2012). El papel de la Educación Superior en el contexto de los documentos conpes relacionados con la competitividad y productividad de Colombia y el nuevo plan de desarrollo. revista de la educación superior. Recuperado el 30 de junio de 2023, de <https://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v41n161/v41n161a6.pdf>

Baena, J. (2019). La política de comercio exterior y las exportaciones colombianas. Revistas Universidad Externado de Colombia. Recuperado el 10 de julio de 2023, de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/5968/7692>

Banco de la República. (2023). Educación Económica (Banrep Educa). ShieldSquare Block. Recuperado el 10 de agosto de 2023, de <https://www.banrep.gov.co/es/banrep-educa>

Banco de la República. (2020). Por qué Colombia no exporta más. Portal de Investigaciones Económicas. Recuperado el 13 de diciembre de 2023, de <https://investiga.banrep.gov.co/es/content/porque-colombia-no-exporta-mas>

Barbosa, D. (2023). Informe mensual de exportaciones colombianas: Diciembre de 2023 - Analdex - Asociación Nacional de Comercio Exterior. Analdex - Asociación

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Nacional de Comercio Exterior. Recuperado el 31 de marzo de 2023, de

[https://www.analdex.org/2024/02/08/informe-mensual-de-exportaciones-](https://www.analdex.org/2024/02/08/informe-mensual-de-exportaciones-colombianas-diciembre-de-2023/#:~:text=La%20mayor%20participaci3n%20es%20del,sectores%20(7,1%).)

[colombianas-diciembre-de-](https://www.analdex.org/2024/02/08/informe-mensual-de-exportaciones-colombianas-diciembre-de-2023/#:~:text=La%20mayor%20participaci3n%20es%20del,sectores%20(7,1%).)

[2023/#:~:text=La%20mayor%20participaci3n%20es%20del,sectores%20\(7,1%\).](https://www.analdex.org/2024/02/08/informe-mensual-de-exportaciones-colombianas-diciembre-de-2023/#:~:text=La%20mayor%20participaci3n%20es%20del,sectores%20(7,1%).)

Barragán, R. (2018). Análisis del procedimiento aduanero y los factores que causan

retraso en la exportación e importación en Colombia. Universidad Militar Nueva

Granada. Recuperado el 5 de noviembre de 2023, de

[https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20733/Barrag%C3%A](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20733/Barrag%C3%A1nBarrag%C3%A1nRodrigoIsa%C3%ADas2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[1nBarrag%C3%A1nRodrigoIsa%C3%ADas2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20733/Barrag%C3%A1nBarrag%C3%A1nRodrigoIsa%C3%ADas2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

BSI Group. (2019). CERTIFICACIÓN ISO EN PYMES. NQA Global Accredited

Certification Body. Recuperado el 15 de junio de noviembre de 2023, de

[https://www.nqa.com/es-co/certification/sectors/small-](https://www.nqa.com/es-co/certification/sectors/small-business#:~:text=ISO%209001%20(Calidad):%20La,proveedores%20y%20otras%20partes%20interesadas.)

[business#:~:text=ISO%209001%20\(Calidad\):%20La,proveedores%20y%20otras](https://www.nqa.com/es-co/certification/sectors/small-business#:~:text=ISO%209001%20(Calidad):%20La,proveedores%20y%20otras%20partes%20interesadas.)

[%20partes%20interesadas.](https://www.nqa.com/es-co/certification/sectors/small-business#:~:text=ISO%209001%20(Calidad):%20La,proveedores%20y%20otras%20partes%20interesadas.)


Bohórquez, L., Caro, A., y Morales, N (2017). Impacto de la capacitación del personal en

la productividad empresarial: caso hipermercado. *Dimensión Empresarial*, 15(1).


Recuperado el 20 de julio de 2023, de

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632017000100210)

[85632017000100210](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632017000100210)

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

- Bond, S. (2010). Capital accumulation and growth: a new look at the empirical evidence. *Applied econometrics*. Recuperado el 25 de julio de 2023, de <https://doi.org/10.1002/jae.1163>
- Brown, F. & Domínguez, L. (1989). Nuevas tecnologías en la industria maquiladora de exportación. *Revista de Comercio Exterior*. Recuperado el 10 de julio de 2023, de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/172/4/RCE4.pdf>
- Cardozo, M. (2006). La evaluación de políticas y programas públicos. Miguel Angel Porrua. Recuperado el 21 de julio de 2023, de http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/ce/scpd/LIX/eval_pol_prog_pub.pdf
- Caballero, C. (2016). La economía colombiana del siglo XX. *Editorial Debate*. Recuperado el 10 de julio de 2023, de <https://books.google.es/books?id=wNFHDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Cabrera, O. (2017). Aspectos Tributarios De Las Plataformas Digitales En Colombia: Actualidad Y Retos (Tax Aspects of Digital Platforms in Colombia: Present and Challenges). Search eLibrary. Recuperado el 1 de agosto de 2023, de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3177432
- Cáceres, W. (2013). Las exportaciones y el crecimiento económico en Boyacá Colombia 1980-2015. PORTAL DE REVISTAS UPTC. <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/download/7122/6042/20439>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

93

Cachanosky, I. (2012). Eficiencia técnica, eficiencia económica y eficiencia dinámica.

Revista Europea de Economía Política, 9(2), 51-80. Recuperado el 22 de julio de 2023, de

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=EFICIENCIA+T%2C3%29CNICA%2C+EFICIENCIA+ECON%2C3%29MICA+Y+EFICIENCIA+DIN%2C3%29MICA&btnG=

Cámara de Comercio de Bogotá. (2001). Base técnica para la formulación del plan estratégico exportador de la Región de Bogotá y Cundinamarca, con énfasis en la vocación exportadora regional y los proyectos estratégicos regionales de exportación. Biblioteca Digital: Inicio. Recuperado el 29 de junio de 2023 , de


<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/24b4c0a9-78ed-42ac-99f9-ac6403727af9/content>

Castro, J. y López, S. (2021). Competitividad internacional: un enfoque de gestión ambiental en pymes exportadoras de Bogotá. Universidad San Mateo. Recuperado el 29 de junio de 2023, de

<https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/libros/article/view/468>

Castro, A. y López, G. (2021). Los factores que influyen en la productividad de las pymes. *Fundación universitaria San Mateo*. 133-166. Recuperado el 12 de julio de 2023, de

<https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/libros/article/view/788/655>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

CEPAL. (1991). Competitividad internacional y especialización. *Revista de la CEPAL*, (45), 26-27. Recuperado el 21 de julio de 2023, de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11830/045025042_es.pdf

CEPAL. (1992). Estructuras institucionales y mecanismos de promoción de exportaciones las experiencias de México y Colombia. *Revista de la CEPAL*. Recuperado el 5 de noviembre de 2023, de

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/67800e74-1db5-49be-a255-b04771c994a6/content>

CEPAL. (2005). Las negociaciones comerciales de Colombia; del area de libre comercio de las americas (ALCA) a un tratado de libre comercio (TLC) con Estados Unidos. *Revista de la CEPAL*, (5), 13-24. Recuperado el 5 de noviembre de 2023, de


<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/9615527c-0d4d-48bc-b851-224e74cf5e51/content>

Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos, El capital humano de las organizaciones. Editorial Mc Graw Hill. Recuperado el 28 de octubre de 2023, de

https://bibliotecadigital.fce.unam.edu.ar/bitstream/handle/bhp/565/Chiavenato%20I_2011_Administracion.pdf?sequence=1

Colmenares, O. (2007). Medición de la productividad empresarial. Recuperado el 14 de julio de 2023, de

<https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2007/07/medicion-de-la-productividad-empresarial.pdf>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Constitución política de Colombia. (1991). DECRETO 1292 DE 2015. SUIN-Juriscol

MinJusticia. Recuperado el 31 de marzo de 2024, de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30019902>

Cruz, J. (2018). Acuerdos comerciales de Colombia: Impactos en balanza comercial e inversión extranjera directa. *Desarrollo Gerencial*. Recuperado el 01 de abril de 2024, de

<https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/2970>

DIAN. (2021). La DIAN y la Alianza Global para la Facilitación del Comercio. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. Recuperado el 21 de marzo de 2024, de


<https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-La-DIAN-y-la-Alianza-Global-para-la-Facilitacion-del-Comercio.aspx>

Díaz, G. y Quintana, M. (2021). La gestión del talento humano y su influencia en la productividad de la organización. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, 22(1), 29-48. Recuperado el 20 de julio de 2023, de


http://elcriterio.com/revista/contenidos_22_1/Vol22_num1_3.pdf

Drucker, D. (1966). La gerencia efectiva. *Revista Debolsillo*, 107-210. Recuperado el 28

de octubre de 2023, de <https://tavapy.gov.py/biblioteca/wp-content/uploads/2022/04/DruckerP-La-gerencia-efectiva.pdf>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

- Escandón, D., Hurtado, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. El SevierDoyma, 172-183. Recuperado el 11 de julio de 2023, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001168>
- Escribano, G. (2001). El comercio internacional. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 11 de julio de 2023, de https://www.academia.edu/download/49511072/comercio_internacional.pdf
- Freire, P. (1997). Pedagogía de la autonomía. CLADE - Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación. <https://redclade.org/wp-content/uploads/Pedagogía-de-la-Autonomía.pdf>
- Giacomán, E. (1988). Las exportaciones como factor de arrastre del desarrollo industrial. Revista de Comercio Exterior. Recuperado el 7 de julio de 2023, de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/185/1/RCE1.pdf>
- Giraldo, F. (2007). El TLC: Colombia-Estados Unidos. Sistema de Información Científica Redalyc, Red de Revistas Científicas. Recuperado el 20 de agosto de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/520/52023599012.pdf>
- Gomez, H., Botiva, M. & Guerra, A. (2010). Institucionalidad y estrategias para el desarrollo exportador y la innovación en Colombia: diagnóstico inicial. Repositorio Digital. Recuperado el 27 de marzo e 2023 de, <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/05e22b72-ecc8-42c0-9abe-fa8063422079/content>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

97


Gonzales, L. (2017). Acceso a la información digital y cultura exportadora en el Comercio Sostenible: Estrategias de implementación y capacitación. IFLA Library. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://library.ifla.org/id/eprint/1748/1/139-gonzales-es.pdf>

Hirsch, J. (1996). Globalización capital y estado. Universidad Autónoma Metropolitana, 83-119. Recuperado el 25 agosto de 2023, de <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/desh-uam-x/20201026043214/Globalizacion-Capital-Estado.pdf>

Huesca, C. (2012). Comercio internacional. Academia.edu. Recuperado el 6 de julio de 2023, de https://www.academia.edu/30804963/Comercio_internacional_CECILIA_HUESCA_A_RODRIGUEZ

Hurtado, D., Escandon, A. y Salas, J. (2014). Barreras logísticas a la exportación de las pymes en Colombia. Dialnet. Recuperado el 20 de junio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6403451>

Iregui, A., Melo, L. y Ramos, J. (2007). Análisis de eficiencia de la educación en Colombia. *Revista de economía del rosario*, 10(1), 21-41. Recuperado el 23 de julio de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/5095/509555107004.pdf>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

98

Jiménez, M. (2006). Modelo de competitividad empresarial. *Universidad Distrital Francisco José de Caldas*, 115-118. Recuperado el 20 de julio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2263196>


Johnson, B. y Onwuegbuzie, A. (2004). Métodos de investigación mixta. *American Educational Research Association*, 33(7), 14-26. Recuperado el 5 de noviembre de 2023, de https://www.researchgate.net/profile/R-Johnson-10/publication/225083749_Mixed_Methods_Research_A_Research_Paradigm_Whose_Time_Has_Come/links/5740a51f08aea45ee847c3f7/Mixed-Methods-Research-A-Research-Paradigm-Whose-Time-Has-Come.pdf

Kalmanovitz, S. (2010). Nueva historia económica de Colombia. *Editorial Tauru*, 85-89. Recuperado el 5 de julio de 2023, de <https://julianmontes.files.wordpress.com/2014/03/54456792-salomon-kalmanovitz-nueva-historia-economica-de-colombia.pdf>

Lara, M., Avilés, L. & Barba, J. (2021). Relación del liderazgo con la productividad empresarial. *Revista Publicando*, 8(31), 15-25. Recuperado el 8 de julio de 2023, de <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2228>

Lafuente, F. (2010). Aspectos del comercio exterior. NA. Recuperado el 10 de julio de 2023, de https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55760.pdf

Lobejón, L. (2001). El comercio internacional. Google Books. Recuperado el 1 de julio de 2023, de

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

99

https://www.google.com.co/books/edition/El_comercio_internacional/HVt9XeVviOoC?hl=es-419&gbpv=1&dq=El+comercio+internacional&printsec=frontcover

Lopez Et.al. (2010). Nueva historia económica de Colombia. Salomon Kalmanovitz.

Recuperado el 27 de julio de 2023, de

<https://julianmontes.files.wordpress.com/2014/03/54456792-salomon-kalmanovitz-nueva-historia-economica-de-colombia.pdf>

López, J. (2004). ¿Pueden las tecnologías de la información mejorar la productividad?

Universia business review, 82-90. Recuperado el 19 de julio de 2023, de

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=%C2%BFpueden+las+tecnolog%C3%ADas+de+la+informaci%C3%B3n+mejorar+la+productividad%3F&btnG=

Martínez, A. (2013). Las pymes de Bogotá frente a la globalización. *Universidad Militar*


Nueva Granada. Recuperado el 10 de julio de 2023, de

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10097/MartinezRomer%20AndreadelPilar2013.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

MINCIT. (2023). Dinámica de la economía colombiana en 2023 Informe –junio de 2023.

Org *Mincit*, 1-35. Recuperado el 14 de julio de 2023, de

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-economicos/informes-macroeconomicos/2023/informe-economico-02/oee-av-informe-economico-primero-de-2023.pdf.aspx>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

MINCIT. (2023). *Soporte inglés español Perfil Colombia*. Ministerio de Comercio,

Industria y Turismo. Recuperado el 23 de julio de 2023, de

[https://www.mincit.gov.co/getattachment/1c8db89b-efed-46ec-b2a1-56513399bd09/Colombia.aspx#:~:text=PIB%20per%20cápita%20\(PPP%202022,,%20medicamentos%20dosificados%20\(2.6%\)](https://www.mincit.gov.co/getattachment/1c8db89b-efed-46ec-b2a1-56513399bd09/Colombia.aspx#:~:text=PIB%20per%20cápita%20(PPP%202022,,%20medicamentos%20dosificados%20(2.6%))

Ministerio de Educación Nacional. (2021). Informe de gestión 2021. mineducación.

Recuperado el 18 de junio de 2023, de

https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-385377_recurso_21.pdf

Mokate, K. (2001). Eficacia, eficiencia, equidad y sostenibilidad: ¿Qué queremos decir?.


Instituto Interamericano para el Desarrollo Social, 1-24. Recuperado el 21 de julio de 2023, de

<http://courseware.url.edu.gt/PROFASR/Docentes/Facultad%20de%20Ciencias%20Pol%C3%ADticas%20y%20Sociales/Gu%C3%ADa%20Docente%20Gerencia%20Social%201/Bibliograf%C3%ADa%20digital/Gu%C3%ADa%203/Unidad%209/MOKATE1.PDF>

Nemur, L. (2016). Productividad: Consejos y Atajos de Productividad para Personas.

Babelcube Inc. Recuperado el 14 de julio de 2023, de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=sh0aDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=nemur+&ots=LMOhRB0j8&sig=YXLFSKsBaysLbZiUF9INYGxqe5E#v=onepage&q=nemur&f=false>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

101

Legiscomex. (2023). Usuarios altamente exportadores (Altex). Legiscomex - Inteligencia

Comercial y Comercio internacional. Recuperado el 2 de diciembre de 2023 de

[https://www.legiscomex.com/Documentos/usuarios-altamente-exportadores#:~:text=Un%20Usuario%20Altamente%20Exportador%20\(Altex,y%20Aduanas%20Nacionales%20\(DIAN\).](https://www.legiscomex.com/Documentos/usuarios-altamente-exportadores#:~:text=Un%20Usuario%20Altamente%20Exportador%20(Altex,y%20Aduanas%20Nacionales%20(DIAN).)

Legiscomex. (2022). Ventajas y desventajas de los TLC en Colombia. Blog Informativo

en temas jurídicos, contables y más | Legis. Recuperado el 1 de agosto de 2023, de

<https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/ventajas-y-desventajas-tlc-colombia>

León, A. (2007). Qué es la educación. SciELO - Scientific Electronic Library Online.

Recuperado el 10 de julio de 2023, de

<https://ve.scielo.org/pdf/edu/v11n39/art03.pdf>

Otero, A. (2018). Enfoques de la investigación. Recuperado el 16 de septiembre de 2023,

de [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)


[Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)

Oviedo, A., Sierra, L. (2019). Importancia de los términos de intercambio en la economía

colombiana. *Revista de la CEPAL*, 128(1), 126-136. Recuperado el 12 de julio de

2023, de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44740/RVE128_Oviedo.pdf?sequence=1

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Pazmiño, P. & Yagual, D. (2019). Vista de El Comercio Internacional y las Nuevas

Tecnologías. *Revista de Investigación, Formación y Desarrollo: Generando*

Productividad Institucional. Recuperado el 20 de junio de 2023, de

<https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/v1.n1.a4/g4>

Parada, A, Razo, J. & Ríos, H. (2021). Globalización comercial y desigualdad: un análisis

con Árboles Clasificadores. Recuperado el 18 de agosto de 2023, de

<https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188->

[33802021000100137&script=sci_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-33802021000100137&script=sci_arttext)

Poncela, M. (2019). Impacto de las tecnologías digitales en la transformación del

comercio internacional. *Cuadernos de información económica*. Recuperado el 15

de septiembre de 2023, de <https://www.funcas.es/wp->

[content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_CIE/268art09.pdf](https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_CIE/268art09.pdf)

Porter, M. (1985). Ser competitivo. *Harvard Business School Publishing Corporation*,

(1), 33-37. Recuperado el 20 de julio de 2023, de

https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/35/34984_Ser_competiti


[vo.pdf](https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/35/34984_Ser_competitivo.pdf)

PROCOLOMBIA. (2017). *Aproveche las ventajas de los Tratados de Libre Comercio de*

Colombia. Portal de Exportaciones | Colombia Trade. Recuperado el 5 de abril de

2024, de <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/aproveche-las-ventajas-de->

[los-tratados-de-libre-comercio-de-colombia](https://www.colombiatrader.com.co/noticias/aproveche-las-ventajas-de-los-tratados-de-libre-comercio-de-colombia)

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


PROCOLOMBIA. (2022). *Servicios al Exportador*. PROCOLOMBIA | Exportaciones, Turismo, Inversión, Marca País. Recuperado el 27 de marzo de 2024 de, <https://procolombia.co/direccion-de-desarrollo-estrategico-internacional/servicios-al-exportador>

PROCOLOMBIA. (2022). ¿Qué es una Comercializadora Internacional? Portal de Exportaciones | Colombia Trade. Recuperado el 2 de diciembre de 2023, de <https://www.colombiatrader.com.co/preguntas-frecuentes/que-es-una-comercializadora-internacional-0>

Ramírez, M. (1999). Vista de La educación como instrumento de fomento de la cultura exportadora Colombia Internacional. *Revistas Uniandes*. Recuperado el 30 de junio de 2023, de <https://revistas.uniandes.edu.co/index.php/colombia-int/article/view/2457/1016>

Reyes, G.& Chacón, S. (2014). Colombia 2003-2013: estructura y tendencias de las exportaciones. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño*, 15(2), 45-57. Recuperado el 11 de julio de 2023, de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/47>

Reina, J. (2020). El rol institucional en el aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio en Colombia: incidencia sobre la diversificación de exportaciones entre 2008 y 2018. Universidad Externado de Colombia. Recuperado el 5 de noviembre

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009


de 2023, de <https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/9cb9efe2-6793-417d-b2c5-c5d379c17efa>

Rubén, R. (1817). Principios de economía política y tributación. Pirámide. Recuperado el 20 de julio de 2023, de https://ehu.eus/Jarriola/Docencia/EcoInt/Lecturas/David%20Ricardo_Principios_VII_Comercio%20exterior.pdf

Rico, D. (2010). Mecanismos de promoción a las exportaciones. Cámara de comercio de Bogotá. Recuerdo el 2 de marzo de 2024, de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/b575a9c6-8ec6-4ea6-87ff-dc0e281e4caf/content>

Rincón, R. (2015). *INFLUENCIA DEL TIPO DE CAMBIO EN LA BALANZA COMERCIAL Y EL PIB EN COLOMBIA 2000 A 2013*. Repositorio Institucional de la Universidad Pontificia Bolivariana. Recuperado el 27 de julio de 2023, de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2426/Tesis%20Ricardo%20Rincon%20Clavijo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez (2013). Las Exportaciones y el crecimiento económico en Colombia 1994-2010. Apuntes del Cenes, 32(56), 53. Recuperado el 29 de junio de 2023, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-30532013000200004#g1

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Rojas, P., y Sepúlveda, S. (1999). ¿Qué es la competitividad? *IICA*, (2), 10-21.

Recuperado el 21 de julio de 2023, de

<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7343/BVE19029613e.pdf?sequence=1>

Sáenz, D., Chang, E., Martínez, J. (2016). El impacto de la cultura organizacional sobre la estrategia competitiva y su influencia en el desempeño exportador de las pymes de barranquilla, Colombia. *Tec empresarial*, 10(2), 7-16. Recuperado el 11 de julio de 2023, de [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1659-](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1659-33592016000200007&lng=en&nrm=iso&tlng=es)

[33592016000200007&lng=en&nrm=iso&tlng=es](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1659-33592016000200007&lng=en&nrm=iso&tlng=es)

Saladrigas, M. (2020). “La inteligencia artificial” su aplicación en las empresas.

Universidad de Belgrano. Recuperado el 5 de diciembre de 2023, de

<https://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/10016/TESINA-SALADRIGAS%20Mar%C3%ADa%20Montserrat.pdf?sequence=1>

Sampieri, R., Fernández, C., Baptista, M. (2003). Metodología de la investigación.


McGRAW-HILL. (6), 532-586. Recuperado el 27 de julio de 2023,

de <https://classroom.google.com/c/NTQzNDQ0NDEyOTY2>

Sánchez, Y. & Hidalgo, A. (2019). *El comercio exterior como generador de productividad y competitividad: de lo glocal a lo global*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Recuperado el 15 de junio de 2023, de

<https://repository.uaeh.edu.mx/books/62/ce.pdf>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Sánchez, M., Zambrano, C. & Bocca, F. (2009). El rol del comercio internacional en el crecimiento económico del Ecuador: Antecedentes y perspectivas. *Economista*.

Recuperado el 20 de julio de 2023, de

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/531/1/1035.pdf>

Secretaría de agricultura, ganadería, pesca y alimentación. (2002). *BARRERAS*

ARANCELARIAS y NO ARANCELARIAS. SEDICI - Repositorio de la Universidad

Nacional de La Plata. Recuperado el 28 de julio de 2023, de

<http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/38589/Ponencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Singer, T. & Czinkota, M. (1994). Factors associated with effective use of export

assistance. *Journal of International Marketing*, 2(1), 52-71. Recuperado el 20 de


noviembre de 2023, de

<https://www.jstor.org/stable/25048530#:~:text=This%20study%20examines%20fo ur%20key,and%20management%20commitment%20and%20persistence.>

Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Oficina de publicaciones de estudios

generales, 40-62. Recuperado el 28 de octubre de 2023, de

https://umbral.uprrp.edu/wp-content/uploads/2018/09/la_riqueza_de_las_naciones_-_adam_smith.pdf

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

107

Solow, R. (1957). Technical change and the aggregate production function. The Mit press, 39(3), 312-320. Recuperado el 14 de julio de 2023, de

http://jpk.pku.edu.cn/course/hgjx/reading/29_3.pdf

Stiglitz, J. (1992). La economía del sector público. Columbia University. Recuperado el 10 de julio de 2023, de

<https://desarrollomedellin.files.wordpress.com/2018/08/stiglitz-2000-tercera-edicion.pdf>

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. Arca de negocios Universidad INTEC, XXX(2), 179-184. Recuperado el 21 de julio de 2023, de


<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7438487>

Tirado, A. (1984). Introducción a la historia económica de Colombia. *Editorial Universidad de Antioquia*, (2ª ed.) Recuperado el 10 de julio de 2023, de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tsDYDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=historia+economica+siglo+xx+colombia+&ots=20SAcymWxd&sig=EirYauwfrZjIxPaqST1ysBiI9Is#v=onepage&q=historia%20economica%20siglo%20xx%20colombia&f=false>

Torres, D. y Gallardo, N. (2019). Gestión para el desarrollo organizacional. *Universidad de Sabaneta & Red GESTIO*, 71-83. Recuperado el 4 de julio de 2023, de

https://www.researchgate.net/profile/Veronica-Juarez-Fonseca-2/publication/350447835_BUAP_Admon_aplicada_-UPTC_Codel_-

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

[Unillanos_GYDO/links/60602902299bf1736772b086/BUAP-Admon-aplicada-UPTC-Codel-Unillanos-GYDO.pdf#page=7](https://unillanos.gydo/links/60602902299bf1736772b086/BUAP-Admon-aplicada-UPTC-Codel-Unillanos-GYDO.pdf#page=7)


Tünnermann. (2010). La educación permanente y su impacto en la educación superior.

SciELO - Scientific Electronic Library Online. Recuperado el 5 de julio de 2023, de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-28722010000100008

Rojas, G., Valencia, J. y Castaño, J. (2003). incidencia de los factores empresariales internos y externos en el desarrollo de una cultura exportadora, en las pymes de la ciudad de manizales. *instituto tecnológico de monterrey & universidad autónoma de bucaramanga*, 43-58. Recuperado el 3 de julio de 2023, de https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/1939/2003_Tesis_Rojas_Arias_German.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Universidad ECCI. (2023). *Tecnología en Gestión de Comercio Exterior*. Recuperado el 2 de marzo de 2024, de <https://www.ecci.edu.co/programas/tecnologia-en-gestion-de-comercio-exterior/>

Vargas, R. (2017). Agilización en los Procesos de Nacionalización de Mercancías de las Pymes del Sector Industrial en la Ciudad de Bogotá. Universidad Cooperativa de Colombia, Recuperado el 01 de abril de 2024, de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/863177a2-0179-4b39-a075-2f875d2bb75e/content>

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		Código: IN-IN-001 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 22-Nov-2009	Fecha de versión: 22-Nov-2009

Zamora, A. y Lenin, J. (2015). Competitividad de la administración de las aduanas en el marco del comercio internacional. *Contaduría y Administración*, 60 (1), 205-228.

Recuperado el 20 de julio de 2023, de

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215721522?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=7df44a372afd3ef5