**BARRERAS ARANCELARIAS Y RETOS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LAS PYMES COLOMBIANAS.**

***Tariff barriers and internationalization challenges for small and medium-sized colombian enterprises.***

Valentina García Aguirre, Danna Yorley Mejia Losada.

1. Tecnólogo en gestión contable y financiera, Universidad Católica Luis Amigó, SOCOE, Semillero de Economía y Comercio Exterior, 0009-0005-9950-2995, Medellín, Colombia, valentina.garciaag@amigo.edu.co.
2. Bachiller, Universidad Católica Luis Amigó, SOCOE, Semillero de Economía y Comercio Exterior, 0009-0002-8374-6192, Medellín, Colombia, danna.mejialo@amigo.edu.co.

**Resumen:** Para las empresas colombianas, la internacionalización es considerada una oportunidad estratégica para alcanzar un alto grado de competitividad y sostenibilidad en un mercado globalizado. Sin embargo, muchas de las empresas del país quedan colapsadas por las distintas barreras de entrada en la gran mayoría de los mercados internacionales; las barreras arancelarias constituyen una de las más importantes y rígidas. Estas se entienden como impuestos aplicados a los productos que se importan, con el objetivo encarecer los bienes colombianos frente a los de otros países que poseen acuerdos comerciales más favorables. Esta investigación tiene como objetivo analizar cómo dichas barreras afectan especialmente a las pequeñas y medianas empresas (pymes), las cuales suelen contar con escasos recursos para enfrentarlas.

La metodología empleada fue de un enfoque cualitativo con revisión documental y de literatura, a través de este análisis identificamos que los sectores más vulnerables son el agroindustrial, el textil y el manufacturero, donde los aranceles incrementan mucho el coste de entrada. También, se identificaron otros frenos como barrera, la competencia del precio, la percepción del producto y las dificultades en la cadena de suministros.

Se concluye que las pymes colombianas se ven perjudicadas por un escaso conocimiento de los tratados de libre comercio y la ausencia de respaldo logístico. Superar estas falencias se requiere estrategias como: aprovechar la existencia de los tratados comerciales existentes, acceder a capacitaciones en comercio exterior y afianzar alianzas entre los gremios exportadores e instituciones de apoyo.

Esta investigación visibiliza la necesidad de una preparación solida antes de incursionar en procesos de internacionalización, especialmente cuando se deben afrontar las barreras arancelarias. El éxito en el comercio exterior precisa tanto el conocimiento del mercado como adaptación estratégica, siendo de suma importancia entender y comprender las reglas del juego arancelario para no quedar por fuera de los mercados globales.

**Palabras clave:** Internacionalización de empresas, barreras arancelarias, pequeñas y medianas empresas (pymes), competitividad internacional, tratados de libre comercio, comercio exterior colombiano, estrategias de exportación.

**Abstract:** For Colombian companies, internationalization is considered a strategic opportunity to achieve a high level of competitiveness and sustainability in a globalized market. However, many of the country's companies are overwhelmed by the various entry barriers present in the vast majority of international markets; tariff barriers are among the most important and rigid. These are understood as taxes applied to imported products, aiming to increase the cost of Colombian goods compared to those from countries with more favorable trade agreements.

This research aims to analyze how such barriers particularly affect small and medium-sized enterprises (SMEs), which often have limited resources to face them. The methodology used was a qualitative approach with document and literature review. Through this analysis, we identified that the most vulnerable sectors are agribusiness, textiles, and manufacturing, where tariffs significantly raise the cost of market entry. Other barriers were also identified, such as price competition, product perception, and supply chain difficulties.

It is concluded that Colombian SMEs are hindered by a lack of knowledge about free trade agreements and the absence of logistical support. Overcoming these shortcomings requires strategies such as: taking advantage of existing trade agreements, accessing training in foreign trade, and strengthening alliances between export trade associations and support institutions.

This research highlights the need for solid preparation before entering internationalization processes, especially when facing tariff barriers. Success in foreign trade requires both market knowledge and strategic adaptation, making it crucial to understand and grasp the rules of the tariff game in order not to be left out of global markets.

**Keywords:** Internationalization of companies, tariff barriers, small and medium-sized enterprises (SMEs), international competitiveness, free trade agreements, Colombian foreign trade, export strategies.

*(Tenga en cuenta que el Formato de Resumen no debe ser modificado, de lo contrario no será remitido a evaluación, se enviará en formato Word, solo se permite un número máximo de 3 autores.)*