

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15
			VERSIÓN	02
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN			
			FECHA	03/04/2017
			PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ		REVISÓ		APROBÓ
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad		Líder de Calidad

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): CIRO ALEJANDRO APELLIDOS: MUÑOZ SALAZAR

NOMBRE(S): DEIRA YULIETH APELLIDOS: RICO ARRIETA

FACULTAD: FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PLAN DE ESTUDIOS: PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): LILIANA MARCELA APELLIDOS: BASTOS

CODIRECTOR:

NOMBRE(S): JOHANNA MILENA APELLIDOS: MOGROVEJO

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): ANÁLISIS DE EMPRESAS JÓVENES O BORN GLOBAL EN NORTE DE SANTANDER Y SU INCIDENCIA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

La internacionalización empresarial se vuelve cada vez más importante en un mundo globalizado, y las Born Global, o empresas jóvenes internacionales, están emergiendo como actores relevantes en este proceso. En esta investigación, se examinan las empresas Born Global en los negocios internacionales de la región de Norte de Santander, Colombia. El estudio adopta un enfoque descriptivo, analizando el desempeño exportador y las experiencias de estas pequeñas y medianas empresas. La muestra incluye 14 docentes, 18 empresas y 7 entidades gubernamentales. Las empresas Born Global en la región de Norte de Santander desempeñan un papel crucial en la diversificación y el aumento de las exportaciones del país. Sin embargo, se identifican desafíos comunes en diferentes países, como problemas de financiamiento y rentabilidad para emprendedores. Se destaca el caso de Chile, donde se han implementado medidas para apoyar a emprendedores que han fracasado previamente, fomentando su reinserción en el mercado. En cuanto al conocimiento sobre las Born Global, el 43% de los docentes encuestados manifestó estar familiarizado con el concepto, mientras que el 78% del sector empresarial ha realizado operaciones en el mercado internacional, demostrando una disposición y apertura al comercio internacional. Sin embargo, se evidencia que el 100% de las entidades gubernamentales encuestadas desconoce el término Born Global. En este sentido, es crucial establecer alianzas que impulsen las iniciativas productivas, facilitando la transferencia de conocimientos en áreas clave de los negocios internacionales, como los procesos burocráticos y el acceso a capital.

PALABRAS CLAVES: BORN GLOBAL; INTERNACIONALIZACIÓN; PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS; DIVERSIFICACIÓN DE EXPORTACIONES; ALIANZAS ESTRATÉGICAS.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 90 **PLANOS:** **ILUSTRACIONES:** **CD ROOM:**

ANÁLISIS DE EMPRESAS JÓVENES O BORN GLOBAL EN NORTE DE SANTANDER Y
SU INCIDENCIA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

AUTORES

CIRO ALEJANDRO MUÑOZ SALAZAR

DEIRA YULIETH RICO ARRIETA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2023

ANÁLISIS DE EMPRESAS JÓVENES O BORN GLOBAL EN NORTE DE SANTANDER Y
SU INCIDENCIA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

AUTORES:

CIRO ALEJANDRO MUÑOZ SALAZAR

DEIRA YULIETH RICO ARRIETA

Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título
de Administrador de Empresas y Comerciante Internacional

DIRECTOR:

LILIANA MARCELA BASTOS

CODIRECTOR:

JOHANNA MILENA MOGROVEJO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2023

ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO

San José de Cúcuta, 1° de agosto de 2023

LUGAR: Oficina Plan de Estudios de Comercio Internacional

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL PROYECTO: “ANÁLISIS DE EMPRESAS JÓVENES O BORN GLOBAL EN NORTE DE SANTANDER Y SU INCIDENCIA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL”

MODALIDAD: INVESTIGACIÓN

JURADOS:

JOSÉ GREGORIO GUECHA OLIVEROS

ENTIDAD: U.F.P.S.

CÉSAR AUGUSTO PANIZO CARDONA

ENTIDAD: U.F.P.S.

NATHALIE CLAIRE RAYNAUD PRADO

ENTIDAD: U.F.P.S.

DIRECTORA: LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO

CO-DIRECTORA: JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE

NOMBRE ESTUDIANTE

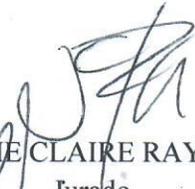
	CÓDIGO	CALIFICACIÓN		
		NÚMERO	LETRAS	A – M – L
CIRO ALEJANDRO MUÑOZ SALAZAR	1251804	4,4	Cuatro Cuatro	X
DEIRA YULIETH RICO ARRIETA	1261392	4,4	Cuatro Cuatro	X


JOSÉ GREGORIO GUECHA OLIVEROS

Jurado

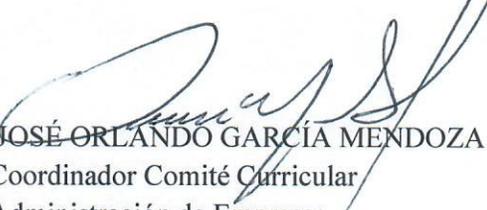

CÉSAR AUGUSTO PANIZO CARDONA

Jurado


NATHALIE CLAIRE RAYNAUD PRADO

Jurado

V° B°


JOSÉ ORLANDO GARCÍA MENDOZA

Coordinador Comité Curricular
Administración de Empresas

Lola P.

Contenido

	Pág.
Introducción	11
1. El Problema	13
1.1 Título	13
1.2 Planteamiento de la problemática	13
1.3 Formulación Del Problema	14
1.4 Objetivos	14
1.4.1 Objetivo General	14
1.4.2 Objetivos Específicos	14
1.5 Justificación Del Problema	15
2. Marco Referencial	16
2.1 Antecedentes	16
2.1.1 Internacionales	16
2.1.2 Nacionales	19
2.1.3 Regionales	22
2.3 Bases Teóricas	22
2.3.1 Teoría de las Born Global	23
2.4 Marco Conceptual	25
2.5 Marco Legal	26
2.5.1. Legislación Para La Gestión Exportadora En Colombia.	28
2.6. Marco Espacial	29
2.7 Marco Temporal	29

3. Diseño Metodológico	30
3.1. Tipo De Investigación	30
3.2. Método de Investigación	30
3.3. Población	31
3.4. Muestra	31
3.5. Sistematización De Variables	32
3.6. Tratamiento De La Información	33
3.6.1. Técnica Para La Recolección De Información	33
3.6.2. Técnica Procesamiento De La Información	34
3.6.3. Presentación De La Información	34
4. CARACTERIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE COLOMBIA Y NORTE DE SANTANDER POR DESEMPEÑO EXPORTADOR.	35
4.1 Contexto empresarial en Colombia	35
4.1.1. Empresas exportadoras en Colombia.	39
4.2. Contexto empresarial en Norte de Santander	39
4.2.1 Cámara de Comercio jurisdicción Ocaña	40
4.2.2 Cámara de Comercio jurisdicción Pamplona	41
4.2.3 Cámara de Comercio de Cúcuta	43
4.2.3.1. Desempeño exportador de Norte de Santander	44
5. IDENTIFICACIÓN EXPERIENCIAS DE BORN GLOBAL EN LATINOAMÉRICA Y EN COLOMBIA.	47
5.1 Experiencias Born Global Latino América	47
5.2 Experiencias Born Global Colombia	56

6. PERCEPCIÓN DEL SECTOR ACADÉMICO, EMPRESARIAL, Y GUBERNAMENTAL DE LAS BORN GLOBAL EN NORTE DE SANTANDER.	61
6.1. Análisis e interpretación de resultados	61
6.1.1. Sector académico	62
6.1.2 Sector empresarial	65
6.1.3 Sector gubernamental	71
7. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES PARA EL FOMENTO DE LAS BORN GLOBAL EN NORTE DE SANTANDER.	75
7.1 Estrategias-Characterización por Desempeño Exportador	75
7.2 Estrategias-Identificación de experiencias	78
7.3 Estrategias-Percepción de las Born Global	81
CONCLUSIONES	84
BIBLIOGRAFÍA	87

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Operacionalización de Variables - Estudio	32
Figura 2. Tejido empresarial Cámara de Comercio Ocaña.	40
Figura 3. Tejido empresarial Cámara de Comercio Pamplona	41
Figura 4. Caracterización de empresas por edad	44
Figura 5. Participación en Exportaciones totales	44
Figura 6. Empresas exportadoras por tamaño	45
Figura 7. Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento.	51
Figura 8. América Latina y el Caribe (economías seleccionadas)	52
Figura 9. Mapa de los Mayores Mercados en Latinoamérica Para Startups (2019-2021)	53
Figura 10. Empresas Born Global Latinoamérica a 2022	55
Figura 11. Entidad a la que pertenece.	62
Figura 12. Años de desempeño docente o investigador	63
Figura 13. Conocimiento sobre empresas Born Global	64
Figura 14. Constitución empresarial	65
Figura 15. Realización Operaciones Internacionales	66
Figura 16. Interés Operaciones Internacionales	67
Figura 17. Conocimiento Born Global	67
Figura 18. Interés en Exportación	68
Figura 19. Interés Alcaldía-Gobernación Proyectos Born Global	69
Figura 20. Interés Proyectos UFPS	70
Figura 21. Conocimiento Born Global	71

Figura 22. Conocimiento Procesos Internacionalización	72
Figura 23. Antigüedad Suficiente	72
Figura 24. Incentivos Exportación	73
Figura 25. Proyecto de Fortalecimiento	74
Figura 26. Identificación DOFA-Characterización por Desempeño Exportador	76
Figura 27. Estrategias DO-Characterización por Desempeño Exportador	77
Figura 28. Estrategias FA-Characterización por Desempeño Exportador	77
Figura 29. Identificación DOFA-Identificación de experiencias	79
Figura 30. Estrategias DO-Identificación de experiencias	80
Figura 31. Estrategias FA- Identificación de experiencias	80
Figura 32. Identificación DOFA-Percepción de las Born Global	82
Figura 33. Estrategias DO-Percepción de las Born Global	83
Figura 34. Estrategias FA- Percepción de las Born Global	83

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Empresas constituidas por tamaño 2018-2019	35
Tabla 2. Empresas constituidas por tamaño 2020-2021	36
Tabla 3. Empresas constituidas por tamaño Enero- Jun 2021-2022	36
Tabla 4. Empresas por tamaño y sector Enero- dic2018-2019	37
Tabla 5. Empresas por tamaño y sector Enero- Dic 2020-2021	37
Tabla 6. Empresas por tamaño y sector Enero- Jun 2021-2022	38
Tabla 7. Empresas registradas por municipios.	40
Tabla 8. Empresas registradas Municipios Cámara de Comercio Pamplona 2022	42
Tabla 9. Caracterización de empresas por tamaño y sectores a 19 de abril 2022	43
Tabla 10. Nivel de exportación en la Ciudad de Cúcuta, 2022	46

Introducción

En un mundo cada vez más globalizado, las empresas se enfrentan a nuevos desafíos para mantenerse competitivas. Una de las estrategias que algunas empresas están adoptando para superar estos desafíos es el enfoque Born Global, que consiste en internacionalizarse desde el inicio de sus operaciones en lugar de esperar a tener una presencia consolidada en el mercado nacional. Este enfoque ofrece algunas ventajas como acceso a nuevos mercados, mayores economías de escala, y aprendizaje acelerado. Sin embargo, también presenta algunos riesgos como falta de recursos, falta de conocimiento cultural y competencia con empresas locales. Este proyecto tiene como objetivo analizar las empresas Born Global del departamento Norte de Santander en el contexto actual, identificando los principales factores de éxito y fracaso y proponiendo estrategias para maximizar las oportunidades de acceso a este tipo de fenómeno empresarial.

Estas empresas nacen con una mentalidad global y consideran los mercados internacionales como una parte inherente de su modelo de negocio. El concepto de Born Global ha sido objeto de estudio en el campo de la internacionalización y en el área del emprendimiento e innovación de empresas, y se ha convertido en una estrategia cada vez más popular para las empresas que buscan crecer rápidamente y expandirse globalmente.

Se busca caracterizar y analizar las empresas existentes en el departamento de Norte de Santander, sus proyecciones y experiencias como motor de crecimiento y desarrollo económico. El fenómeno del Born Global ha atraído cada vez más la atención de académicos y formuladores de estrategias debido a su potencial para mejorar la competitividad de la región y promover la internacionalización de las empresas.

El estudio adoptará un enfoque no probabilístico con encuestas cuantitativas a 3 sectores específicos de la región (académicos, gubernamentales y empresariales). Se espera que los resultados de la investigación contribuyan a la comprensión del fenómeno Born Global proporcionando información y apoyo a empresarios sobre cómo mejorar la competitividad y la internacionalización de las empresas.

Este proyecto busca establecer estrategias de impacto empresarial enfocándose en los factores que influyen en su éxito o fracaso en el ámbito internacional. Específicamente, el estudio examinará las percepciones empresariales y comerciales de este tipo de empresas, el contexto institucional, académico y político en el que operan y el planteamiento que se puedan aplicar buscando su crecimiento y expansión.

1. El Problema

1.1 Título

Análisis de empresas jóvenes o Born Global en Norte de Santander y su incidencia en el comercio internacional.

1.2 Planteamiento de la problemática

La acelerada globalización y la constante evolución de los mercados han generado nuevas formas de hacer comercio marcando nuevos modelos en un entorno empresarial competitivo, dinámico y complejo. Esta evolución ha permitido que se origine una necesidad-conveniencia de las medianas y pequeñas empresas por introducir su operación a contextos internacionales, de manera que se posicionen en diferentes mercados y así obtengan aprobación que se evidencia en ganancias, crecimiento e inversión. Dentro de este panorama de internacionalización cobran relevancia las Born Global dicho termino hace referencia a: “jóvenes empresas internacionales”, “global startups”, “micro multinacionales”, “nacidas globales” y “exportadores innatos” (Cesinger, B., Danko, A, y Bouncken, R, 2012).

En cuanto a esta tendencia Colombia presentó en el año 2020 una TEA (tasa de actividad emprendedora) del 31% la cual fue integrada en gran dimensión por emprendedores nacientes con el 55% y nuevos emprendedores con el 45% lo que significó el fortalecimiento del tejido empresarial colombiano y potenciar las empresas establecidas. (GEM, 2021).

Sin embargo, ante los porcentajes positivos aún existen importantes brechas al ser comparado con diferentes países y economías que ofrecen nuevas oportunidades de mejora en las condiciones para emprender. La naturaleza de las Born global o empresas globales nacidas en Colombia deben asumir actualmente los desafíos que ofrece el comercio global, en cuanto a

innovación, desarrollo y enfoque de calidad. Lo anterior, conlleva, a que los emprendedores perciban menos oportunidades en los mercados extranjeros y desistan en el fortalecimiento de sus empresas jóvenes.

Por lo tanto esta transición ha propiciado que la estructura en la dinámica mundial empresarial tienda a seguir los requerimientos actuales que deben experimentar las empresas jóvenes en cuanto a el fenómeno Born global de la cual es considerado fundamental debido a que permite indagar y estudiar el desempeño de competitividad de las Pymes exportadoras en el panorama nacional y regional, teniendo en cuenta el uso de factores tecnológicos siendo uno de los soportes con mayor relevancia en relación con el entorno de competitividad exportadora y en los negocios globales.

1.3 Formulación Del Problema

¿Cómo las Born Global o empresas jóvenes inciden en los negocios internacionales de Norte de Santander?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General. Analizar las empresas jóvenes o Born global en los negocios internacionales de Norte de Santander.

1.4.2 Objetivos Específicos. Caracterizar las empresas pequeñas y medianas de Colombia y Norte de Santander y su desempeño exportador.

Identificar experiencias de Born global en Latinoamérica y en Colombia.

Establecer la percepción del sector académico, empresarial y gubernamental de las Born global en Norte de Santander.

Plantear estrategias empresariales para el fomento de las Born global en Norte de Santander.

1.5 Justificación Del Problema

Las empresas nacidas globales son un modelo creciente de los negocios internacionales los cuales han propiciado gran interés y atención en la capacidad empresarial de creación de emprendimientos con visión internacional.

De acuerdo con lo anterior el propósito de la presente propuesta de investigación es realizar un análisis y comprensión de la nueva perspectiva de estudio de las Born Global o empresas nacidas globales de tal manera que se permita identificar aspectos y estrategias relevantes para el éxito de estas jóvenes empresas en el contexto empresarial nacional e internacional, las cuales puedan ser aplicadas para las Pymes del departamento de Norte de Santander incentivando el desarrollo de nuevas oportunidades y mejorando aquellas que ya están establecidas ajustándose a las referencias de desarrollo que la región ha buscado proponer para la planificación y proyección en el crecimiento y fortalecimiento del tejido empresarial.

Según el informe Observatorio de Articulación en Competitividad Empresarial de Confecámaras se estableció que temas como la investigación, el comercio exterior y atributos de calidad son factores con menos importancia para los empresarios a pesar de que son esenciales para la producción de bienes y servicios que cuenten con valor agregado y con superioridad en la consolidación en cadenas globales de valor (Confecámaras, 2019)

Por tanto, es importante analizar el desempeño exportador y el potencial de las pequeñas empresas con capacidad exportadora a nivel nacional, dado que estos datos, pueden servir de soporte para planificar las acciones que permitan ampliar el número de empresas jóvenes con potencial para exportar, haciendo uso de buenas prácticas de internacionalización de manera innovadora para el departamento.

2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes

A continuación, se presentan investigaciones desde el panorama internacional y nacional relacionadas con el problema de investigación de las Born global o empresas jóvenes y su incidencia en el comercio internacional teniendo en cuenta aquellos factores que contribuyen en el proceso de internacionalización de las jóvenes empresas globales.

2.1.1 Internacionales. López (2017) en la investigación “Identificación de los antecedentes de las Born global “describe la evolución, orientación y comportamiento de las empresas nacidas globales en el campo internacional identificando los elementos internos y externos que conducen a empresas jóvenes a internacionalizarse de manera rápida y temprana instaurando una visión diferente entre el modelo de internacionalización con enfoque secuencial o conocido como modelo Uppsala y las Born global como proceso de internacionalización precipitada.

La metodología utilizada en esta investigación se desarrolló bajo un estudio exploratorio con una muestra de 581 empresas segmentadas en 2 grupos: las empresas con modelo Born global y Uppsala. Sin embargo, se demuestra que en otras líneas de investigación se debaten aspectos que se enfatizan en el rol de las redes, la cooperación, transmitir conocimiento y la capacidad dinámica de la internacionalización de manera temprana y acelerada. Los resultados obtenidos mostraron que el enfoque Born global aún se encuentra carente de definiciones operacionales y conceptuales pudiendo esto interponerse en el avance de las jóvenes empresas con internacionalización acelerada en lo cual se radica que el éxito clave se encuentra en la experiencia en los negocios internacionales y las redes personales que posee el empresario

debido a que se considera como un principio estratégico que permitirá desarrollar capacidades para desempeñarse competentemente en el mercado extranjero.

La investigación de Roque (2020) titulada Control de gestión en las empresas Born-global: un estudio de caso comprende cómo el proceso de internacionalizarse impacta el control de gestión y los sistemas de contabilidad de una empresa y cómo puede aportar a una implementación de internacionalización exitosa. Este estudio proporciona información crucial para las Born global ya que se evidencia que la escasez de recursos puede ser un factor impulsor, más que un impedimento para una internacionalización temprana y rápida.

La metodología se expone abordando un estudio de investigación cualitativa con base en el proceso de estudio de caso propuesto por Yin (2009, 2014) a través de un análisis de caso único en un Firma portuguesa del sector tecnológico.

A través de este estudio de caso se identificó que los avances de tecnología en los sistemas de gestión empresarial así como la información y la globalización facilitan adquisición de conocimientos y la evolución en el proceso de internacional, asimismo el control de gestión y los sistemas de contabilidad deben adaptarse progresivamente a las necesidades de internacionalización de esta manera se contribuye a determinar costos y desarrollo de herramientas de evaluación de acuerdo al desempeño empresarial.

En el artículo: “Dimensión son Born-global firms’ case studies”, Carvalho, Joswing, Miranda y Sbragia, analizan qué dimensiones y atributos se han tenido en cuenta en diferentes estudios de casos de empresas nacidas globales presentados por la literatura en la práctica. Para esto se abordó la influencia de la inserción económico-social la cual puede ser vista como un nuevo modus operandi y nuevas perspectivas para las empresas en donde se logra distinguir

patrones de internacionalización de las empresas nacidas globales que están de alguna manera desafiando las principales teorías de incremento o gradual internacionalización.

Esta investigación utilizó un método exploratorio y contiene un análisis de contenido. Además, se basó en una selección de artículos académicos obtenidos en la base de datos Web of Knowledge centrándose en estudios de casos de Born global.

Los resultados demostraron que los principales temas relacionados con las empresas nacidas globales se encuentran en una perspectiva con la teoría incluso si se centra en una industria en particular. Como contribución, este estudio presentó dimensiones y atributos que se pueden utilizar como referencia para discusiones complementarias en cuanto a los estudios de casos de empresas jóvenes proporcionando una visión amplia y global.

Zonta y Amal (2018) en su artículo: “Internationalization and innovation: The case of a Born global from Brazil”, tratan acerca de la importancia del estudio de las Born global y de cómo este fenómeno a través de los años se torna de mayor auge debido a la temprana internacionalización, innovación y crecimiento económico de empresas jóvenes; sin embargo se expone que gran parte de los estudios existentes están enfocados en mercados desarrollados es por ello que el artículo plantea una perspectiva desde un mercado emergente también una entrevista en con el fundador y coordinador financiero- administrativo de una empresa brasileña que ha demostrado un comportamiento proactivo de internacionalización trasladándose a Estados Unidos.

El resultado muestra que en la internacionalización aspectos como redes, finanzas, en este caso estrategias de servicio, innovación, experiencia y conocimiento son un tema crucial para este proceso en especial la innovación de Born global es un elemento clave que amplía el rendimiento de la empresa a un país con instituciones y economías estables influye

positivamente brindando la posibilidad de explorar recursos, resultando en crecimiento financiero, conocimiento y capacidades superiores. Como segundo resultado evidencia que como en el caso de las Born global en Brasil muchas empresas jóvenes que se encuentran en economías emergentes presencian una internacionalización tardía debido a que este camino muchas veces está limitado por la debilidad de los estatutos en el país de origen.

2.1.2 Nacionales. Garcés, Estelles-Miguel, Peris-Ortiz y Valero (2021), en este artículo: “Innovación en Emprendimiento: El caso de las Born Globals”, se describe la evolución del término “Born Global” mediante una revisión sistemática literal con respecto a la innovación empresarial. Se realiza con un enfoque cualitativo correlacional en bases de datos como google scholar, Scielo, Scopus y Redalyc. El estudio esquematiza tres momentos fundamentales: (a) Inicios del término “Born Global” (en la década de los 90), (b) Evolución del término “Born Global” (en la década de los 2000) y (c) Auge Académico de las “Born Global” (2010 al 2020).

La revisión indica que el concepto de "Born Global" ha evolucionado desde la década de los 90, cuando se refería a empresas con una presencia global desde su inicio, hasta integrar la internacionalización, el emprendimiento y la estrategia. En los 2000, surgieron las Empresas Nacidas Globales y se realizaron estudios sobre el papel de los gerentes, el proceso de internacionalización y la rápida expansión. También se observó el surgimiento de empresas "renacidas" y se exploró la búsqueda de ventajas competitivas. Entre 2010 y 2020, se produjo un auge académico en el estudio de las Born Globals, abordando aspectos como el papel de los emprendedores, la alta dirección, los recursos necesarios y las estrategias de internacionalización. Se examinó el ciclo de vida de las empresas internacionales y otros temas relevantes.

Pérez, Escorcia y Garavito (2021) en el artículo ‘‘Análisis de las Born Global en Colombia: pequeñas y medianas empresas del Departamento de Córdoba’’ realizan un estudio de las Born global en el contexto empresarial en Colombia considerando los factores y las estrategias propias de las empresas jóvenes aplicables en el sector empresarial cordobés. El artículo es desarrollado mediante una caracterización y percepción de las Born global de modo general teniendo en cuenta estudios empíricos de varios países realizando el respectivo análisis haciendo énfasis en los factores claves de estas empresas.

Este artículo aborda un enfoque descriptivo y analítico por medio del cual se buscó describir las principales características del fenómeno Born global y, por otro lado, buscan hallar el origen del mismo apoyándose en fuentes secundarias es decir consulta en bases de datos, artículos científicos internacionales, nacionales y locales.

Los resultados demostraron que Colombia ocupa el cuarto puesto a nivel mundial y en América Latina en el crecimiento de empresas y emprendimientos jóvenes lo que significa una tendencia significativa en la fundación de empresas nuevas. Sin embargo, un componente como la innovación sigue siendo limitado ya que se demostró que el 75% de estas empresas nacientes aun ofertan productos y servicios pocos innovadores (GEM COLOMBIA, 2019).

En cuanto a los factores referidos por el entorno en Colombia según el presente artículo es perceptible el escaso aporte en inversión y desarrollo lo cual se ha convertido en una extenuación para las empresas pequeñas debido a que se ven afectada la sostenibilidad de estas en el mercado. Sin embargo, la dinámica exportadora de las Born global colombianas han mostrado cierta evolución mejorando las condiciones de entorno en cuanto a los avances de la agenda política internacional y el desarrollo del sistema financiero.

Parra-Acosta, Duque-Oliva, Rodríguez-Romero (2021) en su artículo científico: “Born global: la cuarta perspectiva de la internacionalización” resaltan la importancia de analizar la perspectiva de internacionalización para brindar respaldo a futuras investigaciones que estudien la relación entre la internacionalización y los factores asociados a la creación de empresas Nacidas Globales. El estudio es una revisión sistemática literal de 793 escritos en la base de datos Scopus hasta el año 2019. La premisa de la investigación se basa en que la caracterización de la producción científica se realiza en torno a los factores económicos, de procesos o redes.

Este análisis proporciona datos particulares de esta “nueva” perspectiva, y los resultados obtenidos sirven para brindarle una mayor importancia con el objetivo de respaldar futuras investigaciones con base en esta. Inicialmente se realiza un contexto del origen del término asociado a Mckinsey Consulting en 1993 como secuela de la investigación realizada por McDougall en 1989. Con respecto al factor de característica diferencial se deduce que la internacionalización sucede en dos momentos, cuando nace la empresa o dentro de los dos años siguientes a la constitución.

Para el estudio las empresas Born Global son diversas en sus características, centrándose en productos y servicios diferenciados, enfocándose en nichos específicos y utilizando estructuras híbridas para obtener recursos. Además, el entorno cambiante de las últimas décadas ha sido un factor clave en su surgimiento. Puesto que estas empresas desafían los modelos convencionales al operar en redes en lugar de estructuras jerárquicas tradicionales.

Escandón-Barbosa (2022) En su artículo de investigación “Análisis de la Asociación entre la Base de la Pirámide (BoP) y el Desempeño Exportador en Empresas Nacidas Globales: Aprobación de un Modelo FGLS entre 2011 y 2021” examina la influencia de la orientación hacia la Base de la Pirámide (BoP, por sus siglas en inglés) en el desempeño de exportación de

las empresas Born Global. La Base de la Pirámide se refiere a los consumidores con poder adquisitivo limitado que realizan esfuerzos económicos para adquirir bienes de consumo básicos de manera diaria o frecuente.

Este nicho de mercado ha sido históricamente pasado por alto, ya que los consumidores están más preocupados por el precio que por la diferenciación del producto. Sin embargo, los mercados de la Base de la Pirámide brindan a las empresas la oportunidad de exportar sus productos, penetrar en estos mercados y tener exportaciones exitosas. Basado en la literatura, este estudio examina la influencia de la orientación hacia la BoP en el desempeño de exportación de las empresas Born Global, así como el papel de la asistencia gubernamental en la exportación y la creación de redes con socios institucionales. Se recopilaron datos de 341 empresas Born Global en Colombia, lo que resultó en un panel desequilibrado (FGLS) entre 2011 y 2021.

2.1.3 Regionales. En Norte de Santander no se registran antecedentes de estudios e investigaciones relacionados con las Born global o empresas nacidas globales.

2.3 Bases Teóricas

En base a las teorías existentes a continuación se describen algunas que comprenden la temática abordada en el presente trabajo de investigación. Es importante el aporte que hacen algunas teorías de internacionalización, que explican cómo este proceso de integración y adaptación de ideas de negocio innovadoras dentro del contexto y redes de la economía mundial.

2.3.1 Teoría de las Born Global. Entendiendo que el termino Born global hace referencia a empresas internacionales las cuales cuentan con poco tiempo de creación, existen factores que cobran relevancia obedeciendo a una visión global con la cual nace desde su fundación o la adquieren en los dos primeros años de vida.

Es por ello que existe una nueva perspectiva en el proceso de internacionalización que ha tratado de explicar dicho fenómeno y que ayuda a entender este proceso en el siglo XXI.

Según Madsen y Servais refieren que la aparición de las Born global se asocia a tres factores:

- Las condiciones del mercado.
- El desarrollo tecnológico en las áreas de producción, comunicación y transporte.
- Las capacidades más desarrolladas del emprendedor que crea una Born global.

En cuanto a la referencia de las condiciones del mercado es de destacar el aumento de la especialización y, por ende, de los segmentos de mercado. Las empresas se especializan en la producción de partes específicas las cuales deben ser vendidas en mercados extranjeros debido a que el mercado nacional no posee una demanda idónea por su tamaño. Además, existen sectores que desarrollan acciones de suministro global desarrollando redes fuera de sus propias fronteras, como resultado los productos que son innovadores son distribuidos con mayor rapidez a través de los mercados mundiales es decir que las empresas se ven forzadas a establecerse en otros mercados de manera acelerada. El segundo factor cambios en los procesos tecnológicos ha demostrado que las operaciones a escalas reducidas pueden ser atractivas desde el punto de vista económico por lo tanto la adaptación del cliente y la producción en nichos de mercado son alternativas viables en los mercados actuales. Por último, la capacidad de aumentar las capacidades y habilidades de los recursos humanos para explorar las posibilidades existentes en los entornos tecnológicos de mercados internacionales, esto también ayuda a explicar el

surgimiento de Born global, estas habilidades son ahora un requisito fundamental para la producción, transporte y comunicación (Madsen & Servais, 1997).

Sin embargo, los factores anteriores pueden generar resultados en cuanto a la disminución de los costos de comunicación y transporte, una fácil introducción a las tecnologías de la información e integración de distintas económicas, por tanto, estas causas generan una serie de situaciones que facilitan que una empresa pueda realizar actividades en mercados internacionales desde su creación.

Knight y Cavusgil contradicen los estudios de la teoría gradualista en cuanto al proceso de internacionalización dado que existen pequeñas empresas que se ven encaminadas hacia la tecnología y operan en mercados extranjeros desde los primeros días de su creación, pero esto en gran parte se debe a que muchas de estas empresas son lideradas por empresarios que conciben el mundo como un único mercado (Knight & Cavusgil, 1992)

Fillis (2001) propone una perspectiva en cuanto a la capacidad de las empresas por implantar una estrategia global. Esta habilidad empresarial radica en omitir etapas del proceso de internacionalización para llegar a ser competidores globales en poco tiempo. Este autor identifica las competencias impulsoras para adquirir una ventaja competitiva de emprendimiento y poseer visión global con un enfoque centrado en el desarrollo de negocios o la capacidad de reconocer oportunidades y capitalizarlas.

2.4 Marco Conceptual

Innovación. La Comisión europea señala el término innovación como la ampliación y renovación de la categoría de productos, servicios y mercados asociados; la formalización de métodos nuevos ya sea en cuanto a suministro, producción y distribución; la inclusión de cambios en la gestión, planificación y condiciones de trabajo y habilidades de la fuerza de trabajo (COM, 2015).

Internacionalización acelerada. Proceso a través del cual una Pyme busca alternativa de crecimiento en mercados extranjeros desde su concepción o muy cercano al mismo involucrando las operaciones internacionales y el dinamismo económico con el fin de lograr su permanencia fuera del mercado nacional (Rasmussen & Madsen, 2002)

Nacida global. Una empresa nacida global es una empresa joven que alcanza rápidamente la globalización es decir que cuenta con menos de 7 años desde su fundación y empieza sus operaciones internacionales, simultáneamente a las operaciones nacionales. El principal propósito de una empresa nacida global es ser líder y crecer rápidamente en los mercados globales (Luostarinen & Gabrielsson, 2003).

Negocios internacionales. Según Katsioloudes y Hadjidakis En el libro Negocios internacionales: una perspectiva global describe los negocios internacionales como toda transacción comercial, privada, gubernamental entre dos o más países incluyendo ventas, inversiones y transporte (pág. 9).

Pymes. Hace alusión al acrónimo que significa “pequeña y mediana empresa” compuesta por activos totales o superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV. Las Pymes pueden desarrollar actividades comerciales de cualquier tipo de manera libre y en cualquier sector (Bancolombia, 2018).

2.5 Marco Legal

A continuación, se aborda la legislación establecida en Colombia para el fomento e incentivos de las actividades emprendedoras teniendo en cuenta la interpretación de leyes, códigos, decretos y políticas públicas nacionales que han buscado fortalecer el sector empresarial.

En Colombia el sector empresarial se encuentra clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, clasificación ordenada por la Ley 590 de 2000 la cual tiene como principal objetivo incentivar el establecimiento de mejorar las condiciones del entorno empresarial. Esta ley insta la inserción de programas y estímulos para Pymes en el Plan Nacional de Desarrollo de Colombia siendo el Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006 “Hacia un estado comunitario” resaltando iniciativas de promoción a las pymes con los objetivos de:

- Eliminar limitaciones de acceso al financiamiento y menores costos.
- Desarrollo y diseño de instrumentos de apoyo integral.

Este Plan de Desarrollo priorizó un amparo financiero liderado por el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico (FOMIPYME).

En sus modificaciones (Ley 905 de 2004), expedida el 2 de agosto del 2004 se dictaron otras disposiciones puesto el cambio más representativo fue el aumento del rango salarial para clasificar las medianas empresas pasando de 15.000 SMLV a 30.000 SMLV reduciendo el porcentaje de las empresas grandes del país. También se modificó la estructura del Fomipyme dividiéndola en las siguientes subcuentas:

Subcuenta para pequeñas y medianas empresas siendo fuente de financiación recursos provenientes del estado

Subcuenta de microempresas siendo la fuente de financiación, los recursos provenientes del presupuesto nacional y del programa nacional de competitividad. Estas cuentas se podrán fortalecer con aportes y créditos de convenios de cooperación Internacional, organismos internacionales de desarrollo y convenios de cooperación con entes territoriales nacionales y regionales. (Gestor Normativo, 2021)

El 31 de diciembre del año 2020 el presidente de la república aprobó la Ley 2069 ‘‘Ley del emprendimiento’’ cuyo objeto principal es instaurar un marco regulador que propicie mejorar las condiciones para el emprendimiento y crecimiento de las empresas en Colombia.

Dentro del Artículo 25 de la ley 2069 específicamente se plantea el fortalecimiento de la capacidad y la visión exportadora de los emprendedores nacionales quienes con el acompañamiento, capacitación y apoyo del Ministerio de industria y Comercio y demás entidades gubernamentales tienen la finalidad de que estos emprendimientos puedan abrirse a mercados extranjeros y prepararse para las dinámicas del comercio internacional (Congreso de la República, 2020)

Seguidamente el Artículo 61 de la ley 2069 propone impulsar la asesoría y el acompañamiento de microempresas para emprendimientos en fase temprana o de incubación mediante una red de empresarios solidarios con el fin de ofrecer una mayor oferta de asesoría empresarial. (Congreso de la República, 2020)

- Política Nacional de Emprendimiento (CONPES-4011)

El 30 de noviembre del 2020 el Gobierno Nacional expidió el Documento Conpes N°. 4011 ‘‘Política Nacional de Emprendimiento’’, cuyo objetivo se centra en propiciar condiciones más favorables para el ecosistema emprendedor lo que permitirá el crecimiento y la sostenibilidad de

emprendimientos y de esta manera puedan contribuir a el aumento de la productividad e internacionalización empresarial lo que contribuirá a la generación de riqueza.

Esta política se fundamenta en 5 objetivos principales

I. Fortalecimiento de habilidades para la cultura emprendedora.

II. Mejoramiento en el acceso de mecanismos de financiamiento.

III. Fortalecimiento de redes y estrategias de comercialización.

IV. Facilidad en la innovación y el desarrollo tecnológico para emprendimientos.

V. Fortalecimiento de la arquitectura institucional.

Las acciones propuestas han venido siendo implementadas desde el año 2021 y deberán estar ejecutadas para el año 2025 contando con la intervención de los Ministerios De Comercio Industria Y Turismo, Agricultura Y Desarrollo Rural, Educación, Tecnologías De La Información Y Las Comunicaciones, Departamento De Prosperidad Social, Planeación Nacional, Departamentos Administrativo De La Presidencia De La República, entre otras. Esta política pública se diseñó con el fin de beneficiar todo tipo de emprendimiento ya que hacen parte de sistema empresarial colombiano buscando una visión distinta de hacer economía (CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL, 2020)

2.5.1. Legislación Para La Gestión Exportadora En Colombia. La legislación colombiana dentro de las medidas de apoyo que brinda para las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en cuanto al régimen de comercialización internacional cobran relevancia por los estímulos que se le otorgan a los comercializadores y productores nacionales (Zona Franca Bogotá, 2018)

Bajo el actualizado marco regulatorio al régimen de zonas francas, la Ley 1004 del 2005 es concebida como un instrumento para la estimulación de la inversión en el país y la creación de empleo, al ser un pilar de desarrollo fundamental para promover la competitividad. Por

consiguiente, para las Pymes establecerse en una zona Franca generaría beneficios en reducción de costos tributarios y aduaneros, dado que existe un ecosistema empresarial que ayuda a estas pequeñas y medianas empresas a ser mucho más competitivas.

2.6. Marco Espacial

El desarrollo de la presente propuesta investigativa fue realizado a docentes de educación superior, empresas exportadoras y, entidades de administración pública ubicadas en el departamento de Norte de Santander.

2.7 Marco Temporal

La presente investigación se realizará en el transcurso del segundo semestre del año 2022 siendo comprendidos los meses de julio a septiembre del mismo año en mención.

3. Diseño Metodológico

3.1. Tipo De Investigación

Dado que el objeto de estudio de la presente investigación es analizar las empresas jóvenes o Born global en Norte de Santander y su incidencia en el comercio internacional, el presente trabajo se enfatiza en un tipo de investigación descriptiva debido a que se pretende caracterizar las pequeñas y medianas empresas teniendo en cuenta su desempeño exportador, identificar experiencias de Born global y de esta manera establecer una percepción del sector empresarial.

Según Sabino (1986) refiere que la investigación descriptiva ejerce sobre realidades de hecho y su particularidad es exponer una interpretación correcta y acertada. Por tanto, este tipo de investigación busco hallar características importantes de fenómenos, utilizando algunos criterios que accedan de manera visible su estructura o comportamientos, así de esta manera se podrá obtener la explicación que caracterizara la realidad estudiada.

Para lograr su ejecución fue necesario un análisis bibliográfico y validación de información consulta de diferentes fuentes o documentos, tal como es mencionado por Arias la investigación es un proceso que se basa en la recuperación, búsqueda y análisis de interpretación de fuentes secundarias; es decir, los registros de otros investigadores y autores que se dan por medios documentales ya sean impresas, electrónicas y audiovisuales. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos (Arias, 2012)

3.2. Método de Investigación

La propuesta aquí plasmada se ejecutó bajo un diseño metodológico de enfoque cuantitativo, debido a que se adapta de manera más conveniente a las características y necesidades expuestas en la investigación.

El enfoque cuantitativo emplea el análisis y la recolección de datos para responder las preguntas de investigación y así probar hipótesis establecidas previamente confiando en mediciones numéricas y frecuentemente en el uso de la estadística para instaurar con exactitud patrones de comportamiento en una población (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p. 5).

3.3. Población

Para el presente proyecto investigativo la población de estudio estuvo conformada por tres sectores: (a) académico, (b) empresarial y, (c) entidades de administración pública exportadoras de Norte de Santander. Teniendo en cuenta que según el Informe de Perfiles Económicos Departamentales estas empresas representaron en promedio el 0,8% de participación de las exportaciones nacionales a marzo del año en curso (Mincomercio, 2022).

3.4. Muestra

La muestra de la investigación es de tipo no probabilístico para los tres sectores de interés. Para cada uno de los sectores se aplicó un cuestionario estructurado y contextualizado al sector de interés según la cuantificación de la muestra en particular. Por lo tanto, para el sector académico se determinó una muestra de 14 docentes de universidades en Norte de Santander. Para el sector empresarial se cuantificó en 18 empresas regionales localizadas en Norte de Santander, los criterios de selección están relacionados a empresas exportadoras del departamento Norte de Santander las cuales no excedan aproximadamente los 4 años de su fundación, para ello se toman en cuenta los registros empresariales de la Secretaría del Banco del progreso de la Alcaldía de Cúcuta. Por último, para el sector gubernamental se escogió una muestra de 7 entidades vinculadas a la administración pública del departamento.

3.5. Sistematización De Variables

Figura 1.

Operacionalización de Variables - Estudio

Objetivo General	Objetivos Específicos	Operacionalización		
		Variables	Definición Conceptual	Instrumentos
Analizar las empresas jóvenes o Born global en los negocios internacionales de Norte de Santander.	1. Caracterizar las empresas pequeñas y medianas de Colombia y Norte de Santander y su desempeño exportador.	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas exportadoras -Tamaño de empresas -Capacidad de Innovación. -Intensidad exportadora 	<p>Mediante estas variables se pretende:</p> <p>Conocer el total de empresas exportadoras en Norte de Santander</p> <p>Determinar el promedio exportador de las empresas Norte Santandereanas</p> <p>Conocer el grado de flexibilidad y adaptación</p> <p>Medir la participación de exportaciones en Norte de Santander</p>	<p>Para la recolección de información se utilizarán:</p> <p><u>Fuentes Primarias</u></p> <p>Cuestionarios a empresarios y emprendedores</p> <p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p> <p><u>Fuentes Secundarias</u></p> <p>Consulta a bases de datos</p> <p>Reseña de investigaciones</p> <p>Artículos científicos</p> <p>Informes</p> <p>Boletines económicos oficiales</p> <p>Monografías</p>
	2. Identificar experiencias de Born global en Latinoamérica y en Colombia.	<ul style="list-style-type: none"> -Éxito exportador -Conocimiento de los mercados -Experiencia internacional -Imagen internacional de la empresa -Diversificación de mercados 	<p>Mediante estas variables se busca:</p> <p>Conocer la permanencia de las empresas en mercados internacionales</p> <p>Determinar si las empresas conocen las tendencias en el mercado de los países a los que exporta.</p> <p>Participación y conocimiento en el comercio internacional</p> <p>Identificar el grado de percepción de la marca en el mercado exterior.</p>	
	3. Establecer la percepción del sector empresarial, académico y gubernamental de las Born global en Norte de Santander.	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo de procesos de exportación - Conocimiento de las condiciones de acceso a mercados -Investigación académica -Competitividad empresarial 	<p>Mediante las variables previas se pretende:</p> <p>Conocer si las Pymes cuentan con conocimiento y formación acerca de los beneficios y restricciones para exportar.</p> <p>Establecer una perspectiva de diferentes sectores acerca de la internacionalización</p>	
	4. Plantear estrategias empresariales para el fomento de las Born global en Norte de Santander.	<ul style="list-style-type: none"> -Innovación de Procesos. -Acciones para penetración de mercados. 	<p>Mediante estas variables se pretende:</p> <p>Plantear estrategias de buenas prácticas para el sector empresarial que incentive la formación de Born Global y futuros procesos de internacionalización.</p>	

3.6. Tratamiento De La Información

3.6.1. Técnica Para La Recolección De Información. Según Arias (2006) la técnica e instrumentos de recolección de información, interpretan la forma de obtener información de una población la cual es el propósito de estudio, para ser aplicada en determinado momento, tiempo y lugar teniendo el vínculo directo con el problema de la investigación.

Por tanto, las técnicas de recolección de datos que se utilizaron en la presente propuesta investigativa son:

Fuentes primarias: Fueron desarrolladas mediante cuestionarios llevados encuestas estructuradas, dirigidos específicamente a docentes de educación superior, empresarios, gremio empresarial, emprendedores y entidades de administración pública de Norte de Santander los cuales podrán ser ejecutados de manera, presencial, virtual, vía telefónica o E-mail.

Fuentes secundarias: consulta y análisis de bases de datos económicas, de comercio exterior, boletines económicos oficiales, artículos científicos, informes y proyectos de grado que guarden relación con el tema de estudio del presente proyecto.

3.6.2. Técnica Procesamiento De La Información. Para llevar a cabo el procesamiento de la información que se obtuvo de las fuentes primarias como lo son los cuestionarios, encuestas y entrevistas a docentes de universidades, empresarios, emprendedores, y entidades públicas de Norte de Santander utilizando el programa de Microsoft Office Excel el cual permitió el tratamiento y análisis de información y para lograr una verificación eficiente de acuerdo a los métodos cuantitativos y descriptivos requeridos para el cumplimiento de los objetivos de la presente investigación.

3.6.3. Presentación De La Información. La presentación de la información de los datos que se obtuvieron se realizó por medio de gráficas y estadísticas con las cuales se buscan apreciar las variables de estudio para lograr determinar los factores de incidencia de las Born global en el comercio internacional de Norte de Santander, de tal manera que se tabularon los datos e indicadores y se describió dicha información generándose una presentación clara con el fin de transmitirla de manera concreta a los interesados en el presente proyecto investigativo.

4. CARACTERIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE COLOMBIA Y NORTE DE SANTANDER POR DESEMPEÑO EXPORTADOR.

4.1 Contexto empresarial en Colombia

En Colombia el tejido empresarial se compone en su mayoría por empresas micro, pequeña y de mediana escala. De acuerdo al reporte de Confecámaras se puede evidenciar que, durante el año 2019 las unidades productivas presentaron un cambio positivo del 2,1% en el establecimiento de empresas más que el año 2018.

Tabla 1. *Empresas constituidas por tamaño 2018-2019*

Tamaño	Número de empresas creadas		Participación, %	
	Ene-Dic 2018	Ene-Dic 2019	Ene-Dic 2018	Ene-Dic 2019
Microempresa	301.705	308.223	99,6	99,6
Pequeña	1.243	1.155	0,4	0,37
Mediana	69	70	0,0	0,0
Grande	10	15	0,0	0,0
Total	303.027	309.463	100,0	100,0

Fuente: Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (2019)

En la tabla se logra evidenciar que las microempresas de enero a diciembre en los años (2018-2019) tuvieron un incremento favorable siendo en (2018) 301.705 microempresas creadas y subiendo en (2019) a 308.223 microempresas y contando con una participación del 99,6% en 2018 y 2019. Es importante resaltar que las pequeñas empresas tuvieron una disminución considerando que para el año 2018 fueron 1.243 pequeñas empresas creadas, siendo notoria la disminución para el año (2019) con 1.155 empresas y contando con una participación en (2018) de un 0,4% y en (2019) de un 0,37%.

Tabla 2. *Empresas constituidas por tamaño 2020-2021*

Tamaño	2020	2021	Variación %	Contribución
Microempresa	276,891	306,140	10.6%	10.5%
Pequeña	1,328	1,449	9.1%	0.0%
Mediana	68	69	1.5%	0.0%
Grande	15	21	40.0%	0.0%
Total	278,302	307,679	10.6%	10.6%

Fuente: Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (2021)

En la tabla anterior se evidencia que en el año (2020) hubo una disminución de microempresas comparada con el año (2019) siendo en el año (2020) 276,891 microempresas y contando con una variación del 10.6% y una contribución del 10.5%, también evidenciamos que en el año (2021) aumentaron las microempresas a 306.140 con una variación del 10.6% y una contribución del 10.5%. Las empresas grandes tuvieron una gran participación en estos años siendo del 40.0% superando a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Tabla 3. *Empresas constituidas por tamaño Enero- Jun 2021-2022*

Tamaño	2021	2022	Variación, %	Contribución
Microempresa	165,556	171,976	3.9%	3.9
Pequeña	738	508	-31.2%	-0.1
Mediana	33	27	-18.2%	0.0
Grande	11	6	-45.5%	0.0
Total	166,338	172,517	3.7%	3.7%

Fuente: Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (2022)

En la tabla anterior predominan las microempresas con el 3.9% en las variaciones de los años (2021-2022), una contribución del 3.9, y las 165,556 empresas creadas en el (2021), incrementando en lo que va hasta junio del año (2022) unas 171.976 empresas creadas.

Indiferentemente al sector económico en las micro y pequeñas empresas se encuentra la concentración más alta por tamaño de empresas.

Tabla 4. *Empresas por tamaño y sector Enero- dic2018-2019*

Sector	Ene-Dic 2018	Ene-Dic 2019	Variación %	Contribución
Servicios	133.443	137.943	3,4	1,5
Comercio	113.751	115.415	1,5	0,5
Industria	28.827	29.414	2,0	0,2
Construcción	13.525	13.751	1,7	0,1
Extracción	1.168	1.091	-6,6	0,0
Agricultura	4.865	4.790	-1,5	0,0
Resto	7.448	7.059	-5,2	-0,1
Total general	303.027	309.463	2,1	2,1

Fuente: Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (2019)

Los servicios y el comercio son los sectores que predominan en el mercado colombiano, con 133.443 empresas ofreciendo servicios en (2018) y 137.943 en (2019) con una variación del 3,4% y una contribución de las 1,5 seguidas de empresas que ofrecen comercio de todo tipo en (2018) fueron 113.751 empresas implementando el comercio, en (2019) unas 115.415 empresas, con una variación del 1,5% y una contribución de 0.5 las cuales disminuyeron en comparación con el año anterior.

Tabla 5. *Empresas por tamaño y sector Enero- Dic 2020-2021*

Sector Agregado	2020	2021	Variación, %	Contribución
Servicios	109,971	124,378	13.1	5.2
Comercio	118,012	126,642	7.3	3.1
Industria	26,899	29,455	9.5	0.9
Resto	6,016	7,828	30.1	0.7
Construcción	11,806	13,015	10.2	0.4
Agricultura	4,780	5,418	13.3	0.2
Extracción	818	943	15.3	0.0
Total	278,302	307,679	10.6	10.6

Fuente: Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (2021)

En la tabla N°6 se evidencia que las empresas ofrecen sus servicios son las más demandadas en el mercado, siendo el 13,1 en variación y 5,2 en contribución para los años (2020-2021), con el 109.971 de empresas creadas que ofrecen servicios en el año (2020) y 124,378 en el año (2021).

Tabla 6. *Empresas por tamaño y sector Enero- Jun 2021-2022*

Sector Agregado	2021	2022	Variación, %	Contribución
Servicios	64,693	71,364	10.3	4.0
Industria	16,082	17,108	6.4	0.6
Agricultura	2,777	3,271	17.8	0.3
Construcción	6,837	6,923	1.3	0.1
Resto	4,375	4,401	0.6	0.0
Extracción	464	534	15.1	0.0
Comercio	71,110	68,916	-3.1	-1.3
Total	166,338	172,517	3.7	3.7

Fuente: Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (2022)

En la anterior tabla se evidencia que el comercio predominó con la creación de empresas siendo 71,110 en el año (2021) comparándolo hasta junio del año (2022) disminuyó drásticamente a 68,916 con una máxima disminución en su variación del -3.1 y su contribución de un -1.3, en cuanto a servicios el departamento tuvo en (2021), 64,693 empresas de servicios y para el año (2022) va en aumento con 71,364 de empresas de servicios, incrementando la variación al 10.3% y su contribución del 4.0.

En las tablas anteriores se relacionan los principales sectores por tamaño de empresas, se observa sectores como la agricultura, extracción y construcción cobran relevancia y son los que mayormente sobresalen en empresas de pequeña escala representando en promedio una concentración del 3,0% y 2,4% correspondientemente.

En Colombia los emprendimientos que exportan o se instauran en mercados extranjeros han mejorado de manera considerable entre el 2018 y 2021. Debido a que se ha observado que existe

una inclinación por parte de los emprendedores en ofrecer productos o servicios innovadores (Global Entrepreneurship Monitor Colombia, 2021).

Quiere decir que las pequeñas y medianas empresas están contribuyendo de manera considerable a la diversificación y al aumento de las exportaciones del país debido a que representa una función fundamental durante este proceso.

4.1.1. Empresas exportadoras en Colombia. Según Analdex (Asociación Nacional de Comercio Exterior), la cifra de empresas exportadoras para el año 2021 osciló alrededor de 10.646 empresas que comercializaron sus productos y servicios en los mercados extranjeros a diferencia del año 2020 cuya cifra registró 9.854 empresas, en la cual se evidencia un incremento positivo de 792 empresa exportadoras mostrando un aumento del 8,04% a diferencia del año 2020.

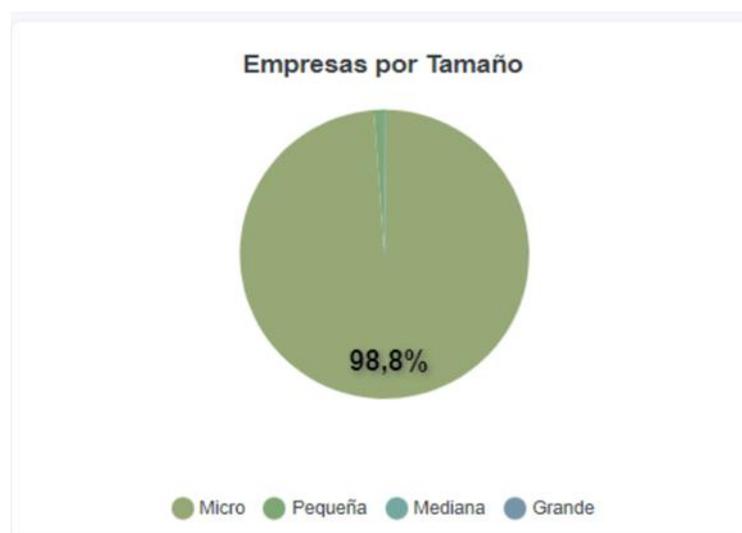
4.2. Contexto empresarial en Norte de Santander

Norte de Santander cuenta con 3 Cámaras de Comercio autónomas de administrar su tejido empresarial las cuales de manera conjunta buscan fortalecer y apoyar el gremio empresarial del departamento, a través de la generación de oportunidades de promoción y crecimiento para lograr impulsar el emprendimiento, la innovación y la formalización empresarial. En cuanto a materia de crecimiento empresarial en los últimos cinco años las microempresas han crecido en gran porcentaje, especialmente a mediados de la pandemia y después de la pandemia, superando a las pequeñas empresas e incrementando las microempresas de servicios y comercio.

4.2.1 Cámara de Comercio jurisdicción Ocaña. La Cámara de Comercio del municipio de Ocaña comprende alrededor de 12 municipios (Ocaña, Abrego, Cáchira, San Calixto, Hacarí, El Carmen, El Tarra, La Esperanza, La Playa, Convención, Teorama y Villa Caro.) del departamento los cuales cuentan con un tejido empresarial compuesto en su mayoría por microempresas que representan el 98,8% con 5.761 empresas registradas al mes de mayo del 2022, dichas empresas cuentan con una edad promedio de 6 años.

Figura 2.

Tejido empresarial Cámara de Comercio Ocaña.



Nota: el gráfico representa como se encuentra compuesto el sector empresarial por tamaño de empresas en la jurisdicción de la Cámara de comercio de Ocaña. Tomado de Tejido Empresarial 2022 (p. 6) por Cámara de Comercio de Cúcuta.

La mayoría de las empresas se establecen en los municipios de Ocaña, Abrego y el Tarra. Conforme a las empresas registradas se establece que por cada 44 habitantes existe una empresa, pero esta correlación aumenta en municipios donde el número de empresas registradas es menor.

Tabla 7. *Empresas registradas por municipios.*

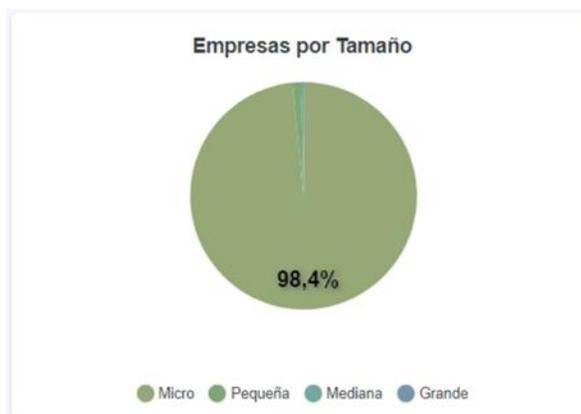
Municipios	Empresas	población
Ocaña	4.498	110.671
Abrego	380	30.118
El Tarra	223	18.986
Convención	150	17.879
Teorama	121	12.710
La Esperanza	120	11.040
Cachira	63	8.642
El Carmen	63	11.959
Hacarí	58	9.622
La Playa	40	7.146
San Calixto	26	9.915
Villa Caro	19	4.602

Fuente: Compite 360, elaboración Cámara de Comercio de Cúcuta 2022.

4.2.2 Cámara de Comercio jurisdicción Pamplona. La Cámara de Comercio de Pamplona abarca el 25% de los municipios del departamento es decir está conformado por 10 municipios (Pamplona, Bochalema, Cácosta, Chitagá, Cucutilla, Labateca, Mutiscua, Pamplonita, Silos y Toledo.) cuyo tejido empresarial cuenta con 3.474 empresas de las cuales el 98,4% son microempresas.

Figura 3.

Tejido empresarial Cámara de Comercio Pamplona



Nota: representación gráfica del tejido empresarial por tamaño de empresas en la jurisdicción de la Cámara de comercio de Pamplona. Tomado de Tejido Empresarial 2022 (p. 8) por Cámara de Comercio de Cúcuta.

Municipios como Pamplona, Chitagá y Toledo registran la principal concentración de empresas.

Tabla 8. *Empresas registradas Municipios Cámara de Comercio Pamplona 2022*

Municipios	Empresas
Pamplona	1.986
Toledo	377
Chitagá	275
Bochalema	231
Silos	141
Mutiscua	126
Pamplonita	115
Cácota	106
Labateca	70
Cucutilla	47

Fuente: Compite 360, elaboración Cámara de Comercio de Cúcuta

Los rangos de edad de estas empresas oscilan entre los 0 y 5 años de fundación en su mayoría.

4.2.3 Cámara de Comercio de Cúcuta. A 19 de abril del 2022 se encuentran establecidas 67.854 empresas en los 18 municipios (Cúcuta, Arboledas, Bucarasica, Chinácota, Durania, El Zulia, Gramalote, Herrán, Los Patios, Lourdes, Puerto Santander, Ragonvalia, Salazar, San Cayetano, Santiago, Sardinata, Tibú y Villa Rosario.) que hacen parte del tejido empresarial de Cúcuta incluyendo todo el Área Metropolitana. Este tejido empresarial se caracteriza principalmente por los sectores de servicios, comercio, industrial, servicios de comida y alojamiento. Según el informe Tejido empresarial 2022 elaborado por la cámara de comercio de Cúcuta la mayor concentración de empresas del departamento se encuentra registradas en Cúcuta, con un 85% de empresas (Cámara de Comercio de Cúcuta, 2022).

Teniendo en cuenta la clasificación por tamaño de empresas en la cámara de comercio de Cúcuta y su Área Metropolitana registran en su mayoría microempresas.

Tabla 9. *Caracterización de empresas por tamaño y sectores a 19 de abril 2022*

	Manufacturas	Servicios	Comercio
Micro	5.650	14.871	19.120
Pequeña	212	293	484
Mediana	51	73	63
Grande	7	34	11

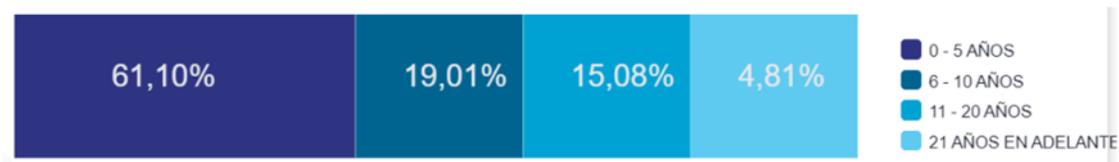
Fuente: Cámara de Comercio Cúcuta 2022

Gran parte de este tejido empresarial son empresas relativamente jóvenes las cuales se encuentran entre 0 y 5 años de constitución.

La mayoría de las Pymes que constituyen el tejido empresarial Norte Santandereano son empresas jóvenes de las cuales no superan los 5 años de creación, dado esto se ha logrado demostrar un incremento en la tasa de supervivencia empresarial, es decir el tiempo que las empresas permanecen y sobreviven al mercado en el entorno competitivo.

Figura 4.

Caracterización de empresas por edad

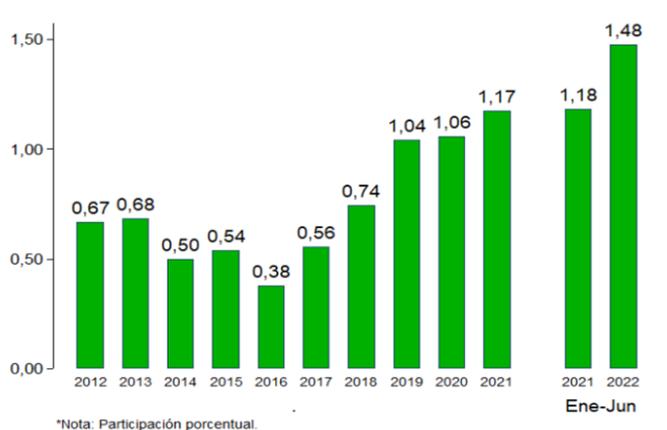


Nota: El gráfico muestra la edad empresarial de las empresas en el departamento para el año 2021, lo cual permite evidenciar que en Norte de Santander gran parte del tejido empresarial está compuesto por empresas jóvenes. Tomado de Cámara de Comercio de Cúcuta 2021.

4.2.3.1. Desempeño exportador de Norte de Santander

Figura 5.

Participación en Exportaciones totales

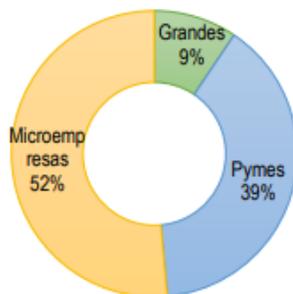


Fuente: Perfiles económicos departamentales (MINCIT,2022)

Norte de Santander representó en promedio entre el 2012 y 2021 el 0,7% de las exportaciones en Colombia, mientras que a junio del presente año 2022 su participación ha aumentado significativamente con respecto al año 2021. Esto permite evidenciar que se mantiene esta tendencia para el segundo semestre del año con niveles de participación superior (MINCIT, 2022)

Figura 6.

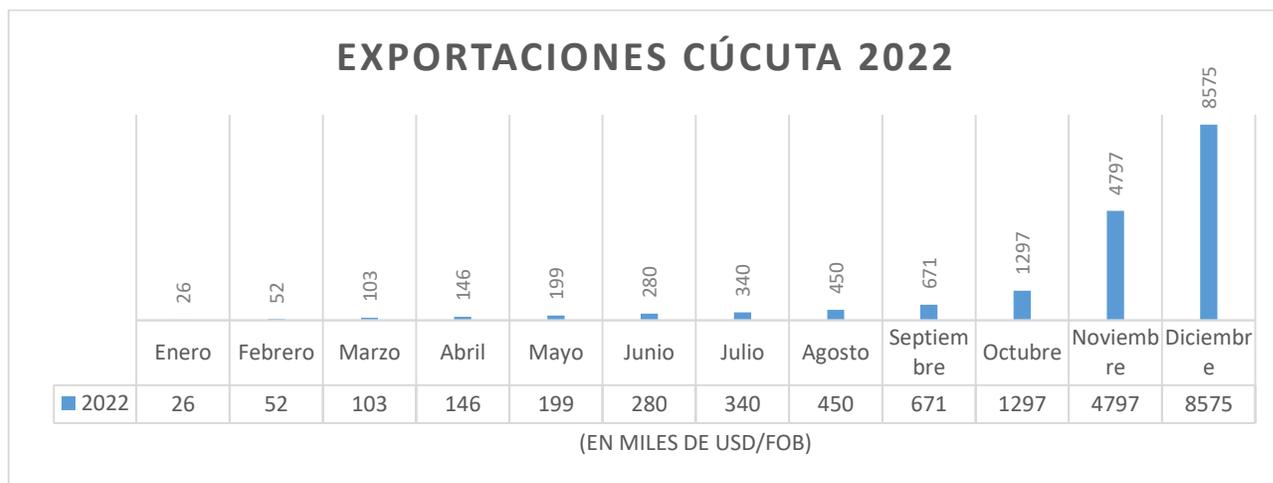
Empresas exportadoras por tamaño



Fuente: Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (2017)

El 9% de las empresas exportadoras de Norte de Santander son grandes y dan cuenta del 59% de las exportaciones totales registradas en 2016. Las pymes, por su parte, concentran el 39% del número de unidades y participan con el 29% de las exportaciones y las microempresas representan el 52% de las unidades exportadoras y contribuyen con el 12% de las ventas externas. (Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, 2017)

Como se muestra en la tabla 10, en Cúcuta el nivel de exportación para el año 2022 significó 16.936 miles de USD a FOB, teniendo una recuperación significativa de las operaciones de comercio internacional con respecto al mismo periodo en 2021 con un nivel de exportación total de 1.989 miles de USD significando una variación de crecimiento exportador del 851%. Dentro de los sectores económicos con mayor rendimiento exportador se encuentran los combustibles minerales con el 90%, grasas y aceites con el 2,8%, los productos de cerámicas con el 1,2%, los productos de molinería con el 1% y otros con el 3,7% (Observatorio Económico de la Cámara de Comercio de Cucuta, 2022).

Tabla 10. Nivel de exportación en la Ciudad de Cúcuta, 2022

Fuente: Adaptado de (Camara de Comercio de Cucuta, 2022)

5. IDENTIFICACIÓN EXPERIENCIAS DE BORN GLOBAL EN LATINOAMÉRICA Y EN COLOMBIA.

5.1 Experiencias Born Global Latino América

Las Born Global han logrado trascender e incidir en la internacionalización de la economía de las naciones, operando con estrategias competitivas en sus actividades, logrando obtener beneficios a muy bajo costo, como conseguir la facilidad de adquirir recursos de financiación, la ampliación de sus mercados con nuevas tecnologías, la interacción con sus clientes y ejecución en su producción a muy bajos costos, entre otros aspectos.

En Latinoamérica países como Argentina, Chile, Brasil, Perú y Colombia han atravesado un complejo proceso de internacionalización. Aspectos como el acceso al capital es la base principal que las empresas latinoamericanas pueden competir en el exterior. En relación con lo anterior, los países desarrollados poseen esta ventaja y tradicionalmente, sin embargo, siempre han sido un bien escaso para empresas de países en desarrollo, principalmente por el pobre accionar de los gobiernos. (Diego Finchelstein, 2012)

Algunos de los factores que causaron el poco desarrollo en la internacionalización de las empresas latinoamericanas, fue la implementación de reglas de abstención sin regulación adecuada, ocasionando que los empresarios no se incluyeran en diferentes sectores y el estado no contribuyo para evitarlo, es por esto que al no poder interactuar oportunamente las multinacionales en aquellos sectores importantes en la economía no pudieron hacer una expansión y competir con empresas multinacionales lo que intervino en el crecimiento acelerado en el proceso de internacionalización de las empresas.

Actualmente, Argentina es una de las más grandes economías de América Latina, con un Producto Bruto Interno (PBI) de US\$ 550,000 millones. Según el análisis del Banco Mundial, dicho país se encuentra en medio de un proceso de transformación económica que procura promover el desarrollo económico sostenible fortaleciendo la inserción en la dinámica de economía global (Banco Mundial, 2017). Además, el ecosistema emprendedor argentino ha experimentado un impulso significativo en los últimos años, y este crecimiento continuo refuerza la posición del país como un centro de innovación y emprendimiento en América Latina. De esta manera el año 2021 fue un período destacado para los startups argentinos, con un aumento significativo en la inversión y el surgimiento de nuevos unicornios, por ejemplo, se invirtieron grandes sumas de dinero en diferentes rubros, como Biotech, Fintech, Enterprise Software y Agtech, lo que demuestra la diversidad y el potencial de innovación en el ecosistema emprendedor argentino (Google Cloud, 2022).

En el caso de Brasil, las características de este país en su economía, además de su tamaño permite conocer que obtiene las condiciones para ser una de las mayores economías de Latinoamérica en su internacionalización. En los noventa Brasil inicio su crecimiento dejando que las empresas transnacionales incursionaran en su mercado, provocando una competencia mayor para las empresas brasileñas, y aunque este accionar no fue totalmente negativo ocasionó la liberación económica y la realización de reformas que estuvieron acompañadas del estado logrando el incremento de la inversión extranjera directa para el país, al mismo tiempo que empresas con origen brasileño se posesionan como líderes mundiales.

Para el desarrollo en la internacionalización de Brasil el Banco Nacional de Desarrollo (BNDES), sus acciones para contrarrestar la competencia de empresas extranjeras han sido de gran importancia para la economía brasileña, tomando acciones cómo generar una “renovación

interna” permitiéndole a las empresas nacionales vincularse más a las actividades empresariales, creó un departamento específico para el préstamo de crédito para adquirir activos en el exterior ya que la adquisición de bienes en el exterior estaba prohibida, por ejemplo el primer crédito otorgado a partir de la nueva línea fue el que el BNDES le otorgó a la actualmente multinacional JBS-Friboi, financiando el 85% del fondo necesario para la adquisición de la empresa argentina Swift-Armour (Além y Cavalcanti, 2005). Este gran paso que dio JBS-Friboi fue crucial, ya que llevó a la empresa a casi duplicar sus ventas, pasando de 520 a 900 millones de dólares americanos (Finchelstein, 2013). Posteriormente, la participación del BNDES se torna también fundamental, pues cumple un papel clave en la adquisición de la Swift norteamericana, compra que le permitió a JBS-Friboi convertirse en el mayor procesador de carne del mundo.

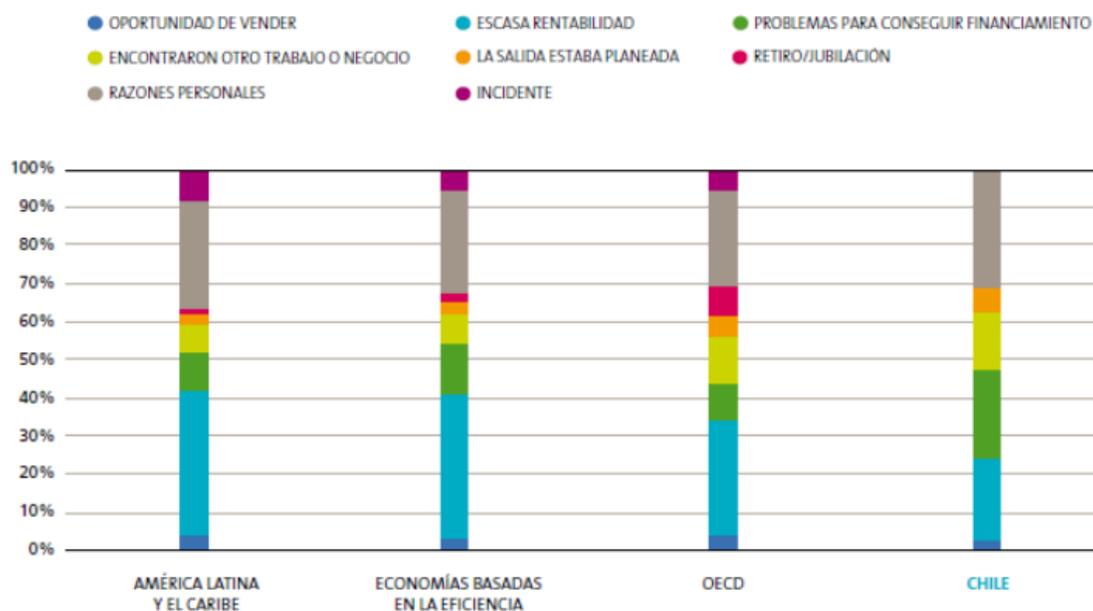
En el caso de Chile es considerado uno de los países modelo en el desarrollo económico en Latinoamérica, la base económica de Chile es su eficiencia contando actualmente con innovación en el desarrollo de su economía obteniendo ventaja competitiva frente a los demás países, los indicadores muestran que la población chilena es más propensa a iniciar un negocio propio ya que manifiestan que poseen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio, lo que quiere decir que la cultura emprendedora del país sigue en auge. Según (GEM, 2014). La presencia de emprendimientos jóvenes en Chile sigue en aumento mejorando el desarrollo innovador en el país y contribuyendo en las nuevas tecnologías, el 50% de los emprendedores chilenos ofrecen productos innovadores en el mercado competitivo, buscando una expansión internacional, además de contar con apoyos del estado chileno en la parte de su inversión extranjera en su proceso de internacionalización.

La internacionalización de nuevas empresas medianas y pequeñas representan un desafío para los países en desarrollo, en especial aquellos con mercados internos y economías abiertas que se asemejan a la realidad de Chile. (Amorós, Etchebarne, Torres, y Felzensztein, 2015).

La burocracia y la expansión estatal ayudan a brindar los incentivos que requiere la internacionalización empresarial, una burocracia fuerte que actúa como un sistema de reglas claras, y la expansión internacional. Las empresas del estado pueden convertirse en un modelo de negocios a imitar, dos situaciones que ayudan a mejorar el entorno y promover la internacionalización de las empresas nacionales. empresas Todo esto, junto con políticas públicas que promueven la apertura de mercados y crean oportunidades de adopción internacional, como asistencia técnica, incentivos fiscales y misiones diplomáticas con fines comerciales, ha permitido crear una lista de ventajas interesantes que alientan a las empresas a buscar una estrategia de en Chile. (Finchelstein, 2013).

Figura 7.

Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento.



Fuente: Tomado de “Reporte Nacional de Chile 2014”, por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014).

Se evidencia que en los diferentes países sus emprendedores fracasan por problemas de financiamiento y rentabilidad, en comparación con Chile con un menor porcentaje ya que el estado ha contrarrestado estos problemas con créditos para los emprendedores que alguna vez fracasaron pero que decidieron volver a intentarlo.

Figura 8.

América Latina y el Caribe (economías seleccionadas)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	1311	2439	1504	1391	712	965	1488	1055	1097	2117
Brasil	2527	28202	7067	20547	-10084	11588	-1029	-2821	-3495	-3540
Chile	2135	2212	4852	9151	7233	9461	20252	20555	10308	12052
Perú	868	1327	987	200	3176	1038	1450	2330	1154	4452
México	6474	5758	8256	1157	9604	15050	12636	22470	13138	7610

Nota. Adaptado de “La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe”, sobre la base de cifras oficiales y estimaciones a mayo de 2015, por La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2015, p. 34.). Flujos de inversión extranjera directa hacia el exterior, 2005-2014 (En millones de dólares).

Los emprendimientos que tienen innovación en sus operaciones y se consolidan como Born Global tienen mayores riesgos que las empresas clásicas en cuanto a sus fases iniciales de su desarrollo para la internacionalización, continuando por este camino la OCDE en 2011 realizó un estudio sobre las Startups en Latinoamérica, examino que las políticas públicas como la capacitación empresarial, las asesorías, los marcos legales y el financiamiento podrían ser modelos de apoyo para las Born Globlas. En los resultados de ciertos estudios realizados se evidencio el avance de las políticas públicas de algunos países de Latinoamérica como Chile, Argentina, Brasil, Colombia, México y Perú (OCDE, 2014).

Dentro del paradigma de financiación Latinoamérica se ha visto beneficiada de la apertura a la inversión en proyectos que incluyen la innovación y que de manera asociada la característica de entregar soluciones a nivel internacional, tal como se observa en la figura 9 se detallan los mercados donde mayor nivel de inversión se registró con un total de inversión de US\$15,7 mil millones en Venture Capital (relacionadas a rondas de inversión); en el caso de Argentina se encuentra un 503% de inversión de capital en 2021 con respecto a 2020, es decir, a nivel general se determina que la región se encuentra en momento de crecimiento donde las empresas se ven beneficiadas de acceso a capital líquido para expandir las operaciones y el alcance. Además, países como Chile, Perú, México Colombia y Brasil cuentan con un aumento significativo de nuevos negocios representados en 82, 17, 159, y 419 nuevos acuerdos de inversión directa respectivamente para 2021.

Figura 9.

Mapa de los Mayores Mercados en Latinoamérica Para Startups (2019-2021)



Fuente: (Google Cloud, 2022)

Latinoamérica se ha visto ceñida en una serie de crecimiento en inversión y aunque existen diversos desafíos se muestra un aumento directo en el número de empresas que de forma natural e imperiosa por sobrevivir al inclemente mercado desarrollan una la capacidad de establecer operaciones internacionales. Por ello se muestra en la figura 10, la lista de empresas latinoamericanas identificadas, donde se encuentran iniciativas de países como Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México. Para el caso puntual de Argentina se encuentran empresas como Pomelo, Osana, DigitalHouse, Ripio, Agrofy, con respecto a Brasil se encuentran Daki, Cora, Kovi, Solfacil, Tembici, Open Co, Pipefy, Buser, Omie e, Evino. En relación con Chile se identifican Fintual, Houm, Cumplo, Buk, Xepelin, Fanatiz, Capitalizarme, Zippedi, Topsort, Migrante. A nivel de Colombia se hallan Addi, Frubana, Tul, La Haus, Merqueo, Habi, Avista, Platzi, Chiper, y Bold. Por último, para México, se observan Credijusto, Valoreo, Klar, Tribal Credit, Kueski, Nowports, Jüsto, Metamap, GAIA e, Yalo. Es además imperioso resaltar que los sectores que mayor empresas Born Global se identifican son el Fintech, Ecommerce, SaaS y Logística.

Figura 10.

Empresas Born Global Latinoamérica a 2022

País	Empresa	Sector	Creación	País	Empresa	Sector	Creación
Argentina	Pomelo	Fintech	2021	Colombia	Addi	Fintech	2018
	Osana	Health Care	2019		Frubana	Ecommerce	2018
	DigitalHouse	Corporate Training	2015		Tul	Ecommerce	2020
	Ripio	Fintech	2013		La Haus	Proptech	2017
	Agrofy	Agtech ecommerce	2015		Merqueo	Ecommerce	2018
Brasil	Daki	Delivery	2020		Habi	Proptech y Fintech	2019
	Cora	Fintech	2019		Avista	Fintech	2019
	Kovi	Car sharing	2018		Platzi	Edtech	2012
	Solfacil	Fintech	2018		Chiper	Ecommerce	2018
	Tembici	Bike sharing	2012		Bold	Fintech	2019
	Open Co	Fintech	2019	México	Credijusto	Fintech	2014
	Pipefy	SaaS	2013		Valoreo	Fintech	2019
	Buser	Mobile app	2016		Klar	Fintech	2018
	Omie	SaaS	2013		Tribal Credit	Fintech	2016
	Evino	Ecommerce	2013		Kueski	Analytics	2012
Chile	Fintual	Fintech	2018		Nowports	Logística	2018
	Houm	Proptech	2018		Jüsto	Ecommerce	2012
	Cumplo	Fintech	2018		Metamap	SaaS	2017
	Buk	Recursos Humanos	2018		GAIA	Ecommerce	2014
	Xepelin	Fintech	2019		Yalo	SaaS	2015
	Fanatiz	Sport tech y video streaming	2017				
	Capitalizarme	Fintech	2013				
	Zippedi	Retail Inteligencia Artificial	2017				
	Topsort	Ecommerce	2021				
	Migrante	Fintech	2018				

Fuente: (Google Cloud, 2022)

5.2 Experiencias Born Global Colombia

Basado en las actividades que realizan las Born global estas empresas han tenido éxito creando nuevas experiencias para su internacionalización, en Colombia se conocen algunos casos de éxito de Born global. Es tal el caso Dewak S.A.S. tan importante de resaltar puesto que es el primero en aparecer en la literatura de estudios de casos (Bautista, al, & ., 2022). Es una boutique de software especializada en soluciones de servicio al cliente. Ayudando a las empresas a ejecutar y perfeccionar su experiencia de servicio al cliente utilizando elementos como Zendesk y Kayako, plataformas de servicio al cliente online, el uso de métodos y plataformas tecnológicas de voz a voz le permite posicionarse en el círculo de clientes y crear diferentes cualidades de alto valor entre ellos, teniendo en cuenta los requisitos del mercado internacional. Su historia nace cuando cinco jóvenes emprendedores en Colombia crearon la microempresa Dewak para vender sus servicios de personalización de software en el mercado global. Diversas estrategias de promoción en Internet ayudan a las empresas a posicionarse en el mercado y así ganar cada vez más clientes. Los fundadores colombianos también enfrentan algunos obstáculos en términos de servicios de exportación, nacionalización de moneda y procedimientos y trámites para transacciones electrónicas. La empresa ha desarrollado varias ventajas competitivas para respaldar sus objetivos de crecimiento. El desarrollo futuro de la empresa depende no solo de sus servicios existentes, sino también del desarrollo de los propios productos, como enfatizan los fundadores. (Alejandra Maya, Sascha Fuerst, 2011)

Así mismo se encuentra el caso de Platzi, una Startup colombiana y guatemalteca conocida como una plataforma de tecnológica que brinda cursos para personas que se quieran capacitar en diferentes ámbitos, ofreciendo más de 1000 cursos en línea, creando experiencias tecnológicas y llevando más allá las formas de educación, Platzi nace en 2010 con su primer nombre, en ese

entonces conocida como “mejorando la web”, su creación fue gracias a dos jóvenes entusiastas con un objetivo en común, crear un modelo de aprendizaje tecnológico Freddy Vega y Christian Van Der Henst viajaron por muchos países ofreciendo cursos y llevando más allá de las fronteras sus conocimientos, pero nunca desviándose de su objetivo, Platzi también paso a llamarse “MLW.IO” “Mejorando.la” donde se publicaron sus primeros cursos online sobre desarrollo y diseño web, estos jóvenes se percataron de que si querían expandir su emprendimiento tenían que conseguir una financiación así que emprendieron su camino hacia Silicon Valley donde aplicaron a un programa de aceleración de Startups y así fue como en 2015 lograron convertirse en la primera compañía más emergente de América latina, durante este trayecto decidieron cambiar su nombre a Platzi para posicionarse a nivel global. Actualmente Platzi es la plataforma de educación técnica profesional más grande en español con más de 3 millones de estudiantes en América Latina y en todo el mundo, su éxito radica en la experiencia de los estudiantes, pues más del 69% de los estudiantes terminan sus cursos online, comparándola con otras plataformas, el 20% de los usuarios que terminan los cursos pueden crear su propio emprendimiento o empresa quedando en prueba que los conocimientos que adquieren en Platzi van más allá de una pantalla, Platzi tiene como objetivo a corto plazo formar más de un millón de expertos en negocios y programación en toda Latinoamérica, aportando a países como Colombia y Guatemala cambien su enfoque en la economía y exportación de materia prima a exportadores de servicios enfocados en la tecnología.

Entre otros casos, RAPPI es una empresa de tecnología y logística que opera como una plataforma de entrega a domicilio y servicios múltiples en varios países de América Latina. Fundada en Colombia en 2015, RAPPI permite a los usuarios solicitar y recibir una amplia gama de productos y servicios a través de su aplicación móvil o sitio web. RAPPI se ha destacado por

su rápida expansión en varios países de América Latina, incluyendo Colombia, México, Brasil, Argentina, Chile, entre otros. Su modelo de negocio se basa en la economía colaborativa y la utilización de la tecnología para facilitar las entregas y mejorar la experiencia del usuario. A través de su plataforma, RAPPI busca brindar conveniencia y eficiencia en el proceso de entrega de productos y servicios a domicilio (Belmonte Rodríguez, 2021).

Otro prospecto identificado es Truora, la cual opera a nivel internacional y ofrece servicios para evitar el fraude en América Latina utilizando software especializado para detectarlo. Su principal enfoque está en la revisión de antecedentes de las personas como parte de sus operaciones para prevenir el fraude. La compañía ha expandido sus operaciones a 10 países latinoamericanos y tiene planes de expansión en los países restantes en un futuro cercano. Al ofrecer soluciones basadas en software para la detección de fraudes y la revisión de antecedentes, Truora ayuda a las empresas y organizaciones a tomar decisiones más informadas y confiables en sus procesos de contratación y verificación de identidad (Gutierrez & Giraldo, 2019).

Desde el sector inmobiliario se encuentra LAHAUS, esta Born Global implementó recorridos virtuales por todas las propiedades que tenían en venta, ofreciendo a los posibles compradores una experiencia interactiva y personalizada. Esta estrategia permitió a los clientes tener un acercamiento directo con las propiedades sin la necesidad de visitarlas físicamente. Además, mediante el uso de machine learning, optimizaron la información presentada al comprador, mejorando tanto el proceso de compra como el de venta (Zapata Serna, 2022). Además, a inicios del 2021 consiguieron una inversión por US\$35 millones de parte del fondo Greenspring Associates para ampliar su operación en diversas regiones de latam (LaHaus, 2023).

Ahora bien, otra Born global destacada en Colombia es Frubana. Es una empresa emergente que se ha dedicado a atender las necesidades de los restaurantes en Colombia, México y Brasil.

Su objetivo principal es acercar el campo a la ciudad, proporcionando a los restaurantes todo lo que necesitan para operar de manera eficiente. Han desarrollado un modelo de negocio que abarca desde el suministro de insumos para la preparación de alimentos hasta la provisión de herramientas tecnológicas que ayudan a los restaurantes a escalar y adaptarse al entorno tecnológico actual. El enfoque de Frubana se basa en entender las necesidades de los restaurantes y brindarles soluciones integrales. No solo se encargan de suministrar los insumos necesarios para la preparación de alimentos, sino que también ofrecen herramientas tecnológicas que les permiten gestionar mejor su negocio y adaptarse a las demandas del mercado actual (Rojas Sánchez, 2021).

De esto, se infiere que Colombia cuenta con grandes ventajas para desarrollar empresas que operen internacionalmente, sin embargo, también se debe tener en cuenta que las empresas no siempre alcanzan el éxito y fracasan a mitad de su camino, para (Henaó, 2020): En Colombia se encuentra un índice de mortalidad que asciende al 40% para el año uno y el 80% para el tercer año siendo así un indicador de los desafíos que el mercado plantea para las Born Global. Se conocen una serie de factores por los cuales las microempresas no avanzan, una de ellas y la que conlleva un gran impacto en la empresa, el desconocimiento del mercado, sabemos que el mercado y las nuevas tendencias cambian día a día, es por eso que los empresarios tienen que estar actualizando sus conocimientos en los mercados, conocer de las necesidades que crean las diferentes tendencias a sus clientes, utilizar las herramientas digitales para posicionar su negocio, si no aplican cada uno de estos, simplemente su empresa fracasará y le dará una gran ventaja a sus competidores que si aprovechan las oportunidades que les brinda la globalización.

En otros casos las empresas pueden tener conocimiento de las herramientas para potencializar su negocio, pero no cuentan con objetivos definidos, porque no conocen su nicho

de mercado y solo pueden emprender por una necesidad, al igual que no saber manejar sus inversiones causaran que su dinero no alcance para sostener su producción y otros gastos que conlleva una empresa o emprendimiento.

Si las empresas utilizan las diferentes herramientas y aprovechan de ellas tendrán diferentes beneficios y gran avance para convertirse en Born Global, aplicando una estrategia de crecimiento para la empresa creara que la empresa llegue a su internacionalización más rápidamente, ampliar su mercado internacional tratando de llevar sus productos a diferentes partes del mundo, innovando, creando y mejorando sus productos para su mercado internacional acoplándolo a las necesidades de los potenciales clientes de cada país, tener éxito llegando a su internacionalización y llamarse Born Global.

6. PERCEPCIÓN DEL SECTOR ACADÉMICO, EMPRESARIAL, Y GUBERNAMENTAL DE LAS BORN GLOBAL EN NORTE DE SANTANDER.

El concepto de percepción ha evolucionado implicando experiencia e interpretación según lo concibe Neisser, psicólogo fundador de la psicología cognitiva, quien define la percepción como un proceso dinámico- provechoso en el que el perceptor, construye un resumen y selección de información que le permite contrastar entre la experiencia y la realidad apoyándose en la existencia del aprendizaje.

Teniendo en cuenta el concepto anterior, en la presente investigación se estableció la apreciación de los sectores académicos, empresariales y gubernamentales para abordar la percepción de las Born Global y la incidencia en el comercio internacional del departamento Norte de Santander.

El método utilizado para la recolección de información fue la encuesta estructurada la cual fue aplicada mediante Google Forms (formulario de Google) caracterizándose por ser una herramienta práctica y de fácil acceso. En total fueron diseñadas tres encuestas ajustadas y que permitieran construir una percepción de la Born Global desde el punto de vista de cada uno de los sectores en base a su experiencia, contando con la participación de los siguientes actores:

- Sector académico (docentes e investigadores)
- Sector empresarial (empresarios y microempresarios)
- Sector gubernamental (entidades estatales de apoyo al emprendimiento)

6.1. Análisis e interpretación de resultados

Una vez aplicado el instrumento para la recolección de datos, se realiza el análisis e interpretación de manera ordenada, por lo tanto la presentación se realiza mediante gráficos y

tablas para lograr una mejor comprensión con la finalidad de dar respuesta al objetivo de la investigación y así lograr establecer de manera positiva o negativa lo que los diferentes sectores del departamento perciben acerca de las Pymes y MiPymes que exportan en sus primeros 4 o 5 años de fundación identificando la claridad que se tiene ante la definición del concepto Born Global, y los factores determinantes para la internacionalización desde el punto de vista de los distintos ámbitos académicos, empresariales y gubernamentales.

6.1.1. Sector académico. La muestra de estudio para el sector académico estuvo conformada por 14 docentes a los cuales se les realizó un cuestionario de 5 preguntas de selección múltiple y 3 preguntas abiertas con respuesta corta para un total de 8 preguntas. El formulario se ajustó de manera que permitiera determinar cómo desde la academia aprecia y concibe los factores relevantes para la internacionalización de empresas y emprendimientos jóvenes.

La pregunta 1. ¿entidad a la que pertenece? buscó en la encuesta primeramente caracterizar los docentes participantes de manera que se pueda conocer si pertenecen a entidades del sector académico públicas o privadas del departamento. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Figura 11.

Entidad a la que pertenece.

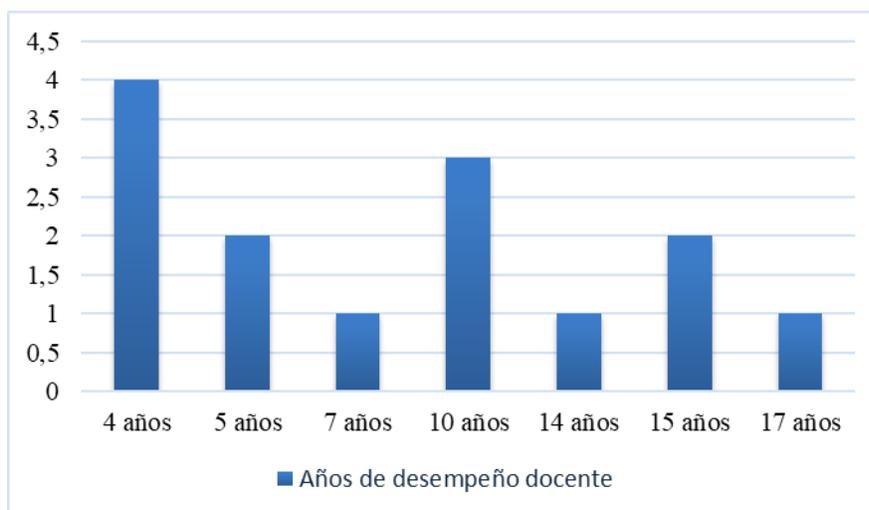


El 93% que equivale a 13 docentes encuestados pertenecen a universidad pública mientras solo 1 a universidad privada. Teniendo en cuenta la recopilación de correos de la base de datos de Google Forms se puede precisar que gran parte de este segmento académico se encuentran vinculados a la Universidad Francisco de Paula Santander.

Pregunta 2, ¿Cuánto tiempo lleva en la academia como docente o investigador? Conocer la trayectoria de docente o investigador permitirá relacionar bajo su experiencia la percepción o el conocimiento académico que se tiene sobre el objeto de estudio de la presente investigación, arrojando los siguientes resultados:

Figura 12.

Años de desempeño docente o investigador



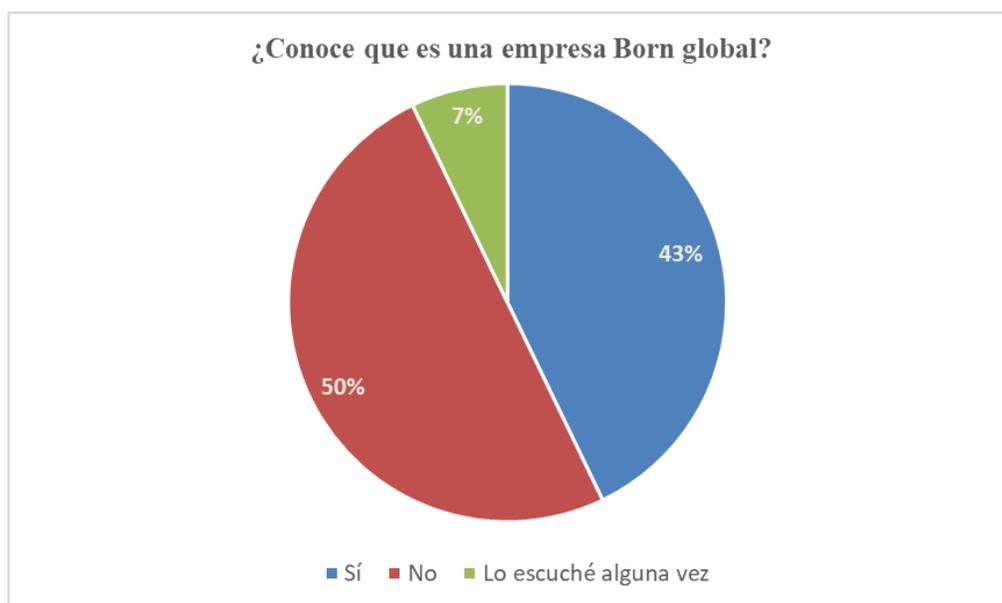
Como se puede observar en la gráfica anterior la mayor parte de los docentes encuestados siendo aproximadamente el 29% llevan menos de 5 años en su labor de docencia, así mismo el 22% representan docentes con 10 años de trayectoria en la academia. Seguidamente docentes con 5 y 15 años de pertenecer a la academia se representan cada uno con un 14% el menor porcentaje se ve reflejado por un 7% con 17 años de labor docente, 7% docentes con 14 años de labor docente y 7% docentes con 7 años. Según estos resultados se puede deducir que la participación

de docentes o investigadores entre los 4 y 10 años fue superior lo cual es fundamental tener en cuenta debido a que es una amplia proporción que permitirá conocer la percepción de las born global bajo la visión y experiencia docente.

Pregunta 3, ¿Conoce qué es una empresa Born global? A través de esta pregunta se pretende establecer que tan familiarizado está el concepto Born global desde el punto de vista de la academia.

Figura 13.

Conocimiento sobre empresas Born Global



El 50% de la muestra encuestada no conocen el concepto, de una empresa Born global esto claramente representa una carencia ante el conocimiento de este fenómeno. Así mismo el 43% de los docentes encuestados manifestaron que sí tienen conocimiento de lo que es y la definición de una empresa Born global o nacida global este resultado es significativo ya que no existe una amplia diferencia y se puede afirmar que el concepto ha generado impacto para la academia por lo tanto toma total relevancia los casos de éxito y experiencias internacionales o nacionales que han aplicado esta estrategia de internacionalización creando una tendencia que de alguna u otra

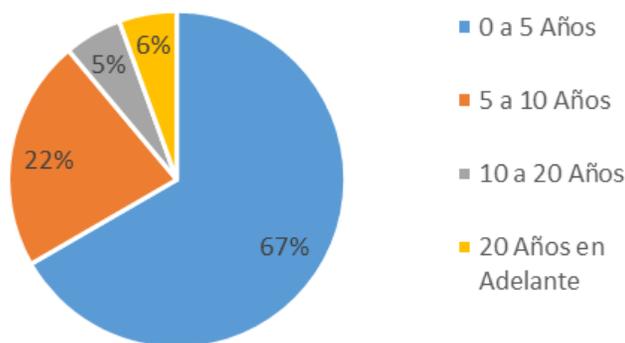
manera genera interés para un investigador en la dinámica empresarial. Ahora bien, existe un 7% que expreso haber escuchado el termino alguna vez, pero no tienen total claridad de lo que representa.

6.1.2 Sector empresarial. La muestra empresarial utilizada para la investigación se seleccionó de forma no probabilística y estuvo compuesta por 18 empresas. Con el fin de recopilar información relevante, se les aplicó un cuestionario que constaba de 6 preguntas de selección múltiple y 1 preguntas abiertas con respuesta corta, para un total de 7 preguntas. El diseño del formulario se ajustó cuidadosamente para comprender cómo el sector empresarial percibe y concibe los factores fundamentales para la internacionalización de empresas y emprendimientos jóvenes.

Pregunta 1. ¿Cuántos años tiene su empresa de estar constituida?

Figura 14.

Constitución empresarial

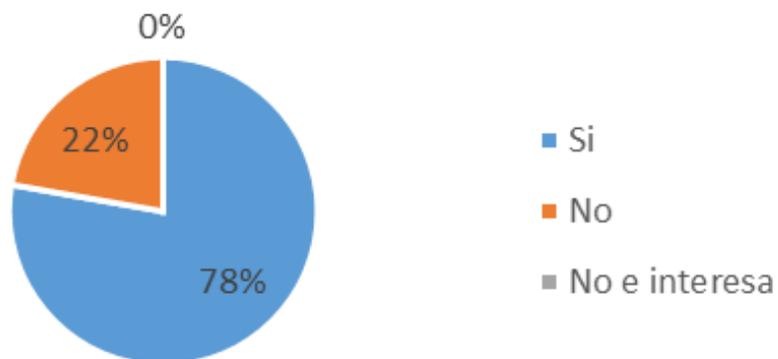


El 67% de las empresas cuentan con una antigüedad de entre cero a cinco años, demostrando que la mayor proporción no sobrepasa los 5 años de creación. Así mismo, se infiere que el 22% cuenta con un periodo de creación entre los 5 a 10 años. A pesar de esto, entre 10 a 20 años de constitución se encuentra un 5%, algo muy parecido al 6% de aquellas mayores a 20 años de constitución.

Pregunta 2. ¿Ha hecho alguna operación en el mercado internacional?

Figura 15.

Realización Operaciones Internacionales

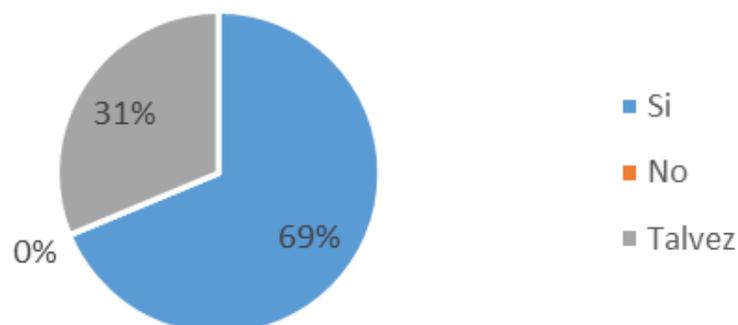


El 78% del sector empresarial ha hecho alguna operación en el mercado internacional, lo que muestra la disposición y apertura al intercambio comercial a nivel internacional. Ahora bien, el 22% no ha realizado ninguna operación internacional.

Pregunta 3. Si la anterior respuesta es No. ¿Le interesaría realizar un proceso de internacionalización?

Figura 16.

Interés Operaciones Internacionales

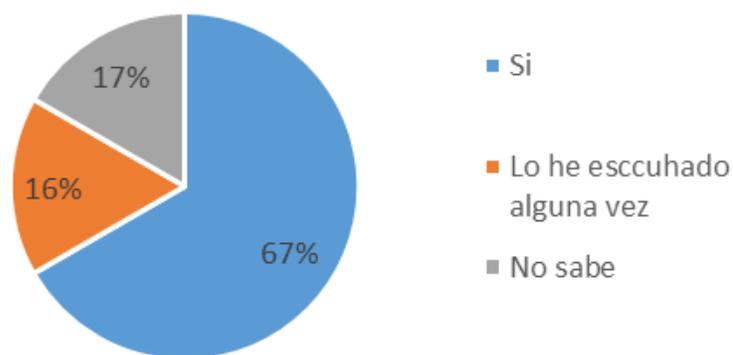


A pesar de que un porcentaje importante no ha podido realizar al menos una operación comercial a nivel internacional, el 69 % de esta proporción se encuentra interesado en realizar procesos internacionales. Eso significa que, algunas empresas manifiestan interés en exportar por tanto se pueden tomar varias medidas para prepararse, como investigar los mercados potenciales, establecer relaciones con socios comerciales y asegurarse de que cumple con las normas y regulaciones de los países a los que desea exportar.

Pregunta 4. ¿Sabes que es una empresa Born Global?

Figura 17.

Conocimiento Born Global

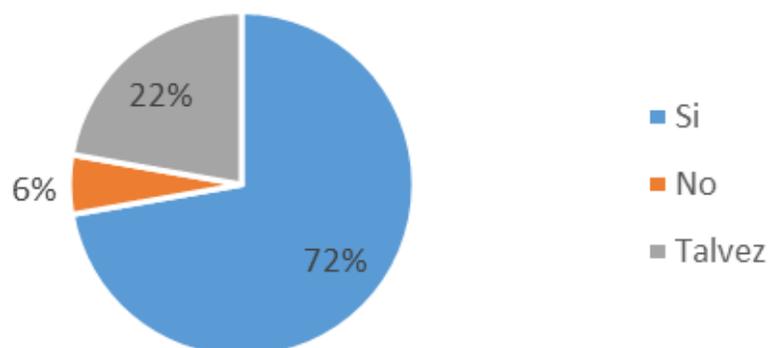


El 67% de la comunidad empresarial involucrada en el estudio sabe que es una Born Global. Cabe resaltar que el concepto de Born Global aún tiene espacio por calar puesto que, aunque las empresas conocen de lo que es la internacionalidad, no se conoce a ciencia cierta las ventajas de clasificarse como Born Global. Esto se infiere del 33% que suman, el “Lo he escuchado alguna vez” y “no sabe”.

Pregunta 5. ¿Realizaría una exportación si su empresa tuviera menos de 5 años?

Figura 18.

Interés en Exportación

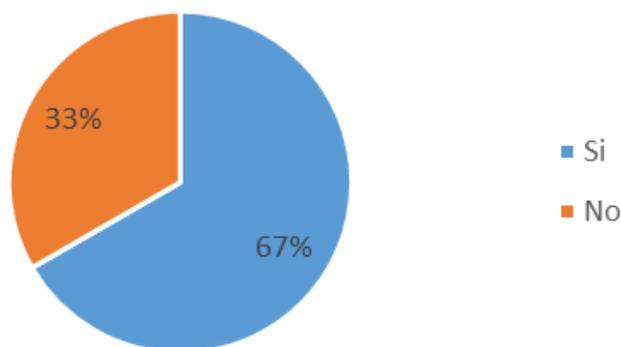


Sabiendo que el 72% del sector empresarial estaría sumamente interesado en participar en operaciones internacionales con toda seguridad, la generación de incentivos y una ruta que permita estructuración de políticas públicas para su fortalecimiento puede impactar positivamente en el sector empresarial.

Pregunta 6. ¿Hace parte de algún proyecto de apoyo de la alcaldía o de la gobernación para incentivar su producción y comercialización?

Figura 19.

Interés Alcaldía-Gobernación Proyectos Born Global

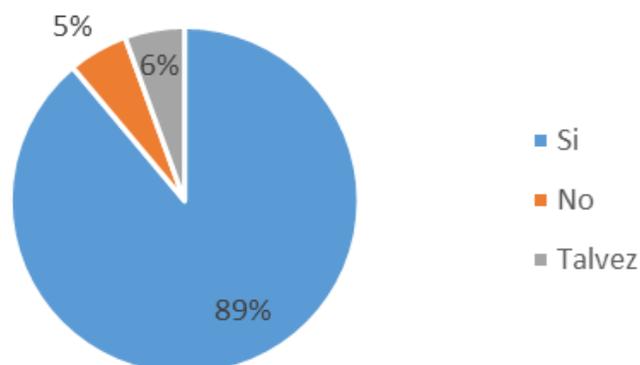


El 67% del sector empresarial hace parte de programas que incentivan la productividad y la comercialización, lo cual permite reconocer el rol tan importante en la generación de valor en la región entidades como la cámara de comercio y la gobernación. De esto se infiere que las capacidades operativas de las entidades pueden servir de plataforma para impulsar iniciativas que promuevan la generación de valor empresarial de exportación para así poder realizar operaciones comerciales a nivel internacional.

Pregunta 7. ¿Le gustaría ser parte de algún proyecto de apoyo por parte de la UFPS para incentivar su empresa al mercado externo?

Figura 20.

Interés Proyectos UFPS



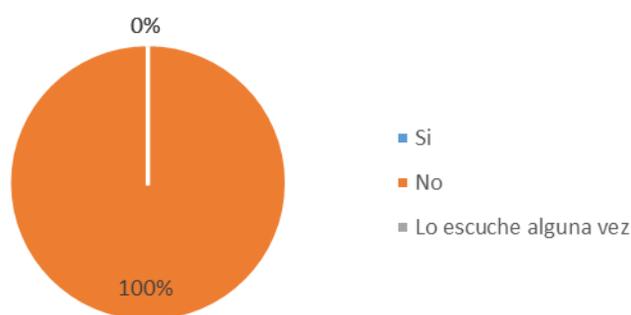
El 89% de las empresas encuestadas se muestran dispuestas a participar en proyectos que impulsen iniciativas Born Global desde la UFPS como entidad y plataforma ejecutora de proyectos productivos y comerciales. Se recomienda buscar la ayuda de expertos en comercio internacional y asociaciones empresariales para obtener orientación y asesoramiento según este resultado las entidades gubernamentales pueden no estar promoviendo adecuadamente las estrategias de negocio internacional para las empresas locales por varios motivos como que su presupuesto es limitado, porque no existen dentro de sus programas intereses y prioridades sobre estrategias y programas en negocios internacionales, y en muchas ocasiones los procesos son burocráticos y lentos que dificultan la implementación de iniciativas de promoción para las empresas locales.

6.1.3 Sector gubernamental. La muestra gubernamental utilizada para la investigación se seleccionó de forma no probabilística y estuvo compuesta por 7 entidades. Con el fin de recopilar información relevante, se les aplicó un cuestionario que constaba de 5 preguntas de selección múltiple. El diseño del formulario se ajustó cuidadosamente para comprender cómo el sector gubernamental percibe y concibe los factores fundamentales para la internacionalización de empresas y emprendimientos jóvenes.

Pregunta 1. ¿Sabe qué es una empresa Born Global?

Figura 21.

Conocimiento Born Global

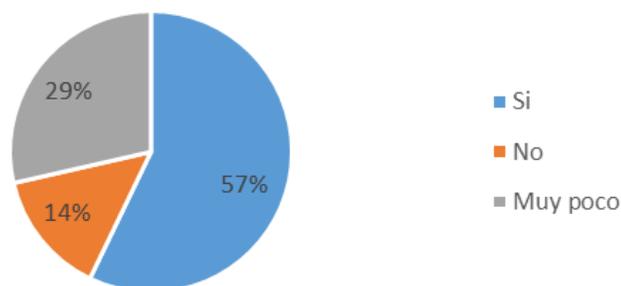


El 100% de las entidades encuestadas indica desconocer el termino Born Global. Lo anterior es preocupante pues las políticas públicas, planes, programas y proyectos que incentivan las operaciones internacionales para empresas jóvenes no se están desarrollando en función de necesidades puntuales para la comunidad de empresarios Born Global.

Pregunta 2. ¿Conoce Pymes o pequeñas empresas que hayan realizado procesos de internacionalización?

Figura 22.

Conocimiento Procesos Internacionalización

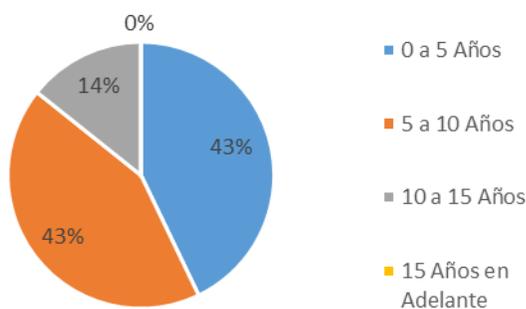


EL 57% de las entidades indican que conocen empresas que han realizado procesos de internacionalización. Sin embargo, el 29% de confirma saber muy poco de estos procesos. Ahora bien, el 4% indica no saber absolutamente nada. De lo anterior se infiere que es necesario fortalecer mediante un enfoque diferencial las políticas públicas que incentivan el desarrollo de incentivos para abordar el comercio internacional para empresas locales.

Pregunta 3. ¿A los cuantos años considera que es apta una empresa para realizar una operación internacional?

Figura 23.

Antigüedad Suficiente



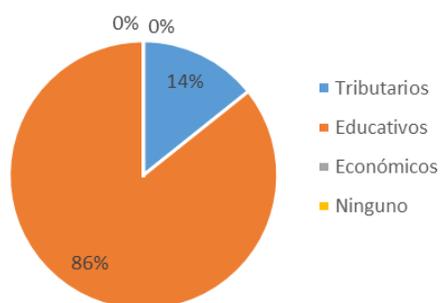
Las entidades señalan que la antigüedad suficiente para realizar procesos de internacionalización rodea entre los cero a 5 años con un 43% al igual que el rango entre 5 a 10 años. Sin embargo, el 14% indica que la antigüedad de constitución empresarial debe ser mínimo

de entre 10 a 15 años. Se necesita fortalecer la capacidad de identificación de unidades productivas que promuevan los procesos de internacionalización, puesto que iniciar desde temprano a exportar puede significar la rentabilidad y el crecimiento de empresas locales.

Pregunta 4. Como entidad, ¿Qué tipo de apoyos brinda a los empresarios al momento de exportar?

Figura 24.

Incentivos Exportación

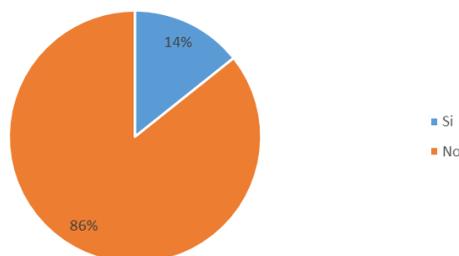


Al momento de exportar se incentivan a las empresas mediante beneficios educativos y tributarios con un 86% y 14% respectivamente.

Pregunta 5. ¿La entidad a la que pertenece tiene algún proyecto de apoyo para fortalecer el emprendimiento que tengan fines de internacionalización?

Figura 25.

Proyecto de Fortalecimiento



El 14% de las entidades señalan que se cuenta con algún proyecto de apoyo para fortalecer el emprendimiento que tengan fines de internacionalización. Por ende, se comprende que el sector gubernamental cuenta con una oferta de incentivación de procesos de internacionalización sumamente reducida.

A manera de síntesis, se entiende que algunas entidades gubernamentales no tienen conocimiento acerca del concepto de "Born Global" por varias razones:

Poca información. El concepto de "Born Global" es relativamente nuevo y puede que algunas entidades gubernamentales no hayan tenido acceso a información actualizada y relevante sobre el tema.

Poca experiencia. Algunas entidades gubernamentales pueden no haber trabajado con empresas que tengan un enfoque "Born Global" o pueden no haber tenido experiencia en el apoyo a empresas con este enfoque.

Poca capacitación. Reflejan poco conocimiento en el apoyo a empresas con un enfoque "Born Global" y, por lo tanto, no están familiarizadas con los conceptos y herramientas necesarios para hacerlo.

Presentan otras prioridades. Las entidades gubernamentales pueden tener diferentes prioridades y pueden centrarse en otras áreas de desarrollo económico y empresarial.

7. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES PARA EL FOMENTO DE LAS BORN GLOBAL EN NORTE DE SANTANDER.

La configuración de estrategias empresariales que promuevan el fenómeno Born Global en el departamento de Norte de Santander constituye una de las acciones primordiales capaces de orientar las políticas, iniciativas y proyectos tanto del sector público, así como, del privado y el académico con el propósito de fortalecer las capacidades empresariales en términos de internacionalización.

Por lo tanto, en el presente apartado se establecen las estrategias que surgen de la investigación desde las anteriores fases: (a) la caracterización por desempeño exportador, (b) la identificación de experiencias y (c) la percepción de las Born Global. Las estrategias se determinan mediante pensamiento estratégico utilizando la metodología DOFA para identificar, analizar y formular acciones estratégicas para fortalecer las capacidades de internacionalización de las empresas locales. La aplicación de la metodología DOFA se realiza en tres momentos (fases de la investigación) bajo dos enfoques: (a) Identificación y (b) Formulación.

7.1 Estrategias-Characterización por Desempeño Exportador

Se identifican dos debilidades, tres oportunidades, tres fortalezas y tres amenazas de la primera fase de investigación, en la respectiva caracterización de las pequeñas y medianas empresas de Colombia y Norte de Santander por desempeño exportador. Es importante que las empresas estén informadas y actualizadas en todos los movimientos que implica un entorno internacional es así como se acercarán a los conceptos de "Born Global" y de la expansión internacional en general, ya que esto puede ser positivo para su crecimiento y desarrollo a largo plazo.

Figura 26.

Identificación DOFA-Characterización por Desempeño Exportador

Parámetro	Descripción
Debilidades	D1. Disminución de pequeñas empresas en Colombia, lo que indica un posible desafío en cuanto a la creación y desarrollo de empresas de mediana escala.
	D2. Concentración de empresas jóvenes en el tejido empresarial de Norte de Santander, lo que puede implicar una falta de experiencia y recursos en algunas empresas.
Oportunidades	O1. Incremento en el establecimiento de microempresas en Colombia durante los años analizados, lo que indica un crecimiento en el emprendimiento y la creación de nuevos negocios.
	O2. Aumento de empresas exportadoras en Colombia entre los años 2020 y 2021, lo que muestra un crecimiento en la participación en los mercados extranjeros.
	O3. Mejora en el desempeño exportador de Norte de Santander, con un aumento en la participación en las exportaciones totales de Colombia.
Fortalezas	F1. Concentración de microempresas en Colombia y en los municipios de Ocaña y Pamplona en Norte de Santander, lo que indica un tejido empresarial diverso y activo.
	F2. Sectores como servicios y comercio predominantes en el mercado colombiano, lo que ofrece oportunidades para el crecimiento y la expansión de las empresas en estos sectores.
	F3. Incremento en la tasa de supervivencia empresarial en Norte de Santander, lo que demuestra una mayor capacidad de las empresas para mantenerse en el mercado.
Amenazas	A1. Variaciones en el establecimiento de empresas en Colombia y en los municipios de Ocaña y Pamplona en Norte de Santander, lo que puede indicar un entorno empresarial inestable.
	A2. Dependencia de las microempresas en el tejido empresarial de Norte de Santander, lo que puede limitar el crecimiento y la diversificación del sector empresarial.
	A3. Orientación predominante hacia manufacturas de baja tecnología y productos industriales basados en recursos naturales en las exportaciones de Norte de Santander, lo que puede limitar el acceso a mercados más sofisticados y con mayor valor agregado.

Figura 27.

Estrategias DO-Characterización por Desempeño Exportador

Cruce	Estrategia
D1-O1	Fomento de alianzas y colaboraciones entre pequeñas y microempresas. Las empresas de mediana escala pueden asociarse con microempresas en crecimiento para compartir recursos, conocimientos y experiencia, promoviendo así el desarrollo conjunto y la superación de los desafíos.
D2-O2	Implementación de programas de mentoría y capacitación para empresas jóvenes con interés en la exportación. Se pueden establecer programas de asesoramiento por parte de empresas más experimentadas en el mercado internacional, brindando orientación en temas como logística, regulaciones comerciales y estrategias de marketing global
D2-O3	Establecimiento de plataformas de colaboración y networking entre empresas jóvenes en el departamento de Norte de Santander. A través de eventos, conferencias y espacios de intercambio, se fomenta el aprendizaje mutuo y la creación de sinergias entre estas empresas, impulsando su capacidad exportadora de manera conjunta.

Figura 28.

Estrategias FA-Characterización por Desempeño Exportador

Cruce	Estrategia
F1-A1	Promover la creación de redes y asociaciones empresariales sólidas. Establecer alianzas estratégicas entre las microempresas de la región, con el objetivo de compartir información, recursos y apoyo mutuo. Esto permitirá a las empresas enfrentar de manera más efectiva las variaciones y los cambios en el entorno empresarial.
F2-A2	Fomentar la innovación y diversificación de las empresas en los sectores de servicios y comercio. Promover la adopción de nuevas tecnologías, desarrollo de productos y servicios diferenciados, así como la búsqueda de oportunidades en mercados regionales, nacionales e internacionales. Esto ayudará a reducir la dependencia de un solo sector y a expandir el alcance de las empresas.
F3-A3	Impulsar la mejora de la calidad y la innovación en los productos y procesos de las empresas de Norte de Santander. Estimular la adopción de tecnologías avanzadas, el desarrollo de capacidades técnicas y el fomento de la investigación y desarrollo. De esta manera, las empresas podrán diversificar su oferta, acceder a mercados más sofisticados y agregar mayor valor a sus productos.

7.2 Estrategias-Identificación de experiencias

Se identifican tres debilidades, seis oportunidades, cinco fortalezas y cinco amenazas de la segunda fase de investigación, en la respectiva identificación experiencias de Born global en Latinoamérica y en Colombia. Las empresas locales comprenden la importancia de la apertura a realizar operaciones internacionales, en ese orden de ideas es indispensable desarrollar alianzas que impulsen las iniciativas productivas mediante, transferencia de conocimiento en las diferentes áreas que implican los negocios internacionales, como los procesos burocráticos, accesos a capital, entre otros.

Figura 29.

Identificación DOFA-Identificación de experiencias

Parámetro	Descripción
Debilidades	D1. Implementación de reglas de abstención sin regulación adecuada en empresas latinoamericanas, limitando su expansión y competencia con multinacionales.
	D2. Poco desarrollo en la internacionalización de las empresas latinoamericanas debido a la falta de interacción oportuna con multinacionales y la concentración del capital en pocas empresas grandes.
	D3. Problemas de financiamiento y rentabilidad que llevan al fracaso de emprendimientos en varios países latinoamericanos.
Oportunidades	O1. Experiencias exitosas de empresas Born Global en Latinoamérica, como Platzi y Dewak S.A.S.
	O2. Incremento notable de las Born Global en el sector de la tecnología en países como Italia, Francia, Canadá, España, Dinamarca y Estados Unidos.
	O3. Acceso al capital como base principal para que las empresas latinoamericanas compitan en el exterior.
	O4. Transformación económica en Argentina y su fortalecimiento en la inserción en la economía global.
	O5. Desarrollo económico y cultura emprendedora en Chile, con apoyos estatales e incremento de emprendimientos jóvenes e innovadores.
	O6. Incentivos y políticas públicas en algunos países latinoamericanos para promover la internacionalización de las empresas Born Global.
Fortalezas	F1. Estrategias competitivas de las Born Global en sus actividades, obteniendo beneficios a bajo costo.
	F2. Experiencia exitosa de empresas Born Global en Latinoamérica, como Platzi y Dewak S.A.S.
	F3. Acceso al capital como base principal para que las empresas latinoamericanas compitan en el exterior.
	F4. Transformación económica en Argentina y su fortalecimiento en la inserción en la economía global.
	F5. Desarrollo económico y cultura emprendedora en Chile, con apoyos estatales e incremento de emprendimientos jóvenes e innovadores.
Amenazas	A1. Escasez de acceso al capital para empresas de países en desarrollo, limitando su capacidad de competir con empresas de países desarrollados.
	A2. Obstáculos burocráticos y de procedimientos en términos de servicios de exportación, nacionalización de moneda y transacciones electrónicas.
	A3. Competencia de empresas transnacionales que incursionan en mercados locales, representando un desafío para empresas nacionales.
	A4. Riesgos asociados a la internacionalización de emprendimientos con innovación en sus operaciones, especialmente en las fases iniciales de desarrollo.
	A5. Fracaso de emprendimientos antes de cumplir dos años en el mercado, debido a factores como desconocimiento del mercado y falta de actualización en las tendencias y necesidades de los clientes.

Figura 30.

Estrategias DO-Identificación de experiencias

Cruce	Estrategia
D1-O1	Establecer alianzas y colaboraciones estratégicas con empresas Born Global exitosas en Latinoamérica. Esto permitiría compartir conocimientos y buenas prácticas en cuanto a la implementación de reglas de abstención y regulación adecuada. Además, trabajar en conjunto con organismos gubernamentales y reguladores para promover la creación de un marco regulatorio favorable para la expansión y competencia justa de las empresas latinoamericanas.
D2-O3	Establecer programas de financiamiento y apoyo específicos para fomentar la internacionalización de las empresas latinoamericanas. Esto puede incluir la creación de fondos de inversión especializados en empresas que buscan expandirse internacionalmente y la implementación de políticas que faciliten el acceso al capital para estas empresas. Además, promover la creación de redes de colaboración entre empresas latinoamericanas y multinacionales para impulsar el intercambio de conocimientos y recursos en el proceso de internacionalización.
D3-O6	Aprovechar los incentivos y políticas públicas existentes en algunos países latinoamericanos para acceder a financiamiento y apoyo específico en el proceso de internacionalización. Además, buscar alianzas estratégicas con empresas Born Global que hayan tenido éxito en su expansión internacional, aprovechando su experiencia y conocimientos en cuanto a financiamiento y rentabilidad.

Figura 31.

Estrategias FA- Identificación de experiencias

Cruce	Estrategia
F3-A1	Fomentar alianzas estratégicas entre empresas latinoamericanas y organismos financieros internacionales, fondos de inversión y entidades de capital de riesgo. Esto permitiría mejorar el acceso al capital para las empresas latinoamericanas, aprovechando su fortaleza en este aspecto.
F2-A2	Establecer alianzas público-privadas para mejorar y simplificar los procedimientos burocráticos relacionados con los servicios de exportación, la nacionalización de moneda y las transacciones electrónicas.
F1-A3	Desarrollar una estrategia de diferenciación basada en la calidad, la innovación y el valor agregado de los productos y servicios ofrecidos por las empresas latinoamericanas.

7.3 Estrategias-Percepción de las Born Global

Se identifican dos debilidades, tres oportunidades, dos fortalezas y dos amenazas de la tercera fase de investigación, en la respectiva percepción del sector empresarial, académico y gubernamental de las Born global en Norte de Santander. Las empresas que entienden y aplican los conceptos de "Born Global" pueden tener una ventaja competitiva en los mercados internacionales, en este orden de ideas la academia y los entes gubernamentales deben crear programas actualizados y dinámicos para informar, capacitar y realizar acompañamientos al sector empresarial que esté interesado en incursionar en mercados internacionales.

Es importante que las entidades gubernamentales se capaciten sobre todo los temas que hacen parte del concepto de "Born Global" y otros relacionados con los negocios internacionales, ya que esto les permitirá brindar un mejor apoyo a las empresas locales que buscan expandirse internacionalmente. El apoyo gubernamental puede ser crucial para el éxito de las empresas "Born Global", ya que puede ayudarles a superar los desafíos y obstáculos que enfrentan al ingresar a nuevos mercados internacionales.

Así mismo que las entidades gubernamentales deben promover y desarrollar programas con estrategias de negocio internacional para las empresas locales, ya que esto puede ser beneficioso para la economía y el desarrollo del país. Las empresas locales que comienzan a incursionar en mercados internacionales pueden aumentar sus ventas, crear empleos y mejorar la reputación del país en el mercado global. Las entidades gubernamentales pueden trabajar con asociaciones empresariales y expertos en comercio internacional para desarrollar campañas de promoción efectivas y apoyar a las empresas locales en su expansión internacional.

Figura 32.

Identificación DOFA-Percepción de las Born Global

Parámetro	Descripción
Debilidades	D1. Un porcentaje significativo de docentes encuestados no conocen el concepto de empresa Born Global, lo que indica una falta de conocimiento en este tema.
	D2. El sector gubernamental encuestado indica desconocimiento sobre el término Born Global y tiene una oferta de proyectos de apoyo para la internacionalización limitada, lo que puede dificultar el impulso de políticas públicas efectivas en este ámbito.
Oportunidades	O1. Existe interés por parte del sector empresarial en realizar operaciones internacionales y participar en proyectos de apoyo para la internacionalización.
	O2. La mayoría de los docentes encuestados tienen menos de 10 años de experiencia, lo que indica que hay un grupo considerablemente joven que puede tener una visión fresca y actualizada sobre la internacionalización de empresas.
	O3. Las empresas encuestadas tienen una antigüedad relativamente corta, lo que indica que pueden ser más receptivas a la internacionalización y estar abiertas a explorar oportunidades en el mercado global.
Fortalezas	F1. La muestra de estudio incluye representantes de los sectores académico, empresarial y gubernamental, lo que permite obtener una visión integral y diversa sobre la percepción de las Born Global.
	F2. El uso de encuestas estructuradas mediante Google Forms facilita la recopilación de datos y la obtención de respuestas de manera práctica y de fácil acceso.
Amenazas	A1. La falta de conocimiento sobre el concepto Born Global en algunos sectores puede limitar el desarrollo de estrategias y políticas efectivas para la internacionalización de empresas.
	A2. La limitada oferta de proyectos de apoyo por parte del sector gubernamental puede dificultar el fortalecimiento del emprendimiento con fines de internacionalización y el impulso de la exportación en empresas locales.

Figura 33.

Estrategias DO-Percepción de las Born Global

Cruce	Estrategia
D2-O1	Desarrollar programas de capacitación específicos dirigidos a los docentes para cerrar la brecha de conocimiento sobre el concepto de empresa Born Global.
	Fomentar la creación de redes de colaboración entre los docentes que tienen experiencia limitada y aquellos con experiencia en la internacionalización de empresas.
	Incorporar en el currículo casos de estudio y enfoques prácticos sobre la internacionalización de empresas Born Global. Estos casos de estudio pueden provenir de empresas reales que hayan logrado la expansión global con éxito, lo que permitirá a los docentes y estudiantes aprender de experiencias concretas. Al utilizar un enfoque práctico, se facilita la comprensión y aplicación del conocimiento sobre la internacionalización de empresas Born Global.
	Promover la investigación y el desarrollo académico en el campo de la internacionalización de empresas Born Global.

Figura 34.

Estrategias FA- Percepción de las Born Global

Cruce	Estrategia
F1-A1	Aprovechar la diversidad de la muestra de estudio para fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los sectores académico, empresarial y gubernamental.
	Establecer alianzas estratégicas entre los sectores académico, empresarial y gubernamental para desarrollar e implementar políticas y programas efectivos para la internacionalización de empresas Born Global.
	Comunicar y difundir los resultados de la investigación y los hallazgos obtenidos de la muestra de estudio a través de canales accesibles para los sectores académico, empresarial y gubernamental.
	Utilizar los resultados de la investigación y la visión integral de la muestra de estudio para influir en el diseño y la implementación de políticas públicas relacionadas con la internacionalización de empresas Born Global.

CONCLUSIONES

De acuerdo con la investigación, se observa que la región del Norte de Santander cuenta con varias empresas jóvenes o "Born Global" que están expandiendo sus operaciones a nivel internacional. Estas empresas están contribuyendo al crecimiento económico de la región y posicionando a Norte de Santander como un destino atractivo para la inversión y el emprendimiento, especialmente las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes).

En el contexto de Colombia, se ha incrementado la adopción del enfoque "Born Global" en los últimos años, especialmente en el sector de tecnología y servicios. Colombia ha sido reconocida como un país con un gran potencial en la creación de empresas jóvenes o "Born Global", y se observa un aumento en el número de empresas que buscan expandirse a nivel internacional desde sus inicios.

Se concluye también que la ciudad cuenta con sectores importantes que impulsan el desarrollo económico de la región. Sin embargo, se identifica la falta de empatía y proactividad por parte de las entidades gubernamentales para incentivar a cada sector productivo con programas, metodologías, tecnología e innovación, fomentando así el acercamiento a nuevos mercados. Los empresarios reconocen la importancia de incursionar en nuevos mercados, lo cual implica conocer, aprender y aplicar nuevas metodologías, así como reconocer las debilidades y fortalezas de sus productos o servicios. En caso de desconocimiento en temas relacionados con el comercio internacional, buscan ayuda y asesoramiento.

La academia ha demostrado la necesidad de promover el enfoque "Born Global", el cual combina educación, investigación, colaboración internacional, experiencia práctica y espíritu

emprendedor. Al respaldar estas medidas, la academia puede preparar mejor a los estudiantes para competir en los mercados globales desde el inicio de sus operaciones.

Se infiere la importancia de la colaboración, el intercambio de conocimientos y la influencia en políticas públicas para promover la internacionalización de empresas Born Global de manera efectiva. Además, se destaca la necesidad de comunicar y difundir los resultados de la investigación, así como utilizar dichos resultados para informar y respaldar el diseño de políticas públicas relacionadas con la internacionalización empresarial.

Al finalizar la etapa de estudio del presente proyecto de investigación por medio del entorno laboral de uno de los investigadores se permitió identificar con éxito la existencia de tres empresas en el municipio de Cúcuta que cumplen con la tendencia Born Global siendo estas: Any Granados Joyería Artesanal, Texti Moda y Wiedii. Estas organizaciones sobresalen por su capacidad para expandirse a nivel internacional desde los primeros años de su creación, aprovechando las oportunidades que ofrece la globalización. Su enfoque estratégico en la innovación, la calidad y la adaptación a los mercados globales les ha permitido establecerse exitosamente en diferentes países, lo que permite concluir que la existencia de estas empresas Born Global en Cúcuta es un testimonio claro del potencial emprendedor y la capacidad de internacionalización que existe en la región. Este descubrimiento proporciona una base sólida para futuras investigaciones y estrategias de desarrollo económico, fomentando la colaboración entre empresas locales y extranjeras, así como el fortalecimiento del tejido empresarial en Cúcuta y Norte de Santander.

RECOMENDACIONES

En base a el análisis y resultados obtenidos en esta investigación se recomienda fomentar investigaciones adicionales que profundicen en el estudio de este fenómeno empresarial. El enfoque de las empresas born global ofrece una perspectiva interesante y relevante para comprender el proceso de internacionalización de las empresas locales desde su creación.

Adicionalmente se sugiere fomentar el desarrollo de investigaciones interdisciplinarias teniendo en cuenta que el desarrollo de este trabajo fue realizado por futuros profesionales de Administración de Empresas y Comercio internacional involucrando ambas disciplinas. Estas dos áreas del conocimiento son complementarias y su integración ofrece un enfoque completo e integral para abordar los desafíos y oportunidades del entorno empresarial global los programas de estudio promuevan la colaboración entre estudiantes, ya que esto permite la combinación de habilidades gerenciales y conocimientos especializados en los mercados internacionales. Al trabajar en conjunto, estos futuros profesionales podrán abordar de manera más efectiva los aspectos financieros, legales, logísticos y culturales que influyen en las operaciones de las empresas en un contexto globalizado.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias. (2012). El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica (6ta ed.).
Venezuela: Episteme.
- Bancolombia. (12 de Julio de 2018). Conoce todo sobre las Pymes. pág. 1.
- Belmonte Rodríguez, M. L. (2021). Aplicación industria 4.0 en logística de RAPPI “Zona T”, de
Bogotá D.C., Colombia. Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8280680>
- Camara de Comercio de Cúcuta. (2020). Tejido empresarial, estudio económico. Cúcuta.
- Camara de Comercio de Cucuta. (2022). datacucuta.com. Obtenido de Observatorio Economico:
<http://www.datacucuta.com/index.php/2022-expo>
- Cámara de Comercio de Cúcuta. (2022). Tejido Empresarial 2022. Estudio Económico. Cúcuta.
- Cesinger, B., Danko, A., y Bouncken, R. (2012). Born Globals: (Almost) 20 years of research
and still not ‘grown up’? International Journal of Entrepreneurship and Small.
Inderscience Online, 171-190.
- COMERCIO, M. D. (2022, FEBRERO). MINISTERIO DE COMERCIO. Retrieved from
MINISTERIO DE COMERCIO:
<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=343b884d-95de-4e64-8f0f-f76334a7dd74>
- Confecámaras. (2019). Observatorio de Articulación para la competitividad empresarial. Centro
Nacional de Consultoría.
- Congreso de la República. (2020). Ley N° 2069 31 dic. 2020 Por medio del cual se impulsa el
emprendimiento en Colombia. Capítulo I, Medidas de apoyo para las Pymes, (p. 11).

Congreso de la República. (2020). Ley N° 2069 31 dic. 2020 Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia. Capítulo III, Compras públicas, (p. 30).

CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL. (2020). Política Nacional del Emprendimiento. CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL.

Diana Escandon-Barbosa, Geovanny Castro-Aristizabal, Agustín Ramirez-Urraya & Andrea Hurtado-Ayala (2023) Analyzing the Association between Bottom of the Pyramid (BoP) and Export Performance in Born Global Firms: A FGLS Model Approval between 2011 and 2021, *Journal of Global Marketing*, 36:2, 127-140, DOI: 10.1080/08911762.2022.2156420

Garces Bautista, J. L., Estellés Miguel, S., Peris-Ortiz, M., & Valero Cordoba, G. M. (2022). *Innovación en Emprendimiento: El caso de las Born Globals*.

GEM COLOMBIA. (2019). *Dinámica de la actividad empresarial en Colombia*. Cali: Universidad Icesi.

GEM, C. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor: Actividad emprendedora en Colombia en tiempos de Coronavirus (2020-2021)*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.

Gestor Normativo. (2021). Ley 905 de 2004. Función Pública. Retrieved from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501>

Global Entrepreneurship Monitor Colombia. (2021). *Nuestro reto: Impactar la dinámica emprendedora Colombiana*.

Google Cloud. (2022). *Informe 2022 Startups Latam*. Google Cloud. Obtenido de <https://bye.cl/wp-content/uploads/2022/04/Informe-Startups-Latam-2022-1.pdf>

- Gutierrez, D., & Giraldo, M. (2019). LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS MIPYMES EN COLOMBIA: LA PÁGINA WEB COMO HERRAMIENTA PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA. Obtenido de <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4301/ADM2019-164.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Johansson, & Vahlne. (1990). El mecanismo de la internacionalización. *Revista de marketing internacional*, 11-23.
- Knight, & Cavusgil. (1992). The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. *Administrative Science Quarterly*.
- LaHaus. (02 de 01 de 2023). LaHaus. Obtenido de ¿Qué es La Haus?: <https://www.lahaus.com/quienes-somos>
- Luostarinen, R., & Gabrielsson, M. (2003). Globalization and Global Marketing Strategies of Born Global in SMOPECs.
- Madsen, & Servais. (1997). “The internationalization of Born Globals: An evolutionary process. *International Business Review*.
- Méndez Lazarte, C. (2015). Análisis del comportamiento de internacionalización de pequeñas y medianas empresas exportadoras. El caso de empresas exitosas de la industria del software en Lima. *Sotavento MBA*, 18-24.
- MINCIT. (2022). Perfiles Económicos Departamentales. Oficina de estudios económicos.
- Mincomercio. (2022). Perfiles Económicos Departamentales. Oficina de Estudios Económicos.

Observatorio Económico de la Camara de Comercio de Cucuta. (2022). EXPORTACIONES

Enero-febrero 2022. Cámara de Comercio de Cúcuta. Obtenido de

<http://www.datacucuta.com/images/EXPOFEBRE22.pdf>

Parra-Acosta, J. F., Duque-Oliva, E. J., & Rodríguez-Romero, C. A. (2022). Born global: la cuarta perspectiva de la internacionalización. *Innovar*, 32(83). 139-152.

<https://doi.org/10.15446/innovar.99920>

Pérez Vásquez, M. A. (2021). Análisis de las Born Global en Colombia: Pequeñas y medianas empresas del Departamento de Córdoba. *Revista de Ciencias Sociales*, 249-265.

Porter, M. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Buenos Aires: Vergara.

Rasmussen, E., & Madsen, K. (2002). El nacido Concepto mundial. Conferencia EIBA. Atenas.

Rojas Sánchez, C. (2021). Análisis predictivo de la red del sistema de referidos de Frubana.

Universidad de los Andes. Obtenido de

<https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/55040>

Zapata Serna, Y. (2022). La importancia de las START-UPS en Colombia. *Reflexiones y*

Saberes, 90-96. Obtenido de

<https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaRyS/article/view/1453/1759>

Zona Franca Bogotá. (2018). *Zona Franca de Bogotá: territorio ideal para las MiPymes*. Bogotá.