



# Mipymes, exportar es posible



**Magister José Fernando Sánchez Escandón**

Miembro principal Junta Directiva de ACOPI, Valle del Cauca

Colombia es un país de emprendedores, La micro, pequeña y mediana empresa constituye el 98% de las empresas de Colombia. Representa el 40% del producto interno bruto y al 80% del empleo. Lo anterior indica que, para lograr una mejora significativa en la equidad, en la distribución del ingreso y los demás indicadores de desarrollo sostenible, se deben hacer esfuerzos para fortalecer dicha comunidad empresarial. En este sentido, La Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI), en sus 71 años de existencia, continúa realizando una importante labor de representatividad, buscando generar políticas diferenciales en su relación con el estado, y coordinando esfuerzos junto con la academia y demás actores para fomentar la competitividad.

Precisamente, según la encuesta de desempeño empresarial 2022, realizada por ACOPI, el 6,9% de las MiPymes colombianas están participando en el mercado internacional (Con una reducción de un 15% postpandemia), la cual resulta ser una cifra muy baja en comparación con países como Italia, Dinamarca, Bélgica y Finlandia que tienen cifras cercanas al 50%. Sin dejar de mencionar a Estados Unidos en donde el 45% de las MiPymes exportan, de estas el 16% exportan a 11 o más países. En un escenario macroeconómico con dólar con una tasa de cambio mayor 4.500 pesos, hace que en este momento la internacionalización sea un tema de primer orden en la agenda empresarial.

Se puede afirmar que las empresas colombianas estaban más orientadas hacia el mercado nacional, En el cual se sentían con una mayor comodidad. Mientras tanto en los últimos 3 años el mundo ha tenido cambios significativos traducidos en nuevos hábitos de consumo que obligaron a todas las Industrias a reventarse. Uno de los grandes disparadores de cambio fue la pandemia de COVID 19, que obligo por cerca de año y medio a un aislamiento generalizado de la población, limitando la movilidad y el contacto personal con el cliente. Lo anterior derivó en la obligatoria transformación digital de los negocios.

**UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA**



[www.intep.edu.co](http://www.intep.edu.co)

**PUBLICACIÓN N°1**

El desarrollo del e-commerce permite que las MiPymes puedan llegar directamente a sus clientes en el exterior por primera vez en la historia. El desarrollo de la oferta de servicios relacionados con este proceso, cómo empresas de transporte de mercancía más eficientes y económicas. Pasarelas de pago confiables y herramientas virtuales para la atención al cliente en tiempo real, brindan excelentes oportunidades para todos, que antes estaban reservadas para las grandes empresas. Hoy el 20% del comercio mundial se desarrolla mediante el e-commerce. Actualmente en Colombia 9 de cada 10 pymes venden por internet.

Entonces, ¿Que se podría hacer para que las MiPymes y emprendedores aumenten sus exportaciones? Además, del trabajo coordinado del estado, gremios y academia. Los emprendedores y/o empresarios deben asumir un papel protagónico, primero creyendo en lo que hacen (sus productos) y en sus posibilidades. Pues existe la creencia de que exportar es muy complejo y que sus productos son de inferior calidad. De alguna manera el desconocimiento genera miedo e incertidumbre. Programas de formación gratuitos, como los liderados por Procolombia y la Cámara de comercio electrónico colombiana, los cuales se puede realizar en modalidad virtual, pueden dar mayor certeza al proceso de internacionalización. El otro elemento importante en este proceso es la transformación digital, para lo cual primero hay que capacitarse para poder aplicar las herramientas digitales utilizadas en el e-commerce en la organización. Y por último es vital desarrollar un plan exportador, documento dónde se clarifica aspectos cómo cuáles son las regulaciones de entrada de cada mercado. Cuál es la forma de empaquetado del producto. La estructura Financiera y el plan comercial con la estrategia de marketing on Marketplace. Definitivamente la decisión de ingresar al mercado internacional debe estar acompañada con un proceso de formación y gestión.

Todo comienza en pensar qué si es posible hacerlo.