



ESTRATEGIAS DE INTERNALIZACIÓN PARA LA PYMES DEL SECTOR LOGÍSTICO DEL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA Y EL DISTRITO TURISTICO, CULTURAL E HISTORICO DE SANTA MARTA

Luz Marina Dávila Coa¹

Enlace ORCID: ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1518-3204>

Jesús Rafael Fandiño Isaza²

Enlace ORCID: ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8232-0790>

Fecha de Recepción:

Fecha de Aprobación:

Resumen:

El objetivo de la investigación es, establecer las estrategias de internacionalización más favorables para las PYMES del sector logístico del Distrito de Santa Marta, Zona Caribe Colombia; se utilizó una metodología cuantitativa y cualitativa, con un enfoque descriptivo mediante la revisión bibliográfica y la aplicación de una encuesta a las empresas, Con la investigación cuantitativa los investigadores buscan medir fenómeno con validez y confiabilidad, a través de la encuesta. Con la cualitativa de enfocan a describir y cualificar el objeto de estudio, Por consiguiente, se realizó una revisión teórica relacionada con los modelos de estrategias de internalización más conocidos. Se recomendaron las estrategias para la PYMES del sector Logístico del Distrito de Santa Marta de acuerdo con los resultados obtenido en la encuesta.

Palabras clave: Acuerdos sobre mercancías; empresas internacionales; infraestructura logística; exportación/importación; relación de intercambio;

¹ Mg Dirección Estratégica Universidad Internacional Iberoamericana. Docente de la universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN. Santa Marta - Magdalena. Contacto: luz.davila@unad.edu.co

² Mg Administración de Organizaciones UNAD – Colombia. Docente de la universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN. Santa Marta - Magdalena. Contacto: jesus.fandino@unad.edu.co

INTERNATIONALIZATION STRATEGY FOR SMES IN THE LOGISTICS SECTOR OF THE DISTRICT OF SANTA MARTA

Abstract:

The objective of the research is to establish the most favorable internationalization strategies for SMEs in the logistics sector of the Santa Marta District, Colombia's Caribbean Zone; A quantitative and qualitative methodology was used, with a descriptive approach through the bibliographic review and the application of a survey to the companies. With quantitative research, the researchers seek to measure phenomenon with validity and reliability, through the survey. With the qualitative approach to describe and qualify the object of study, therefore, a theoretical review related to the best-known models of internalization strategies was carried out. The strategies were recommended for SMEs in the Logistics sector of the Santa Marta District according to the results obtained in the survey.

Keywords: Merchandise agreements; international companies; logistics infrastructure; export Import; exchange relationship;

ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO PARA AS PME DO SETOR LOGÍSTICO DO DISTRITO DE SANTA MARTA

Resumo:

O objetivo da pesquisa é estabelecer as estratégias de internacionalização mais favoráveis para as PMEs do setor de logística do Distrito de Santa Marta, Zona Caribenha da Colômbia; Utilizou-se metodologia quantitativa e qualitativa, com abordagem descritiva por meio de revisão bibliográfica e aplicação de survey às empresas. Com a pesquisa quantitativa os pesquisadores buscam mensurar fenômenos com validade e confiabilidade, por meio do survey. Com a abordagem qualitativa para descrever e qualificar o objeto de estudo, portanto, foi realizada uma revisão teórica relacionada aos modelos mais conhecidos de estratégias de internalização. As estratégias foram recomendadas para PMEs do setor de Logística do Distrito de Santa Marta de acordo com os resultados obtidos na pesquisa.

Palavras-chave: Contratos de mercadoria; empresas internacionais; infraestrutura logística; exportar importar; relação de troca.

1. INTRODUCCIÓN:

En el ámbito empresarial el estudio de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas PYMES, es un aspecto económico que en el transcurrir de los años ha generado el interés por parte de muchos investigadores, este proceso permite a las empresas crecer como lo define Villarreal (2005, p.58) “La Internacionalización de la Empresa es como una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional y basado en un conocimiento aumentativo”

El Departamento del Magdalena “cuenta con un potencial para la implementación de una plataforma multimodal que permita la integración del transporte marítimo, aéreo, férreo, terrestre y fluvial con el objetivo de generar una óptima interconectividad departamental. Lo anterior se sustenta en que el flujo de grandes cantidades de carga de diferente tipo demanda la interconexión y la modernización de los modos de transporte existentes para lograr ser más competitivos a nivel nacional e internacional” (CCSM, 2021, p.3).

De acuerdo con lo anterior las PYMES las empresas del sector logístico del Distrito de Santa Marta más importante son “las de transporte marítimo que se caracteriza por ser el más utilizado en el comercio exterior, debido a sus bajos costos, mayor capacidad de carga y seguridad que facilitan el movimiento de carga transfronterizo y el transporte terrestre es el más utilizado a escala nacional dada su flexibilidad en los horarios y rutas, y el bajo costo que representa” (Dorta González, 2013 citado por CCSM, 2021, p.4), las cuales para crecer a largo plazo debe tener entre sus metas la internalización y decidirse por esta estrategia.

Para alcanzar el objetivo de este artículo establecer las estrategias de internalización del sector logístico el Distrito de Santa Marta, se realiza una revisión teórica, se presentan las estrategias generales de internalización, las características de la PYMES del sector logístico del Distrito de Santa

Marta, se recomienda unas de acuerdo con los resultados encontrado en la encuesta.

2. MARCO TEÓRICO

El sector logístico en el departamento del Magdalena y el Distrito de Santa Marta.

El “departamento del Magdalena cuenta con alrededor de 2.102 empresas involucradas en los 4 eslabones del sector logístico, que representan el 12% del tejido empresarial del Departamento. En contraste, el comercio tiene el 49% de las empresas, alojamiento y servicios de comida el 18% y la industria manufacturera 7%, siendo estos los sectores que más participación en empresas tienen dentro de la economía magdalenense” (CCSM, 2021, p.3).

Transporte marítimo: “El puerto es la principal red de transporte marítimo, su función es brindar servicios rápidos, flexibles y seguros para el comercio internacional. Al tener acceso al mar, el Departamento cuenta con dos zonas portuarias (Ciénaga y Santa Marta) por las cuales se moviliza casi el 30% de toneladas a nivel nacional. Magdalena, logra posicionarse en el primer lugar con una participación promedio de 37,5% del total nacional equivalente a 37.234.000 tn movilizadas en 2020, de las cuales Santa Marta exportó 1.574.314 tn, es decir, el 1,6% del total nacional.” (CCSM, 2021, p.3).

Transporte terrestre: “En materia terrestre, el Departamento cuenta con 709 km de red vial primaria, 1.135 km de red vial secundaria y 4.809,6 km de red vial terciaria de acuerdo con el Plan Vial del Magdalena 2015. Según estadísticas del PLC (Portal Logístico de Colombia), para el año 2020, se movilizaron 4,18 millones de toneladas en un total de 161.982 viajes con un promedio de 25,81 toneladas por viaje” (CCSM, 2021, p.6).

Infraestructura Vial: Obras y Conectividad.

“Dentro del Departamento del Magdalena se destinan esfuerzos para mejorar la infraestructura vial, estipulados en los planes de desarrollo territorial y la planificación económica departamental. Más de \$1,1 billón de pesos suman las obras de infraestructura que se adelantaron en el departamento del Magdalena

hasta 2020 para mejorar su conectividad y competitividad, agilizando el transporte de carga y pasajeros. En obras como el nuevo puente Pumarejo, la variante de Ciénaga, vía Palermo – Guáimaro y la intervención de 22 kilómetros de la red secundaria y terciaria en 10 municipios del departamento” (INVIAS citado por CCSM, 2021, p.6).

Zonas Francas en el Magdalena: De acuerdo con la Ley 1004 del 2005, una zona franca se entiende como un área geográfica delimitada dentro del territorio nacional, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios o actividades comerciales, bajo una normativa especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior. Las zonas francas nacieron como una iniciativa para ser núcleos de desarrollo que promuevan la competitividad de las regiones, generen empleo, capten inversión extranjera o nacional, e incentiven la productividad a través de economías de escala (CCSM, 2021, p.9).

Zona Franca Tayrona: “Está ubicada en el km. 12 Vía Alternativa al Puerto, Santa Marta, Magdalena. Presta servicio logístico del resto del mundo a un tercero en el Territorio Aduanero Nacional- TAN, acompañamiento en las operaciones de comercio exterior y, venta o alquiler de bodegas y oficinas” (CCSM, 2021, p.9).

Zona Franca las Américas: “Está ubicada en el km. 16 Vía Alternativa al Puerto - Ruta del Sol II Santa Marta, Magdalena. Presta servicios de control de operaciones de comercio exterior, báscula, seguridad y vigilancia a parque industrial, cargue y descarga de mercancía, asesorías logísticas, almacenamiento en bodegas, transporte de mercancía y arrendamiento de áreas” (CCSM, 2021, p.9).

Zona Franca de Santa Marta: “Está ubicada en el kilómetro 1 Vía a Gaira, en la Troncal del Caribe, Santa Marta, Magdalena. Presta servicios de manejo de régimen franco, disponibilidad de lotes y bodegas para arriendo, servicios públicos, software e-Franco” (CCSM, 2021, p.9).

Zona Franca Palermo: Está ubicada sobre la ribera oriental del río Magdalena, frente a Barranquilla en el corregimiento de Palermo, municipio de Sitio Nuevo, departamento del Magdalena. Presta servicios de asesorías logísticas, almacenamiento en patios, proyectos hechos a la medida, almacenamiento en bodegas (CCSM, 2021, p.9).

Transporte aéreo: En “transporte aéreo, el Departamento según la Aeronáutica Civil cuenta con el Aeropuerto Internacional Simón Bolívar en la ciudad de Santa Marta, en el cual se movilizaron para el año 2019 un total de 3.75 millones de toneladas de carga” (CCSM, 2021, p.6).

Estrategia de internacionalización para las PYMES.

“Uno de los impactos más importantes que originó la globalización fue el hecho de concretar como un proceso dinámico de progresiva libertad y unificación a la red mundial de los mercados de tecnología, capitales, servicios, trabajo y bienes, haciendo posible crear un solo gran comercio. Este fenómeno se presentó ante las pymes y ha sido el causante de las nuevas condiciones de estas organizaciones y que obligó a ejercer sus actividades de una manera diferente para siempre” (Huguet citado por Olivero; Cazallo-Antúnez; Estruen y Lechuga, 2017, p.128).

En “un mundo tan globalizado la demanda está acostumbrada a cambiar frecuentemente sus necesidades y sus gustos y, por ende, a encontrar un servicio o producto que cumpla con sus nuevos deseos, razón por la que hacer parte del comercio internacional implica innovar rápidamente y de manera constante” (Schiffman y Kanuk, 2005, como se citó en, Olivero et al 2017, p.129).

“La pyme colombiana, así como también las de otros países, tiene el desafío de superar ineficiencias provenientes de su tamaño y/o capacidad, por lo que uno de los métodos más frecuentes es acudir a estrategias de integración (Montoya, 2010, como se citó en Olivero et al 2017, p.129).

En ese sentido Huguet citado por Olivero et al (2017, p.129), menciona que “es posible de llevar a cabo integrándose a la red del comercio internacional, por lo que es indispensable adaptar modelos vanguardistas o clásicos de internacionalización, iniciando por la exportación hasta llegar a modelos de inversión extranjera directa”.

Acorde a lo anterior, las estrategias de internacionalización también hay que analizarla desde el punto de vista de los modelos propuesto por

diferentes investigadores, en este artículo se presentan los más conocidos.

Modelo de Uppsala (modelo U), según Florín (2006 citado por Rojas y Vega, 2013, p.57), “sostiene que la experiencia y los recursos de una empresa en su mercado local facilitan la capacidad para expandirse en el mercado internacional en un proceso que se lleva por etapas”. “Sería un proceso secuencial que conduciría a la compañía de los mercados domésticos a los internacionales bajo un “proceso de aprendizaje” donde se logra conocimiento de los nuevos mercados y se van comprometiendo gradualmente recursos a estos mercados” (Armario, Ruiz y Armario, 2008, citados por Rojas y Vega, 2013, p.57).

Luego del modelo de Uppsala, “surge el modelo de redes, en el cual la internacionalización de una compañía está relacionada con un proceso interactivo entre las ventajas competitivas de la empresa y aquellas de los otros miembros de la red de negocios a la que pertenece la organización y las ventajas de localización de los países” (Amal y Rocha, 2010 citados por Rojas y Vega, 2013, p.58). Este modelo busca que las empresas se asocien y compartan la ventaja que tienen cada una para entrar a los diferentes mercados extranjeros.

Desafortunadamente, en específico para las pymes colombianas, la asociatividad no ha sido muy fructífera, ya que tienen una cultura empresarial centrada en la organización y con gran desconfianza hacia el exterior y pocas tienen una estrategia de asociación (Calle y Tamayo, 2005, citados por Rojas y Vega, 2013, p.59).

Otro modelo para la internacionalización alternativo al modelo de Uppsala es el born global, “que son pequeñas y medianas empresas emprendedoras que presentan un proceso de internacionalización acelerado, es decir, inician sus actividades comerciales en el mercado mundial justo apenas nacen o en un periodo muy cercano a su nacimiento” (Bell y McNaughton, 2000, p. 142 citados por Rojas y Vega, 2013, p.59). “El fenómeno born global sugiere un replanteamiento de las teorías tradicionales de internacionalización” (Escandón, 2009, citado por Rojas y Vega, 2013, p.60).

Cancino y La Paz (2010, citados por Rojas y Vega, 2013, p.61) “incluyen como factores causales de una rápida internacionalización los relacionados con las características del fundador, las capacidades organizacionales y el foco estratégico de la firma”.

Según Ospina-Díaz y Sanabria-Rangel, (2017, p.214) “el concepto de logística incluye la gestión, planificación y administración de las actividades que forman parte en las diversas funciones, áreas, procesos y sistemas de las organizaciones: compras, producción, almacenaje, manutención, transporte y distribución”.

Otro concepto de logística, Cipoletta, Pérez y Sánchez (2010, p.16) consideran la logística como “aquella parte de la Gestión de la Cadena de Suministros que planifica implementa y controla el flujo —hacia atrás y hacia adelante— y el almacenamiento eficaz y eficiente de los bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen al punto de consumo, con el objetivo de satisfacer los requerimientos de los consumidores”.

Un elemento fundamental para la investigación es la internacionalización, que se define como “aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional” (Root, 1994; Rialp, 1999, citados por Trujillo, Rodríguez, Guzmán y Becerra, 2006. P 6).

Para los investigadores, la internacionalización es el proceso mediante el cual, las empresas buscan mercados emergentes, con el fin de incursionar y expandirse globalmente. Por lo tanto, la internacionalización se convierte en una estrategia para que las Pymes puedan diversificarse.

3. METODOLOGÍA

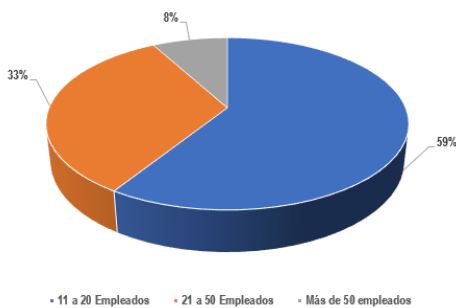
En la presente investigación se utilizará método de investigación cuantitativa y cualitativa, con un enfoque descriptivo mediante la revisión bibliográfica y los resultados de la encuesta que se aplicará a las PYMES. En la investigación se describen las características de la internacionalización de las PYMES del sector logístico de Santa Marta desde lo general a

lo específico, realizando una revisión documental y aplicando una encuesta a las empresas del sector logístico del Distrito de Santa Marta.

4. RESULTADOS:

Para cumplir con este objetivo se aplicó una encuesta a las PYMES del sector logístico que encuentra registrada en la Cámara de Comercio de Santa Marta, dando los siguientes resultados.

El 59 % tiene entre 11 a 20 empleados, 33% d3 21 a 50 y el 8% más de 50 (Gráfico 1).



Fuente: Elaboración propia basada en la respuesta de la encuesta.

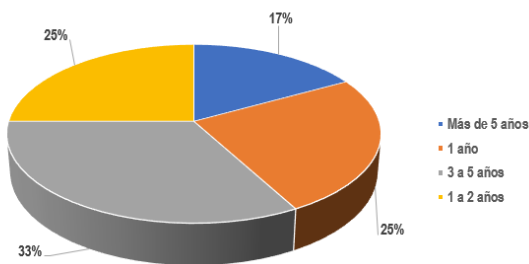


Gráfico 2. No de años pymes sector logístico.

Fuente: Elaboración propia basada en la respuesta de la encuesta.

Las PYMES en Santa Marta son relativamente joven están en la etapa de desarrollo, El 33% tiene entre 3 y cinco años de creadas, el 25% de ella tienen de 1 a dos años, el 17% más de 5 años.

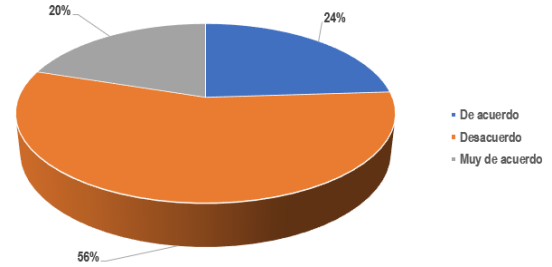


Gráfico 3. Conocimiento mercados internacionales pymes sector logístico. Fuente: Elaboración propia basada en la respuesta de la encuesta.

El 56% de las PYMES del sector logístico del Distrito de Santa Marta no conocen los mercados. Con relación al conocimiento de los posibles mercados internacionales el 56% tienen un completo desconocimiento de los mercados internacionales, lo que demuestra el poco interés que tienen por la internacionalización, el 24% tienen conocimientos y 20% responden muy de acuerdo, indicando que tienen un buen conocimiento de los posibles mercados potenciales.

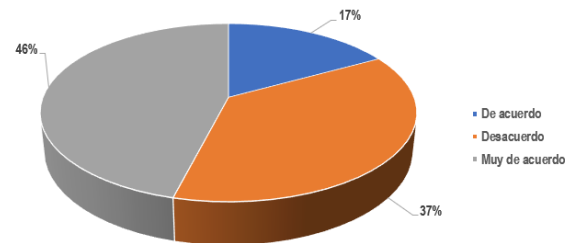


Gráfico 4. Potencial de exportación pymes sector logístico. Fuente: Elaboración propia basada en la respuesta de la encuesta

El 37% consideran en cualquier momento la empresa podría exportar, el 46%, están de desacuerdo con esta pregunta, indicando no tiene por el momento planes de exportar, el 17%, responden muy de acuerdo, esto conlleva deducir que cuando se presente la oportunidad lo pueden hacer.

En ese sentido, “aquellas pymes que se proponen participar en el comercio internacional deben tener en cuenta que las alternativas sean viables para la internacionalización, así como conseguir las capacidades administrativas y competitivas necesarias para poder integrarse en dicho campo” (Jiménez, 2007, como se citó en Olivero et al 2017, p.129).

Amalio Segundo Otero Tapia - Julio César Sánchez Sánchez - Luis Alejandro Forero Barón - Roy Antonio Castillo Giraldo - Zuyin Chiquinquirá Lima Hernández

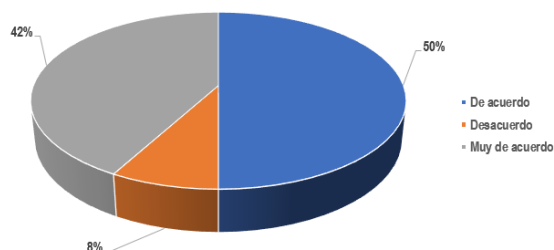


Gráfico 5. Importancia de la Internacionalización en las pymes sector logístico. Fuente: Elaboración propia basada en la respuesta de la encuesta

A la pregunta si consideran la internacionalización como una forma de crecer, 50% están de acuerdo, 42% muy de acuerdo, solo el 8% considera la internacionalización como una oportunidad de crecer.

Cabe destacar según Rodríguez (2007 citado por Rojas y Vega, 2013, p.63), que los “factores locales e internacionales que estimulan los procesos de internacionalización de las grandes compañías, comparadas con las pymes. Las empresas grandes se pueden iniciar con la búsqueda de proveedores de partes y materiales, pero, igualmente, se puede dar en el afán de asegurar mercados para sus propios productos. En contraste, las pymes podrían comenzar estos procesos debido a factores, como la disminución de la participación en el mercado local, el aumento de la competencia nacional, para obtener economías de escala, por crecimiento de los mercados externos o por el surgimiento de un cliente importante en el exterior”.

Con relación a si tienen recursos para incorporar internacionalización en los procesos logísticos el 75% de las PYMES del Distrito de Santa Marta responde que no tienen los recursos para la internacionalización, 21% están de acuerdo, indicando que cuentan con los recursos y 4% responden muy de acuerdo (Gráfica 6).

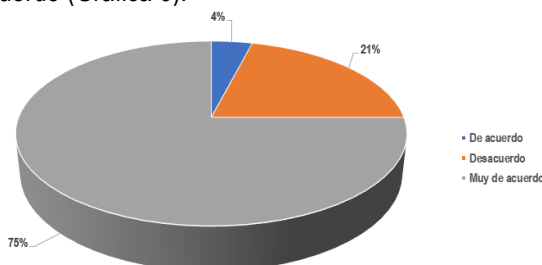


Gráfico 6. Recursos para incorporar Internacionalización en los procesos logísticos de las pymes. Fuente: Elaboración propia basada en la respuesta de la encuesta

De acuerdo a los resultados del gráfico 6, se evidencia que “las pymes han sido totalmente influenciadas por el fenómeno de la globalización y de manera muy rápida, por lo que se han adentrado a una nueva escala de competitividad mundial, adicional al desafío de las nuevas condiciones de este entorno amplio, estos no cuentan con apoyo y la suficiente experiencia para sostenerse o responder oportunamente frente a las demandas e igualarse a la rápida transformación estratégica que es requerida para estar en el comercio exterior” (Huguet citado por Olivero et al, 2017, p.129).

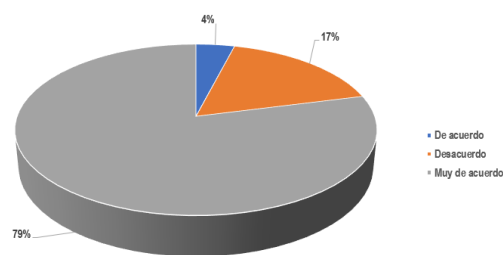


Gráfico 7. Preparación de las pymes para la internacionalización de sus procesos logísticos. Fuente: Elaboración propia basada en la respuesta de la encuesta

El 79 % considera que no está preparada para la internacionalización, solo el 17% de la PYMES del sector logístico consideran que están preparada para la internacionalización, el 4% están muy de acuerdo, indicando que están preparada para este proceso.

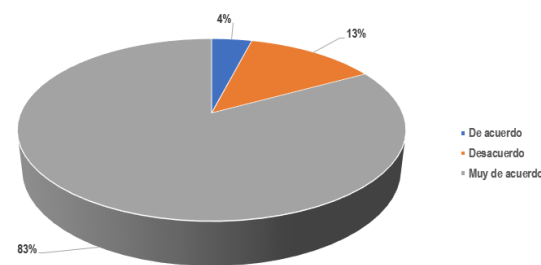


Gráfico 8. Plan de internacionalización de procesos logísticos en las pymes. Fuente: Elaboración propia basada en la respuesta de la encuesta

El 83% de las PYMES del sector logístico del Distrito de Santa Marta no cuentan con un plan de internalización para la empresa, el 13% están de acuerdo de no contar con este instrumento y un 4% muy de acuerdo que cuentan con un plan de internalización.

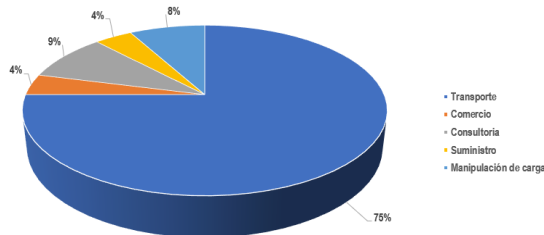


Gráfico 9. Actividad económica a la que se dedican las pymes.

El 75% de las PYMES del sector logístico de Santa Marta su actividad es transportes de diferentes formas, 9% su actividad es la consultoría, 8% a la manipulación de carga, 4% a suministro, en igual porcentaje se encuentra comercio.

Resultados y discusión.

Según resultado el mayor problema de las PYMES, del sector logístico del distrito de Santa Marta, el poco interés que tienen esta para la internacionalización, la mayoría consideran que no están prepara, que no cuentan con los recursos para dar ese paso, se conforman con el mercado regional que es el están atendiendo.

Otro aspecto negativo es que el “transporte interno en Colombia, y por tanto en el Magdalena, se encuentra rezagado en comparación a otros países latinoamericanos en vía de desarrollo. Lo anterior es consecuencia de los altos costos del flete que resultan del costo de seguros a la carga, el estado de las vías (deterioro por desgaste), la seguridad, la manutención vial (costo de paso en el territorio), la capacidad de los vehículos, los trámites y la respuesta a fenómenos naturales” (CCSM, 2021, p.6), lo que se convierte en un reto para la internacionalización de los procesos logísticos de las pymes.

Sin embargo, el sector logístico en el departamento del Magdalena se ubica como el segundo sector con mayor participación en el PIB, y que en 2019 tuvo un incremento del 7,6% respecto al 2018, donde tuvo una

participación del 21,5% en el valor agregado departamental de ese año (CCSM, 2021, p.10).

Además, el aporte socioeconómico del sector logístico en el departamento del Magdalena y el D.T.C.H. de Santa Marta en el sector de servicio apoyo logístico y transporte hay 1.135 empresas que generan ingresos por \$926.386 millones y 9.775 empleos; en la infraestructura del sector hay 49 empresas que producen \$436.251 millones y 1.034 empleos, finalmente el relacionado con comercialización hay 171 empresas originan \$886.068 millones y 1.765 empleos (CCSM, 2021, p.11).

Lo anterior muestra, que “el sector logístico tiene una fuerte participación en las cuentas departamentales del Magdalena, que lo posicionan entre uno de los sectores de mayor participación en empleos, ingresos de operaciones y unidades empresariales” (CCSM, 2021, p.12), pero el hecho que el 83% de las PYMES del sector logístico del Distrito de Santa Marta no cuentan con un plan de internacionalización para la empresa muestra que no están interesadas en desarrollar proceso logístico a nivel global.

No obstante, “los puertos marítimos del Magdalena son de tercera generación, lo cual indica que son plataformas que manejan centros logísticos y se realizan actividades de comercio exterior, pero necesitan implementación de mayor Tecnología en la infraestructura posibilita el desarrollo de puertos de cuarta o quinta generación que potenciaría el aprendizaje colaborativo y la automatización de todas las actividades económicas” (CCSM, 2021, p.13).

Dentro de las estrategias internacionalización en las pymes del sector logístico se necesita “destinar esfuerzos a la implementación de un transporte multimodal que permita generar condiciones de desarrollo de un sistema eficiente, modernizar la prestación de los servicios de transporte de carga, facilitar el comercio exterior y el desarrollo tecnológico de las instituciones y empresas pertenecientes al sector portuario; conseguir una mayor inversión estipulada en los presupuestos gubernamentales en la construcción de una red vial que conecte a veredas, corregimientos y municipios; la intervención de vías para garantizar el buen estado de estas, la reducción de gastos de reparación de vehículos en general y la renovación del parque automotor del departamento” (CCSM, 2021, p.14).

Los “retos del almacenamiento portuario en el sector logístico consisten en poseer una plataforma de almacenamiento de carga en general y obtener mayor espacio para el almacenamiento en puertos de carácter público, lo que hace necesaria la implementación de la estrategia del centro de acopio y la expansión de la superficie terrestre y costera de los puertos para adecuar zonas especializadas en el depósito de mercancía proveniente del comercio exterior, entre los que se destacan patios de contenedores y bodegas en zonas francas para abarcar sectores públicos y privados” (CCSM, 2021, p.14).

Conclusiones

Se puede llegar a la conclusión que las PYMES, del sector logístico del distrito de Santa Marta no están preparada para la internacionalización, no cuentan con los recursos económicos, tienen un desconocimiento de los mercados potenciales.

Se puede deducir que se conforma con trabajar con el mercado local, a pesar de que reconocen que la internalización es un medio para crecer, no tiene un plan de internalización que les ayude a buscarla, estableciendo estrategia con otras empresas.

Para la internalización los gerentes deben tener una visión para identificar las oportunidades y conocer sus mercados y clientes potenciales.

Referencias.

CCSM, 2021. Incidencia del Sector Logístico en el Magdalena.
<https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/download/78-investigaciones/51775-incidencia-del-sector-logistico-en-el-magdalena.html>

Cipoletta, Pérez y Sánchez (2010). Políticas integradas de infraestructura, transporte y logística: experiencias internacionales y propuestas

iniciales.

<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/6350>

Dini, M y Stumpo, G. (2020). “MiPymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento”, Documentos de Proyectos (LC/TS.2018/75/Rev.1), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/4414-8-mipymes-america-latina-un-fragil-desempeno-nuevos-desafios-politicas-fomento>

Martínez, D. & Lombana, J (2013). Pymes Ruta para la Exportación.
https://www.uninorte.edu.co/web/publicacion-es-uninorte/productos/-/asset_publisher/EoY8/content/pyme-rutas-para-la-exportacion-2871?inheritRedirect=false

Martínez, P. (2009) PYME, Estrategia para su internalización.
<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Pyme-estrategia-para-su-internacionalizacion-1ra-Edici%C3%B3n.pdf>

Olivero, E; Cazallo-Antúnez, A; Estruen, D; y Lechuga, J. (2017). Proceso de internacionalización de las pymes.
<https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/2090>

Ospina-Díaz, Milton Ricardo y Sanabria-Rangel, Pedro Emilio. (2017). Marco general de análisis de la formación logística en Colombia. *Revista Científica General José María Córdova*, 15 (19), 237-267. <https://revistacientificaesmic.com/index.php/esmic/article/view/80>

Pardina, M^a Pilar (2017). Proceso de internacionalización de las PYMES, colección Aula Mentor, serie Emprendedores.
<https://sede.educacion.gob.es/publiventa/PdfServlet?pdf=VP16756.pdf&area=E>

- Rojas, S, y Vega, R. (2013). Los procesos de internacionalización en las pymes: reflexión desde diferentes perspectivas. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4784559.pdf>
- Trujillo, M; Rodríguez, D, Guzmán, A y Becerra, G. (2006). Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/1211>
- Villarreal, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea. <https://www.redalyc.org/pdf/2743/274320875003.pdf>