

Caracterización y desafíos de la internacionalización en las mipymes del sector agrícola

Characterization and challenges of internationalization in the agricultural sector

*Estrella del Carmen, Camacho-Alvis¹, Tatiana, Londoño-Ochoa²,
Francia, Prieto-Baldovino³*

Resumen

Analizar las características y desafíos de la internacionalización de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) del sector agrícola en Montería, Córdoba, con el fin de identificar estrategias y herramientas prácticas que faciliten su expansión en el mercado internacional y mejoren su competitividad en un entorno globalizado. A pesar del crecimiento económico en países como Estados Unidos, Alemania y Japón, las barreras arancelarias y no arancelarias dificultan el acceso a nuevos mercados para los productos agrícolas colombianos. Este trabajo se llevó a cabo mediante una metodología descriptiva con un enfoque cuantitativo en un estudio de campo de las microempresas del sector. Se realizó una tipología de la temática, lo cual nos proporciona un mapa de necesidades para proyectar las micro, pequeñas y medianas empresas hacia mercados internacionales. La competitividad de las empresas locales se ve impactada por la obligación de cumplir con los estándares de calidad y certificaciones internacionales requeridos por los mercados desarrollados. La presión por la sostenibilidad ambiental y social constituye un desafío adicional para el proceso de internacionalización. Para superar los desafíos mencionados, es fundamental que las empresas agrícolas en Montería - Colombia realicen inversiones en innovación, tecnología y formación con el fin de elevar su nivel de competitividad y ajustarse a las exigencias del mercado global.

Palabras Clave: *Internacionalización, Competitividad, Eficiencia, Tecnología, Innovación, Agrícolas.*

Abstract

In a globalized and highly competitive environment, the internationalization of small enterprises in the agricultural sector in Monteria - Colombia faces multiple challenges. Despite economic growth in countries such as the United States, Germany and Japan, tariff and non-tariff barriers make it difficult for Colombian agricultural products to access new markets. This work was carried out using a descriptive methodology with a quantitative approach in a field study of microenterprises in the sector. A typology of the topic was carried out, which provides us with a map of needs for projecting micro,

¹ Mg. en Finanzas, especialista en gerencias de proyectos, Economista. Docente Investigadora. Universidad del Sinú. Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y contables, Miembro del grupo. Colombia. Email: estrellacamacho@unisnu.edu.co <https://orcid.org/0000-0003-4623-119X>.

² Mg. en Administración. Docente Cátedra. Universidad de Cartagena. Facultad de Ciencias Económicas. Departamento de Administración de Empresas a Distancia. Colombia. Email: tondonoo@unicartagena.edu.co, <https://orcid.org/0000-0002-7093-041X>

³ Doctora en Educación. Magíster en Administración de Empresas. Especialista en Gerencia del Recurso Humano. Especialista en Investigación Aplicada a la Educación. Administradora de Empresas. Docente Investigadora Categoría Asociada; Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum, Montería. Miembro del grupo de investigación. Colombia. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0834-7397> Email: franciaprieto@unisnu.edu.co.

small and medium-sized enterprises towards international markets. The competitiveness of local is impacted by the obligation to comply with international quality standards and certifications required by developed markets. The pressure for environmental and social sustainability is an additional challenge to the process of internationalization. To overcome the above-mentioned challenges, it is essential that agricultural enterprises in Monetaria -Colombia invest in innovation, technology and training in order to raise their level of competitiveness and adjust to the demands of the global market.

Keywords: Internationalization, Competitiveness, Efficiency, Technology, Innovation, Agriculture.

Códigos JEL: R1- O1. O2 - Q1

Introducción

De acuerdo con el Banco Mundial (2022), la agricultura desempeña un papel crucial en la economía de diversas naciones, proporcionando alimentos y materias primas esenciales para una variedad de industrias. En consecuencia, las corporaciones pertenecientes al sector agrícola han intensificado su interés en explorar nuevas oportunidades para expandir sus mercados a escala global. En el escenario contemporáneo, es imperativo que las corporaciones vinculadas al sector agrícola orienten su enfoque hacia el comercio internacional con el objetivo de salvaguardar su competitividad en un contexto de globalización. Es factible postular que la demanda global de productos agrícolas es considerablemente elevada (Naciones Unidas, 2020), resulta crucial enfatizar que, para entrar en el mercado internacional, las entidades pertenecientes al sector agrícola requieren desarrollar un enfoque productivo específico orientado hacia la exportación. Esto implica que las corporaciones se acomoden a las regulaciones y demandas de los países en los que buscan comercializar sus productos. En este contexto, se requiere una actualización continua y adaptación de las prácticas productivas y comerciales.

El propósito de esta investigación es poner de manifiesto el impacto y los retos que la internacionalización de las entidades agrícolas puede acarrear tanto en el ámbito mercantil como dentro de la organización misma. En el presente estudio se llevará a cabo un análisis bibliográfico de diversas herramientas y estrategias que podrían ser utilizadas por las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes). Estas entidades empresariales de origen cordobés aspiran a expandir su presencia en el mercado internacional, empleando estas directrices como instrumentos pragmáticos para la formulación de estrategias comerciales. Se procederá igualmente al análisis de casos análogos que operen en el mismo sector empresarial que la muestra, con el objetivo de capitalizarlos para potenciar la eficacia y eficiencia de dichas organizaciones en la región de Córdoba. El problema planteado es: ¿Cuáles son las características y desafíos de la internacionalización en las Micro y Pequeñas Empresas (MIPYMES) del sector agrícola en Montería, Córdoba? Elabora la introducción incorporando el problema en cuestión.

Antecedentes.

El trabajo realizado por Marcela Amaro Rosales y Rebeca de Gortari Rabiela tiene por nombre "Innovación inclusiva en el sector agrícola mexicano: los productores de café en Veracruz" y fue publicado en 2016. En primera medida tiene como objetivo presentar una propuesta de análisis para los productores de café en Veracruz con el enfoque de innovación inclusiva y revisar los impactos económicos de dicho proceso. Su metodología consta de un enfoque cualitativo donde se utilizaron herramientas como entrevista semiestructurada, acompañamiento y capacitación. Los resultados arrojan que la agricultura mexicana ha contraído diferentes cambios que han ocasionado problemas y eso impacta en la sostenibilidad de las comunidades destinadas a la producción agrícola, como el grupo de cafeteros que se han afectado por diversas crisis de varias índoles; finalmente se concluye que se debe adelantar proyectos de innovación que generen impactos positivos sobre el contexto de

la agricultura. Desde nuestra percepción la innovación debe insertarse porque no apoya la parte económica sino también la parte social.

El aporte de este trabajo tiene una dirección hacia la necesidad de las Organizaciones aplicar en sus procesos de producción la innovación y la tecnología, fundamental para la internacionalización de las estas.

El trabajo realizado por William Suarez Gómez y Jorge Ayala Cruz, tiene por nombre “El cabotaje marítimo en la cadena de suministros agrícola de Puerto Rico” fue publicado en 2016, su objetivo es analizar los efectos de medidas no tarifarias en el sector agroindustrial en Puerto Rico, a metodología tiene un enfoque cualitativo y consistió en entrevistas semiestructuradas y análisis de datos secundarios: la muestra fueron 17 empresas puertorriqueñas dedicadas a la exportación de materias primas y 31 representantes del servicio técnico marítimo/logístico. Los resultados arrojan que existen deficiencias en el sector portuario, que hay una diversidad de oferentes en los productos agrícolas, que existen costos como en la energía que limitan el proceso de importación. Se concluye que, si existen limitaciones de competitividad en el sector agroindustrial en puerto Rico y que se hace complicado resolverlo, gracias a la dependencia comercial que tienen sobre EE. UU. Finalmente argumentaría que estoy de acuerdo con lo presentado y que sigue la misma trazabilidad en los otros países latinos, ahora, mi única sugerencia es que se puedan construir soluciones que redirecciones su aspecto portuario y comercial.

Existe una imperativa necesidad de realizar inversiones en infraestructuras destinadas a zonas portuarias. Estas infraestructuras deben facilitar tanto la entrada de insumos y maquinaria para los procesos, como la salida de la producción agrícola de la región. Es crucial que esta inversión sea considerada dentro de las políticas económicas del país con el fin de lograr la internacionalización de la producción local.

La investigación realizada por Fabiana Ferreira da Silva, Daniel Knebel Baggio y David Ferreira López Santos, tiene por título “Governance and performance model for agricultural cooperatives” y fue publicado en 2022, su objetivo es proponer un modelo de desempeño basado en los principios de gobierno corporativo para las cooperativas agrícolas en Brasil. Como metodología se aplicó un análisis factorial y discriminante, con la ayuda de cuestionarios estructurados y una muestra de 770 cooperativas agrícolas brasileñas. Los resultados arrojan que la presencia agrícola en la región es demasiado importante y es necesario generar acciones para que esta sea más productiva; en el enfoque organizacional se deben capacitar al comité que intervenga en el manejo de simetría empresarial; como cualquier otra empresa las cooperativas atienden sus obligaciones financieras, lo que impacta en su rentabilidad bruta. Se concluye que las cooperativas deben buscar una visión más amplia de y que las alternativas diseñadas por el modelo planteado se estructuran para aumentar la rentabilidad de esta, y generar impacto en su modelo económico.

Es relevante resaltar la contribución de los autores a este estudio, ya que proporciona perspectivas estratégicas aplicables al desarrollo de un conglomerado empresarial fortalecido en conocimiento e investigación. Una forma adecuada de lograrlo es asociar productos de menor escala en diversas organizaciones para facilitar la gestión de recursos necesarios.

El trabajo realizado por Lila Bada Carbajal, Luis Rivas Tobar y Hernán Littlewood Zimmerman, tiene por título “Modelo de asociación de la cadena productiva En las MIPYME agroindustriales” y fue publicado en 2017. Su objetivo es crear un modelo de asociatividad de cadena productiva para las MIPYME agroindustriales de cítricos. Su metodología aborda un enfoque mixto, diseñando un análisis factorial y evaluando una muestra de 20.075 MIPYME agroindustriales del estado Norte de Veracruz, México; entran en juego variables como actores directos, servicios de apoyo, el entorno, las relaciones, y las políticas de gobierno. Los resultados arrojan: la asociabilidad de la cadena productiva del modelo planteado tiene un valor del 0.993 mientras que las variables “relaciones y entorno” tuvieron un indicador muy (0.36 y 0.041). Se concluye: el modelo presentado tiene un porcentaje significativo con relación factores propios, servicio de apoyo, y políticas de gobierno, y

que desafortunadamente las variables entorno y relaciones no tiene influencia sobre la asociatividad. Desde mi perspectiva, considero que estos dos últimos factores son muy importantes y se debería impulsar su desarrollo como fomento de asociatividad.

En las economías emergentes, es crucial la unificación de esfuerzos con el fin de minimizar costos y gestionar insumos y materias primas a través de sistemas integrales que abarcan una serie de procesos interconectados. Esto permite comprender cómo se agrega valor a los productos en cada etapa, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega al consumidor final.

Internacionalización

El trabajo realizado por Valle Santos Álvarez y Teresa García Merino, tiene por título “Motivación del empresario y atención informativa en la internacionalización: un análisis regional en el sector español de piedra natural” y fue publicado en 2016. Su objetivo es identificar los motivos que impulsan al empresario a su internacionalización. Su metodología es de enfoque cualitativo con el desarrollo de un evento empírico, con una muestra de 298 empresas de la industria española de piedra natural. Los resultados arrojan que el 61% de los empresarios afirman que la visión internacional parte de una motivación endógena; existe una relación proporcional entre el tamaño y la experiencia; y que no existe una relación entre tamaño y orientación motivacional. Se concluye que la atención informativa del empresario sobre la expansión de la empresa se consolida como factor preponderante para adoptar el interés la internacionalización y, además, las decisiones empresariales son acondicionadas por factores individuales.

El trabajo de Valle y García resalta la importancia de la visión empresarial tanto en inversionistas pequeños como grandes. Por lo tanto, es crucial centrarse en transformar la cultura empresarial de las empresas de la región. Esto se logra mediante el estudio de los beneficios que conlleva la expansión de la empresa, y se alcanza a través de su internacionalización.

El trabajo realizado por Santiago Sarmiento del Valle tiene por nombre “Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes” y fue publicado en 2014. Su objetivo es exponer una reflexión acerca de cómo las estrategias de internacionalización promueven la participación de las empresas de economías en desarrollo y emergentes, hacia el mercado exterior. Su metodología es de alcance cualitativo y utilizó una revisión de literatura y bibliográfica para llevar a cabo la reflexión. Los resultados promueven un análisis hacia un esquema selectivo del método de ingreso que deben ejecutar las empresas para alcanzar la internacionalización, como las alianzas, los métodos directos, alcance de los mercados y entre otros. Finalmente concluye resaltando la importancia de estudiar el enfoque internacional antes de realizar procesos de internacionalización, de indagar sobre técnicas, de estar a la vanguardia de las actualizaciones y poseer las herramientas idóneas para el alcance del objetivo empresarial.

Las estrategias mencionadas son esenciales para sobrepasar obstáculos tales como las disparidades culturales, normativas y logísticas. Es fundamental la adaptación de los productos a las preferencias y necesidades del mercado objetivo. Para lograrlo, es necesario realizar una investigación detallada y enfocarse en la calidad y diferenciación del producto.

Competitividad

El trabajo realizado por Nuria López Mielgo, José Manuel Montes Peón y Camilo Vázquez Ordás, tiene por nombre “¿Qué necesita una empresa para innovar? Investigación, experiencia y persistencia” y fue publicado en 2012. Su objetivo es analizar qué elementos inciden para que las empresas busquen explotar la capacidad productiva a través de su estrategia de I + D, la metodología es plantear un modelo de constructo con una muestra representativa de 1781 empresas manufactureras españolas en un periodo de 9 años, los resultados arrojan que solo 1/3 consigue generar algún tipo de innovación; la experiencia innovadora generaba mayor significatividad de todo el modelo y las rutinas organizativas no influyen en la probabilidad de innovar. Se concluye la

importancia a nivel teórica de la I+D en las empresas, que las empresas con inversiones recurrentes de esta misma área son menos dependientes de factores complementarios. El punto por aportar: El seguimiento en el área de I+D se vuelve crucial en los demás aspectos de la empresa.

En el contexto de la internacionalización de las empresas del sector agrícola en Montería, Colombia, este estudio confirma la importancia de incorporar innovación y tecnología en los procesos. No obstante, es fundamental destacar la limitación de recursos destinados a estas estrategias en las pequeñas empresas. En este sentido, las políticas económicas y monetarias deben establecer mecanismos que faciliten el acceso al capital para invertir en estas áreas de producción.

La investigación realizada por Jeymi Paola Arias Hancoco, tiene por título “Competitiveness: A strategic resource-based approach to business management” y fue publicado en 2022. Su objetivo fue determinar la influencia de los recursos de gestión estratégica empresarial en las micro y pequeñas (mype) exportadoras. Su metodología es de análisis descriptivo no experimental abordando un proceso de etapas en el desarrollo de este y la muestra fueron 127 mype agroexportadoras de la región Tacna, Perú. Los resultados arrojan que la gestión empresarial tiene una influencia importante en la competitividad de la muestra y que el 48.8% de estas manejan utilizan un nivel bajo de les imposibilita su desempeño. Se concluye que debe existir un nivel óptimo de la gestión empresarial en la muestra para que la competitividad sea de mayor alcance, pues la influencia de esta variable aporta impactos positivos. Suena muy interesante la relación que se concluyó conforme a la variable de estudio y la muestra, pues sólo son especulaciones afirmar que una buena gestión impacta positivamente en una empresa, pero con el estudio las especulaciones pasaron a ser un hecho probatorio.

Se sugiere que las empresas centren sus esfuerzos en fortalecer sus capacidades de gestión, tales como la innovación, la sostenibilidad y la adopción de tecnologías avanzadas, con el fin de incrementar su competitividad y atraer oportunidades de exportación.

Metodología y datos empleados

El diseño de investigación destinado a examinar las características y desafíos asociados con la internacionalización de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) del sector agrícola en Montería, Córdoba, se categoriza como investigación de campo y explicativa. La investigación de campo posibilita la adquisición de datos directamente del entorno tangible en el que estas MiPymes funcionan, lo que permite la observación de sus prácticas y retos en un entorno natural. Este aspecto resulta crucial para entender su estrategia de afrontamiento a la internacionalización y las tácticas implementadas. Además, el enfoque explicativo resulta relevante dado que aspira a comprender las causas y consecuencias de los fenómenos observados, facilitando la identificación no solo de los retos a los que se enfrentan dichas empresas, sino también de las motivaciones subyacentes a su conducta en el mercado global. Este diseño facilitará la instauración de vínculos entre las variables implicadas y proporcionará una comprensión más detallada del fenómeno bajo estudio.

La principal herramienta de recolección de información de datos es un trabajo de campo realizado a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYME) de la ciudad de Montería - Córdoba, arrojando un diagnóstico de estado actual de las mismas, donde a partir de este se logró establecer por medio de medidas porcentuales la percepción existente de la temática de la internacionalización, las ventajas que este contrae y cuan relevante se vuelve para la dinámica productiva de las MIPYME agrícolas. Seguidamente se formularon bases teóricas con la ayuda de una revisión bibliográfica correlacionando el lineamiento del proyecto junto a diversos temas como el contenido de las empresas agrícolas, los niveles de producción y algunos casos que fomentaron el comercio exterior, pues sabemos que en los mercados internacionales, la competencia se genera entre firmas, por ello, en temas de investigación estos destacan (Vanegas et al., 2015). Además, el ejercicio bibliográfico no solo cumplió como soporte sino también como índice comparativo entre la competitividad de Córdoba-Colombia con el resto del mundo.

Por otra parte, se realizó un filtro sobre una serie de documentos y en páginas web donde se suministraron un conjunto de datos estadísticos del mercado agrícola y de los países que representan un alto movimiento en materia del comercio internacional, estableciendo los indicadores más significativos para el estudio y permitiendo que los mismos sean clave para el desarrollo de este. Entre los datos de gran relevancia se encuentran las empresas nacionales y regionales que acatan mayor cuota de mercado de la producción agrícola, la caracterización en el ámbito económico sobre los países en materia de comercialización y la descripción de los requisitos como clientes potenciales; En un entorno en el que las necesidades y deseos de los consumidores son muy cambiantes, nos planteamos cómo deben actuar las organizaciones para subsistir y, además, progresar. (Bottala & Silva, 2012).

Resultados

Tipologías de las mipymes del Sector agrícola

Una mipyme del sector agrícola es una micro, pequeña o mediana empresa que se dedica a la producción, transformación o comercialización de productos del agro. Estas empresas son importantes para la economía de muchos países, ya que proveen alimentos y materias primas a la población y a otras industrias, sin embargo, también enfrentan diversos retos como la dependencia del clima, las plagas, las fluctuaciones de precios y la baja innovación.

Empresas agropecuarias

Las empresas de Córdoba están interesadas en expandir su presencia en el mercado global, empleando estas guías como recursos prácticos para la elaboración de estrategias comerciales. Se analizarán los casos similares que se encuentren en el mismo sector empresarial que la muestra, con el fin de utilizarlos para mejorar la eficacia y la eficiencia de estas organizaciones en la región de Córdoba.

Entre las características de las empresas agropecuarias se pueden mencionar las siguientes:

- Son heterogéneas en cuanto a su tamaño, tecnología, organización y mercado.

Son dependientes de las condiciones climáticas, biológicas y ecológicas, lo que implica un mayor riesgo e incertidumbre.

- Son intensivas en el uso de mano de obra, capital y tierra, que son sus principales factores productivos.

- Son reguladas por normas legales, fiscales, sanitarias y ambientales, que condicionan su funcionamiento y rentabilidad.

- Son dinámicas e innovadoras, ya que deben adaptarse a los cambios en la demanda, la competencia y los avances científicos y tecnológicos.

Empresas agroindustriales

Las industrias agrícolas se caracterizan por su labor en la transformación de productos agrícolas, pecuarios, forestales o pesqueros a través de procesos industriales que añaden valor a dichos productos. Algunas de las características que presentan las empresas agroindustriales son las siguientes:

- Están vinculadas a las cadenas productivas del sector primario, por lo que dependen de la disponibilidad y calidad de las materias primas.
- Tienen una alta incidencia en el desarrollo económico y social de las regiones donde se ubican, generando empleo, ingresos y bienestar.
- Requieren de una gestión eficiente y competitiva, que les permita adaptarse a las exigencias del mercado nacional e internacional, así como a las normas sanitarias y ambientales.
- Utilizan tecnologías avanzadas para mejorar la productividad, la calidad y la innovación de sus procesos y productos.

Empresas de servicios agropecuarios:

Las empresas de servicios agropecuarios se dedican a brindar asesoramiento, formación, apoyo técnico, maquinaria, suministros e infraestructura a los agricultores y ganaderos. Las micro, pequeñas y medianas empresas del sector agrícola enfrentan varios desafíos para incrementar su productividad, competitividad e innovación, así como para ajustarse a los cambios climáticos, sociales y económicos que impactan su actividad. Estas empresas contribuyen al desarrollo rural, la seguridad alimentaria y la competitividad del sector agropecuario.

Diversos investigadores han abordado el tema de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en el sector agrícola, analizando sus retos. Por ejemplo, Sotomayor et al. (2023) llevaron a cabo un estudio sobre la digitalización y la evolución tecnológica en las MiPymes agrícolas y agroindustriales en América Latina. Asimismo, José Luis Calva examinó la contribución de las MiPymes rurales al desarrollo económico y social de México, mientras que Carlos Pomareda evaluó el impacto de la pandemia de COVID-19 en las MiPymes agropecuarias de Centroamérica.

Oportunidad de productos agrícolas colombianos en el mundo.

Colombia es un país con una amplia variedad de productos agrícolas que presentan características distintivas. Esta diversidad ha facilitado su inserción en los mercados globales mediante la exportación de dichos productos, lo que le ha otorgado una ventaja competitiva en el ámbito del comercio internacional. En el conversatorio "Capacidad exportadora del sector agroindustrial" de 2022, Andrés Castellanos, gerente de exportaciones agroalimentarias en Colombia, destacó el significativo crecimiento de las ventas agroalimentarias de Colombia a nivel internacional. En un evento auspiciado por la Cámara de Comercio Colombo Americana, se presentó un informe que reveló que, en el año 2021, las ventas de productos agroalimentarios experimentaron una variación anual del 20%. No obstante, al finalizar el año 2022, esta variación se situó en un 39%.

Colombia ha firmado tratados comerciales con varias naciones y regiones geográficas, facilitando así la exportación de sus productos agrícolas a esos mercados. Los acuerdos mencionados conllevan la reducción o eliminación de tarifas y barreras comerciales, lo cual facilita la capacidad de los productos de Colombia para competir en igualdad de condiciones en el mercado. También ha ganado importancia en el ámbito de las exportaciones gracias a las medidas implementadas, lo que le ha permitido desarrollar un potencial para su crecimiento continuo en el mercado internacional. (2006, Ministry of Commerce, Industry, and Tourism and Ministry of Agriculture and Development).

Además, cuenta con una amplia cartera de clientes y sus destinos principales son:

Estados Unidos: Es uno de los mayores importadores de productos agrícolas colombianos: frutas como los bananos, las uvas y los aguacates son algunos de los productos más exportados a este país.

Países de la Unión Europea: También son importantes clientes de los productos agrícolas colombianos, pues se exporta una variedad de productos como café, flores, banano y productos pesqueros, hacia países como Alemania, Países Bajos, España, Bélgica, Italia y Francia.

Canadá: Es otro país que importa una variedad de productos agrícolas colombianos; el café, el banano y las flores son algunos ejemplos de los productos que se envían.

Caracterización y desafíos de la internacionalización en las mipymes del sector agrícola

Países de América Latina: Colombia también exporta productos agrícolas a otros países de América Latina, como México, Chile, Argentina, Perú, Costa Rica, Honduras, Venezuela y Brasil, estos países son importantes mercados para productos como café, frutas y hortalizas.

Países asiáticos: Entre el más destacado es Japón quien recibe de Colombia café, flores, níquel, productos químicos y carbón, por otra parte y el más reciente es Qatar donde se exporta carne bovina, frutas tropicales y pinturas.

Reino unido: Los principales productos que exporta hacia la corona británica son banano, carbón, café y flores.

La siguiente tabla establece los índices económicos más relevantes de los clientes de Colombia hasta el año 2022 con excepción del Venezuela que algunos datos se radican en otro año, puesto que la finalidad es conocer el poder adquisitivo de los mismos, junto a un indicador social y así vislumbrar la oportunidad de exportación que yace sobre ellos.

Tabla 1
Indicadores económicos de los países aliados

País	PIB billones USD	%	Inflación	PIB per cápita USD	Tasa de interés %	# de habitantes
Estados Unidos	25.46		8	76.398	4.75	333.287.557
Alemania	4.07		6.9	48.432	3.5	84.079.811
Japón	4.23		2.5	33.815	-0.1	125.124.989
Bélgica	578.6		9.6	49.582	3.5	11.669.446
Italia	2.01		8.2	34.158	3.5	58.856.847
Reino Unido	3.07		7.9	45.850	4	66.971.411
Canadá	2.14		6.8	54.966	4.5	38.929.902
España	1.4		8.4	39.350	3.5	47.615.034
Países bajos	991.11		10	55.985	3.5	17.703.090
Francia	2.78		5.2	40.963	3.5	67.935.660
Perú	242.63		8.3	7.125	7.75	34.049.588
México	1.27		5.7	10.045	11%	127.504.125
Venezuela (2014)	482		254.9	15.975	56.97	28.301.696
Ecuador	115.05		3.5	6.391	8.68	18.001.000
Costa rica	68.38		8.3	13.198	3.18	5.180.829
Honduras	31.72		9.1	3.040	11.43	10.432.860
Qatar	237.3		5	88.046	5.5	2.695.122

Fuente: Elaboración propia, datos tomados del banco mundial.

Competencia nacional y regional

En Colombia existen diversas empresas que compiten en la producción y exportación de productos agrícolas. Algunas de las empresas más importantes en este sector son:

Grupo Nutresa: Es una de las empresas de alimentos más grandes de Colombia, con presencia en varios países de América Latina y exportaciones a más de 75 países. Dentro de su portafolio de productos agrícolas, se destacan los cafés, frutas procesadas, chocolates y confitería.

Grupo Daabon: Es una empresa colombiana líder en la producción y exportación de aceite de palma y otros productos orgánicos, como banano orgánico, cacao y café orgánico.

Grupo manuelita: es una empresa colombiana que produce y exporta una variedad de productos agrícolas, incluyendo café, caña de azúcar, palma de aceite, frutas y vegetales.

Estas son solo algunas de las empresas más importantes en el sector agrícola de América del Sur que contribuyen al desarrollo económico:

Bunge: es una empresa multinacional de origen argentino-brasileño que se dedica a la producción y comercialización de una amplia variedad de productos agrícolas, incluyendo granos, aceites vegetales, azúcar, etanol y fertilizantes

Cargill: es una empresa estadounidense que se dedica a la producción y comercialización de alimentos, agricultura y productos financieros y comerciales. En la región sudamericana, Cargill produce y exporta una amplia gama de productos agrícolas, incluyendo granos, aceites vegetales, proteínas y alimentos para animales.

Louis Dreyfus Company: es una multinacional de origen argentino que se dedica a la producción y comercialización de una amplia variedad de productos agrícolas, incluyendo granos, aceites vegetales, algodón y café

Adecoagro: Es una empresa de origen argentino que se dedica a la producción y exportación de alimentos y energía, con un fuerte enfoque en la producción de azúcar, etanol y otros productos lácteos

Análisis internacional de las MIPYME del sector agrícola de Estados Unidos, Alemania y Japón.

La producción agrícola desempeña un papel fundamental en el comercio internacional, ya que impulsa el funcionamiento de los actuales sistemas alimentarios. Según un informe del Banco Mundial que ofrece una visión general, la agricultura resulta crucial para el desarrollo económico, llegando a representar en 2018 el 4% del producto interno bruto (PIB) a nivel mundial, y en ciertos países en vías de desarrollo, puede incluso superar el 25% del PIB. Por otro lado, se está llevando a cabo una lucha contra el cambio climático, el cual representa un obstáculo para el óptimo rendimiento de los cultivos y, como consecuencia, pone en peligro la salud de las personas.

Las actividades agrícolas y forestales, así como los cambios en el uso de la tierra, son responsables de aproximadamente el 25% de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) (Banco Mundial, 2022). No obstante, dicha actividad continúa siendo un factor clave en el crecimiento y desarrollo a nivel global, influyendo en problemáticas como la pobreza, en las cuales los principales actores son los gobiernos. A partir de la premisa mencionada, se procede a realizar un análisis del desarrollo de las empresas agrícolas en países desarrollados como Estados Unidos, Alemania y Japón. Estas naciones reconocen la importancia de la comercialización del sector agrícola y promueven la investigación y la implementación de tecnologías avanzadas en la agricultura en comparación con países en vías de desarrollo.

Asimismo, disponen de políticas y programas destinados a incrementar la productividad agrícola, mejorar la calidad de los productos, fomentar prácticas sostenibles y garantizar la protección de los trabajadores del campo. No obstante, es fundamental considerar que el enfoque y los objetivos en

cada país pueden diferir debido a la influencia de factores económicos, sociales y políticos en la agricultura y el sector empresarial en cada región (USA GOV, 2015).

Comencemos con los Estados Unidos de América (EE. UU.). Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) desempeñan un papel crucial en el sector agrícola de Estados Unidos, el cual se destaca como uno de los más significativos a nivel global. De acuerdo con la información proporcionada por la interpretación de los datos de indicadores económicos, de los Estados Unidos, las micro, pequeñas y medianas empresas del sector agrícola constituyen el 98% de todas las explotaciones agrícolas en el país y contribuyen con el 50% de la producción total de alimentos. Las micro, pequeñas y medianas empresas agrícolas en Estados Unidos tienen una destacada participación en el mercado internacional.

Según un informe del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, estas empresas son consideradas como agentes de cambio en el mercado global, especialmente en el segmento de productos orgánicos y de alta gama. Las MIPYME agrícolas se han destacado en la producción de alimentos orgánicos y en la adopción de prácticas sostenibles en su producción, según un documento del Center of rural affair en abril del 2023, expone la técnica agrícola denominada agrosolar, la cual consiste en el aprovechamiento de la energía solar en las producciones de agricultura, apicultura, ganadería y vegetación de polinizadores, con la finalidad de utilizar la eficiencia energética, sin embargo se hace necesario la promoción de políticas para promulgar su uso, tal como sucede en Minnesota, donde se prohíbe la instalación de grandes plantas eléctricas ya que se considera que impide el desarrollo de las tierras de cultivo, y así a través de esto promocionar el uso de las energías solares, este tipo de prácticas no solo son promocionadas por entes gubernamentales sino también por instituciones de educación, un ejemplo claro, es la subvención de 10 millones de dólares por parte de la universidad de Arizona para ampliar el cultivo de paneles solares, pues en un previa investigación(2021) se concluyó que es una idea rentable para las tierras y así contrarrestar el impacto de la producción de alimentos arraigado al cambio climático.

Según un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) agrícolas de los Estados Unidos tienen una importante presencia en el mercado global de productos agrícolas. Este sector ha sido reconocido como un impulsor fundamental del desarrollo económico a nivel local y regional, gracias al sólido respaldo gubernamental a su crecimiento, donde la investigación juega un papel crucial. Un ejemplo de esto ocurrió a principios de diciembre de 2022, cuando el Departamento de Energía anunció la financiación de proyectos universitarios enfocados en prácticas agrícolas sostenibles para promover el desarrollo económico. Esta iniciativa contribuye a la consecución de los objetivos de una economía completamente sostenible para el año 2050, establecidos por la Oficina de Tecnología de Energía Solar.

A continuación, analicemos el caso de Alemania. El sector agrícola en Alemania se caracteriza por su alta competitividad, donde las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) desempeñan un papel significativo en dicha industria. De acuerdo con un informe del Ministerio Federal de Economía y Energía de Alemania, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) en el sector agrícola constituyen más del 90% de todas las explotaciones agrícolas en el país y contribuyen con el 27% de la producción total de alimentos en Alemania (BMW, 2020). Según un estudio llevado a cabo por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la agricultura en Alemania ha alcanzado un elevado grado de sostenibilidad. Este logro se atribuye a su enfoque y proceso de producción, los cuales se caracterizan por el uso eficiente de los recursos naturales y la implementación de técnicas científicas y orgánicas. Además, un informe del Observatorio de la Cadena Láctea Argentina en 2022 destaca que Alemania ocupa una posición destacada en la producción de leche, siendo el principal productor de la Unión Europea en 2020.

Por otro lado, se destaca que, para aumentar la eficiencia y reducir los riesgos, se emplean procesos científicos y técnicos en el sector agrícola. Además, se observa un creciente enfoque en la

sostenibilidad ambiental, que abarca más del 10% de todas las explotaciones agrícolas. En otras palabras, los agricultores que practican la agricultura ecológica obtienen rendimientos inferiores pero beneficios superiores, representando más del 10% de las explotaciones dedicadas a la producción orgánica (Cado, 2016).

Para los cultivos ecológicos, se basan en el uso de métodos naturales y sostenibles, sin recurrir a pesticidas, fertilizantes sintéticos ni organismos modificados genéticamente. El proceso de los cultivos ecológicos en Alemania implica varias etapas, como la preparación del suelo, la elección de las semillas, el manejo de las plagas y las enfermedades, la rotación de los cultivos, la cosecha y el almacenamiento. Con el tema del manejo de las plagas y las enfermedades, estas se realiza mediante medidas preventivas y biológicas, sin emplear productos químicos que puedan dañar el medio ambiente o la salud humana, también se emplean extractos vegetales con propiedades repelentes o insecticidas, como el ajo, la ortiga o el neem, y a través de estos se fomenta la biodiversidad y el equilibrio ecológico mediante la asociación de cultivos complementarios, que se benefician mutuamente, o la creación de hábitats para la fauna auxiliar. Entorno a la rotación de los cultivos, es una práctica que consiste en alternar diferentes tipos de plantas en un mismo terreno a lo largo del tiempo, esto permite aprovechar mejor los nutrientes del suelo, evitar la erosión, prevenir la aparición de plagas y enfermedades y aumentar la producción.

Por último, Alemania aunque se centró en otros tipos de producciones y el sector agrícola solo reporte un 1% de su PIB (Oficina de Información Diplomática, 2022), no deja de agilizar políticas sobre el uso de agricultura ecológica (Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft, 2022), es decir que se preocupa por el desarrollo del mercado ecológico.

Concluamos el análisis sobre Japón. Japón posee una extensa trayectoria en el ámbito agrícola, caracterizado por un alto nivel de desarrollo y avances tecnológicos. El gobierno japonés ha respaldado y resguardado su sector agrícola a través de la aplicación de medidas políticas que benefician a los agricultores, tales como subvenciones y aranceles a la importación de productos agrícolas. Japón se destaca en la producción agrícola por su enfoque en la alta calidad y valor agregado de los alimentos. La producción agrícola japonesa se concentra en cultivos como el arroz, la soja, frutas y hortalizas, además de la ganadería y la producción láctea (MAFF, 2022). En Japón, las empresas agrícolas, en su mayoría, son pequeñas y medianas empresas familiares que emplean tecnología avanzada y prácticas de cultivo intensivo con el fin de aumentar la producción. Además, el gobierno japonés ha promovido la investigación y el desarrollo en el ámbito agrícola para potenciar la calidad y la eficiencia de la producción.

Los productos agrícolas japoneses se distribuyen en diversos mercados, abarcando tanto el mercado local como el mercado internacional. La producción agrícola mayoritariamente se dirige hacia el consumo nacional, no obstante, se observa un aumento en la solicitud de productos agrícolas japoneses en el mercado internacional, particularmente en naciones como Estados Unidos, China y Corea del Sur (JETRO, 2022). En términos de formas de producción, Japón ha desarrollado una serie de prácticas agrícolas únicas y sostenibles, como el cultivo de arroz en terrazas, que es un método tradicional pero no alejado de los métodos comunes de cultivar arroz, pues la diferencia radica en la optimización del agua y el aprovechamiento de los terrenos con montañas, donde en las mismas se limpian y nivelan en las laderas de la montaña como terrazas escalonadas, ya que estas evitan la erosión del suelo y retienen el agua en cada nivel creando para cada escalón un cultivo inundado; otra práctica agrícola es la producción de verduras hidropónicas que implica el uso de soluciones acuosas ricas en nutrientes y se reemplaza el suelo para el crecimiento de las plantas, ya que se establece un sistema de flujo a base de tubos de policloruro de vinilo (o PVC) y se adecuan de tal forma que las raíces de las plantas absorban directamente los nutrientes de agua que fluyen en todo el sistema y adquieran luz solar, este método tiene origen en la antigüedad donde se utilizaban formas primitivas de esta práctica agrícola cultivando plantas en recipientes de agua y arena, al pasar los años está se fue desarrollando y actualmente es considerada como un práctica

sostenible (López, 2018) que impacta en aquellas áreas áridas y semi-áridas. El impacto de estas prácticas en la producción de alimentos más saludables y sostenibles se logra al optimizar el conocimiento y distribuirlo mediante procesos establecidos.

¿Que deben hacer las MiPymes enfrentar los desafíos de internacionalización?

Las pequeñas empresas de Montería se encuentran ante un entorno desafiante al intentar expandir su producción agrícola a nivel internacional y enfrentar la competencia de mercados altamente consolidados como los de Estados Unidos, Alemania y Japón. La competitividad en dichos países se fundamenta en una variedad de elementos que incluyen tecnología avanzada, una infraestructura sólida, políticas de respaldo gubernamental y la posibilidad de acceder a mercados internacionales. Para hacer frente a estos desafíos, las empresas ubicadas en Montería podrían centrarse en la diferenciación de productos, aprovechando las características distintivas de su producción local. La búsqueda de nichos de mercado específicos menos sensibles al precio y más centrados en la calidad o atributos especiales del producto, junto con la implementación de tecnologías para mejorar la eficiencia y productividad, puede ser un factor determinante.

Es fundamental que las empresas comprendan las regulaciones y estándares internacionales, lo cual puede implicar la necesidad de invertir en mejoras de calidad y en procesos de certificación. La creación de alianzas estratégicas con socios locales e internacionales puede favorecer la entrada a mercados y canales de distribución inexplorados. La adaptación cultural y la comprensión de las preferencias de los consumidores en los mercados meta son aspectos de gran relevancia que no deben ser menospreciados, dado que pueden tener un impacto significativo en el mercado.

La internacionalización conlleva desafíos logísticos, tales como la eficiente gestión de la cadena de suministro y la prontitud en la respuesta a las demandas del mercado. Para hacer frente a obstáculos burocráticos y legales, las empresas deben contar con una adecuada preparación, lo cual implica la necesidad de obtener asesoramiento especializado y llevar a cabo una planificación detallada; También se le suma a los desafíos la obtención de financiamiento es un aspecto crucial a considerar en el proceso de expansión de una empresa. En ocasiones, es fundamental buscar respaldo tanto del sector público como del privado para poder hacer frente a los costos iniciales que este crecimiento conlleva.

Para que las empresas pequeñas de Montería puedan competir a nivel internacional, es necesario que implementen una estrategia integral que contemple la innovación, la adaptación y la colaboración. A pesar de la magnitud del desafío, también se presenta una significativa oportunidad para incursionar en mercados nuevos y expandirse más allá de las fronteras locales. Con el enfoque adecuado y una ejecución eficaz, las empresas de menor tamaño pueden posicionarse en el mercado global y tener éxito en un entorno competitivo dominado por grandes corporaciones agrícolas.

Las mipymes son un sector importante de la economía que enfrenta diversos retos para acceder a los mercados internacionales. Algunas de las acciones que pueden realizar para lograrlo son: Identificar las oportunidades y demandas de los mercados potenciales, así como los requisitos legales, técnicos y culturales para ingresar a ellos. Desarrollar una estrategia de internacionalización que defina los objetivos, los recursos, los canales de distribución y las alianzas estratégicas necesarias para expandir su negocio. Innovar en sus productos o servicios, adaptándolos a las preferencias y necesidades de los consumidores extranjeros, y diferenciándolos de la competencia. Fortalecer sus capacidades productivas, tecnológicas, financieras y humanas, buscando mejorar su calidad, eficiencia y competitividad. Participar en redes de cooperación y apoyo con otras MIPYME, organismos públicos y privados, e instituciones académicas que faciliten el intercambio de información, experiencias y recursos.

Conclusiones

Las empresas agrícolas ubicadas en Montería – Córdoba, se encuentran ante importantes retos al intentar expandir la comercialización de sus productos a nivel internacional y poder competir con mercados ya establecidos, tales como Estados Unidos, Alemania y Japón. A pesar de que la región dispone de recursos naturales favorables, estos no son suficientes por sí solos para lograr ventajas competitivas sostenibles en el mercado global. Para superar los desafíos mencionados, las empresas deben enfocarse en la optimización de sus procesos, la reducción de costos y la mejora de la calidad de sus productos. Es fundamental resaltar los atributos nutricionales y las características distintivas de los mismos.

La clave para mejorar la eficiencia, productividad y sostenibilidad en los procesos de producción es la incorporación de tecnología avanzada y el uso de insumos respetuosos con el medio ambiente. Esta medida posibilitará que las empresas locales satisfagan los requisitos de calidad requeridos por los mercados internacionales y destaquen en segmentos específicos que valoran más los atributos especiales del producto que el precio. (Sanchez de Puerta, 2019).

Referencias Bibliográficas

- Amaro-Rosales, M., & de Gortari-Rabiela, R. (2016). Innovación inclusiva en el sector agrícola mexicano: los productores de café en Veracruz. *Economía Informa*, 400, 86–104. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2016.09.006>
- Bada Carbajal, L. M., Rivas Tovar, L. A., & Littlewood Zimmerman, H. F. (2017). Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales. *Contaduría y Administración*, 62(4), 1100–1117. <https://doi.org/10.1016/J.CYA.2017.06.006>
- Banco Mundial. (2022). Agricultura y alimentos. Grupo Banco Mundial.
- Bottala, L. C., & Silva, F. J. C. (2012). Análisis del efecto inmediato y diferido de la orientación al mercado sobre los resultados organizacionales. Un estudio longitudinal. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 18(3), 228–236. <https://doi.org/10.1016/j.iiedee.2012.05.002>
- Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft. (2022). 30 % Ökolandbau in Deutschland und 25 % in der EU bis 2030 ermöglichen. BÖLW.
- Cado, E. L. M. E. R. (2016). Alimentos orgánicos en Alemania.
- Cámara de Comercio Colombo Americana. (2022). Colombia cuenta con oportunidades de mercado en su objetivo de convertirse una despensa alimentaria en el mundo. *Amchamcolombia.Co/*.
- Daniel Knebel, B., Fabiana Ferreira, da S., & David Ferreira, S. (2022). Governance and performance model for agricultural cooperatives. 464–478.
- Desarrollo, E. N., Emergentes, Y., & Sarmiento Del Valle, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. *Dimensión Empresarial*, 12(1), 11–138.
- Fabiola, A. H. (2022, July). Competitiveness: A strategic resource-based approach to business management. *Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, 1–15.
- Ferraro, C., & Rojo, S. (2018). Las MIPYMES en América Latina y el Caribe: Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización. *Organización Internacional Del Trabajo*, 1–54.
- Harwood, L. (2021). UArizona Partners on \$10M USDA Grant to Expand Research on Growing Crops Under Solar Panels.
- JETRO. (2022). Japanese Foreign Trade. Japan External Trade Organization.
- Kolbeck-Urlacher, H. (2023). Policy Approaches for Dual-Use and Agrisolar Practices. Center of Rural Affairs, March.

- López-Mielgo, N., Montes-Peón, J. M., & Vázquez-Ordás, C. (2012). ¿Qué necesita una empresa para innovar? Investigación, experiencia y persistencia. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 21(3), 266–281. <https://doi.org/10.1016/J.REDEE.2012.05.005>
- López, J. E. (2018). La producción hidropónica de cultivos. *IDESIA*, 139–141.
- MAFF. (2022). Japanese Agricultural Standard (JAS). Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries.
- Ministerio de comercio industria y turismo, & Ministerio de agricultura y desarrollo. (2006). El TLC y el campo en Colombia. In *Mincomercio* (p. 24).
- Naciones Unidas. (2020). Alimentación. Un.Org.
- OCLA. (2022). Situación de la Lechería Mundial durante el año 2020.
- Office of Energy Efficiency & Renewable Energy. (2022). The Department of Energy of the United States announces \$8 million to integrate solar energy production with agriculture.
- Oficina de Información Diplomática, U. E. (2022). República Federal de Alemania. Ficha País, 11.
- Sanchez de Puerta, P. (2019). Fundamentos del plan de marketing en marketing. COMM025PO. IC Editorial. <http://elibro.unicartagenaproxy.elogim.com/es/lc/unicartagena/titulos/124250>
- Santos-Álvarez, V., & García-Merino, T. (2016). Motivación del empresario y atención informativa en la internacionalización: un análisis regional en el sector español de piedra natural. *European Research on Management and Business Economics*, 22(1), 1–7. <https://doi.org/10.1016/J.IEDEE.2014.12.002>
- Sotomayor, Octavio; Ramirez, Eduardo; Martínez, H. (2023). La Digitalización y el cambio tecnológico en las Mipymes agrícolas y agroindustriales en América Latina. In *Cepal*. <https://doi.org/10.2307/jj.1866791.10>
- Suárez-Gómez, W., & Ayala-Cruz, J. (2016). El cabotaje marítimo en la cadena de suministros agrícola de Puerto Rico. *Estudios Gerenciales*, 32(140), 250–261. <https://doi.org/10.1016/J.ESTGER.2016.08.001>
- USA GOV. (2015). Departamento de Agricultura | USAGov. Página Oficial Del Gobierno de Los Estados Unidos.
- Vanegas, J. G., Restrepo, J. A., & González, M. A. (2015). Negocios y comercio internacional: evidencias de investigación académica para Colombia1. *Suma de Negocios*, 6(13), 84–91. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.007>