

INCENTIVOS QUE PROMUEVEN LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LAS EMPRESAS
EXPORTADORAS DE PRODUCTOS PLASTICOS DE MEDELLÍN

INDIRA ARAUJO LONDOÑO
YUSLEVY PÉREZ LÓPEZ
JOHANNA SÁNCHEZ SÁNCHEZ

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICO DE ANTIOQUIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

MEDELLÍN

2017

INCENTIVOS QUE PROMUEVEN LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LAS EMPRESAS
EXPORTADORAS DE PRODUCTOS PLASTICOS DE MEDELLÍN

INDIRA ARAUJO LONDOÑO
YUSLEVY PÉREZ LÒPEZ
JOHANNA SÁNCHEZ SÀNCHEZ

Trabajo De Grado

Asesor

MARCO RUIZ CORREA.

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICO DE ANTIOQUIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

MEDELLÍN

2017

Dedicatoria

Este trabajo de grado está dedicado primero a Dios que fue su voluntad ayudarnos a llegar hasta este punto, a pesar de las dificultades que se nos hayan presentado durante todo este tiempo, siempre estuvo ahí para guiarnos de su mano y llegar a cumplir esta meta.

También a nuestro padres ya que con su ayuda y apoyo de ellos pudimos ingresar a la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia para adquirir conocimientos y luego aportarlo en mi entorno.

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por darnos salud, sabiduría y perseverancia durante todo este proceso.

A nuestros padres les queremos dar las infinitas gracias ya que nos inculcaron que nunca debíamos dejar de estudiar y que los sueños se cumplen así se demoren un poco.

A nuestras familiar por ese apoyo tan maravilloso que nos brindaron, por su paciencia y sobre todo por el amor que ellos tienen lo que hizo que no nos rindiéramos y siguiéramos hasta el fin.

A nuestro profesor Marcos Ruiz por ser nuestro asesor por brindarnos tanto conocimiento y guiarnos en nuestro proyecto de grado

Tabla De Contenido

Dedicatoria	III
Agradecimientos	IV
Tabla De Contenido	V
1. Introducción	6
2. Planteamiento Del Problema.....	8
3. Justificación	9
4. Objetivo General	10
5. Metodología de la Investigación.....	11
6. Antecedentes	12
7. Marco Teórico.....	15
8. Marco Legal	22
9. Marco Conceptual.....	24
10. Análisis De La Investigación	32
11. Análisis De Los Resultados	43
Recomendaciones	54
Bibliografía	55
Anexos	56

1. Introducción

Con la presente investigación se pretende estudiar como la globalización ha generado grandes cambios a nivel mundial lo que ha hecho que las empresas busquen mejores alternativas y no decaigan, cuando se habla respecto a las empresas exportadoras de plástico, se puede notar que muchas de ellas aún no se han acogido a los diferentes incentivos que el gobierno ha ofrecido con el fin de incrementar sus exportaciones a nivel mundial, con estos incentivos las exportaciones obtendrían muchos beneficios y generando así mayores ganancias a las empresas exportadoras de plástico.

Se realizó esta investigación con la finalidad de saber que tanto las empresas conocen de los incentivos que el gobierno brinda, o si sus empresas se encuentran bajo alguno de los diferentes incentivos que permita conocer qué opinión tiene la empresa respecto si han sido de gran ayuda para sus exportaciones.

Al considerar lo expuesto, el trabajo es orientado a la modalidad de proyecto factible ya que el objetivo principal es conocer cuáles son los incentivos que ellos conocen o han manejado en sus empresas exportadoras de plástico, con esto se puede comprender.

La estructura del presente trabajo de investigación, estará fundamentado en los siguientes aspectos:

I. *Etapas diagnóstica:* Con el siguiente trabajo de investigación, se pretende de una forma detallada conocer si las empresas exportadoras de productos como el plástico hacen uso de los incentivos que ofrece el gobierno para promover sus exportaciones y ser productivos durante el desarrollo de su actividad comercial.

II. *Etapas de desarrollo:* luego de realizar detalladamente un trabajo de campo para obtener información de primera mano, se tendrán en cuenta 40 empresas exportadoras de plástico dentro del valle de aburra y se procederá a realizar una encuesta virtual y luego se hará la respectiva tabulación de la información recolectada.

III. Resultados: al realizar una encuesta y luego de tabular la información, se podrá obtener resultados que puedan llevar a dar respuesta clara al objetivo general del proyecto de investigación.

IV. Propuestas: al concluir el trabajo de investigación y luego de analizar los resultados, se ha querido adjuntar la información elaborada mediante un artículo de carácter informativo, con el fin de comunicar resultados del trabajo de investigación, además de las ideas y las condiciones; de una manera clara, concisa y fidedigna.

2. Planteamiento Del Problema

Durante el desarrollo económico de Colombia, fomentar las exportaciones no se consideró como un instrumento principal dentro de las políticas comerciales.

Actualmente la dificultad que presentan algunas de las empresas (pequeñas y medianas) para iniciar procesos exportadores de manera exitosa, radica en el tamaño de su estructura, escaso recurso humano y su reducido músculo financiero, lo que les impide que tengan una capacidad de producción significativa que les permita ser competitivos dentro del mercado internacional.

En el ámbito internacional de alta competitividad se puede pensar que las empresas más grandes y poderosas son las que tienen mayor capacidad de responder y competir en los mercados internacionales, haciendo ver a las pequeñas y medianas empresas como débiles e incapaces de cumplir con las exigencias de los diferentes mercados.

Algunas teorías sugieren que la implementación de tratados de libre comercio beneficiará solamente a empresas grandes y perjudica a las pequeñas y medianas empresas, llevándolas incluso a cerrar. Por eso se ve necesario crear no sólo incentivos que fomenten las exportaciones sino, que se protejan las pequeñas y medianas empresas.

¿Qué incentivos promueven las exportaciones de las empresas de productos plásticos en la ciudad de Medellín, para cumplir con el desarrollo de su actividad comercial internacional?

3. Justificación

Esta investigación surge de la necesidad de grandes y pequeñas empresas de conocer los medios óptimos para la exportación de sus productos. Dicha investigación nos lleva a que la gran mayoría de los encuestados no tienen el conocimiento necesario de los incentivos creados por el gobierno para promover el crecimiento de las exportaciones, dando apoyo a las empresas productoras colombianas, en busca de un crecimiento económico y reconocimiento dentro de los mercados internacionales.

Lo que se plantea en dicha investigación es dar a conocer los beneficios por parte de dichos incentivos, la importancia capacitar a los exportadores sobre el uso de los tipos de incentivos que se nombraran en esta investigación.

Si se logra dar un buen uso de ellos, capacitando a las empresas exportadoras habrá un crecimiento continuo permitiendo la trascendencia de pequeña a mediana empresa.

Los beneficios que proporcionan los incentivos para promover las exportaciones son aprovechados por las empresas exportadoras, en este caso de productos plásticos clasificables en el capítulo 39 del arancel de aduanas. Esta investigación nos permitirá conocer cuáles son las cifras que se han mantenido en cuanto a las empresas exportadoras haciendo uso de los diferentes incentivos Además por medio de la encuesta que se realizará a las empresas exportadoras que tenemos en la base de datos podremos analizar y obtener resultados acerca del impacto que tienen los incentivos dentro del mercado Colombiano para que la exportaciones se mantengan en un buen promedio actualmente.

4. Objetivo General

Conocer los incentivos que promueven el desarrollo de la actividad comercial internacional de las empresas exportadoras de productos plásticos de la ciudad de Medellín durante el año 2016.

4.1.Objetivos Específicos

- Definir los incentivos utilizados para promover el desarrollo de las exportaciones de las empresas de productos plásticos en la ciudad de Medellín
- Analizar los beneficios que ofrece cada uno de los incentivos para promover la actividad comercial de las empresas exportadoras de productos plásticos en la ciudad de Medellín
- Revisar las condiciones que requieren cumplir las empresas exportadoras de productos plásticos para hacer uso de los incentivos.

5. Metodología de la Investigación

El análisis utilizado en esta investigación es cualitativo, de tipo descriptivo porque no se manipula ninguna información, teniendo en cuenta la definición de los autores (HERNANDEZ, FERNANDEZ, & BATISTA, 2006, pág. 111); busca especificar las características de situaciones o procesos que puedan someterse a un análisis y de tipo histórico según el autor (GRAALES, 2000) porque se toman datos ya publicados en bases de datos; trata de las experiencia pasada, describe lo que era y representa una búsqueda crítica de la verdad que sustenta en los acontecimientos pasados.

Todo esto nos permitirá analizar los diferentes incentivos de las exportaciones que existen y los beneficios que cada uno de ellos le brinda a las empresas exportadoras de productos plásticos para el desarrollo de su actividad comercial, lo cual se realizará a través encuestas por internet, el desarrollo de estas encuestas se realizará a 40 empresas exportadoras de productos plásticos ubicados en el sur del valle de Aburrá.

Con la realización de estas encuestas buscamos conocer cuáles son los incentivos que motivan a las empresas para desarrollar su actividad exportadora y cuál ha sido el incremento que se presentó de empresas dedicadas a las exportaciones de productos plásticos durante el 2016, para ello se toma como referencia datos exactos de bases de datos como CNV, DANE, DIAN Y PROCOLOMBIA.

Para el desarrollo de las encuestas, (VER ANEXOS) se enviarán desde los formularios de Google a los correos electrónicos de las empresas seleccionadas, las cuales deben cumplir como principal requisito ser empresas exportadoras de productos plásticos, seguido de estar ubicadas en el Valle de Aburrá, así mismo no se tienen en cuenta las empresas exportadoras de plástico en sus formas primarias.

6. Antecedentes

“**Nuestra historia**”, prestar servicios o instrumentos no financieros a las exportaciones y promover la cultura exportadora, esta investigación es de tipo descriptivo porque explica que se constituyó mediante la celebración de un Contrato de Fiducia Mercantil entre la nación y recursos correspondientes a los bienes recibidos por el antiguo Proexpo. Mediante la Ley 7 de 1991 que regula el comercio exterior del país y a través de ella se crea el Ministerio de Comercio Exterior y el Banco de Comercio Exterior, entre otras entidades a las que se confieren autorizaciones y otras disposiciones con las cuales se crea PROCOLOMBIA en el año 1992, nació como un fideicomiso con recursos públicos y bajo régimen administrativo de carácter privado, Esto le ha permitido a las empresas encontrar apoyo y asesorías para el desarrollo de sus procesos exportadores.¹ Con base a esos lineamientos se establecieron algunos incentivos para promover los procesos de comercio exterior implementando “**Políticas e instrumentos de promoción de exportaciones en Colombia**”, dar a conocer algunos de los principales aspectos que hacen del desempeño comercial una variable con múltiples aspectos, a través de la investigación descriptiva, que muestra que la promoción de las exportaciones en Colombia nace institucionalmente en 1967, cuando se expide el decreto 444 que establece la creación de un organismo de promoción de exportaciones llamado Proexpo, y se introducen una serie de incentivos a la actividad exportadora. Para evaluar el crecimiento de las exportaciones se deben conocer los factores macroeconómicos, la base industrial del país, la competitividad de las empresas

¹ (PROCOLOMBIA, s.f.)

y las políticas de promoción de las exportaciones, desde la creación de Proexpo se evidenció el aumento y crecimiento de las exportaciones no tradicionales.²

Lo anterior ayudó al crecimiento económico del país, logrando que los exportadores se interesen en los beneficios que brindan **“los incentivos a las exportaciones en Colombia”**, donde se da a conocer y explican los incentivos de promoción a las exportaciones en Colombia, es una investigación descriptiva y cualitativa, porque describe las modalidades de cada tipo de incentivo, algunos han sido creados como respuesta a las necesidades del sector exportador durante los últimos años. Todos ellos han sido de vital importancia para llevar a cabo el proceso exportador, para subsanar desventajas frente a los competidores externos que obstaculizan la comercialización. Esto también ha ocasionado reacciones en el entorno mundial, en algunos caso la desaparición de ciertas herramientas con las que los productores se podían ver recompensados ante la competencia, por esto explica que busca apoyar al exportador.³

El uso de los beneficios que brindan los incentivos, y buscando facilitar las exportaciones conllevó a establecer los **“Mecanismos de promoción de las exportaciones”**, Conocer las medidas e instrumentos que permitan incrementar y diversificar las exportaciones, esta investigación es de tipo descriptivo ya que plasma las normas legales que deben tener en cuenta las empresas para acceder a los diferentes incentivos para la promoción de las exportaciones, entre ellos los instrumentos fiscales y arancelarios, los beneficios que se le ofrecen a los exportadores para su comercialización a nivel internacional, líneas de crédito, regímenes e incentivos

²_(PABLO, 1998, págs. 147-160)

³ (ESPINOSA & VILLEGAS, 2000)

aduaneros para facilitar la exportación y finalmente los programas de fomento y estabilidad jurídica para Micro, pequeñas y medianas empresas.⁴

Teniendo en cuenta que el desarrollo de los procesos de exportación nuevos para muchas empresas y, para ayudarlos a ejecutar correctamente sus se creó la **“Guía para exportar en Colombia”**, la cual busca enfatizar sobre la importancia que tiene las exportaciones para la actividad económica del país, es de carácter descriptivo porque explica que se ha venido trabajando desde años atrás, incentivando a los exportadores y consolidando los incentivos, con el propósito de fortalecer e innovar dentro del comercio internacional, incrementando y transformando las exportaciones y sus mercados de destino, para con ello aumentar el ingreso de divisas y lograr un desarrollo equilibrado. Los incentivos son combinación con preferencias o exenciones arancelarias que los exportadores deben aprovechar para promover la ampliación del mercado para sus productos.⁵

De acuerdo a lo anterior se evidencia una serie de investigaciones que van orientadas al fortalecimiento de los incentivos del comercio internacional, lo que permitiría la promoción e incremento de las exportaciones colombianas, de esta manera se puede encontrar una economía más robusta, también se conoce la necesidad por la cual el gobierno estableció la creación de los incentivos, para promover e incrementar las exportaciones, buscando el crecimiento de la economía del país; donde las pequeñas y medianas empresas tengan mayor participación de manera que adquieran beneficios dentro del comercio internacional.

⁴ (DAVID A. RICO, 2010)

⁵ (Ministerio de Comercio Exterior, República de Colombia, 2000)

7. Marco Teórico

Obligados por la globalización a orientar los negocios al mercado mundial, se debe entender que conocer los conceptos e instrumentos de la economía internacional es importante para saber cómo opera el comercio entre los países, como son regulados, y cuáles son los procesos de integración que ayudan a optimizar la actividad de las empresas exportadoras.

Las teorías de comercio internacional buscan cómo dar explicación al significado de factores de competitividad entre los países y las empresas existentes en ellos; en ninguna de las diferentes teorías se menciona la palabra “competitividad” sino que utilizan la palabra ventaja que tienen unos países con relación a otros en la producción de algún bien.

Los primeros incentivos que fomentan las exportaciones fueron establecidos mediante la ley 81 de 1960, la cual fue modificada por el decreto ley 444 de 1967 en la que se ampliaron los beneficios e incentivos aplicables a las exportaciones, dichos incentivos están relacionados con las condiciones actuales del comercio internacional.

Según las exportaciones y la teoría económica del crecimiento, cumplen un papel muy importante en la parte económica debido que no todos los países cuentan con los mismos recursos ni con la misma forma para generar y producir bienes y servicios ya que cada país puede necesitar de ellos y esto conlleva que se genere el intercambio de los bienes y servicios.

Cualquier país dentro del comercio, no tiene que pensar en solo producir de todo para exportar, sino que debe fabricar lo que venden con mayor eficiencia que las demás naciones, logrando una mayor rentabilidad en las exportaciones y de esta misma forma inviertan en el extranjero en aquellos productos que el país no cuente con la capacidad de producir con mayor eficiencia.

En el presente ningún país se cierra al comercio internacional debido que si lo hacen no podrán disfrutar de las ventajas que realizan por medio de los intercambios que ofrecen cada país, en estos intercambios se tienen las dotaciones de recursos, disponibilidad de factores productivos, tecnología, entre otros, que motivan y generan un mayor apoyo al comercio internacional.

Según Adam Smith genero argumentos sólidos en el que presento el comercio de las naciones hoy conocido como las “ventajas absolutas”, las cuales después fueron tomadas por Ricardo David y fueron ampliadas tomando el nombre de “ ventajas relativas” dando explicación a las relaciones de intercambio de bienes entre países.

Dentro de cualesquier mercado, es común que varios países vendan el mismo producto, pero con la diferencia que un país venda X producto más barato que en otro mercado, es allí donde se establece la productividad con la que cuenta cada nación, aprovechándose de esta diferencia en precios para exportar su producto al extranjero obteniendo una ganancia a su favor.

La presente tesis menciona la ventaja individual, refiriéndose a que cada país invierte su capital en lo que mejor produce que vienen siendo más beneficiosos para la rentabilidad de cada uno, donde se toma provecho de las facultades de las naturaleza, la mano de obra eficaz, es allí donde se unen los países a hacer intercambio de bienes dentro de la globalización, un ejemplo de esto son los productos que cada país tiene un producto como protagonista, debido a que se cuentan con las capacidades para cultivar o producir. En este caso Colombia cultiva Café.

Un país puede tener mayores y menores beneficios por medio del comercio internacional dependiendo de la oferta y la demanda que se tenga por medio de la producción del país, los países que tengan mayores recursos pueden producir a menor costo y pueden tener más ventajas para comercializar ya que por medio de las políticas

que establecen internamente hacen más competitivas la producción local de bienes y servicios con destino al mercado en el exterior. En todo país las exportaciones hacen parte ya que contribuyen en el aumento del país, lo que permite un mayor ingreso para algunos sectores de la población que permiten incrementar los niveles de consumo estimulando la producción y generando empleo en actividades específicas en el sector exportador y en el sector del consumo interno.

La teoría del crecimiento económico de Solow.

Habla de las diferencias entre la riqueza y los ingresos en el sistema económico de todo el mundo. “El modelo de crecimiento de Solow tiene un impacto fuerte, La tasa de largo plazo de crecimiento estacionario de la producción está determinada en su totalidad por la tasa de progreso técnico exógeno más la tasa de crecimiento de la fuerza laboral. Adicionalmente, (...) la tasa de progreso técnico es una variable exógena que no está conectada con el comportamiento del ahorro o con las políticas económicas”

En la década de los sesentas y setentas cuestionaron el modelo debido que pensaban que la explicación del crecimiento tenía diferentes variables a las relacionadas con las acumulación de factores, trataron de explicar cuáles eran las causas del crecimiento de un país determinando las variables relacionadas con las políticas económicas, el autor Rojas,

López y Jiménez (1997) destaca los trabajos pioneros de Balassa, Krueger, Feder, Bhagwati, Romer y más recientemente, Grossman y Helpman, los cuales resaltan la expansión del comercio internacional y las políticas de apertura en pro de un mayor crecimiento. Según” la teoría económica vincula el crecimiento económico con el comercio internacional han sido prolíficos y de muy diversa índole. En tal sentido, la preocupación de los teóricos y gestores de política económica, desde

vieja data, se centró en la necesidad de propender por un mayor y rápido crecimiento sostenido de las economías, en aspectos claves como el empleo, la producción, el ingreso per cápita, entre otros. Adam Smith (1776) pudo observar las limitaciones que tenía el mercado interno como vía para incrementar la acumulación de capital. Por tanto, ve en el comercio exterior los posibles beneficios para aquellas naciones que lo practican. De tal manera, que tanto las importaciones como las exportaciones son mecanismos que se deben utilizar con el ánimo de aumentar la riqueza y bienestar de los habitantes de una nación”.⁶

Teorías Del Comercio Internacional.

Como indica la teoría del comercio internacional “La economía ha tratado desde hace cientos de años de explicar los factores de competitividad de los países y sus empresas. Prueba de ello son las teorías que a continuación van a mencionarse. En ellas, no se hace mención todavía del término “competitividad”, en su lugar se habla de la “ventaja” que tienen unos países con respecto a otros en la elaboración de algún bien. Por esa razón se han incluido en este apartado, a manera de antecedente histórico de la competitividad y la integración de las empresas y los países”

Mercantilismo.

La teoría del comercio internacional que viene de la teoría del mercantilismo, se centraba en el oro y la plata como los productos que más le daban riqueza a la nación y eran esenciales en el mercado. El objetivo principal se refería en mantener un valor agregado al comercio, donde se fundamenta en exportar más que importar, lo cual generaría una mayor rentabilidad y reconocimiento para el país; logrando ese excedente en la balanza comercial.

⁶ (CÁCERES, 2013)

Sin embargo el mercantilismo cometía un error al pensar que todos los países podrían exportar más, sin tener en cuenta no todos los países tienen los recursos para ser autosuficientes en su producción y solo concentrarse en vender productos al extranjero.

De igual forma las investigaciones sobre la balanza de pagos sigue siendo un elemento importante para hacerle un seguimiento continuo a la economía y su comportamiento; aunque no siempre se gana, un déficit no cae tan mal, y más cuando este representa un porcentaje que es importante ante el producto interno bruto y se puede compensar con ingresos de capitales.

Ventaja Absoluta.

“Adam Smith en su obra clásica “The Wealth of Nations” de 1776, argumentaba que los países deben especializarse en la producción de mercancías para las que tengan una ventaja absoluta y, posteriormente intercambiar estos productos por artículos producidos por otros países, nunca se debe producir en casa lo que se pueda adquirir, a un menor costo, de otros países”.

Lo que nos da a entender Adam con la teoría anterior, es que cada país tiene ciertos recursos con los cuales puede hacer uso para mejorar la producción, pero él se enfoca en que todos los países deben hacer intercambios unos con otros, ya que no podemos esforzarnos de más en producir y producir y no tener en cuenta que otro país puede vender dicho producto con mejor calidad y a mejor costo.

Ventaja Comparativa.

“En su libro “Principles of Political Economy” de 1817, David Ricardo demostró que un país debe especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente y adquirir, de otros países aquellos que produzca de manera menos eficiente, incluso cuando, en ocasiones, esto representa adquirir bienes extranjeros cuya producción final puede ser más eficiente. De esta manera, la teoría de David Ricardo hace énfasis en la productividad de los países”.

Lo que nos plantea el Autor anterior tiene es igual a lo que nos planteó Adam en su teoría, donde Ricardo nos hace un énfasis en la productividad que puede mantener cada país invirtiendo su capital en producción que sea eficiente y ventajosa, y con los productos que están en desventaja poderlos comprar en otros países.

Teoría De Heckscher-Ohlin.

“Los economistas suecos Eli Heckscher, en 1919, y Bertil Ohlin, en 1933, expusieron una explicación distinta de la ventaja comparativa. Ambos aseguraron que la ventaja comparativa es producto de las diferencias en la dotación de factores (tierra, mano de obra y capital) Distintas dotaciones de factores explican las diferencias en los costos relativos a los factores. Entre más abundante es un factor, menor es su costo. Los países exportarán aquellos bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente abundantes, e importarán bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente escasos”.

Estos economistas suecos lo que quieren decir con su teoría, es que vale y aporta más un factor abundante en cada país, donde se refieren a la mano de obra, recursos disponibles y capital; lo anterior puede ser cierto pero en muchos países la mano de obra puede ser costosa es allí donde se debe recurrir a importar los productos porque no

se cuenta con este y más factores abundantes. O en el caso de los recursos por ejemplo hablando de cultivos no se cuenta con suficientes terrenos para realizar la siembra.

Teoría Del Ciclo De Vida Del Producto.

Raymond Vernon en su teoría indico que era importante que las empresas pioneras tuvieran su planta principal cerca de su mercado y el lugar donde se llevan a cabo las decisiones. Cuando es un producto nuevo las empresas cobran precios relativamente altos por estos. Con el pasar del tiempo el nuevo producto aumenta sus ventas en los países más conocidos y es allí donde los productores se dan en la tarea de abastecer sus mercados.

Cuando el producto logra destacarse dentro de los mercados reconocidos, donde se comienza una competencia de precios, los productores trasladan su mercado a aquellos países que están en vía de desarrollarse.

Nueva Teoría Del Comercio Internacional.

Esta teoría se ve reflejada en aquellas empresas que son grandes, aunque sin dejar de menospreciar aquellas empresas que son pequeñas y medianas pero por mucho tiempo han sido el motor dentro del mercado de la economía de exportación. Un ejemplo de esto es que muchas empresas grandes se pueden encontrar en las ciudades principales de cada nación, pero los centros de abastecimiento se encuentra ubicado en las ciudades menos conocidas, y que han logrado una competitividad alta dentro del mercado.⁷

⁷ (RIVAS, 2011)

8. Marco Legal

Inicialmente los gobiernos no veían la importancia de la inversión extranjera, afirmando que generaba pérdida de soberanía del país y se creaba una competencia desigual donde las empresas nacionales eran las perjudicadas, por esto no se tenía un marco normativo, sino que por el contrario a finales de los años sesenta implementaron una política restrictiva que se extendió hasta la implementación del decreto 1265 de 1988.

A comienzos de los años setenta el decreto ley 444 de 1967 regía la inversión extranjera y con el decreto ley 1763 se creó la decisión 24 de 1971 del pacto andino que prohibió el flujo de inversión extranjera directa (IED) en algunos sectores como: comunicaciones y telecomunicaciones, infraestructura energética, servicios públicos y saneamiento básico, bajo el argumento de ser una política de protección y regulación de tipo administrativo

Basados en todos los escritos que permiten o restringen las exportaciones están plasmados en la norma legal, donde se reglamentan los procesos de exportación sin importar la modalidad utilizada de (Reexportación – Exportación Temporal, Reembarque y Sistemas Especiales, entre otros.); esto para que las empresas exportadoras se puedan beneficiar de los incentivos creados por el gobierno.

Con el decreto 2505 de 1991 y con la ley 7 de 1991 es la ley marco en el artículo 21 donde se reglamentó el cambio de PROCOLOMBIA a el banco de comercio exterior BANCOLDEX, también se especifica su naturaleza jurídica, sus funciones y se le ordena la constitución de un fideicomiso o tener un patrimonio autónomo con el fin de promover las exportaciones.

Por medio del decreto 2788 del 2004 se desarrollan parcialmente las leyes 7 y 9 de 1991 donde se determinó que la actividad de promoción de las exportaciones también comprende facilitar e impulsar la inversión extranjera.

La ley Marco de Comercio Exterior ley 07 de enero 16 de 1991 estableció los criterios generales de política de comercio exterior y algunos de sus objetivos como : Impulsar la internacionalización de la economía colombiana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo, impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor, apoyar y facilitar la iniciativa privada y la gestión de distintos agentes económicos en las operaciones de comercio exterior, coordinar las políticas en materia de comercio exterior con las políticas arancelaria, cambiaria y fiscal.

9. Marco Conceptual

Entre los diferentes incentivos que se desarrollaron están los denominados subsidios que han ido acomodándose de manera progresiva a las diferentes necesidades que se van presentando en el entorno. Se pueden identificar 5 géneros diferentes para los incentivos:

Incentivos Fiscales.

Son incentivos que creó el gobierno, con ciertas condiciones para los exportadores, implementando de cierta manera una dependencia exportador-estado, ya que el éxito de las exportaciones radica en las decisiones gubernamentales. Se encuentran varias modalidades como:

Drawback.

Es un método de devolución de impuestos utilizado y aceptados por los países miembros de la OMC. El objetivo es que las mercancías exportadas solo paguen impuestos en el país de origen. Al momento de exportar las mercancías, este régimen permite obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios e impuestos a la importación que hubieran gravado a dichas mercancías o bien a los productos contenidos en las mismas o consumidos durante su producción.

Reintegro o Reembolso.

Es conexión a través del mercado cambiario o a través de las cuentas corrientes de compensación de las divisas provenientes de las exportaciones

Admisión Temporal.

Introducción al mercado, exenta de tributos, de mercaderías extranjeras procedentes del exterior del territorio aduanero con un fin determinado ajeno al consumo, para ser reexpedidas dentro de cierto plazo que fueron introducidas o sufrieron alguna transformación.

Sistema Simplificado De Reintegro A Las Exportaciones Menores.

Este régimen consiste en el reintegro total o parcial a los exportadores, de los tributos internos pagados sobre bienes y servicios utilizados en la producción de las mercancías destinadas a la exportación. Ciertas condiciones son exigibles para el goce de reintegros, como el carácter no tradicional de los productos de exportación, los porcentajes de valor agregado nacional, los sectores productivos y los montos anuales de exportación, entre otros. El régimen de reintegros es aplicado en Argentina, Chile, Uruguay y Venezuela. En Colombia, se halla suspendido desde 2002 cuando se fijó una tasa de reintegro de 0% para el universo arancelario.

Plan Vallejo.

Le permite a las empresas colombianas que hacen productos para exportar no tengan que pagar la totalidad de los impuestos o sólo debían pagar parte de éstos al Gobierno por importar artículos que necesiten desde otros países. Incluso, se pueden beneficiar del Plan Vallejo aquellas empresas que no exporten algún producto, sino que su actividad sea prestar algún servicio que colabore con la elaboración o envío de productos para exportar, y que también necesiten artículos provenientes de otros países para prestar su utilidad.

Las industrias química y del cartón y el papel, que necesitan gran cantidad de maquinaria y bienes importados para su producción, son dos ejemplos que se han beneficiado considerablemente de las rebajas totales o parciales en los costos de importación gracias a esta medida.

El Plan Vallejo representa un gran ahorro de dinero, lo que permite que los productos tengan menores costos de elaboración y, por lo tanto, un precio de venta menor, de tal manera, que éstos se pueden vender mejor en los mercados internacionales y, así, ser más competitivos.

Dentro del programa de Plan Vallejo se encuentran varios programas que son:

Materias Primas e Insumos.

Con este programa las empresas pueden importar materias primas e insumos exentos del pago de tributos aduaneros, siempre y cuando estos sean utilizados en la producción de mercancía que van ser destinadas para la exportación.

Bienes de Capital y Repuestos.

Este programa le permite a las empresas que puedan importar maquinaria y repuestos sin el pago de arancel siempre y cuando sean destinadas a ampliar la producción, además deben cumplir con una porcentaje de exportación de estos productos. Cabe aclarar que no está exenta del pago del impuesto sobre las ventas, pero éste se causa únicamente al final del período previsto como compromiso de exportación.

Reposición de Materias primas.

Quien exporte productos que han sido elaborados con materias primas e insumos importados por el conducto ordinario o reposición, podrá importar una cantidad igual a la utilizada sin el pago de gravámenes. Este derecho puede ser cedido del exportador al productor de los bienes exportados; a quien haya importado las materias primas e insumos, o a terceras empresas que hayan intervenido en alguna de las etapas del proceso

La reposición de materias primas es un derecho adquirido y, por lo tanto, las importaciones realizadas a su amparo no conllevan riesgos por incumplimiento; no requieren autorización ni el usuario estará obligado a llevar cuenta corriente en especie ni a presentar informes de demostración.

La operación de reposición de mercancías implica un desembolso inicial por el pago de tributos en la primera importación, mientras que al amparo de un programa de materias primas, la exoneración se obtiene desde el principio.

Incentivos Crediticios.

Estos incentivos buscan apoyar financieramente toda actividad exportadora, entre la cuales podemos encontrar:

Prefinanciación De Las exportaciones.

Tiene por objeto poner a disposición del exportador los recursos necesarios para cubrir el proceso productivo, la adquisición de materias primas o bienes de capital necesarios para concretar la exportación que debe estar respaldada por un contrato de exportación u una orden de compra en firme.

Para su otorgamiento se evaluarán como condiciones más importantes, la capacidad y antigüedad del exportador, las garantías que acompañen al préstamo, los mercados a los cuales está destinada la exportación y los medios pagos para su cancelación.

Financiación De Bienes De Capital.

Esta facilidad crediticia requiere la aprobación del intermediario financiero del exterior, así como la aceptación del beneficiario del crédito, sobre el costo ofrecido por Bancóldex. El costo de los recursos lo establecerá Bancóldex al momento de recibir formalmente la solicitud del intermediario financiero del exterior que los canaliza, el plazo de la financiación dependerá del tipo de bien (consumo, intermedio o de capital) o servicio, y del plazo asignado al intermediario financiero del exterior.

Incentivos Impositivos

A través de estos incentivos se pretende dar un trato preferencial a las empresas que desarrollen actividades en función de las exportaciones, en temas de régimen tributario, dentro de los cuales están:

- Exención de impuestos internos a través de contratos de exportación
- Exención de contribuciones sociales
- Certificado de reembolso tributario CERT

El Gobierno Nacional de Colombia busca estimular las exportaciones por medio de los certificados de reembolso no tributario, el cual se hace el reintegro parcial o total de impuestos indirectos, tasas y contribuciones en los que haya incurrido el exportador en el proceso de producción y comercialización de sus productos.

Los beneficiarios del CERT son todas aquellas personas naturales o jurídicas que produzcan y vendan mercancías al exterior, las personas y sociedades de comercialización internacional que vendan al extranjero mercancías colombianas fabricadas por otras empresas y las personas naturales o jurídicas que provean a otras empresas mercaderías que finalmente serán comercializadas en el exterior, algunos productos cuentan con mayores ventajas dentro del CERT, entre ellos se pueden destacar: el azúcar, el banano, los camarones, el aceite de palma, los atunes, los textiles, las flores, la celulosa y sus derivados, los productos editoriales, los cementos hidráulicos, el compuesto de oro, productos plásticos.

También cabe resaltar que para poder acceder a los certificados de reembolso tributario, debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Que se hayan reintegrado las divisas correspondientes a la operación de exportaciones a través de los intermediarios del mercado cambiario.
- Que la DIAN, haya entregado al Dirección General de Comercio Exterior la copia del DEX correspondiente, correctamente diligenciado.
- Que no curse investigación administrativa o penal alguna relacionada con la autenticidad o legalidad de las respectivas operaciones.
- Que la Solicitud de CERT sea presentada a la Dirección General de Comercio Exterior, dentro del máximo los seis (6) meses, contados a partir de la fecha del respectivo reintegro de las divisas que aparece en la Declaración de Cambio. Antes del vencimiento del término anterior, el Dirección General de Comercio Exterior podrá prorrogar el plazo para presentar dicha solicitud hasta por un plazo adicional de seis (6) meses, previa petición sustentada del exportador dirigida al Instituto, por conducto de un intermediario.

Zonas Francas.

Según la definición del estatuto aduanero de 1999 define las zonas francas como un lugar habilitado dentro del territorio aduanero nacional (TAN), el cual ofrece a sus usuarios incentivos en materia cambiaria, aduanera, tributaria y de comercio exterior con el fin de promover la producción de bienes y servicios que pretendan salir a mercados en el exterior.

Actualmente existen más de 2500 zonas francas, están pueden ser marítimas que se encuentran situadas en los puertos o las mediterráneas , estas zonas francas pueden ser administradas por el sector público y sector privado, dentro de las zonas francas permanentes en Colombia existen 3 clases que son zonas francas comerciales, zona

franca transitoria y zona franca industriales esta última se subdivide en zona franca de bienes y servicios, zonas francas industrial de servicios turísticos, zonas francas industrial de servicios tecnológicos.

También existen zonas francas permanentes especiales en las cuales se desarrollan proyectos de inversión de alto impacto de inclusión económico y social.

Otros Incentivos Que Promueven La Inversión En Colombia.

Beneficios sectoriales.

Son todos los beneficios que Colombia ofrece en cuanto a las exenciones de impuestos de renta a varios sectores. Pasando de pagar la tarifa general del 34% al 0%.

Otros beneficios son: Servicios de ecoturismo certificado por el Ministerio de Ambiente, aprovechamiento de nuevas plantaciones forestales, servicio de transporte fluvial con embarcaciones y planchones de bajo calado, servicio de transporte fluvial con embarcaciones y planchones de bajo calado, venta de energía eléctrica generada con base en energía eólica, biomasa o residuos agrícolas, solar, geotérmica o de los mares, aprovechamiento de nuevos cultivos de tardío rendimiento en cacao, caucho, palma de aceite, cítricos y frutales.

Incentivos A Las Inversiones Y Donaciones Para Desarrollo Científico Y Tecnológico.

Los contribuyentes del impuesto sobre la renta que realicen inversiones o donaciones, directa o indirectamente, en proyectos calificados como de investigación y desarrollo tecnológico, tendrán derecho a deducir de su renta líquida en el período gravable en que se realicen. Adicionalmente dichas inversiones podrán descontar el 25% del valor invertido en dichos proyectos en el período gravable en que se realizó la inversión.

Estos incentivos son aplicables a las importaciones que buscan generar la devolución, aplazamiento, exención o suspensión de los gravámenes o impuestos.

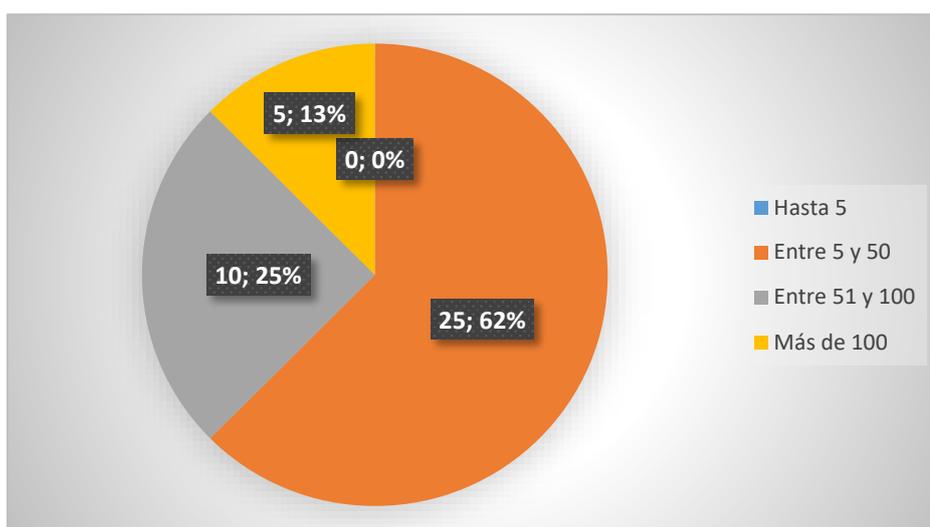
Zonas Especiales De Exportación.

Son áreas delimitadas ubicadas estratégicamente con municipios fronterizos dedicados a la prestación de servicios, la producción de bienes con una alta calidad exportadora.

10. Análisis De La Investigación

1. Tamaño de la empresa por cantidad de empleados.

C	FA	FAA	FR
Hasta 5	0	0	0%
Entre 5 y 50	25	0	62.5%
Entre 51 y 100	10	35	25%
Más de 100	5	40	12.5%
TOTALES	40	40	100%

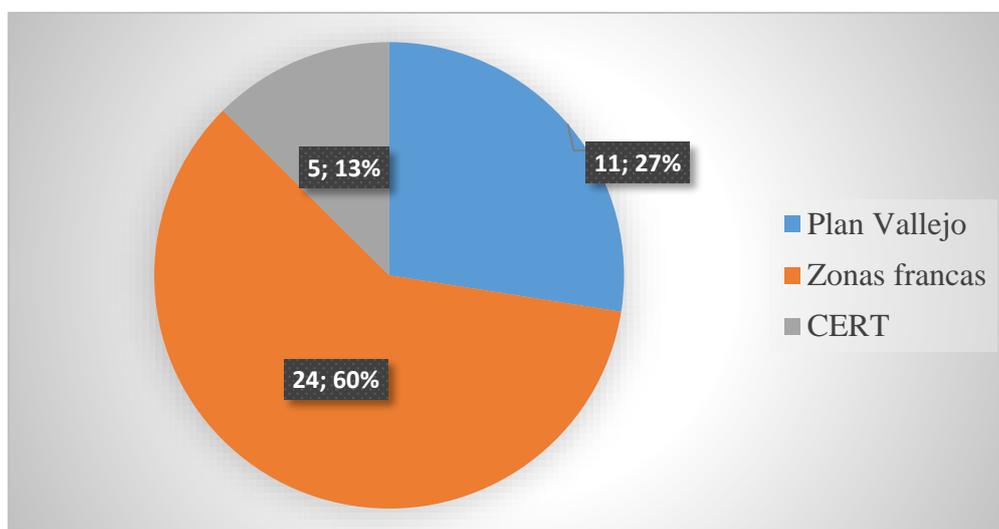


Análisis

De acuerdo a la información anterior, se pudo identificar que el mayor número de las empresas encuestadas son Pequeñas empresas con un 62,5%, seguida de las medianas empresas con un 25% y las grandes empresas con 12,5%.

2. De los siguientes cuáles incentivos conoce o a oído mencionar?

OPS DE RES	FA	FAA	FR
Plan Vallejo	11	11	27.5%
Zonas francas	24	35	87.5%
CERT	5	40	12.5
TOTALES	40	40	100%

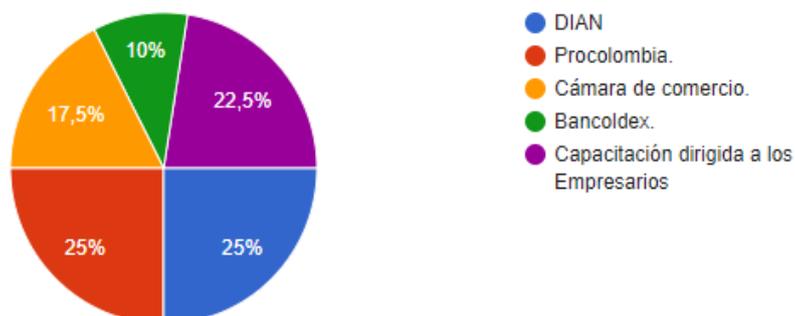


Análisis

Basados en la información anterior, se evidencia que las pequeñas y medianas empresas encuestadas, conocen sobre los incentivos de promoción a las exportaciones del cual un 87,5% corresponde a Zonas francas, 27,5% Plan Vallejo y el 12,5% CERT.

3. ¿A través de qué medios supo sobre los incentivos de promoción a las exportaciones?

OPS DE RES	FA	FAA	FR
DIAN	10	10	25%
Procolombia	10	20	25%
Cámara de comercio	7	27	17.5%
Bancoldex	4	31	10%
Capacitación	9	40	22.5%
TOTALES	40	40	100%

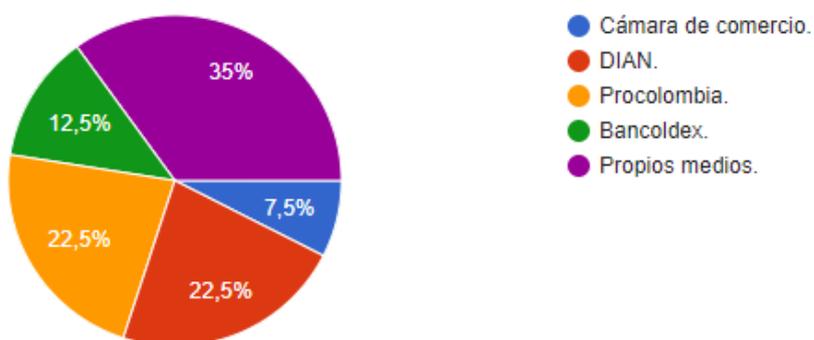


Análisis

Con base a lo anterior se observa que la mitad de las empresas encuestadas conocieron los incentivos por medio de la DIAN con un 25%, Procolombia 25%, otra parte manifestó conocer los incentivos por medio de las capacitaciones empresariales con un 22,5% y finalmente una mínima parte indicó conocer los incentivos por medio de la Cámara de comercio con 17,5% y Bancoldex con 10%.

4. ¿Para convertirse en una empresa exportadora hicieron uso de cuál de las siguientes herramientas para asesorarse?

OPS DE RES	FA	FAA	FR
Cámara de comercio.	3	3	7.5%
DIAN.	9	12	22.5%
Procolombia.	9	21	22.5%
Bancoldex.	5	26	12.5%
Propios medios.	14	40	35%
TOTALES	40	40	100%

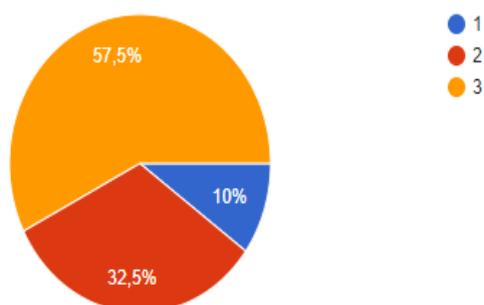


Análisis

Lo anterior arroja que las empresas encuestadas indicaron que hacen uso de las herramientas como Procolombia con un 22,5%, la DIAN 22,5%, otra parte importante con el 35% dice asesorarse por sus propios medios, y una pequeña parte acuden a Bancoldex con un 12,5% y con la cámara de comercio con el 7,5%.

5. Califique de 1 a 3 como se han visto beneficiados con los incentivos que existen para promover las exportaciones dentro de su empresa donde 1 es nada, 2 poco, 3 mucho.

OPS DE RES	FA	FAA	FR
1	4	4	10%
2	13	17	32.5%
3	23	40	57.5%
TOTALES	40	40	100%

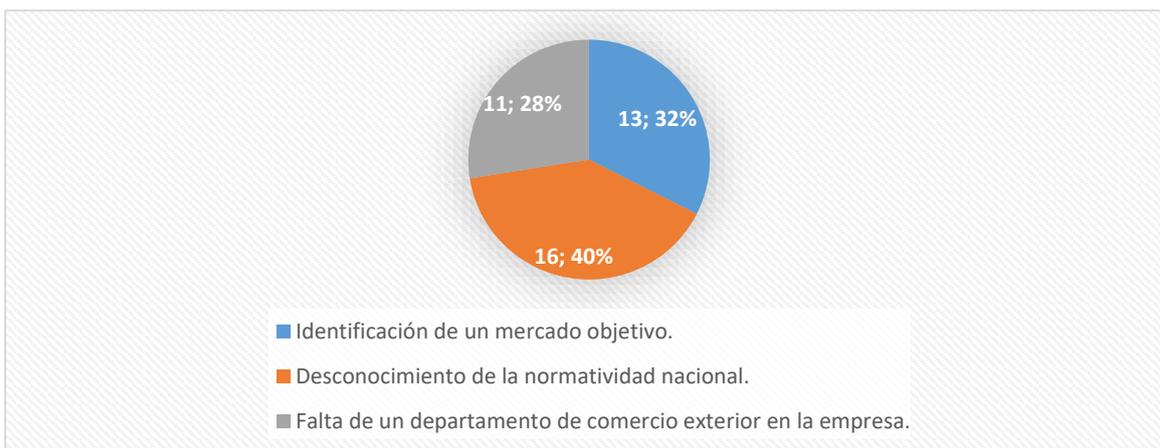


Análisis

De acuerdo a lo anterior se deduce que las empresas encuestadas calificaron los incentivos como buenos y no muy buenos, cuatro de las empresas califico en un 10% que no son muy buenos los beneficios de los incentivos y un total del 90% considera que son buenos los beneficios de los incentivos.

6. ¿Ha tenido alguna de las siguientes dificultades para poder exportar y así acceder a los incentivos que el gobierno brinda a las exportaciones?

OPS DE RES	FA	FAA	FR
Identificación de un mercado objetivo.	13	13	32.5%
Desconocimiento de la normatividad nacional.	16	29	40%
Falta de un departamento de comercio exterior en la empresa.	11	40	27.5%
TOTALES	40	40	100%

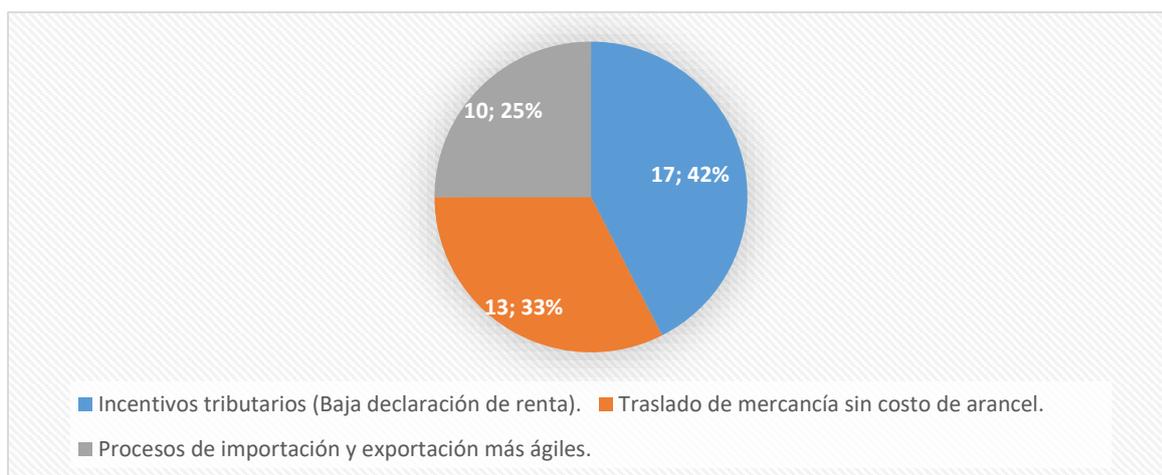


Análisis

Con lo anterior se deduce que las empresas encuestadas indicaron que una de las dificultades que se le ha presentado para exportar es identificar el mercado objetivo con el 32.5%, indican que tienen dificultades por falta de conocimiento en la normatividad con un 40% y finalmente un porcentaje mínimo del 27.5% indicaron que les falta un departamento de comercio exterior en la empresa.

7. El pertenecer a una zona franca le brinda ciertos beneficios, cuál considera que es más importante para su compañía?

OPS DE RES	FA	FAA	FR
Incentivos tributarios (Baja declaración de renta).	17	17	42.5%
Traslado de mercancía sin costo de arancel.	13	30	32.5%
Procesos de importación y exportación más ágiles.	10	40	25%
TOTALES	40	40	100%



Análisis

De acuerdo a lo anterior la encuesta desarrollada arrojó que un 42,5% de las empresas exportadoras se benefician al pertenecer a una zona franca con los incentivos tributarios, un 32,5% con el traslado de las mercancías sin costo de arancel y con un 25% con respecto a los procesos de importación y exportación más ágiles.

8. Selecciones un programa con el que la empresa cuente.

OPS DE RES	FA	FAA	FR
Procesamiento industrial por terceros	9	9	22.5%
Programas Especiales de Exportación – PEX	9	18	22.5%
Zonas Económicas Especiales de Exportación – ZEEE	10	28	25%
Ninguna de las anteriores	12	40	30%
TOTALES	40	40	100%



Análisis

Lo anterior significa que las empresas encuestadas indicaron que cuentan con un procesamiento industrial por terceros con un 22,5%, los programas especiales de exportación 22,5%. Una parte importante dijo que contaban con Zonas económicas especiales de exportación 25%; finalmente un 30% de las empresas encuestadas dijo que no contaba con ninguno de los programas mencionados.

9. De las siguientes entidades financieras cuál conoce que financian la actividad comercial de las pymes.

OPS DE RES	FA	FAA	FR
Banco de Comercio Exterior (Bancoldex)	16	16	40%
El Instituto de Fomento Industrial (IFI)	5	21	12.5%
Otras entidades bancarias	7	28	17.5%
Ninguna de las anteriores	12	40	30%
TOTALES	40	40	100%

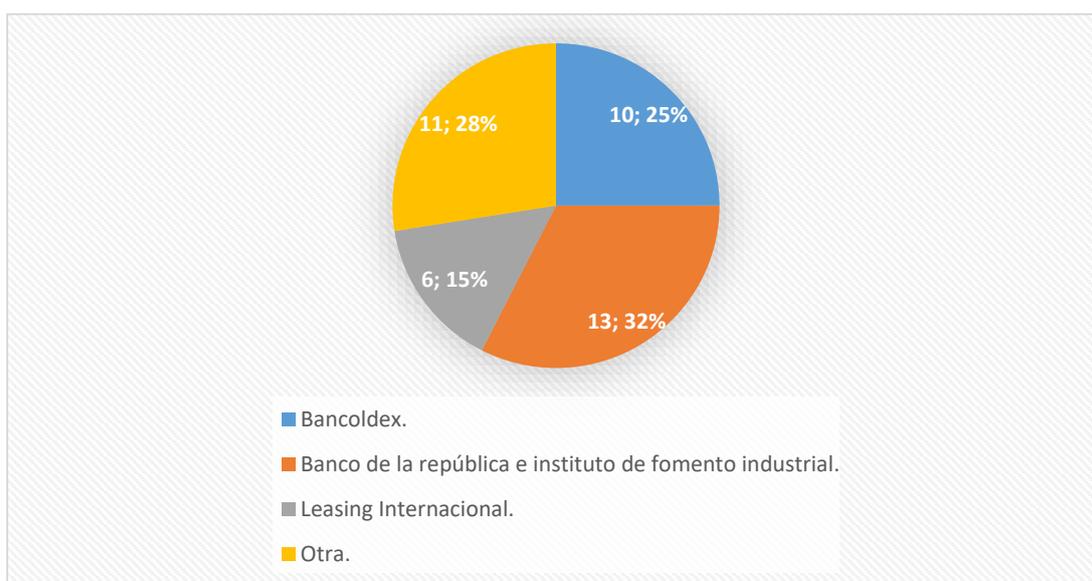


Análisis

De acuerdo a lo anterior se nota que las empresas encuestadas dice usar o conocer con un 40% el banco de comercio exterior (Bancoldex), el instituto de fomento industrial con el 12,5%, con un 17,5% informan conocer otras entidades bancarias y 30% informa no conocer ni usar ninguna entidad financiera.

10. ¿cuál de los siguientes intermediarios financieros utilizó para financiar su actividad exportadora?

OPS DE RES	FA	FAA	FR
Bancoldex.	10	10	25%
Banco de la república e instituto de fomento industrial.	13	23	32.5%
Leasing Internacional.	6	29	15%
Otra.	11	40	27.5%
TOTALES	40	40	100%

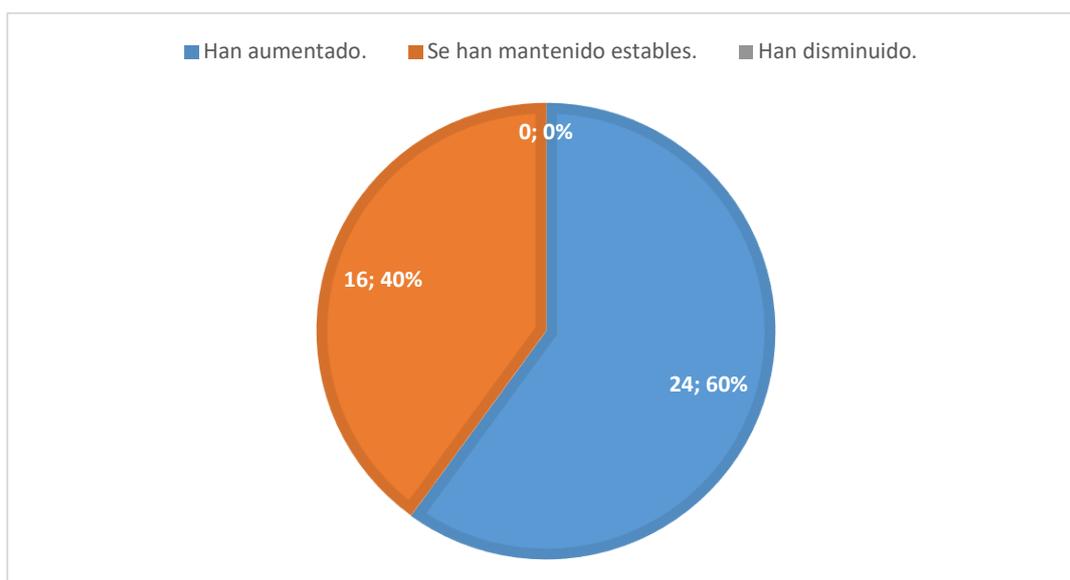


Análisis

De lo anterior se puede observar que las empresas en su gran mayoría hacen uso de Banco de la república el cual tiene un porcentaje del 32,5%, Bancoldex con el 25% Y una minoría indica que hacen uso de leasing internacional el cual tiene un porcentaje del 15%, por último las empresas usan en un 27,5% otros intermediarios.

11. Desde el momento que comenzó a beneficiarse de los diferentes incentivos a las exportaciones, sus ventas en el exterior.

OPS DE RES	FA	FAA	FR
Han aumentado.	24	24	60%
Se han mantenido estables.	16	40	40%
Han disminuido.	0	40	0%
TOTALES	40	40	100%



Análisis

De lo anterior arrojado se puede observar que las exportaciones han aumentado en un 60% desde que comenzó a beneficiarse con los incentivos y el 40% las han mantenido estables.

11. Análisis De Los Resultados

Comenzamos hablando acerca de los resultados que arrojó la primera pregunta, donde se relaciona directamente con la teoría del nuevo comercio internacional ya que allí fue donde tomamos la muestra incluyendo empresas pequeñas (62.5%), medianas (25%) y grandes (12.5) del sector exportador de plásticos en la Ciudad de Medellín, en esta teoría del nuevo comercio internacional donde no solo se quiere centrar en las grandes compañías, si no que no quieren pasar por alto las empresas medianas y pequeñas ya que estas son verdaderamente el motor de una economía exportadora en cualesquier país. Por eso esta pregunta la comparamos con dicha Teoría porque tenemos claro que no solo las empresas grandes son las únicas que pueden exportar en grandes dimensiones y lograr la actividad comercial se mantenga dentro del mercado con grandes porcentajes de rentabilidad. Las empresas medianas y pequeñas han logrado mantenerse en el mercado y caracterizasen por presentar las mayores cantidades en productividad.

A pesar que los grandes estudios arrojen que las empresas de grandes corporaciones mundiales, controlan el comercio y sobre todo en los países que están desarrollados. Con esta teoría se concluye lo contrario ya que las empresas en menores dimensiones han logrado que sus ventas extranjeras sobresalgan así como lo producido; en el momento de comenzar a juntar la base de datos para realizar las encuestas realmente lo que más encontramos son empresas exportadoras de plástico pequeñas y medianas, y un menor porcentaje fueron empresas grandes.

Teniendo en cuenta la segunda pregunta sobre los incentivos que conocen o utilizan los exportadores arrojó como resultado que son las Zonas francas el principal

medio que conocen o usan las empresas debido que facilitan el desarrollo de sus actividades a causa de estar en un territorio delimitado y por tener beneficios tributarios y la excepción de algunos impuestos, volviéndolas competitivas en mercados internacionales. Sin dejar de lado el resultado que demuestra que el plan vallejo es otro de los incentivos más conocidos ya que por su flexibilización este programa, busca otorgar mejores herramientas a los empresarios, impulsando más a exportar y aumentar las ventas en el exterior, este programa es utilizado por grandes empresas con el fin de que los empresarios puedan adquirir un mayor ahorro en sus exportaciones, aunque para ello deben adquirir compromisos con el estado en cuanto a los porcentajes de cumplimiento en las exportaciones.

De acuerdo al autor David Ricardo el cual coinciden con la Teoría de Adam Smith sobre las ventajas comparativas explicadas en el libro “Principles of Political Economy”; donde se estableció que es importante la especialización de los países en la producción de bienes y servicios, es por esto que las empresas exportadoras deben conocer y capacitarse sobre el desarrollo de los procesos para esto debe contar con las asesorías, herramientas y medios que divulgan la existencia de incentivos que estimulan a las empresas exportadoras para que estas aumenten su actividad comercial lo cual se concluyó de la pregunta número tres.

De la pregunta número cuatro se concluye que muchas de las empresas exportadoras utilizan su capital para contratar personal con conocimiento y manejo del tema de exportaciones para el desarrollo de su actividad comercial internacional; sin embargo otras empresas acuden a las entidades oficiales y privadas en busca de asesorías con el fin de que estas entidades financieras apoyen su incursión en

sus procesos de exportación. Teniendo en cuenta la teoría de Adam Smith “ventaja absoluta” donde los países deben usar sus recursos para mejorar la producción, en este caso se entiende que las empresas deben buscar en el recurso humano personal calificado que les permita mejorar sus procesos, disminuyendo tiempos y costos en la realización de estos.

Todo esto está ligado con la Teoría del Crecimiento Económico, el cual se incrementa a medida que se expande el comercio internacional junto con las políticas de apertura, buscando superar las limitaciones que presentan los mercados internos y siendo beneficiosos para los países o las empresas que practican el comercio exterior como mecanismo de crecimiento.

Según los resultados obtenidos de la pregunta número cinco concluimos que las empresas que indican poco favorables los incentivos pueden desconocer el correcto cumplimiento de requisitos para poder verse beneficiados con estos, lo cual va en contra de la teoría de las ventajas comparativas, porque esa minoría de empresas no son competitivas frente a otras empresas en el mercado internacional, es por eso que todas las empresas exportadoras deben estar a la vanguardia con respecto a los beneficios que le brindan los incentivos; cuales son más favorables de acuerdo a su volumen de exportaciones, así como que requisitos se deben cumplir para poder aplicar a ellos.

Por el contrario las empresas que ven favorable los incentivos, son empresas productivas que han accedido a los beneficios que ellos brindan, los cuales les han permitido crecer en sus exportaciones y les ha generado grandes beneficios con respecto algunos impuestos.

En cuanto a la pregunta número seis que investiga sobre las dificultades que se les han presentado a los exportadores para el desarrollo de su actividad comercial, se concluye que las barreras que encuentran los exportadores para cumplir con sus exportaciones, es por el desconocimiento en el desarrollo de sus procesos y la falta de capacitación en normatividad que es lo primordial.

Teniendo en cuenta La Teoría del Comercio Internacional, a partir de la cual se establecieron las normas con las cuales se empezaron a crear y regular los incentivos para que aquellas empresas exportadoras tuviesen conocimiento de cuales son y cómo funcionan; el conocimiento de la normatividad disminuiría las barreras que pueden encontrar en la realización de sus operaciones, lo cual les puede generar extra costos que afectan la competitividad y termina encareciendo los productos en el mercado internacional.

Con respecto a la séptima pregunta se puede concluir que para las empresas exportadoras entre los diferentes beneficios que ofrece la utilización de las zonas francas, el más importante es el beneficio tributario ya que disminuye los costos haciendo más rentable las ventas al exterior; teniendo en cuenta que las zonas francas son consideradas como un instrumento de promoción a las exportaciones, por los diferentes beneficios que le brinda a las empresas exportadoras los cuales están establecidos en las políticas de las zonas francas. Con todo esto se puede concluir que el beneficio tributario es el que más se impulsa los exportadores por utilizar las zonas francas, así como se mostró en la pregunta dos.

En cuanto a la pregunta ocho que habla sobre los programas que utilizan los exportadores, se puede establecer que varias de las empresas que tienen definido algún

programa con el cual puedan facilitar su proceso de comercio exterior y de esta manera puedan acceder a los beneficios que le pueden proporcionar el uso de programas vinculados a los incentivos, también se puede concluir de acuerdo a la respuesta de la pregunta número 6 que muchas empresas por el desconocimiento de la existencia de estos programas y de la normatividad que la rige no las aplican en sus programas de exportación lo que hace que pierdan beneficios en las exportaciones que deseen realizar y esto les genere un incremento en los gastos y en el envío de ellas.

De acuerdo a la pregunta nueve, las entidades financieras que más conocen los exportadores en los que realizan sus actividades comerciales es la entidad de Bancoldex ya que por medio de ella las pequeñas, medianas empresas pueden buscar oportunidades de financiación para sus respectivas negociaciones de exportación con esto se puede concluir que tiene más reconocimiento en el mercado por las empresas que se mueven al alrededor del comercio internacional, para este caso los exportadores; además es una entidad que tienen alianzas estratégicas con el gobierno nacional, con bancos, corporaciones y cooperativas financieras, cooperativas de ahorro y crédito, cajas de compensación, fondos de empleados y otras entidades vigiladas y no vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia. Al tener convenio con estas entidades el objetivo es brindar apoyo a los exportadores y facilitar el desarrollo de sus procesos de comercio exterior, también encontramos otras entidades que son utilizadas por los exportadores como lo es el banco de la república entidad que fomenta el desarrollo para las empresas que desean incursionar en las exportaciones, de acuerdo a la respuesta de la pregunta diez es la entidad que han utilizado las empresas para financiar las actividades exportadoras que han desarrollado alguna de las empresas encuestadas.

También aclarar que muchos de los exportadores han desarrollado su actividad con el capital invertido por los socios de la compañía.

De acuerdo al resultado arrojado en la respuesta once con el cual se puede evidenciar como ha sido el movimiento de las ventas en el exterior de las empresas exportadoras donde la mayoría de las empresas encuestadas indicaron que las ventas aumentaron y en una proporción inferior otras empresas indican que se han mantenido estables por lo que podemos concluir para estas últimas pueden deberse al desconocimiento normativo según pregunta número seis y la falta de personal calificado para desarrollar eficazmente los procesos de exportación como lo indica la pregunta número dos.

Estableciendo como cultura promover las exportaciones, buscando el crecimiento económico del país, las diferentes autoridades establecieron la implementación de los incentivos a las empresas exportadoras con el fin de obtener beneficios que permita que las empresas exportadoras tengan un crecimiento en sus ventas en el exterior y generando estabilidad en sus exportaciones; enfocados en pequeñas y medianas empresas, para esto se crearon entidades cuyo objetivo es brindar apoyo en temas de comercio exterior, para nuestro caso en las exportaciones de las diferentes empresas que desean incursionar en el mercado internacional. La creación de los incentivos se ha ido dando de acuerdo a las necesidades que han manifestado por el sector exportador.

La existencia de los incentivos hace que las empresas apliquen la teoría de la ventaja comparativa y la ventaja absoluta de tal forma que se especialicen en la

producción y venta al exterior, que sus productos sean de buena calidad volviéndose competitivos con otras empresas internacionales lo que les permita incrementar sus exportaciones, igualmente vincular personal capacitado que les permita realizar exitosamente los procesos de exportación y tecnificar los procesos de la compañía a medida que van surgiendo la necesidad de hacerlo, sin descartar que aplica otras teorías como son la teoría del comercio internacional, la teoría del crecimiento económico entre otras .

También es importante recalcar que las empresas exportadoras deben cumplir algunos requisitos o condiciones para poder disfrutar de los beneficios que ofrecen los incentivos brindados por el gobierno como tener el registro único tributario, el registro nacional exportadores de bienes y servicios, así como para la aplicación de programas que están ligados a los programas de promoción de las exportaciones.

Colombia produce infinidad de productos que han logrado entrar a los mercados extranjeros solo porque son productos que nosotros somos los protagonistas a la hora de producirlos y esto es porque contamos con los recursos necesarios, por el contrario de los productos que nosotros no tenemos los recursos se prefiere mejor importar es allí donde se realiza el intercambio de bienes que es más benéfico para un país.

El plan vallejo ha sido un incentivo importante para los exportadores donde les exoneran impuestos y gravámenes, ya que les ha permitido a los exportadores importar su materia prima para terminar el producto final y venderlo al exterior.

Otro de los incentivos que fue uno de los más favorables en los resultados obtenidos fueron las Zonas francas, ya que estas son las que atraen mayor inversión extranjera, promueve las exportaciones, disminuyen el desempleo.

De acuerdo a lo que hablan las ventajas comparativas y absolutas, además que enfatizan que es importante exportar lo que más se produce, se concluye que el buen manejo de la tasa de cambio es un elemento importante para que las exportaciones se diversifiquen y sean más dinámicas.

Se concluye que las entidades financieras que brinda el gobierno para los exportadores ha sido beneficiosas para financiar su actividad comercial, debido a que les ofrecen una tasa de interés baja comparando con otras entidades financieras que se ven en el mercado. Los grandes desembolsos se ven más que todo en los sectores industriales.

Los incentivos han sido un gran determinante para promover las exportaciones y lograr que crezcan en el mercado extranjero, pero no basta con esto porque dentro de un mercado también es importante tener en cuenta la calidad, el cumplimiento de las normas internacionales para lograr un abastecimiento en los mercados locales y se pueda exportar competitivamente a los mercados internacionales.

Es allí donde nos centramos en la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith en su obra clásica "The Wealth of Nations" de 1776, argumentaba que los países deben especializarse en la producción de mercancías para las que tengan una ventaja absoluta y, posteriormente intercambiar estos productos por artículos producidos por otros

países, nunca se debe producir en casa lo que se pueda adquirir, a un menor costo, de otros países”.

“Los economistas suecos Eli Heckscher, en 1919, y Bertil Ohlin, en 1933, expusieron una explicación distinta de la ventaja comparativa. Ambos aseguraron que la ventaja comparativa es producto de las diferencias en la dotación de factores (tierra, mano de obra y capital) Distintas dotaciones de factores explican las diferencias en los costos relativos a los factores. Entre más abundante es un factor, menor es su costo. Los países exportarán aquellos bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente abundantes, e importarán bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente escasos”.

Estos economistas suecos lo que quieren decir con su teoría, es que vale y aporta más un factor abundante en cada país, donde se refieren a la mano de obra, recursos disponibles y capital; lo anterior puede ser cierto pero en muchos países la mano de obra puede ser costosa es allí donde se debe recurrir a importar los productos porque no se cuenta con este y más factores abundantes. O en el caso de los recursos por ejemplo hablando de cultivos no se cuenta con suficientes terrenos para realizar la siembra.

Esto quiere decir que no podemos entrar a producir y producir por solo abastecer el mercado, si no que debemos pensar que otros países pueden producir el mismo producto a un menor costo y de mejor calidad y nosotros podemos hacer un intercambio de bienes, produciendo en lo que mejor nos va.

Por ejemplo nosotros somos los mejores en exportar café porque contamos con los recursos necesarios para que este proceso sea exitoso, y Chile cuenta con los

recursos para podernos exportar piña, es allí donde se acuden a los incentivos para lograr cumplir con la normatividad y especializarnos para que el intercambio de dichos bienes sea competitivo en el mercado y se logre una rentabilidad.

Las empresas exportadoras que están enfocadas en desarrollar actividades de comercio exterior deben estar preparadas para enfrentar los desafíos que se presenten, adaptarse a los cambios que exigen los diferentes mercados; para lo cual deben implementar estrategias que les permita lograr destacarse por su alto nivel competitivo y poder ofrecer a sus clientes en el exterior productos que suplan las necesidades de los consumidores.

Uno de los obstáculos que se pueden encontrar los pequeños exportadores o las personas que desean iniciar sus empresas ha sido el desconocimiento o la falta de asesoría de cómo realizar de manera óptima todos los trámites necesarios para desarrollar algún programa que les permita hacer uso de los incentivos que el gobierno implemento para impulsar a estos empresarios brindándoles una serie de beneficios.

Las empresas exportadoras deben tener claro que en momento de querer incursionar en el medio de las exportaciones hay varios factores a tener en cuenta, saber que incentivo es el más conveniente para sus exportaciones, a que entidades puede acudir en un momento que necesite asesorarse acerca de algún trámite para poder realizar negociaciones en el extranjero, en el momento de requerir un préstamo también es muy importante que tenga claro que entidad lo puede financiar y con que interés es favorable para solicitar dicho préstamo con el fin de realizar una muy buena exportación en el cual la empresa se beneficie y tenga buena rentabilidad.

Conclusiones Generales

- Con el desarrollo del presente trabajo se definieron, qué son y cuáles son los incentivos utilizados para promover el desarrollo de las exportaciones de producto plásticos en la ciudad de Medellín, para lo cual se investigó cuáles fueron los motivos por los que el gobierno decidió establecer normas para implementarlos.

- Así mismo se conocieron los beneficios que los incentivos ofrecen para los exportadores, quienes adquieren algunos compromisos que deben ser cumplidos para poder acceder a los incentivos, también se conoció que el objetivo es el de incrementar las exportaciones estimulando y diversificando la industria y sectores productivos del país, en este caso de productos plásticos.

- Se concluye que todo exportador para poder hacer uso de los beneficios que ofrecen los incentivos debe cumplir una serie de requisitos, entre los cuales está como principal el demostrar que se realizó una exportación de la cual se generaron una serie de movimientos (salida de mercancías, reintegro de divisas, etc.). Por lo tanto el incumplir algún requisito de significa el no poder aplicar el beneficio.

Recomendaciones

Es importante que las empresas exportadoras cuenten con un departamento de comercio exterior, con personal calificado para lograr exitosamente sus procesos de exportación y de esta manera acceder a los incentivos que brinda el gobierno, ya que con ellos se puede lograr adquirir alianzas estratégicas que permitan reducir costos y diversificar el producto.

Es importante tener en cuenta que se necesita tener un capital o contar con el apoyo de entidades financieras para poder incursionar en el mercado internacional, cabe aclarar que no es necesario ser una gran empresa para lograr una actividad comercial efectiva en el exterior, sino desarrollar buenas estrategias.

Es muy necesario que las empresas exportadoras se apoyen en las entidades que existen para asesorarse en el tema de los diferentes incentivos que el gobierno creó con el fin de incrementar las exportaciones y que esto se vea reflejado en la balanza comercial.

Bibliografía

- CÁCERES, W. (2013). *Las exportaciones y el crecimiento económico en Colombia 1994-2010*. BOGOTÁ. Obtenido de *Las exportaciones y el crecimiento económico en Colombia 1994-2010*.
- DAVID A. RICO. (2010). *BIBLIOTECA DIGITAL CAMARA DE COMERCIO*. Obtenido de BIBLIOTECA DIGITAL CAMARA DE COMERCIO:
<http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11508/100000050.pdf?seq>
- ESPINOSA, A. M., & VILLEGAS, A. M. (2000). *LOS INCENTIVOS A LAS EXPORTACIONES EN COLOMBIA FRENTE A LOS COMPROMISOS ASUMIDOS ANTE LA OMC*. BOGOTÁ.
- GRAALES, T. (2000). *TIPOS DE INVESTIGACION*.
- HERNANDEZ, R., FERNANDEZ, C., & BATISTA, P. (2006). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN* (4TA ed.).
- Ministerio de Comercio Exterior, República de Colombia. (2000). *GUIA PARA EXPORTAR EN COLOMBIA*. Obtenido de GUIA PARA EXPORTAR EN COLOMBIA:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r3NFuuRAgKsJ:fundacion.coomeva.com.co/archivos/red/guiadeexportacion.doc%3FTRIBUSID%3Ddbbec0d4c4e59b14f31ed0658aebd5d+&cd=7&hl=es&ct=clnk&gl=co>
- PABLO, O. (1998). *POLITICAS E INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES EN COLOMBIA*. Obtenido de POLITICAS E INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES EN COLOMBIA:
http://www20.iadb.org/intal/catalogo/integracion_comercio/e_INTAL_IYC_4-5_1998_Ochoa.pdf
- PROCOLOMBIA. (s.f.). *PROCOLOMBIA*. Obtenido de PROCOLOMBIA:
<http://www.procolombia.co/procolombia/nuestra-historia>

Anexos



**Tecnológico De Antioquia
Institución Universitaria
Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas**

Encuesta

**Esta Encuesta Es Realizada Únicamente Con Fines Académicos Como Trabajo De Investigación Para El Proyecto De Grado.
¡De antemano muchas gracias por su colaboración!**

1. Tamaño de la empresa por cantidad de empleados
 - Hasta 5 empleados.
 - Entre 5 y 50 empleados.
 - Entre 51 y 100 empleados.
 - Más de 100 empleados.

2. De los siguientes cuáles incentivos conoce o a oído mencionar?
 - Plan Vallejo
 - Zonas francas
 - CERT

3. ¿A través de qué medios supo sobre los incentivos de promoción a las exportaciones?
DIAN
 - Procolombia.
 - Cámara de comercio.
 - Bancoldex.
 - Capacitación dirigida a los Empresarios

4. ¿Para convertirse en una empresa exportadora hicieron uso de cuál de las siguientes herramientas para asesorarse?
 - Cámara de comercio.
 - DIAN.
 - Procolombia.
 - Bancoldex.
 - Propios medios.

5. Califique de 1 a 3 como se han visto beneficiado con los incentivos que existen para promover las exportaciones dentro de su empresa donde 1 es nada, 2 poco, 3 mucho

1__ 2__ 3__

6. ¿Ha tenido alguna de las siguientes dificultades para poder exportar y así acceder a los incentivos que el gobierno brinda a las exportaciones?

- Identificación de un mercado objetivo.
- Desconocimiento de la normatividad nacional.
- Falta de un departamento de comercio exterior en la empresa.

7. El pertenecer a una zona franca le brinda ciertos beneficios, cuál considera que es más importante para su compañía?

- Incentivos tributarios (Baja declaración de renta).
- Traslado de mercancía sin costo de arancel.
- Procesos de importación y exportación más ágiles.

8. Seleccione un programa con el que la empresa cuente

- Procesamiento industrial por terceros
- Programas Especiales de Exportación – PEX
- Zonas Económicas Especiales de Exportación – ZEEE
- Ninguna de las anteriores

9. De las siguientes entidades financieras cuál conoce que financian la actividad comercial de las pymes.

- Banco de Comercio Exterior (Bancoldex).
- El Instituto de Fomento Industrial (IFI).
- Otras entidades financieras.
- Ninguna de las anteriores.

10. ¿Cuál de los siguientes intermediarios financieros utilizó para financiar su actividad exportadora?

- Bancoldex.
- Banco de la república e instituto de fomento industrial.
- Leasing Internacional.
- Otra.

11. Desde el momento que comenzó a beneficiarse de los diferentes incentivos a las exportaciones, sus ventas en el exterior

- Han aumentado.
- Se han mantenido estables.
- Han disminuido.