

NIVEL DE CONOCIMIENTO Y APROVECAMIENTO DEL TRATADO DE LIBRE
COMERCIO COLOMBIA - CANADA POR LOS EMPRESARIOS PYMES DE
LA CIUDAD DE CARTAGENA – BOLIVAR.

FERNANDO ENRIQUE LÓPEZ PÁJARO
TATIANA CABRERA JIMÉNEZ
MARÍA DE LOS ÁNGELES MARTÍNEZ MANJARREZ

UNIVERSIDAD DEL SINU – SECCIONAL CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA
2016

NIVEL DE CONOCIMIENTO Y APROVECAMIENTO DEL TRATADO DE LIBRE
COMERCIO COLOMBIA - CANADA POR LOS EMPRESARIOS PYMES DE
LA CIUDAD DE CARTAGENA – BOLIVAR.

FERNANDO ENRIQUE LÓPEZ PÁJARO
TATIANA CABRERA JIMÉNEZ
MARÍA DE LOS ÁNGELES MARTÍNEZ MANJARREZ

Trabajo de Grado para obtener el título de Administrador de Negocios
Internacionales

EMILIANO RODELO ANAYA
MANUEL TORRES

UNIVERSIDAD DEL SINU – SECCIONAL CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA
2016

Notas de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Cartagena de Indias D.T. y C., junio de 2016

CONTENIDO

Organiza la tabla de contenido, comenzando por título que viene siendo el uno y así sucesivamente

No pueden haber dos títulos con el mismo nombre Ej hay dos marcos teóricos revisa bien.

1

COMERCIO COLOMBIA - CANADA POR LOS EMPRESARIOS PYMES DE LA CIUDAD DE CARTAGENA – BOLIVAR.	2
A. NIVEL DE CONOCIMIENTO Y APROVECHAMIENTO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO COLOMBIA – CANADA POR LOS EMPRESARIOS PYMES DE LA CIUDAD DE CARTAGENA – BOLIVAR.	7
1.2 EL PROBLEMA	7
1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	7
1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:	9
1.2.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA:	9
2. OBJETIVOS	10
2.1 OBJETIVO GENERAL:	10
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:	10
3. JUSTIFICACIÓN:	11
4. MARCO TEORICO	14
4.1 ANTECEDENTES:	14
4.2 MARCO LEGAL	17
• Leyes	17
• Decretos	17
• Circulares	18
4.3 MARCO TEORICO	19
4.4 MARCO CONCEPTUAL	20
5. METODOLOGIA	27
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	27

5.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	27
5.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	27
6. HIPÓTESIS Y SISTEMAS DE VARIABLES	28
7. RESULTADOS	30
○ RESULTADO DE ENCUESTAS	38
Sector agroindustrial	38
Descripción de las pymes y su actividad económica	53
Ficha técnica	56
8. DISCUSIÓN	59
9. CONCLUSIÓN	60
10. RECOMENDACIONES	61
1. http://www.dinero.com/negocios/tlc-canada/articulo/abc-del-tlc-entre-colombia-canada/121856	62

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizó con la finalidad de determinar cuáles eran los niveles de conocimientos y aprovechamientos del tratado de libre comercio Colombia - Canadá por los empresarios pymes de la ciudad de Cartagena – bolívar

Ha medida que se fue realizando este, salieron a relucir falencias que se tienen por desconocimiento del tema, el propósito entonces de realizar este proyecto es demostrar las fortalezas que tienen nuestras pymes y las grandes posibilidades que tienen de crecer y por ende surgir.

Desde el día en que entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio con Canadá, el 15 de agosto de 2011, el 98 por ciento de los productos colombianos puede ingresar con arancel cero a esa economía, la décima del mundo, con un mercado de 34 millones de consumidores de alto poder adquisitivo. Las oportunidades de negocio se amplían para nuestras empresas, pero para llegar a ese país de alta exigencia, que valora los productos amigables con el medioambiente y el comercio justo, nuestros empresarios tienen como tarea y desafío producir una oferta más sofisticada.

1. NIVEL DE CONOCIMIENTO Y APROVECHAMIENTO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO COLOMBIA – CANADA POR LOS EMPRESARIOS PYMES DE LA CIUDAD DE CARTAGENA - BOLIVAR.

1.2 EL PROBLEMA

1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Frente a la necesidad inminente de crecimiento, cabe resaltar que Colombia como país ha trabajado constantemente para la ejecución efectiva de los objetivos de la nación. Para ello, el estado designa al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como ente estatal que tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, de las PYMES, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo. Todo lo anterior mediante la implementación de políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.

A estar a la vanguardia de la globalización, claramente el Estado atarea a favor de la internacionalización de nuestra industria en el exigente mercado mundial; con integración económica, participación en organismos internacionales, cooperación internacional y demás. Sumada a esas variantes, están los acuerdos comerciales que actualmente ha tomado mucha fuerza, sobre todo entre países en desarrollo y en vía de desarrollo. Colombia por su parte cuenta con trece tratados de libre comercio vigentes; CAN, CARICOM, TLC Guatemala- Honduras-Salvador, Acuerdos de alcance parcial con Venezuela y Nicaragua, Cuba, Estados Unidos, Unión Europea, Canadá, Chile, México. Cinco acuerdos suscritos; Alianza del

pacífico, Corea, Costa Rica, Israel, Panamá. Finalmente, tres negociaciones en curso; Turquía, Japón, TISA.

Parece optimista la postura del gobierno querer abarcar tantos acuerdos comerciales. Indudablemente al entrar en vigencia estos acuerdos existen ciertas ventajas que favorece a los empresarios colombianos, que concierne principalmente por la eliminación de los obstáculos al comercio, al ajuste por preferencias arancelarias, en ocasiones trato nacional; ese último busca el mismo trato de los productos nacionales con los importados. Todo lo anterior, facilita la introducción de la industria Colombiana a los mercados internacionales, pero es importante mencionar que el volumen de acuerdos firmados no garantiza el oportuno aprovechamiento de los mismos.

Miles de oportunidades de negocio han beneficiado a los empresarios colombianos por cuenta del Tratado de Libre Comercio vigente con Estados Unidos desde el 15 de mayo de 2012. A partir de entonces no se habla más, que la importancia de un acuerdo comercial con la primera economía del mundo, del crecimiento de algunos sectores de la economía colombiana y la comparación del antes y después de este TLC. Es entonces donde nace el vacío del conocimiento por el resto de los TLC's Firmados, por los acuerdos suscritos y las tres negociaciones en curso que pocos saben que existen. En ese mismo orden de ideas, parece que todo el mundo focaliza una posibilidad de exportación en el país americano, sin antes evaluar si existen otros acuerdos comerciales que favorezcan por su producto, actual o futura competencia, demanda, mayor accesibilidad, menor costo, mayores posibilidades de éxito en términos generales. Esto implica el análisis de los demás acuerdos comerciales que el gobierno colombiano en papel de negociador ha firmado con otros Estados para el debido logro de esos objetivos de los que se hablaban inicialmente.

El caso ejemplar de Canadá que cuenta con 34,8 millones de personas (2014), tiene la población más alta de inmigración de cualquier otra economía importante y

es responsable de más del 50% de las ganancias de la población Canadiense¹. Si bien es cierto, Canadá representa un mercado muy tentativo, ¿que tanto se aprovecha el tlc con Canadá?

1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

¿Cual es nivel de conocimiento y aprovechamiento por parte de las pymes de la ciudad de la Cartagena Bolívar en el mercado canadiense?

1.2.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA:

- ✓ **ESPACIAL:** Las PYMES ubicadas en la ciudad de Cartagena, porque es el área de estudio y en ella se puede encontrar y recopilar información útil para el proyecto de estudio.

- ✓ **TEMPORAL:** Este estudio se realizará durante los semestres IX y X dentro del programa Administración de Negocios Internacionales, de acuerdo a las directrices Institucionales de la Universidad del SINÚ seccional Cartagena, Estos dos semestres se cursarán entre enero y noviembre de 2015, fecha en la cual deberá finalizar esta investigación.

¹EUROMONITOR INTERNACIONAL, BANCO MUNDIAL. Revista pro Colombia. BOLIVAR, Oportunidades de negocio para la región en inversión, exportaciones y turismo, (28/03/2015).

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL:

- Describir el nivel de conocimiento y aprovechamiento del tratado de libre comercio Colombia – Canadá por los empresarios pymes de la ciudad de Cartagena – bolívar.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Identificar productos y servicios que actualmente producen las PYMES de la ciudad de Cartagena – Bolívar – Colombia.
- Identificar los bienes y servicios requerido por el mercado Canadiense que fueron negociados en el tratado de libre comercio firmado entre Colombia y Canadá.
- Describir el nivel de conocimiento sobre el tratado de libre comercio firmado entre Colombia y Canadá.
- Establecer las prácticas de exportación y aprovechamiento del tratado firmado entre Colombia y Canadá.
- Analizar las normatividades existentes, que exige Canadá para la entrada de bienes y servicios a su mercado.
- Proponer acciones para potenciar el aprovechamiento de detectado mediante el presente estudio de investigación.

3. JUSTIFICACIÓN:

Con la entrada en vigor del TLC entre Colombia y Canadá firmado el 21 de noviembre del 2008, se esperan impactos positivos, los sectores beneficiados con la entrada en vigor de este serán: azúcar; textiles; vestidos y confecciones; aceites y grasas vegetales; fibras vegetales y arroz procesado. Se obtuvo una gran asimetría en las modalidades de desgravación lo que beneficia a Colombia y se tuvo en cuenta de manera especial el impacto sobre la producción colombiana sensible, manteniendo el sistema de franja de precios para productos específicos. Los sectores grandes generadores de empleo que se beneficiarán especialmente de la negociación se encuentran los textiles y confecciones, que tienen acceso inmediato libre de aranceles. Se abren también importantes posibilidades para las exportaciones colombianas de biocombustibles, que serán igualmente beneficiados por la reducción a cero de los aranceles al momento de entrada en vigor del Tratado. El sector azucarero también será uno de los grandes beneficiados: Colombia obtuvo en esta materia, los mejores resultados que hayamos alcanzando en cualquier negociación previa. Las flores colombianas, que son un sector de enorme importancia no solamente por sus volúmenes de exportación, sino por su muy importante generación de empleo. PROCOLOMBIA ha identificado beneficios concretos de exportación de aceites y grasas, alimentos, azúcar, bebidas no alcohólicas, cacao, cigarrillos, confitería, flores, frutas frescas, proteínas concentradas, productos de panadería y vegetales frescos, manufacturas asociadas a autopartes, baterías para automóviles, pastillas para freno, plásticos, productos de cerámica, preparaciones de aseo personal, pisos cerámicos, mármoles y piedra, fibra de vidrio y aisladores eléctricos, hilados y fibras sintéticas, trajes para hombre, ropa interior, vestidos de punto, vestidos de baño, y artículos de cuero, productos para el hogar, la decoración, la limpieza, el cuidado personal, juguetes, etc.; así como servicios en el área de Servicios se establecieron condiciones de certidumbre y transparencia para los proveedores de servicios de ambas partes, con el fin de generar mayores beneficios - oportunidades que permitan que Colombia se convierta en una plataforma

exportadora de servicios hacia el mercado de Canadá, ya sea mediante el desplazamiento físico del prestador o consumidor, o sin necesidad de desplazarse (servicios de consultoría, “call-centers”, traducción en línea, telemedicina, telecomunicaciones, servicios de procesamiento de datos, servicios de informática y otros servicios relacionados con software y servicios de diseño, entre otros). Lo anterior abre una ventana de beneficios para aumentar el potencial exportador colombiano de servicios profesionales.²

Contar con una privilegiada ubicación geográfica, ser un destino predilecto para el turismo, tener uno de los puertos más importantes del Caribe además de un desarrollo agroindustrial y petroquímico dinámico son ventajas que hacen de Cartagena – Colombia una ciudad con grandes beneficios, listos para aprovechar los TLC que Colombia tiene vigentes y en negociación. Las buenas condiciones agroecológicas, sumadas a suficientes y óptimos recursos de agua y suelos aptos para el establecimiento de plantaciones, hacen la ciudad de Cartagena - Colombia ideal para el desarrollo de una gran diversidad de productos agroindustriales, beneficiándolos por tal razón. Se destaca la importante producción de cárnicos y lácteos, tilapia, frutas y hortalizas, especialmente mango, guayaba, papaya, maracuyá, ñame, yuca; palma africana, biodiesel, cacao, tabaco negro y productos elaborados de madera teca, melina, ceiba roja, roble y eucalipto. En este sentido, la agenda interna de Cartagena – Colombia contempla el establecimiento de núcleos hortofrutícolas que salga beneficiada la zona franca de Cartagena, en donde hay instalados varias empresas agroindustriales. Cartagena es la cuarta ciudad del país con mayor producción industrial y la primera del Caribe colombiano. Se destaca el sector de manufacturas, en especial la industria petroquímica, las artesanías, la extracción de oro y la industria textil a partir de algodón, fibras y confecciones. Otras ventajas de este departamento son el Parque Industrial Mamonal, el moderno proyecto de expansión del Aeropuerto

² Dinero, ABC del TLC entre Colombia-Canadá, Artículo de revista Dinero (6/03/2015), DISPONIBLE EN: <http://www.dinero.com/negocios/tlc-canada/articulo/abc-del-tlc-entre-colombia-canada/121856>

Internacional Rafael Núñez, además de una importante localización geográfica que le otorga proximidad a mercados y puertos de exportación. De acuerdo con el escalafón de competitividad de los departamentos colombianos realizado por la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL2), Bolívar se ubicó en el puesto 17 entre 29 entidades territoriales. Cartagena participa con el 4% del PIB nacional, alcanzando en 2013 US\$ 16.518,6 millones. Su PIB per cápita estuvo alrededor de 2013: USD 8.062. Los principales sectores económicos que aportan al PIB de Bolívar son: la industria manufacturera con 21%, servicios sociales con

14%, establecimientos financieros con 10%; comercio con 8% y construcción con 8%.4, cada vez es más común que los canadienses se dediquen al cuidado de su salud, por esta razón son exigentes al momento de consumir alimentos frescos, de buena calidad y precio. Más del 75% de la oferta de verduras en ese mercado es importada y aunque el sabor es un criterio de compra importante, también se tiene en cuenta que sean productos étnicos y representativos de la cocina internacional. La mayor demanda es por verduras como la lechuga, la zanahoria la cebolla, el tomate y el pimentón. El canal de distribución para los alimentos frescos consta de tres etapas: un importador que distribuye directamente el producto a las grandes superficies, un bróker o agente que se encarga de negociar los productos importados para venderlos directamente a las grandes superficies y minoristas, y por último, el canal de alimentos industriales procesados que se encarga de distribuir el producto al sector institucional, servicio de alimentación del Estado o a los minoristas.

4. MARCO TEORICO

4.1 ANTECEDENTES DEL TRATADO

Siguiendo los lineamientos de la trascendencia que ha tenido el acuerdo comercial, se puede considerar que desde un principio el gobierno colombiano estableció la apertura económica a partir de la constitución del 1991 y con ello la política de comercio exterior de Colombia se fundamentó en la profundización de las relaciones comerciales, tanto con los países con los que ya existían acuerdos preferenciales, como con otros socios que pudieran generar un mayor crecimiento y desarrollo económico. En el Plan de Desarrollo 2006 – 2010 incluyó desarrollar una estrategia en materia de acuerdos internacionales con el propósito de generar un ambiente jurídico estable en el territorio colombiano, que permita aumentar la actividad comercial y la inversión, tanto nacional como extranjera. El Plan de Desarrollo enuncia que se buscará el inicio de negociaciones con varios países, entre ellos, Canadá.

Para el logro de los objetivos plasmados en el Plan Nacional de Desarrollo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo estructuró su plan estratégico, dentro del cual, la negociación de acuerdos comerciales constituyó una de las iniciativas del gobierno para diversificar mercados, tanto de destino de nuestras exportaciones como de abastecimiento de materias primas, insumos y bienes de capital, para mejorar la competitividad de la oferta exportable.

El Tratado de Libre comercio entre Canadá y Colombia es un acuerdo comercial entre los países de Canadá y Colombia que fue inicialmente propuesto en agosto del 2002, se firmó el 21 de noviembre del 2008 y se implementó el 15 de agosto del 2011.

Durante el período 2007-2009, la agenda de negociaciones que estuvo en marcha, incluyó principalmente la negociación de acuerdos de libre comercio con Canadá, con los países de la Asociación Europea de Libre Comercio – AELC (ya concluido)

y con la Unión Europea (ya concluido). Una de las metas para el país, era firmar el acuerdo comercial con Canadá, en el segundo semestre de 2008.

La primera ronda de negociaciones se celebró en Lima, del 16 al 20 de julio de 2007. En esta oportunidad, junto con Perú que inició negociaciones simultáneamente con Colombia, se comenzaron a tratar temas como: acceso a mercados, normas de origen, obstáculos técnicos al comercio, competencia, compras públicas defensa comercial y solución de controversias, entre otros. Se puso en marcha también una mesa de cooperación en el tema comercial, para analizar temas sensibles y definir estrategias y proyectos específicos.

Luego de la primera ronda se llevaron a cabo 4 rondas más, hasta culminar las negociaciones el 21 de noviembre de 2008 con la suscripción del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá. Desde la fase preparatoria de la negociación, el Gobierno habilitó distintos escenarios de participación para la sociedad colombiana, con el fin de garantizar que los intereses nacionales se encontraran debidamente identificados, y también que el proceso se adelantara de manera transparente.

Durante toda la negociación se compartió información con el Congreso de la República, el sector privado y con representantes de la sociedad civil, para informarles sobre los avances de las negociaciones en cada una de las rondas, la metodología para su desarrollo, así como para recibir las observaciones y comentarios de los ciudadanos. Además de los espacios de participación abiertos para la sociedad en general, también se crearon espacios de información y discusión, exclusivos para los pueblos indígenas y las comunidades afrocolombianas, con el objetivo de presentarles los distintos temas incluidos en la negociación y promover las discusiones en torno a los temas de su interés.

Desde el día de en qué entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio con Canadá, el 15 de agosto de 2011, el 98 por ciento de los productos colombianos puede ingresar con arancel cero a esa economía, la décima del mundo, con un

mercado de 34 millones de consumidores de alto poder adquisitivo .Según el Ministerio de Comercio, Industria y turismo, el Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Canadá, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Lima, Perú, el 21 de noviembre de 2008, y “el canje de notas que corrige el acuerdo de libre comercio entre Colombia y Canadá” el 18 y 20 de febrero de 2010. El acuerdo fue aprobado mediante la Ley 1363 del 9 de diciembre de 2009 por el Congreso colombiano.

El proceso de incorporación a la legislación interna colombiana se complementó el 24 de julio de 2010, cuando la Corte Constitucional mediante sentencia C-608/10 encontró acorde al ordenamiento constitucional del país a este Acuerdo, así como la Ley 1363 de 2009, aprobatoria del mismo. De igual manera el acuerdo fue aprobado en consenso por el parlamento canadiense el 21 de junio de 2010, y posteriormente firmado por la gobernadora general de este país. El acuerdo entró en vigor el 15 de agosto de 2011.

El 21 de noviembre de 2008 se suscribió el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá, el cual consolida una iniciativa de mayor integración comercial alcanzada tras cinco rondas de negociación que se llevaron a cabo desde julio de 2007 .En la misma ceremonia se dio lugar a la firma del Acuerdo Cooperación Laboral y del Acuerdo de Cooperación Ambiental. ³

4.2 MARCO LEGAL

³ TOMADO DE : min comercio industria y turismo <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=721>

- **Leyes**

Ley 1363 de 2009. Por medio de la cual se aprueba el “Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y la República de Colombia”

- **Decretos**

Decreto 0185 de 2012, por medio del cual se da cumplimiento a los compromisos arancelarios

Decreto 0186 de 2012, por medio del cual se da cumplimiento a los compromisos arancelarios del sector automotor

Decreto 573 de 2012, Procedimiento de Aplicación de Salvaguardias

- **Resoluciones**

Resolución 000500 de 2014. MADR Contingente de importación para carne de porcino (quinto año)

Resolución 000499 de 2014. MADR Contingente de importación para fríjol (quinto año)

Resolución 000498 de 2014. MADR Contingente de importación para carne de bovino (quinto año)

Resolución 000438 de 2013. MADR Contingente de importación para carne de bovino (cuarto año)

Resolución 000437 de 2013. MADR Contingente de importación para carne de porcino (cuarto año)

Resolución 000106 de 2013. Por la cual se establecen las condiciones y requisitos para la obtención del registro de proveedor de capacidad satelital y se dictan otras disposiciones.

Resolución 481 MADR Contingente de importación para carne de bovino (tercer año)

Resolución 479 MADR Contingente de importación para carne de porcino (tercer año)

Resolución 355 MADR por la cual se modifica parcialmente la Resolución 290

Resolución 289 MADR Administración del contingente residual de carne de bovino

Resolución 290 MADR Administración del contingente residual de carne de porcino

Resolución 125 MADR sobre asignación de contingentes carne de porcino año 1

Resolución 126 MADR sobre asignación de contingentes carne bovino año 1

Resolución 50 Reglamentación y administración del contingente para carne de porcino establecido en el TLC Canadá Colombia

Resolución 52 Reglamentación y administración del contingente para carne de bovino establecido en el TLC Canadá Colombia

- **Circulares**

Circular 024 de 2011. Entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y la República de Colombia

Circular 009 de 2012, por medio de la cual se informa sobre los decretos 0185 y 0186.

4.3 MARCO TEORICO

Las pequeñas y medianas empresas se han catalogado en el mundo en desarrollo como organizaciones muy importantes para la economía en general y para la sociedad en particular por su potencial de generar empleo, por su capacidad de producir ingreso para los sectores débiles, por ampliar la base del sector privado, por contribuir a reducir la concentración de poder económico y por su aporte al producto nacional. Las Pymes poseen ventajas competitivas importantes: su tamaño les permite una respuesta rápida a los cambios del entorno y facilita su integración como eslabón en cadenas productivas; también como proveedores eficientes de bienes intermedios o finales y de servicios en esquemas de subcontratación nacionales o internacionales que alimentan el surgimiento de empresas nacionales más grandes.

En Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), conocida como la Ley Mipymes. Siendo precisamente este tipo de empresas quienes actualmente tienen iniciativa de internacionalización.

La decisión de internacionalización implica la participación directa de las empresas en otros países, siendo un proceso que fortalece la integración de las naciones a la economía global a través del mejoramiento de la productividad de sus empresas. De esta forma, se fortalece el crecimiento de los Estados y en su efecto, mejora las relaciones internacionales y su interconexión con el mundo. La internacionalización empresarial es el proceso en el que la compañía crea las condiciones para preparar la salida al mercado internacional, es la posibilidad de insertarse en dicho mercado o ampliar la vinculación al mismo.

La economía mundial y los mercados se están transformando aceleradamente en economías y mercados en los que se reconoce el conocimiento como mercancía, pero también como recurso esencial que puede a su vez producirse y acumularse: conocimiento en variadas formas, incorporado en bienes y servicios con valores

añadidos o en los procesos de producción, en el mercadeo y la comercialización de esos bienes y servicios. Queriendo entrar en ese “boom” de comercio internacional, que ampliando el concepto, hace referencia a la actividad económica de intercambiar bienes, servicios y conocimientos entre dos o más personas, en un mercado donde se compran y se venden mercancías producidas para el consumo.

De manera que las oportunidades de negocios, conociéndose como ese vínculo de buscan ganar mercados para así se pueda vender dichos productos o servicios a este mercado y generar por ende, la inserción de la empresa en un mercado internacional.⁴

4.4 MARCO CONCEPTUAL

- **Tratado de libre comercios:** se trata de un convenio entre dos o más países a través del cual éstos acuerdan unas normas para facilitar el comercio entre ellos, de tal manera que sus productos y servicios puedan intercambiarse con mayor libertad.
- **Beneficios:** Ganancia - derecho que se obtiene por una ley, acuerdo o privilegio.
- **Consumidores:** agente económico con una serie de necesidades.
- **Barreras arancelarias:** ingresos que se le aplica a los bienes que se exportan, es decir impuestos que se cobran por las exportaciones.
- **Importaciones:** es la introducción de mercancías de procedencia extrajeras al territorio aduanero nacional, bajo algún régimen aduanero. También se le considera importación a las introducción de mercancías procedentes de zonas francas al resto del territorio aduanero nacional

⁴ GONZALO C. Juan, Pymes INNOVADORAS, Cambio de Estrategias e Instrumentos. Revista escuela de administración de negocios; 2003. Págs. 2-3.

¿QUE SON LAS PYMES?, Bancoldex; 2015. Disponible en:
<http://www.bancoldex.com/Sobre-pymes/Que-es-Pyme.aspx>

- **Exportaciones:** es la salida de mercancía del territorio aduanero nacional con destino a otro país bajo algún régimen aduanero. También se conoce como exportación, la salida de mercancías a una zona franca o depósito franco.
- **Oportunidades:** cualquier oportunidad de alcanzar logro o mejora de tipo social, económica o laboral.
- **Ingresos:** Entradas económicas que recibe una persona, empresa o en este caso los países, Colombia – Canadá.
- **Región:** Extensión de tierra o agua que en tamaño es más pequeña que su área total.
- **Pymes:** En Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), conocida como la Ley Mipymes. El término Pyme hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV.
- **SMMLV:** abreviatura de salario mínimo mensual legal vigente.
- **Competitividad:** es un concepto relativo, muestra la posición comparativa de los sistemas (empresas, sectores, países) utilizando la misma medida de referencia. Podemos decir que es un concepto en desarrollo, no acabado y sujeto a muchas interpretaciones y formas de medición. Dependiendo de la dimensión a la que pertenezcan los sistemas organizativos, se utilizarán unos indicadores distintos para medirla.
- **Integración económica :** hace referencia al proceso mediante el cual dos o más países van eliminando entre ellos —pero no frente al resto de países— las distintas barreras económicas que pudieran tener, de tal forma que las transacciones económicas nacionales y las internacionales tienen cada vez menos diferencias a medida que avanza el proceso de integración.
- **Cooperación internacional:** La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE, define la Cooperación Internacional CI, como la acción conjunta para apoyar el desarrollo económico y social del

país, mediante la transferencia de tecnologías, conocimientos, experiencias o recursos por parte de países con igual o mayor nivel de desarrollo, organismos multilaterales, organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil. También se conoce como Cooperación para el desarrollo y es un concepto global que comprende diferentes modalidades de ayuda que fluyen hacia los países de menor desarrollo relativo.

- **Acuerdo de alcance parcial:** Tipo de acuerdo bilateral más básico en materias arancelarias que persigue liberar parcialmente el comercio de listados acotados de productos. Normalmente se le concibe como una primera etapa en un proceso de apertura mayor a largo plazo.
- **Obstáculos al comercio:** obstrucciones comerciales en mercados de terceros países que produce efectos comerciales adversos.
- **Preferencias arancelarias:** mecanismo mediante el cual un país concede a otro una rebaja sobre el gravamen que rige la importación de un producto de terceros países.
- **Tratado nacional:** Principio según el cual cada Miembro concede a los nacionales de los demás el mismo trato que otorga a sus nacionales. El artículo III del GATT exige que se conceda a las mercancías importadas, una vez que hayan pasado la aduana, un trato no menos favorable que el otorgado a las mercancías idénticas o similares de producción nacional. En el artículo XVII del AGCS y el artículo 3 del Acuerdo sobre los ADPIC también se establece el trato nacional en materia de servicios y de protección de la propiedad intelectual, respectivamente.
- **Mercados internacionales:** Se le conoce como mercado internacional al conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes países y atravesando las fronteras de los mismos. Se trata de una rama del comercio el cual ha venido a cobrar mayor importancia hoy en día debido al fenómeno de la globalización. ⁵

❖ **Características geográficas de Canadá.**

⁵ CONCEPTOS REALIZADOS TENIENDO EN CUENTA EL LIBRO: NUEVA LEGISLACIÓN ADUANERA Y SU REGLAMENTACIÓN.

Canadá es el segundo país más extenso del mundo con 9.970.610 Km². Limita al oeste con el Océano Pacífico y Alaska, al este con el Océano Atlántico, al Noroeste con Groenlandia, al sur con Estados Unidos, y al norte con el Polo. Tiene cinco regiones fisiográficas, siendo las más destacadas “la Cordillera de los Apalaches, la zona de los Grandes Lagos y la Llanura del San Lorenzo” (regiones centro y este de Canadá). Esta zona abarca más del 60% de la población, siendo los más importantes cultivos de trigo, papa, avena y cebada. El clima en invierno (diciembre a abril), es de temperaturas de congelación invernales. En primavera (mayo a junio), temperaturas crecientemente moderadas. En verano (julio a septiembre), son los meses más calurosos del año. Y en otoño (octubre y noviembre), comienzan las heladas y nevadas.

- ❖ **Moneda Canadiense:** El Banco de Canadá es responsable del diseño y la circulación de los billetes y brinda información sobre la historia del Dólar Canadiense, conversión de la moneda y un museo.

- ❖ **Población:** La población de Canadá es de 33,1 millones de habitantes, de los cuales el 34% son de origen británico y el 28% de origen francés. El resto de la población se compone de habitantes de otros orígenes como alemanes, italianos, ucranianos, holandeses, húngaros, griegos e indígenas nativos.

- ❖ **Economía y sistemas bancarios**

Teniendo en consideración la compleja situación económico-financiera internacional, el Gobierno Canadiense promulgó su Presupuesto 2012 con el fin de apoyar al país durante dicha crisis, a través de un programa especial denominado Marco Extraordinario de Financiamiento.

Se destaca que con la Argentina se encuentran vigentes los Acuerdos para evitar la doble Imposición y el de Promoción y Protección de inversiones, que son instrumentos de gran utilidad para alentar el flujo de inversiones canadienses

hacia nuestro país. Canadá cuenta con una infraestructura bancaria sólida y estable. Los bancos juegan un papel clave en el sector financiero, así como en el desarrollo económico del país. Se compone de 14 bancos locales, 33 subsidiarias de banco extranjeros y 20 ramas de bancos extranjeros que operan en todo el país. Los principales bancos locales están entre los de mayor capitalización a nivel mundial.

❖ **Características de los principales sectores productivos**

Los sectores más dinámicos son el energético, el minero y la inversión en equipamiento industrial, que respondieron positivamente a la recuperación de la demanda estadounidense. El sector agrícola se cuenta entre los sectores protegidos por el gobierno. Lo mismo ocurre con los productos lácteos, los avícolas y las carnes en general cuya producción interna está regulada por agencias estatales y cuya importación está limitada en algunos sectores mediante la aplicación de cuotas de acceso al mercado. Los productos importados dentro de esa cuota reciben una baja tasa arancelaria. Se destinan importantes sumas para programas de financiamiento y asistencia a los productores agrícolas y ganaderos. La economía canadiense brinda un considerable grado de apertura a las importaciones, que anualmente representa un 35% del PBI.

Entre los sectores de inversión extranjera se destacan:

Industrias, Alimentos, bebidas, tabaco, químicos, textiles, productos eléctricos, comunicación, construcción. Minería y energía (concentra la mayor parte de la inversión) sector financiero y de seguros, maquinarias y equipos de transporte, servicios y comercios minoristas, madera y papel.

❖ **principales perfiles regionales**

Isla Del Príncipe Eduardo: Su economía se basa fundamentalmente en la agricultura, turismo y pesca. Su suelo fértil es ideal para el cultivo de papas que constituye la producción más importante para los agricultores.

Nueva Brunswick: Los bosques ocupan el 85% de la tierra. La madera y sus subproductos resultan vitales para la economía. También lo son la pesca y la agricultura. La provincia se abastece de forraje, lácteos y aves. Los recursos mineros comprenden: plata carbón, cobre, gas natural, oro, petróleo, plomo, sal y zinc., La industria alimenticia y de bebidas ocupan el mayor segmento de la actividad, seguidas por la del papel, aserraderos, fábricas de muebles, procesamiento de metales de minerales no metálicos y metales primarios y equipos de transportes. Posee la refinería más importante del país y exporta el 75% del petróleo.

Terranova y Labrador: Pesca y la industria derivada de ésta; Minería (hierro, oro, yeso, piedra caliza; níquel; cobre y cobalto). El descubrimiento de petróleo y gas fue significativo, “Hibernia” es la primera planta de explotación con reservas estimadas en 615 millones de barriles. La industria de la electricidad es la más relevante.

Nueva Escocia: Sector minero dominado por la producción de carbón y yeso. También hay sal y arena. Se realiza explotaciones de petróleo y gas. Posee una agricultura altamente especializada. El sector lácteo es el principal, seguido por los vegetales, las aves, los huevos y carne. También es preponderante el sector turismo.

Quebec: Está altamente industrializada y diversificada. Cuenta con muchos recursos naturales y energía; la agricultura, la industria de la manufactura y de servicios muy desarrollados. Montreal la capital comercial de la provincia

desarrolló industrias competitivas en las áreas aeroespacial y aeronáutica, farmacéuticas, telecomunicaciones, energía, transporte y finanzas.

Ontario: Representa más del 40% de la economía total de Canadá. Es la Capital del país y sede de un gran número de compañías de alta tecnología. Se concentra la industria automovilística

Regulaciones de importación.

En general, Canadá tiene una política abierta de importación, existen ciertas categorías de productos sujetos a:

- ❖ Prohibiciones (es el caso de los fósforos blancos, ciertas clases de pájaros salvajes etc.)
- ❖ Aranceles diferenciados (aves vivas para fines diferentes a la cría, huevos para empollar, carne bovina y de ternera, leche y crema, suero en polvo, mezclas y pastas, alimentos preparados, helados, margarina, queso, yogurt, productos lácteos para untar, productos de trigo).
- ❖ Cupos pre-establecidos.
- ❖ Permisos de importación (además de los mencionados en el apartado “Aranceles diferenciados”, productos de acero y productos semi-terminados (barras, lajas), productos de ferrocarril y productos especiales de acero tales como moldes alambre etc.).
- ❖ Se destaca que abarca el Monopolio Federal y Provincial, las bebidas alcohólicas con contenido de 0,5% vol. (vinos, cervezas). Cada provincia tiene un organismo de regulación y de comercio exterior generalmente denominado “Agencia de Comercialización”, son las que tratan directamente con el productor extranjero o con su agente local para que actúe en su nombre y representación dentro de la jurisdicción provincial correspondiente (representan al exportador).

5. METODOLOGIA

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo a los objetivos planteados anteriormente se puede decir que dicha investigación es de tipo DESCRIPTIVO debido a que se maneja recolección de datos de la investigación, población total, muestra de la población, estudio de tipo de encuesta .Entre otros

5.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Teniendo en cuenta una base de datos facilitada por la Dian de más de 3000 pymes de la ciudad de Cartagena, se tomó una muestra por criterio de inclusión dando un total de 100 pequeñas y medianas empresas.

5.3 TECNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de datos de esta investigación se han utilizado conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera administración de negocios internacionales, libros (Nueva legislación aduanera y su reglamentación), páginas web como pro Colombia, DIAN, legis Comex, revista dinero, de igual manera se ha diseñado una ficha técnica para dicha recolección de la información , denominada ENCUESTA ; con la ayuda de los empresarios de las diferentes PYMES consultadas en la ciudad de Cartagena-Colombia .

6. HIPOTESÍS Y SISTEMAS DE VARIABLES

Operacionalización de las variables

Objetivos	Variables	Dimensiones	Instrumento de recolección
Objetivo 1	Sectores de la economía colombiana	s. agroindustrial s. servicios s. Agropecuario	-Estadísticas del Dane
Objetivo 2	Sectores de la economía canadiense	s. agroindustrial s. servicios s. Agropecuario	-Estudios de mercado canadiense por medio de plataformas como pro Colombia y legis -Comex
Objetivo 3	Empresarios de las pymes en Cartagena	Conocimiento de acuerdos comerciales	-Encuestas -Informes
Objetivo 4	Regímenes aduaneros	Saben los empresarios pymes como exportar	
Objetivo 5	Arancelaria Sanitarias fitosanitarias	Leyes Decretos Resoluciones Circulares	

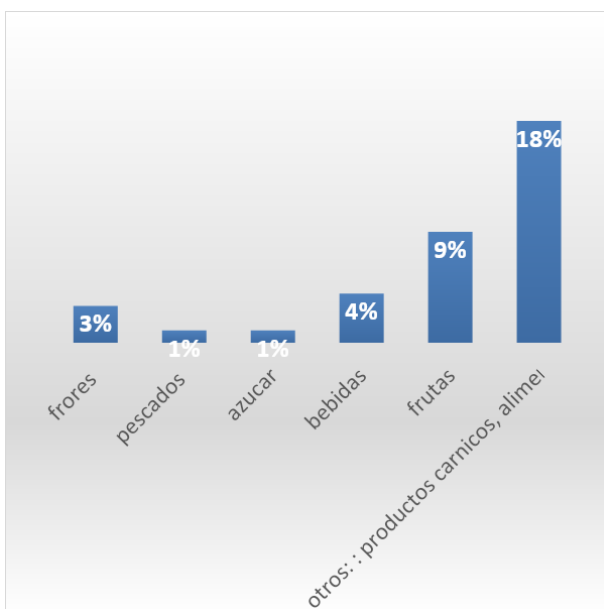
Objetivo 6	Conclusión de la investigación	Recomendaciones por partes de los estudiantes (investigadores) de acuerdo a los resultados de la investigación.	

7. RESULTADOS

Según la información arrojada por la encuesta aplicada a las pymes de la ciudad de Cartagena – Bolívar- Colombia en sectores como el agroindustrial, sector

servicios, sector agropecuario y otros; entre los productos o servicios que hoy producen se encuentran:

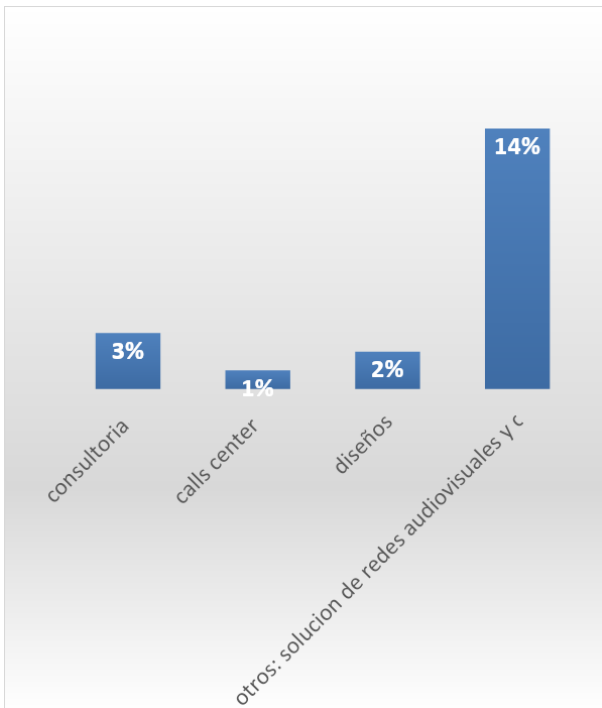
agro industrial	
productos	porcentajes
flores	3%
pescados	1%
Azúcar	1%
bebidas	4%
Frutas	9%
otros: : productos cárnicos, alimentos procesados alimentos de panadería	18%



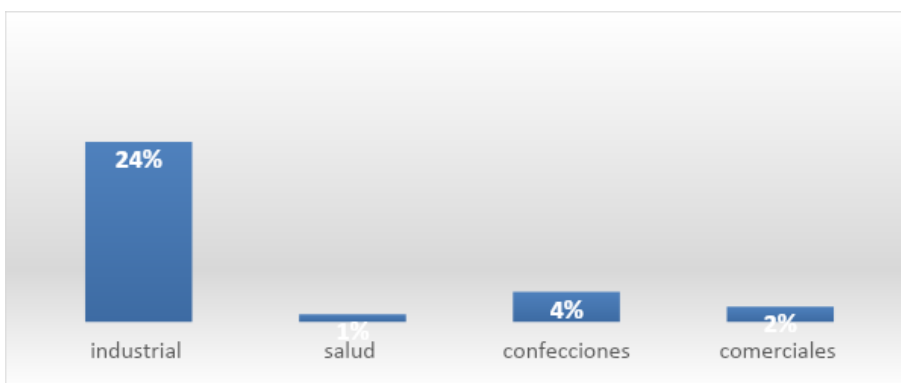
agropecuario

productos	porcentaje
alimentos para animales	4%

servicios	
productos	porcentaje
consultoría	3%
calls center	1%
diseños	2%
otros: solución de redes audiovisuales y comercialización	14%



otras pymes	
productos	porcentajes
industrial	24%
salud	1%
confecciones	4%
comerciales	2%



- Canadá para su mercado requiere una serie de productos; según lo investigado, tales como:

PRODUCTOS REQUERIDOS POR CANADA		
S. AGROINDUSTRIAL	S. MANUFACTURA	S. CONFECCIONES
aceites y grasas	autopartes	hilado y fibras sintética
alimentos procesados	baterías para automóviles	trajes para hombres
azúcar	pastillas para frenos	ropa interior
bebidas no alcohólicas	plásticos	vestido de puntos
cacao	productos de cerámica	vestido de baños
cigarrillos	Preparación para aseo personal	artículo de cuero
confitería	pisos cerámicos	
flores	mármoles y piedras	
frutas frescas	fibras de vidrios	
proteínas concentradas	aisladores eléctricos	
productos de panadería	manufactura	
vegetales fresco		

s. agropecuario	s. servicio
algodón	call centers
caña de azúcar	informática
maíz	personal profesional
arroz	telemedicina
banano	telecomunicaciones
papa	traducción en línea
piscicultura	audiovisuales
alimentos para animales	diseños
	solución de redes

- Nivel de conocimiento de los empresarios pymes en cada sector encuestado sobre el tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá.

Sector agroindustrial lo desconoce en un 50%, sector servicio se encontró que los empresarios de estas organizaciones en un 52% no tienen conocimiento acerca de este tratado, por lo contrario en el sector agropecuario se evidenció su conocimiento en un 75%, para otros sectores se manifestó un conocimiento de 37%.

- Rendimiento de las prácticas de exportación y aprovechamiento del tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá.

Producto de la investigación se concluyó que las exportaciones del sector agroindustrial actualmente fueron del 9% y en el sector servicio se encontró que no tienen actividad exportadora. En otros sectores tan solo el 3% de

esta población se está dedicando a exportar sus productos; la encuestas revelaron que el sector agropecuario es el mayor exportador con un 25%.

- **ANÁLISIS DE NORMATIVAS REQUERIDA POR CANADÁ**

Decretos y normas básicas exigidas para llevar a cabo el correcto funcionamiento del tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá.

Ley 1363 de 2009. Por medio de la cual se aprueba el “Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y la República de Colombia.

Decreto 0185 de 2012: por medio del cual se da cumplimiento a los compromisos arancelarios adquiridos por Colombia en virtud del Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y Canadá.

- **CAPITULO PRIMERO**

Los artículos del 1 al 6 decretan las disposiciones generales

- **CAPITULO SEGUNDO**

PROGRAMA DE DESGRAVACIÓN DE ARANCELES ADUANEROS PARA MERCANCÍAS NO AGRÍCOLAS

SECCIÓN A - CATEGORÍAS DE DESGRAVACIÓN.

MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS (MSF)

Hacen referencia a mecanismos que garantizan que se suministren a los consumidores de un país alimentos inocuos, es decir con arreglo a los criterios que se consideran apropiados, y al mismo tiempo, garantizar que la aplicación de normas estrictas de salud y seguridad no sea una excusa para proteger a los productores nacionales.

Los capítulos de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias establecen las reglas básicas para la normativa sobre inocuidad de los alimentos y salud de los animales y preservación de los vegetales. De igual modo el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC también lo hace, además de autorizar a los países a establecer sus propias normas, dispone que las reglamentaciones estén fundadas en principios científicos y, además, que sólo se apliquen en la medida necesaria para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales y que no discriminen de manera arbitraria o injustificable entre Miembros en que prevalezcan condiciones idénticas o similares

TLC COLOMBIA-CANADÁ

En el capítulo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias se acordaron disposiciones generales de reconocimiento mutuo, equivalencia, evaluación de riesgo y procedimientos para el control, inspección y aprobación de productos entre otros. Además de crear un comité que regula y examine las actividades antes mencionadas. Todo lo anterior con el único fin de facilitar el acceso de productos agropecuarios y alimentos

MINCOMERCIO INDUSTRIA Y COMERCIO

TITULO SEGUNDO

MEDIDAS ZOOSANITARIAS

C A P I T U L O I DISPOSICIONES GENERALES .

ARTÍCULO 11.- Las medidas zoosanitarias, tienen por objeto, prevenir, controlar y erradicar enfermedades y plagas de los animales, con la finalidad de proteger su salud y la del hombre.

ARTICULO 12.- Las normas oficiales podrán comprender las siguientes medidas zoosanitarias.

III.- El control de la movilización de animales, sus productos o subproductos y productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios, para uso en animales o consumo por éstos.

V.- La retención y disposición de animales, sus productos y subproductos, así como de productos biológicos, químicos, farmacéuticos y alimenticios, para uso en animales o consumo por éstos, que puedan ocasionar enfermedades o plagas en los mismos;

VI.- La inmunización para proteger y evitar la diseminación de las enfermedades de los animales.

ARTICULO 14.- Para la aplicación de medidas zoonositarias, la Secretaría considerará si las zonas correspondientes son libres o de escasa prevalencia de enfermedades o plagas de animales.

EI CFIA: AGENCIA DE INSPECCIÓN ALIMENTARIA DE CANADÁ es responsable de todos los servicios de inspección, cumplimiento y cuarentena de los alimentos establecidos con autoridad federal.

1-Agricultura y Agri-Food acto administrativo sanciones monetarias

2-Ley de productos agrícolas de Canadá

3-Agencia de inspección y vigilancia de Canadá

4-Ley de la Agencia de inspección alimentaria de Canadá.

5-Agencia de inspección de alimentos de Canadá

- Acciones propuestas para potenciar el aprovechamiento detectado mediante el presente estudio de investigación.

- Como primera medida se les recomienda a los empresarios de las pymes interesarse en conocer y tratar de expandir sus negocios, abrirse a nuevos mercados comerciales, ya que la mitad de los

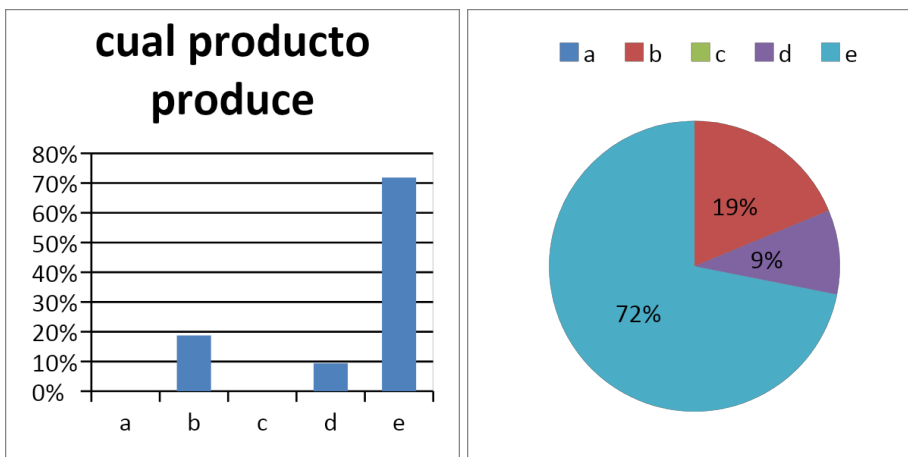
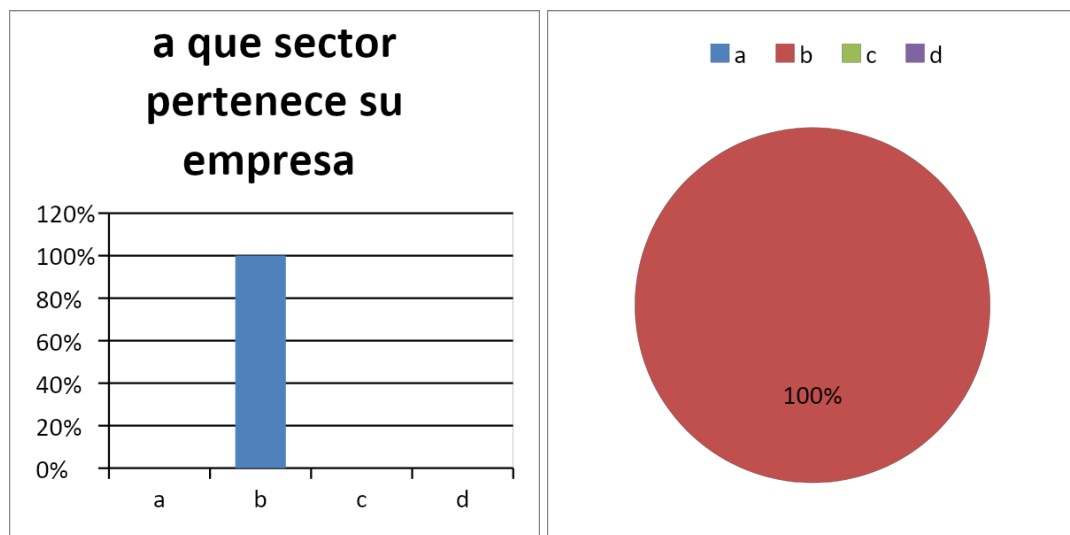
encuestados no saben o no conocen acerca del tratado de libre comercio que está vigente entre Colombia y Canadá, mientras que el otro 50% si lo conoce y si sabes acerca de este tratado pero solo el 9% está exportando pero no precisamente a Canadá.

- A los empresarios pymes del sector agrícola se le recomienda asesorarse por un personal idóneo que tenga conocimiento sobre el mercado canadiense, ya que este en un tratado de libre comercio con Colombia se negoció el libre acceso de más de 98% de los productos agrícolas, es decir que no paga ningún tipo de arancel al momento ingresar sus productos a ese mercado.
- Dentro de la población encuestada se detectó que el 19% produce fruta, de acuerdo con esto se le invita a estos empresarios que busquen el mecanismo para exportar Canadá ya que las frutas son productos demandado por los canadienses por esta tener tierra infértil para la producción de este tipo de producto.
- El empresario pymes en la ciudad de Cartagena deben identificar en que sector de la economía están ubicadas las oportunidades y así poder trabajar sobre estas.
- Si no han escuchado nunca sobre términos como TLC , importar , exportar entre otros ya mencionado enriquecerse con lecturas en periódicos como portafolio , revista dinero y páginas web como pro Colombia , legis comex , Bancoldex , entre otros.
- Se les recomienda a los empresarios pymes acceder a los cursos gratuitos que ofrecen las entidades estatales como lo es el (SENA), y las organizaciones como la cámara de comercio de Cartagena,

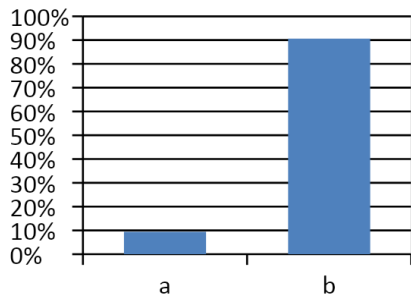
bancoldex y pro Colombia, las cuales prepara a los empresarios o personas que quieran iniciar un proceso de exportación.

○ RESULTADO DE ENCUESTAS

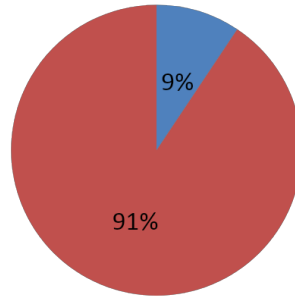
Sector agroindustrial



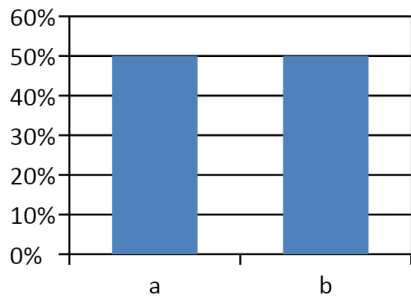
su empresa exporta?



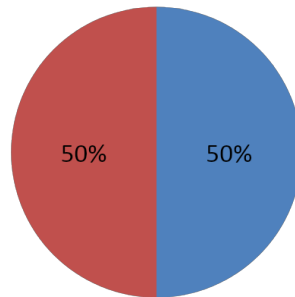
■ a ■ b



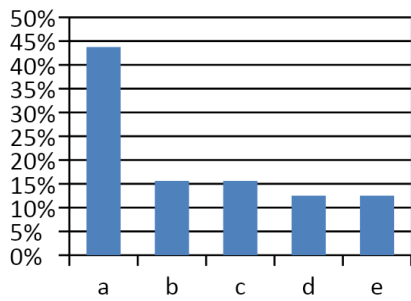
sabe del tlc colombia canada



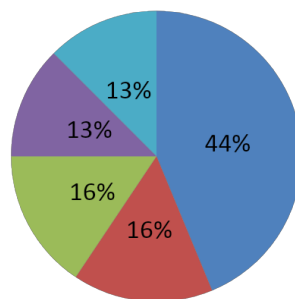
■ a ■ b



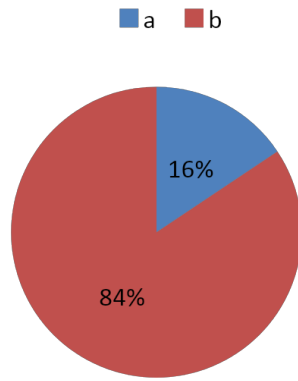
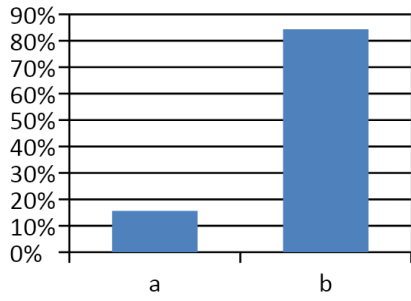
exportaría a canada



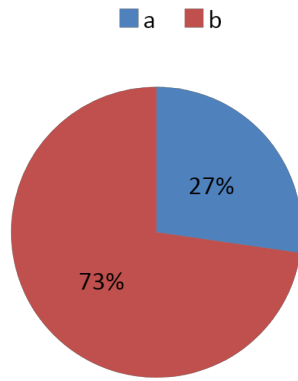
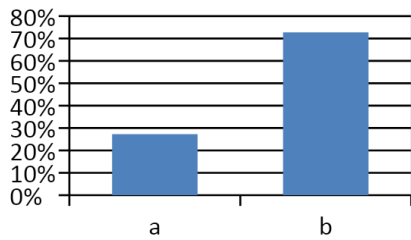
■ a ■ b ■ c ■ d ■ e



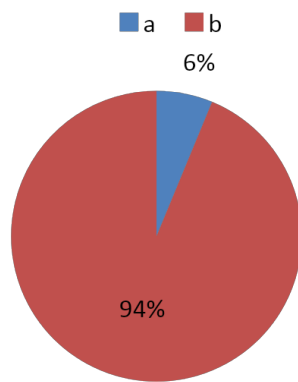
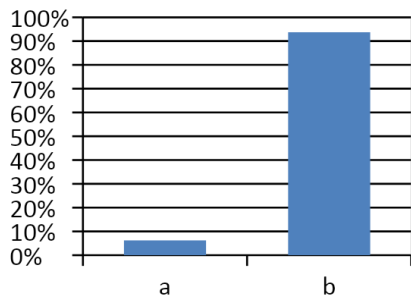
sabe como exportar a canada

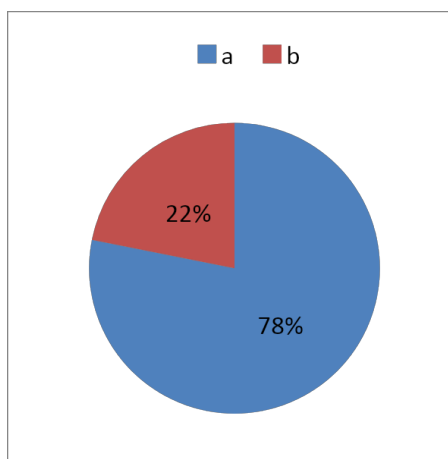
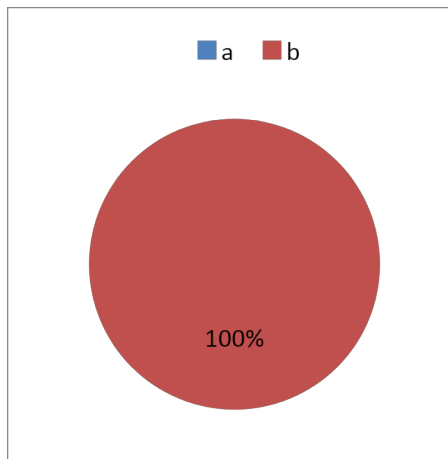
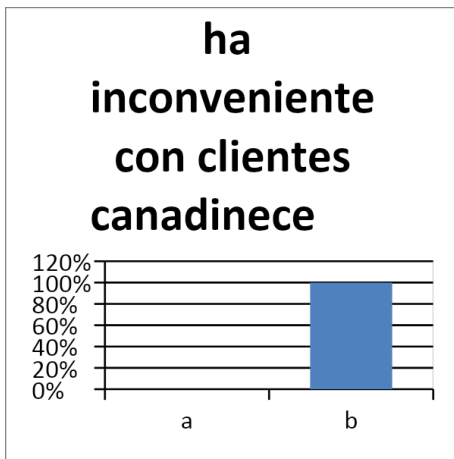


conoce el mercado canadiene



impacto en su empresa





La población encuestada se dividió por sectores de la siguiente manera agroindustrial, agropecuario, servicios y otros que en su totalidad suma el 100% de nuestra población la cual arrojó los siguientes resultados.

Se encontró que las empresas pymes de la ciudad de Cartagena bolívar, en el sector agroindustrial no produce café, el 19% produce frutas y un 9 % son productores de azúcar y como lo señalaron los empresarios el 72% produce y/o comercializan con otro tipo de productos como lo son cárnicos, procesamiento de alimentos, procesamiento de frutas exóticas.

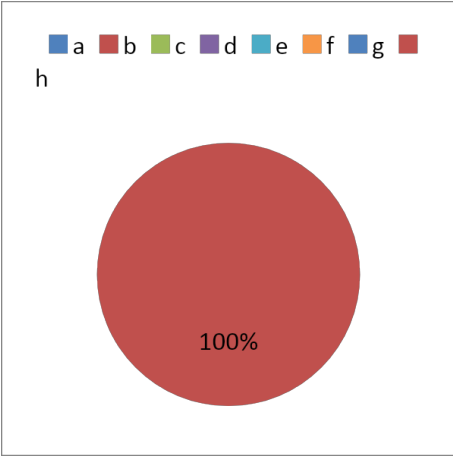
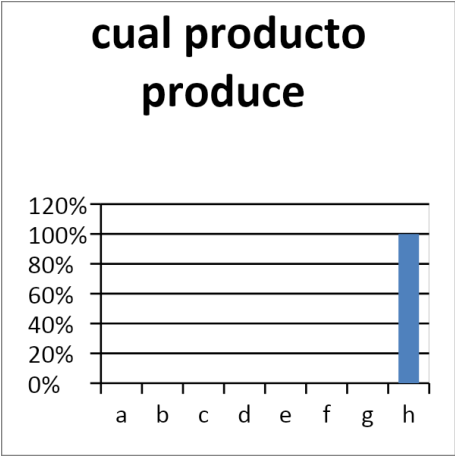
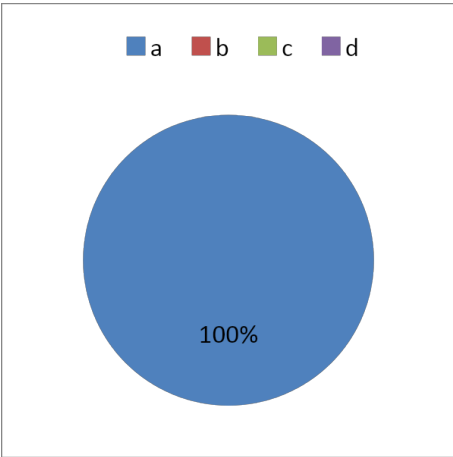
De igual manera se pudo identificar que el 91% de los empresarios pymes de la ciudad de Cartagena bolívar no exportan sus productos y el 9% si están exportando. También se mostró que el 50% de la población encuestada si saben que existe un acuerdo de libre comercio entre Colombia y Canadá y el otro 50%

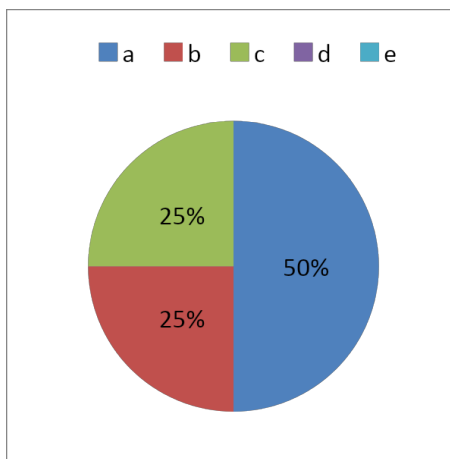
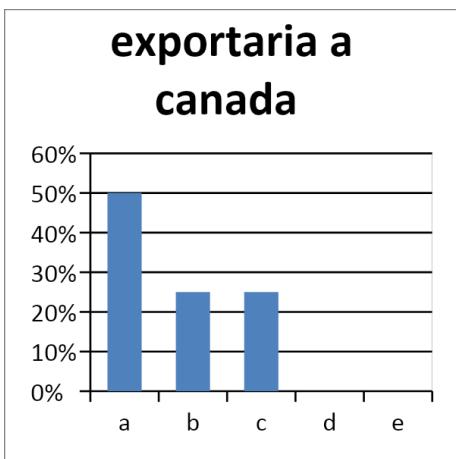
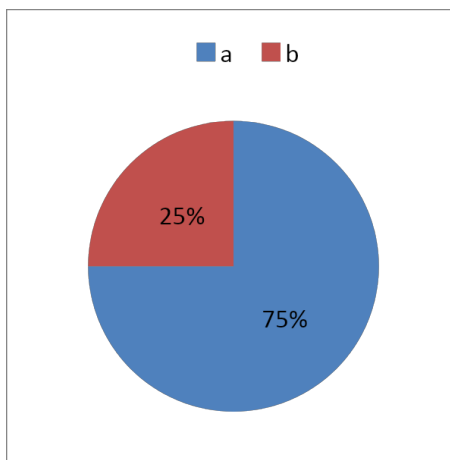
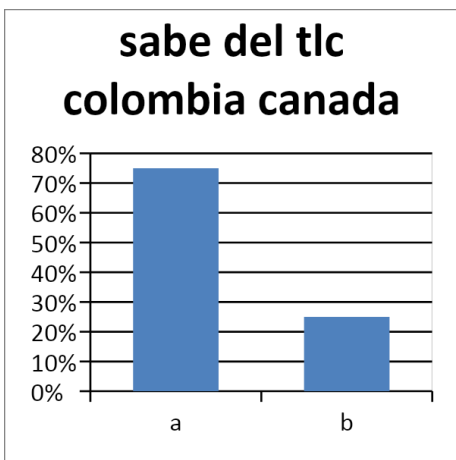
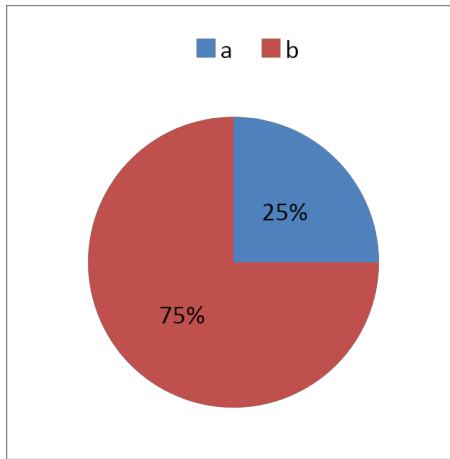
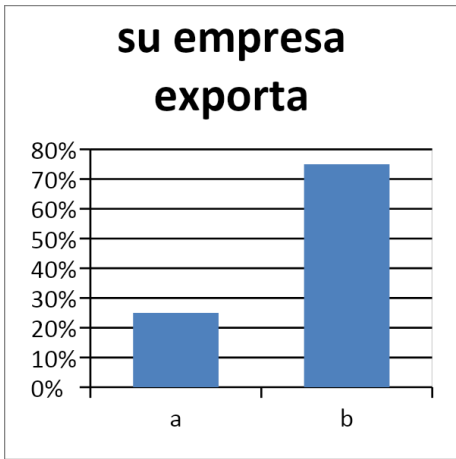
dice no saber ni siquiera que este acuerdo estaba en vigencia desde 15 de agosto de 2011.

Pudimos detectar el interés de los empresario para expandir su mercado y exportar a Canadá el 44% posiblemente exportarían el 16 % de los encuestados dijeron que definitivamente si quieren exportar el 16% dijo que tenía que analizar los costos que estos tenga , otro 12% posiblemente no exportaría y solo un 12% dijo que definitivamente no quieren exportar.

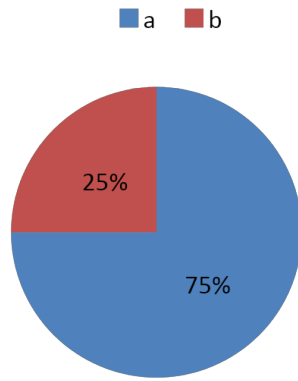
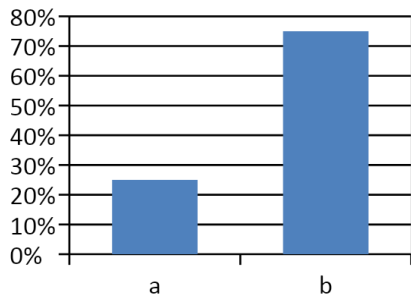
Tomando el 100% de la población nos muestra que el 73% de ellos si tienen conocimiento sobre el mercado canadiense y tan solo el 27% no saben o no conocen nada acerca de este mercado.

Sector agropecuario

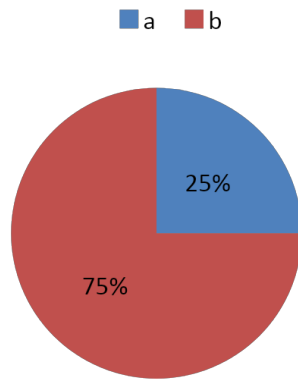
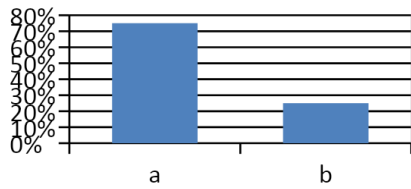




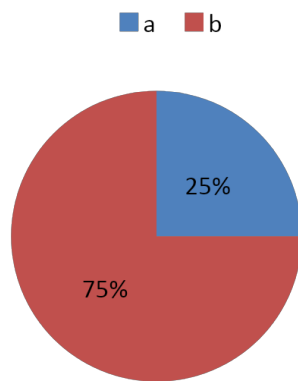
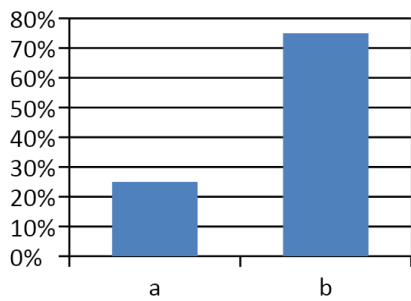
sabe como exportar a canada

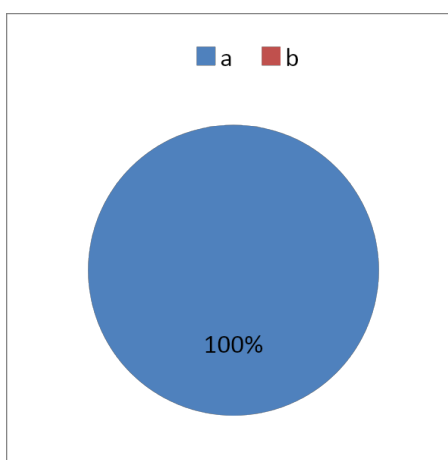
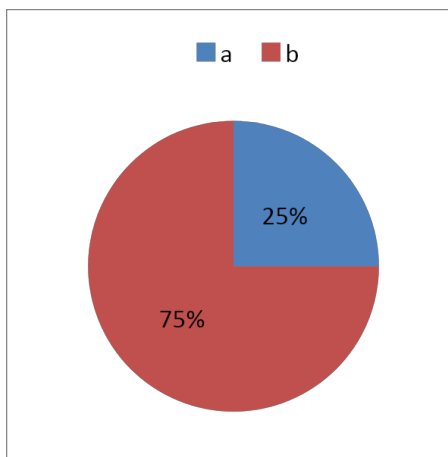
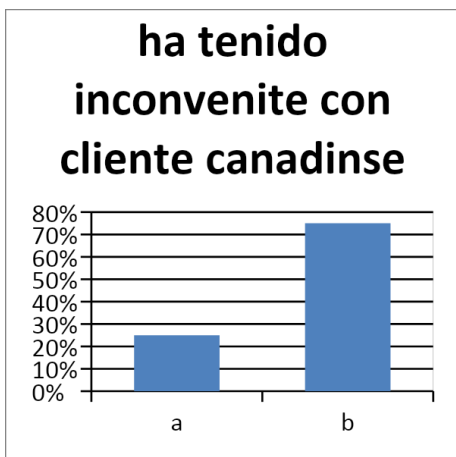


conoce el mercado canadiense



impacto en su empresa





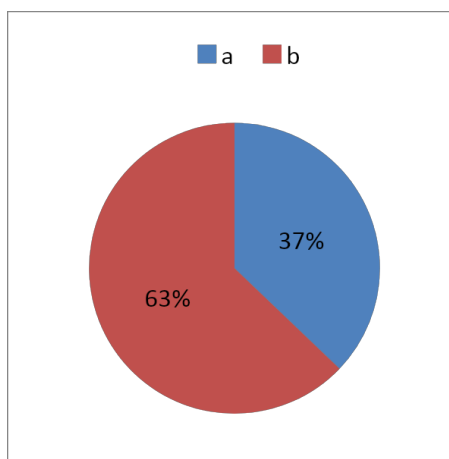
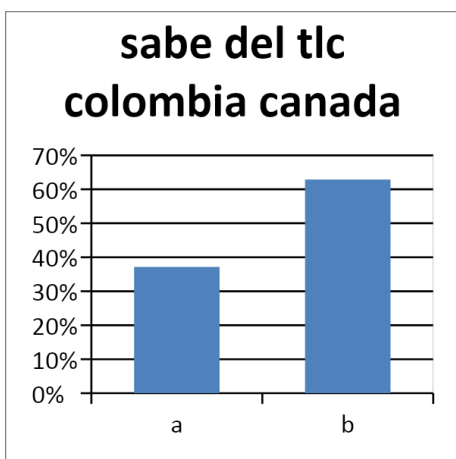
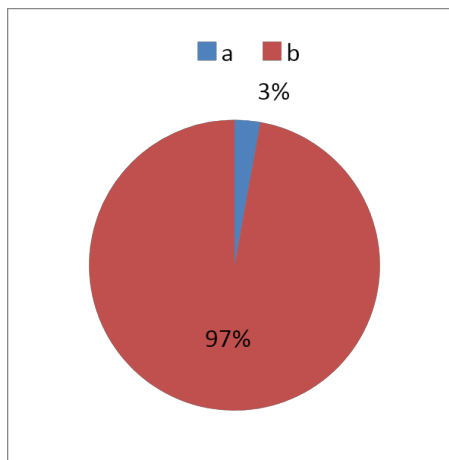
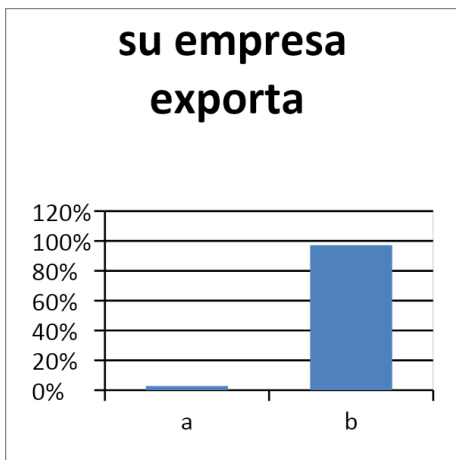
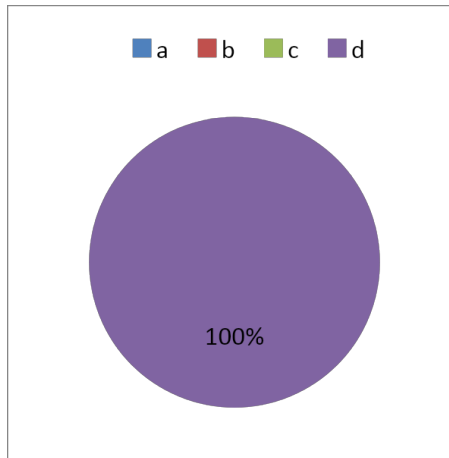
El sector agropecuario es otro de los sectores mencionados e investigados donde los empresarios mostraron total inclinación con 100% por otros productos diferentes a los propuestos, tales como alimentación para los animales y peces.

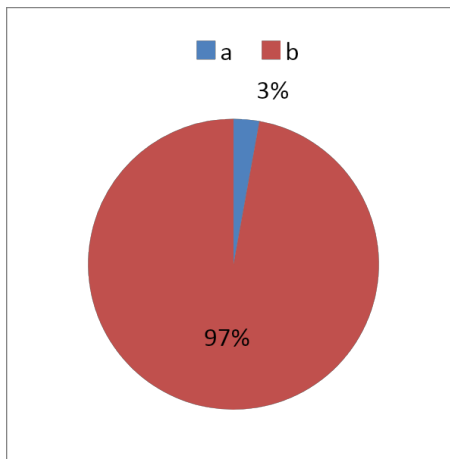
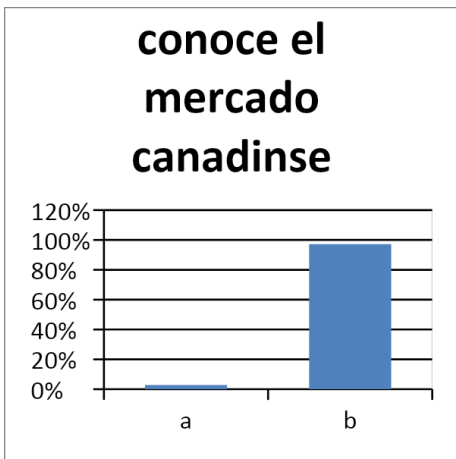
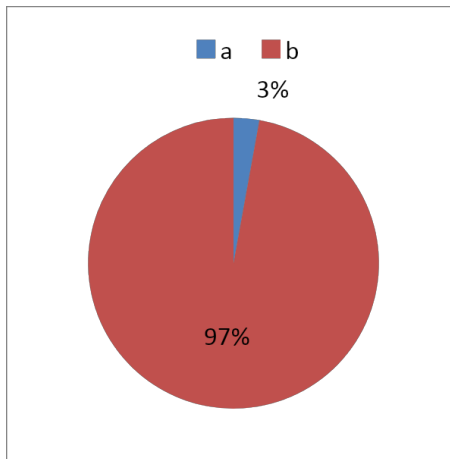
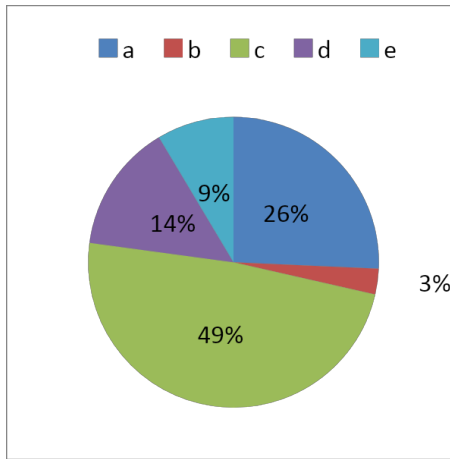
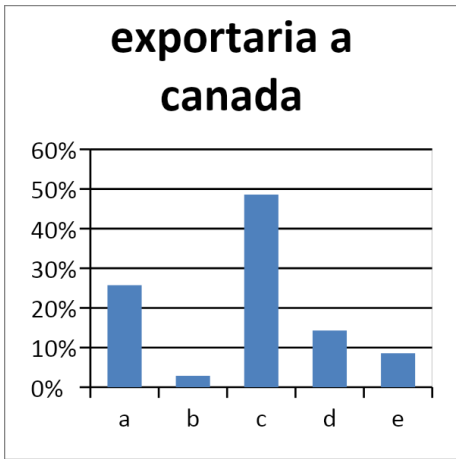
Revelaron que el 75% de ello no exporta, un 25% dice si hacerlo; en ese mismo porcentaje de 75% dice saber que existía un TLC –Colombia –Canadá, un 25% lo desconoce.

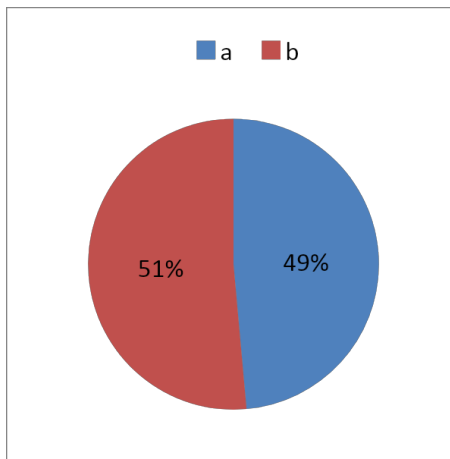
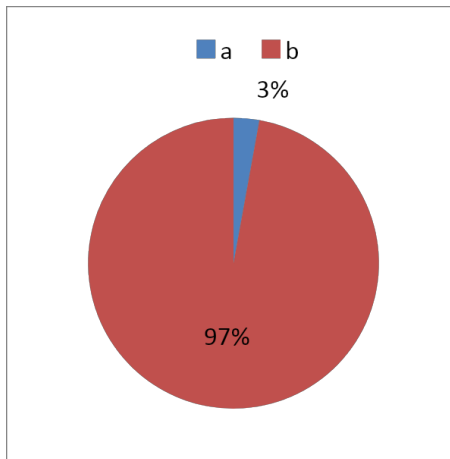
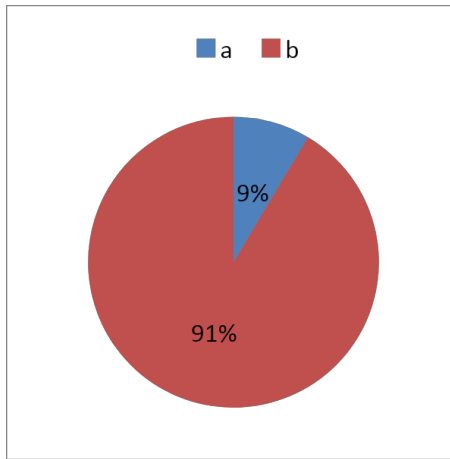
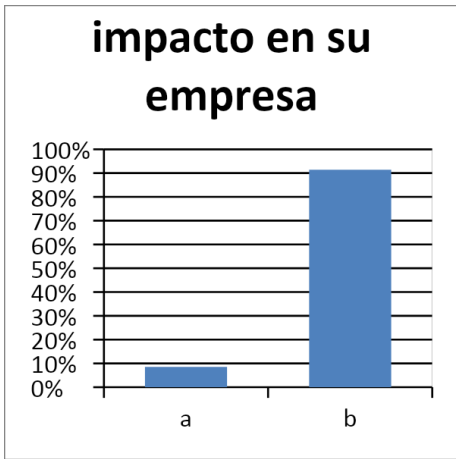
Un 50% de ellos expresa que posiblemente exportaría, un 25% dice que depende de los costos y el otro 25% tiene claro que si desea exportar.

Finalmente afirmaron que en un 75% tener cierto conocimiento sobre el mercado canadiense.

Otras empresas





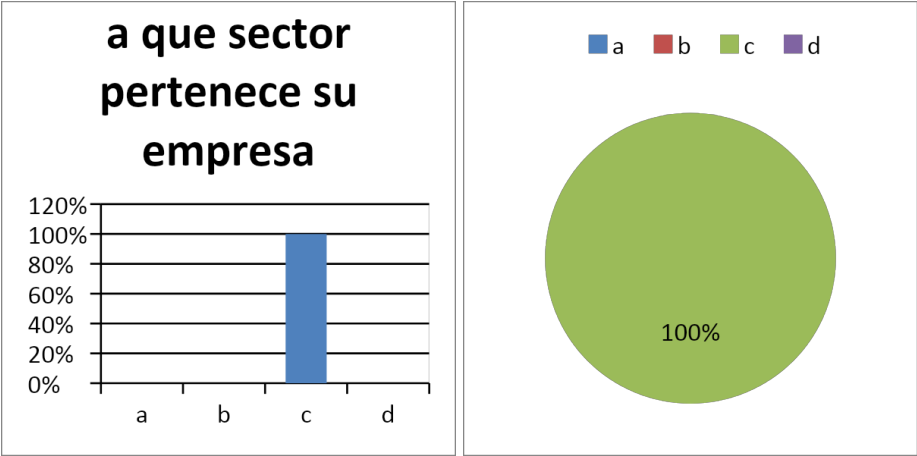


En otros sectores se pudo evidenciar la diversidad de productos o servicios ofrecidos por empresas como industriales, de salud, confecciones y comerciales, de igual manera se demostró que tan solo un 3% de esta población se está dedicando actualmente a exportar.

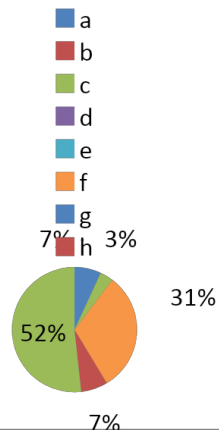
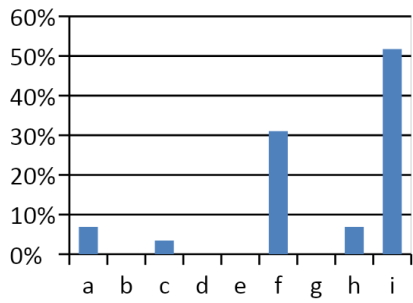
Esto debido a que se puede observar un considerable desconocimiento sobre dicho tratado de un 63% contra un 37% el cual manifestó conocerlo solo a través de medios como la televisión y periódicos.

No obstante un porcentaje de 49% manifestó que posiblemente exportaría si los costos eran adecuados y convenientes para ellos, un 28% posiblemente exportaría, 14% de ellos prefiere no hacerlo, a un 8% definitivamente no lo haría; tan solo un 3% está seguro de que le gustaría exportar

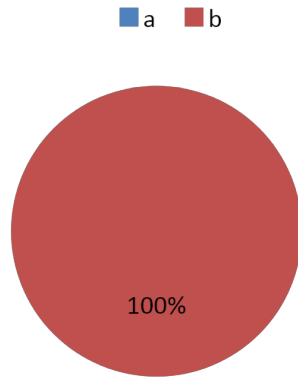
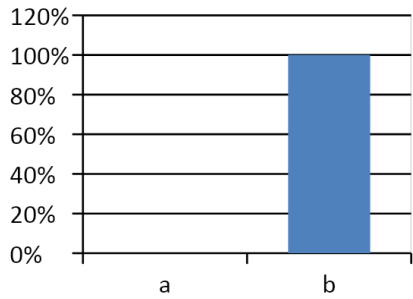
Sector servicios



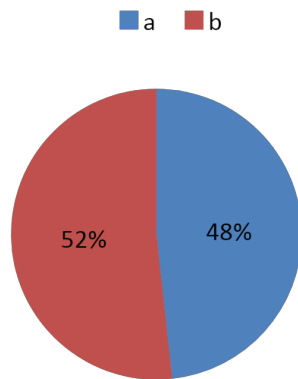
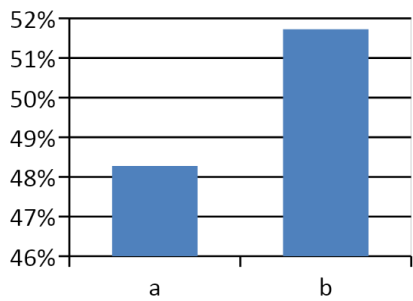
cual producto produce

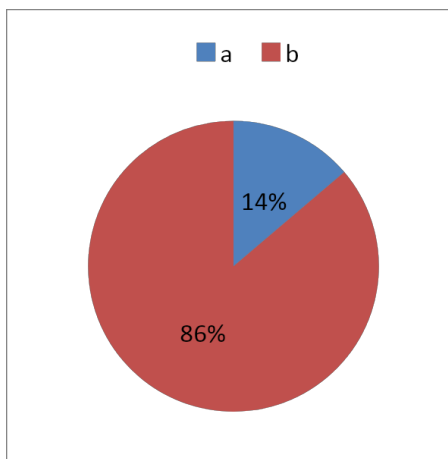
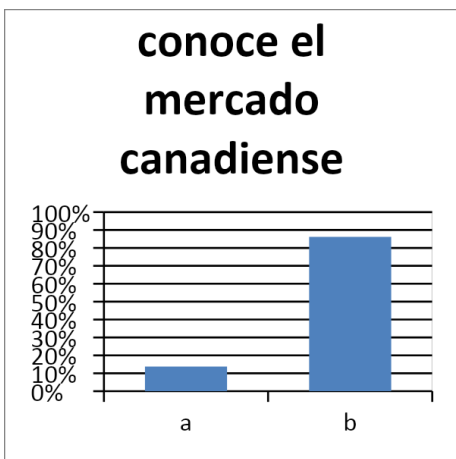
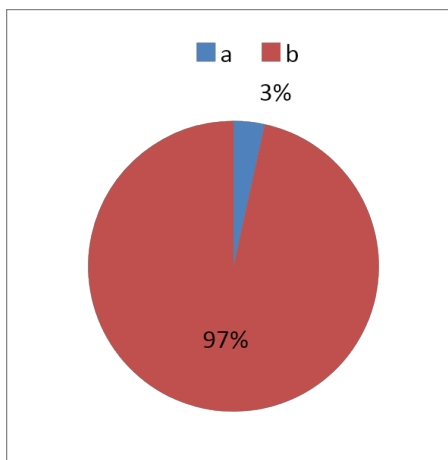
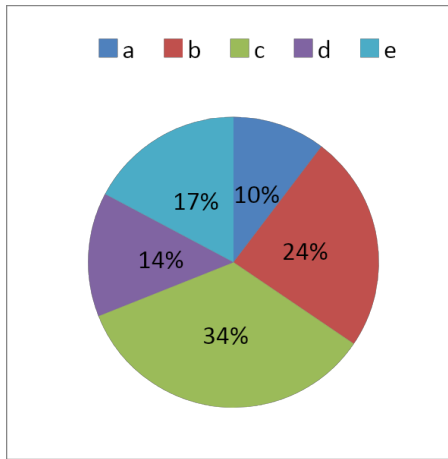
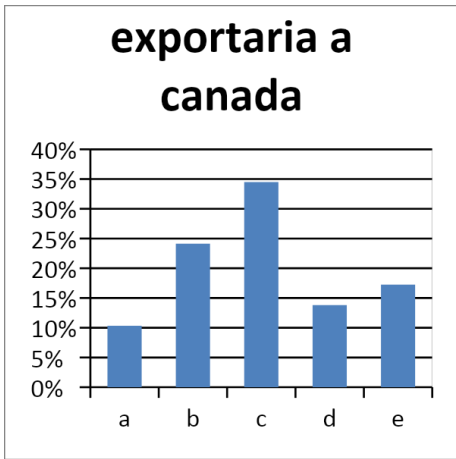


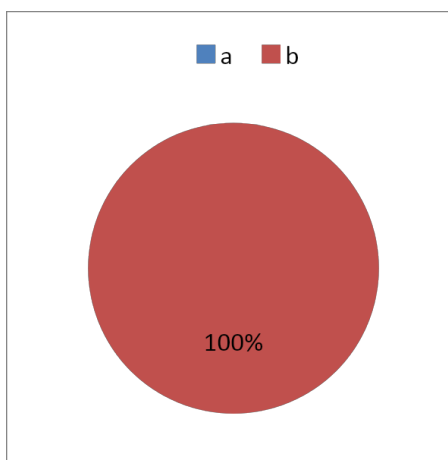
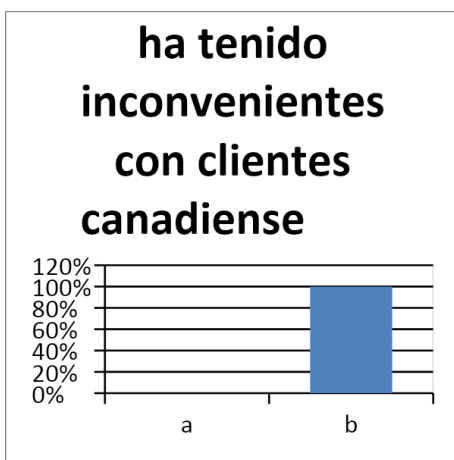
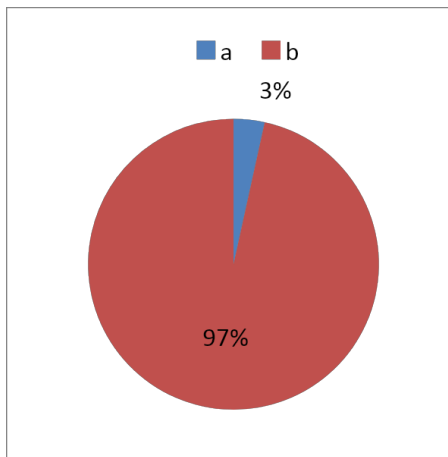
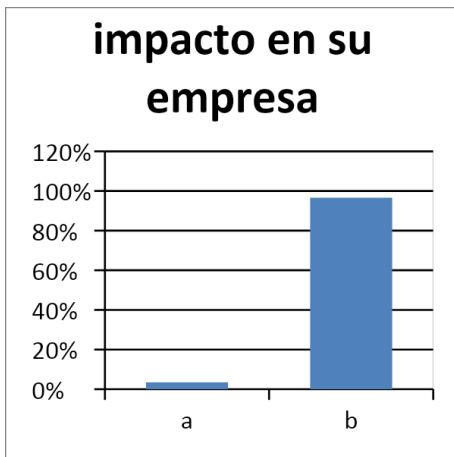
su empresa exporta



sabe del tlc colombia canada







Para el sector servicio encontramos que el 52% las pymes de Cartagena presta otros tipos de servicios propuestos en las encuestas, se analizó que en mercados como el de la informática se está ofreciendo con el 31% dentro del sector de servicios, por lo que nos permite determinar que los otros sectores como la telemedicina, los call center y los procesamientos de datos no se está ofreciendo en la ciudad de Cartagena, el sector diseño de la consultoría está en una pequeña escala. Los empresarios pymes de este sector no exportan sus servicios y el 48% de estos empresarios tienen el conocimiento de que existe un tratado de libre comercio de Colombia con Canadá; la mayoría exportaría dependiendo de los costos que incurren en ofrecer el servicio al país de Canadá.

Descripción de la pymes y su actividad económica

NOMBRE DEL SECTOR	NOMBRE DE LA PYME	ACTIVIDAD
Sector agropecuario	Pez caribe	Comercializadora
Sector agropecuario	N c agroindustria sucursal Colombia	Comercializadora
Sector agropecuario	Acua cultivos	Comercializadora
Sector agropecuario	Conser Ltda.	Productora de alimentos procesados
Sector servicios	Floristería Lina María y eventos	Comercializadora
Sector servicios	Floristería Alagos	Comercializadora
Sector servicios	Confitería y cafetería la avenida	Comercializadora
Sector servicios	Floristería jardín detalles	Comercializadora
Sector servicio	Confitería del socorro	Comercializadora
Sector servicio	Confitería la campesina	Comercializadora
Sector servicio	Sucesores Dif pacheco y confitería	Comercializadora
Sector servicio	Confitería Navarro	Comercializadora
Sector servicio	Confitería cavite	Comercializadora
Sector servicio	Hato grande Ltda.	Consultoría
Sector servicio	Enlaces voip Ltda.	Call centers
Sector servicio	Neomedios Ltda.	Informática
Sector servicio	Consulvial SA	Consultoría
Sector servicio	R y S soluciones Ltda.	Informática
Sector servicio	Imsoft SAS	Informática
Sector servicio	Proex COM	telecomunicaciones
Sector servicio	Smart info Ltda.	Informática
Sector servicio	Dyname SAS	Informática
Sector servicio	Eficacia	Ofrece oportunidades laborales

Sector servicio	Word brynalls	Compra y venta de diagrama e instalaciones
Sector servicio	Tuiran	Informática
Sector servicio	Globos y fiestas	Decoración de fiestas
Sector servicio	Confecciones akel	Diseños
Sector servicio	Desin – rommel	Diseños
Sector servicio	Mimetics SAS	Informática
Sector servicio	Solsistem	Informática
Sector servicio	Floristería el edén	Comercializadora
Sector servicio	Confecciones el york	Diseños
Sector agroindustrial	distrijunior	Comercializadora de productos cárnicos
Sector agroindustrial	frudeleol	Comercializadora de frutas
Sector agroindustrial	denny	Productos para la panad
Sector agroindustrial	Salsamentaría Nutripan	Alimentos procesados
Sector agroindustrial	Peñón sub y salud	Verduras frescas
Sector agroindustrial	Chagualos campestre	Verduras frescas y legumbres
Sector agroindustrial	Rosita Benedetti	Productos para la panadería
Sector agroindustrial	Ferretería todo industrial Ltd.	Productos no alimenticios
Sector agroindustrial	Sra. Magnolia	Productos para la panadería
Sector agroindustrial	Abastos Ceballos	Abastos
Sector agroindustrial	Abastos colon	Abastos
Sector agroindustrial	Abastos san fernado	Verduras frescas
Sector agroindustrial	Mega tienda	Verduras fresca
Sector agroindustrial	Nutripan	Productos para la panadería
Sector agroindustrial	Agroindustria de alimentos santa Ana	Elaboración de alimentos preparados
Sector agroindustrial	Agroindustria calamari	Productos no alimenticios
Sector agroindustrial	Distribuidora Joaquín rey	Comercializadora
Sector agroindustrial	Agroindustria de alimentos damo	Alimentos procesados
Sector agroindustrial	Ventura food	Productos para la panadería
Sector agroindustrial	Tecnogricola de la costa	Comercializadora
Sector agroindustrial	Legumbres Heriberto Montes	Legumbres
Sector agroindustrial	las acacias	Producto no alimenticio
Sector agroindustrial	Conservados del caribe	Alimentos procesados
Sector agroindustrial	La gran cosecha ternera	Verduras frescas , frutas

Sector agroindustrial	Ñam ñam	Alimentos procesados
Sector agroindustrial	Districarnes Wilmer	Productos cárnicos
Sector agroindustrial	romeral	Productos procesados
Sector agroindustrial	Districarnes tuiran	Productos cárnicos
Sector agroindustrial	Ricos bocaditos nolvia	Procesamiento de alimento
Sector agroindustrial	Pura fruta Ltda.	Procesamiento de frutas exóticas
Sector agroindustrial	Inversiones Lorena Hincapié	Elaboración de productos de panadería
Sector agroindustrial	Panadería de la sabana	Productos de la panadería
Sector agroindustrial	Niko pan del caribe	Productos para la panadería
Sector agroindustrial	Rico pan	Productos para la panadería
Sector agroindustrial	Productos y variedades frescopan	Productos para la panadería
Sector agroindustrial	Panadería principal juanchopan	Productos para la panadería
Sector agroindustrial	Panadería y repostería lilibeth	Productos de panadería
Sector agroindustrial	Panadería el estanco	Productos de panadería
Sector - otros	Confecciones iducom	Industrial
Sector - otros	Confitería san Cristóbal	Comercializadora
Sector - otros	Dacocer	Confecciones
Sector - otros	Megatextil el cairo	Industrial
Sector - otros	Droguería superior	Medicamentos
Sector - otros	Droguería la 82	Medicamentos
Sector - otros	Distribuidora Martinez	Industria
Sector - otros	Confecciones pavama Gavida	Industrial
Sector - otros	Confecciones Martha	Industrial
Sector - otros	Jonath Diseños jardines	Industrial
Sector - otros	Almecen sebas	Industrial
Sector - otros	Retazos Dim	Industrial
Sector - otros	Margarita Bouquet	Industrial
Sector - otros	Primavera funtad	Industrial
Sector - otros	Velasquez Ltda	Industrial
Sector - otros	karimma	Industrial
Sector - otros	Kandelosh	Industrial
Sector - otros	Jux lads Boutique	Industrial
Sector - otros	Americana SA	Industrial
Sector - otros	La botica	Medicamentos
Sector - otros	Yara Colombia	Industrial

Sector –otros	Elásticos S.A	Confecciones
Sector –otros	Suministra SAS	Confecciones
Sector –otros	Pinto y cia SAS	Industrial
Sector –otros	Useche cia SAS	Comercializadora
Sector –otros	Pvc y acabados SA	Comercializadora
Sector –otros	Confecciones Adela Valle	Confecciones
Sector –otros	Pvc Star	Comercializadora
Sector –otros	rocoyer	Industrial
Sector –otros	Caribe S A	Industrial

Ficha técnica

Señores empresarios nosotros somos estudiantes de decimo semestre del programa de administración de negocios internacionales en la universidad del Sinú Elías Bechara Zainum, el presente estudio se está realizando como requisito indispensable para optar el título de administración de negocios internacionales, dentro de la asignatura: proyecto de grado II

Este cuestionario tiene como finalidad determinar el grado de conocimientos que tienen los empresarios de la ciudad de Cartagena con respecto al TLC COLOMBIA-CANADÁ. El cual entro en vigencia el 15 de agosto de 2011.

Fecha_____

Encuesta N°_____

Nombre de la empresa _____

Nota: Por favor lea las siguientes preguntas, seleccione su respuesta márkela con una X.

1) A qué sector de la economía colombiana pertenece su empresa?

- a) sector agropecuario
- b) sector industrial
- c) sector servicios
- d) otros cuál

2) Señale cuales productos del sector agropecuario produce?

- a) El algodón
- b) La caña de azúcar
- c) El maíz
- d) El arroz el banano
- e) La papa
- f) Las oleaginosas
- g) Otros (alimentos para animales)

3) Señale cuales productos del sector agroindustrial produce?

- a) café
- b) frutas
- c) flores
- d) azúcar
- e) otros. (Productos cárnicos, alimentos procesados, productos de panadería, verduras frescas, abastos)

4) Señale cuales son los productos del sector servicio que produce?

- a) consultoría
- b) telemedicina
- c) call center
- d) traducción en línea
- e) procesamiento de datos
- f) informática
- g) telecomunicaciones
- h) diseño
- i) otros. (Solución de redes, audiovisuales, comercialización)

5) Su empresa exporta?

- a) Si
- b) No

6) Sabía usted que existe un acuerdo de libre comercio entre Colombia y Canadá?

a) Si

b) No

7) Le gustaría exportar a Canadá?

a) Posiblemente exportaría

b) Definitivamente si exportaría

c) Dependiendo de los costos

d) Posiblemente no exportaría

e) Definitivamente no exportaría

8) Tiene usted conocimiento sobre el mercado canadiense?

a) Si

b) No

9) Sabe usted cuales son los procedimientos básicos y necesarios para exportar a Canadá?

a) Si

b) No

10) Ha tenido algún impacto negativo este TLC en su empresa durante este tiempo?

a) Si

b) No

11) Ha tenido algún inconveniente con clientes canadienses en sus negociaciones?

a) Si

b) No

12) Usted ve como una oportunidad el tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá?

A) Si

B) No

8. DISCUSIÓN

El tratado de libre comercio Colombia - Canadá evidencia grandes oportunidades para nuestro país: en Cartagena – Bolívar entre los sectores a los que beneficia se encuentran sector agroindustrial, otras pymes (industrial, salud, confecciones y comercializadora) sector servicios, sector agropecuarios, en ese orden.

Sin embargo se encontró un alto porcentaje de desconocimiento y poco interés, se detectó que las pymes se preocupan más por los costos que actividades como estas pueden generar; al igual que un conformismo con lo que ellos actualmente poseen. Se hallaron informes facilitados por pro Colombia donde señalaban el impacto positivo de algunos productos en Colombia como el azúcar, alimentos procesados, textiles, productos para la panadería, vestidos para hombres, autopartes, frutas y verduras frescas.

Se puede verificar que Cartagena tiene potencial para realizar este tipo de negociaciones, pero no lo está aprovechando por factores antes mencionados.

9. CONCLUSIÓN

Esta investigación fue basada en el TLC Colombia – Canadá, con el fin de demostrar el nivel de conocimiento y aprovechamiento de este, identificar posibles oportunidades que sean viables y productivas para entrar al mercado canadiense. Si tenemos en cuenta que Canadá es una de las grandes potencias al ocupar el segundo lugar del mundo más desarrollado, lo que conlleva a que la economía de nuestra ciudad crezca potencialmente al incursionar a un tipo de mercado tan amplio.

El propósito de este estudio se pudo lograr gracias al desarrollo adecuado de los objetivos propuestos, nos indicó que tanto conocen los empresarios pymes de la ciudad de Cartagena sobre el TLC Colombia – Canadá.

A pesar de producir productos y contar con servicios requeridos por Canadá, estas pequeñas y medianas organizaciones no lo aprovechan por inopia.

10.RECOMENDACIONES

- o Ampliar el número de pymes encuestadas para que próximas investigaciones podamos obtener un resultado más confiable y más exacta ya que se está tomando una población más grande y muestra mejores resultados.
- o Disponer con un mayor tiempo para investigaciones futuras, ya que el tiempo que tuvimos para nuestro proyecto fue muy corto y trabajamos bajo presión.
- o Realizar encuestas a través de entidades públicas o privadas para facilitar el acceso a la información investigada ya que para nuestra investigación tuvimos inconvenientes para acceder a los permisos para aplicar las encuestas y obtener la información para la recolección de datos.
- o Contar con el personal idóneo, que esté capacitado y calificado profesionalmente para asesorar este tipo de investigaciones.
- o Ampliar la ficha técnica para alcanzar conclusiones más exactas y poder recolectar la información necesaria y precisa para la investigación que se está realizando.
- o Tener un mayor acompañamiento de parte de las entidades, es decir que tengamos respuestas positivas y colaboren de manera activa para que se lleve a cabo con éxito la realización de esta investigación.

BIBLIOGRAFIA

- Conceptos básicos -Nueva legislación aduanera y su reglamentación Pro Colombia- TLC – Canadá – Colombia – Oportunidades para Cartagena –Bolívar.
- Cartilla de oportunidades para Cartagena.
- María angélica Cuellar .Diapositivas sobre el TLC COLOMBIA-CANADA.
- Republica de Colombia ministerio de relaciones exteriores :exposición de motivos y proyecto de ley
- EUROMONITOR INTERNACIONAL, BANCO MUNDIAL. Revista pro Colombia. BOLIVAR, Oportunidades de negocio para la región en inversión, exportaciones y turismo, (28/03/2015).
- Dinero, ABC del TLC entre Colombia-Canadá, Artículo de revista Dinero (6/03/2015),
- GONZALO C. Juan, Pymes INNOVADORAS, Cambio de Estrategias e Instrumentos. Revista escuela de administración de negocios; 2003. Págs. 2-3.
- ¿QUE SON LAS PYMES?, Bancoldex; 2015
- Min comercio industria y turismo, Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Canadá
- Colombia trade, información de acuerdos comerciales.
- Portafolio , opinión sobre el Tlc Colombia-Canadá

- Portafolio, negociación del Tlc Colombia –Canadá le abre las puertas a nuevas empresas.
- Legiscomex, acuerdo a largo plazo entre Colombia y Canadá.
- Legiscomex, entre los productos favorecidos en el Tlc Colombia –Canadá está el azúcar y confitería.
- Andrés Mauricio Castro Figueroa , como acercarse al mercado Canadiense