

Boletín OIER

Edición: Long Tail

Metalmecánica Long Tail: Especialización
Técnica y Global.

Abril 2026 Número 4

ISSN: 3028-3167



*Aportando a la toma de decisiones para la expansión global
de las empresas y las regiones*



CEIPA
Powered by Arizona State University



En alianza con:

comfama

Vigilado Supersubsidio

Fuente: Ingeneumática

Aliados

Institucionales



Gubernamentales



Empresariales y gremiales



Observatorio de Internacionalización Empresarial y Regional
Administración de Negocios Internacionales
CEIPA powered by Arizona State University

Comité Editorial

Juan Camilo Mesa Bedoya PhD.

Editor y Co-director línea de internacionalización regional.

Daniel Bonilla Calle PhD.

Director OIER.

Ana María Gómez Trujillo PhD.

Co-directora línea de internacionalización empresarial.

ISSN: 3028-3167 (En línea) | Número 4 | Abril de 2026 | Periodicidad mensual

Institución Universitaria CEIPA | Fondo Editorial CEIPA

Calle 77 Sur No. 40 – 165 Sabaneta, Antioquia – Teléfono (604) 305 6100

Carrera 57 No 72 – 143. – Barrio El Prado, Barranquilla, Atlántico – Teléfono (605) 311 1050

Visítanos en: ceipa.edu.co/observatorio/ **Escríbenos a:** OIER@ceipa.edu.co

<https://www.comfama.com/empresas/productividad-y-desarrollo-del-talento/desarrollo-empresas-long-tail/>

Escríbenos a: desarrolloempresarial@comfama.com.co

Contenidos



Editorial

Metalmecánica: un sector emergente que conecta a Antioquia con el mundo 04
Por: Beatriz Navarro Urda

Geopolítica y Negocios

Geopolítica de los metales: una nueva-vieja confrontación que afecta su empresa 08
Por: Daniel Bonilla Calle

Comercio Internacional

La otra metalmecánica antioqueña: por qué el long tail ya no es la excepción, sino la regla 11
Por: Juan Camilo Mesa Bedoya

Internacionalización Empresarial

Cuando la innovación habla por sí sola: la internacionalización de Ingeneumática 14
Por: Ana María Gómez Trujillo

Editorial



Beatriz Navarro Urda
Responsable Empresas Long tail Comfama

Metalmecánica: un sector emergente que conecta a Antioquia con el mundo

En la apuesta de Comfama por el desarrollo empresarial con enfoque en internacionalización inteligente, el sector metalmecánico y de maquinaria emerge como un protagonista estratégico. No solo por su relevancia histórica en la industria antioqueña, sino por su capacidad de adaptación, especialización y conexión con mercados globales cada vez más exigentes.

¿Por qué Comfama le apuesta a este sector emergente?

El sector metalmecánico es una plataforma de expansión para Antioquia. Su capacidad de especialización, su talento, su presencia global y su rol en cadenas productivas lo posicionan como un motor clave de desarrollo.

En esta industria encontramos varios aliados clave: la empresas exportadoras de productos Long Tail, las empresas proveedoras y algunos sectores emergentes como movilizador.

Desde el Universo de empresas long tails exportadoras afiliadas a Comfama (1.450), el 51 % pertenecen al sector manufactura y desde allí identificamos 118 especializadas en metalmecánica, equivalentes al 16 % de este sector. Desde el análisis de estas encontramos un ecosistema empresarial maduro: más del 65% cuenta con más de 10 años de trayectoria, lo que evidencia capacidades instaladas y conocimiento acumulado. A esto se suma un elemento clave: cerca del 70% son pequeñas y medianas, lo que configura un segmento con alto potencial de crecimiento, escalamiento e internacionalización.

El gran foco de este macrosector está en la sofisticación de la cadena de valor, donde la apuesta es el desarrollo de proveedores long tails que cada día asumen el reto de proveer productos, piezas y partes a sectores cada vez más exigentes, como el Astillero, el Aeronáutica, Automotriz, construcción, energía y transporte. Sectores que se vuelven movilizadores de desarrollo y que invitan a potenciar las capacidades existentes en Antioquia para aprovechar las oportunidades que hoy ven en los mercados globales.

Un sector especialmente Long Tail

El comportamiento del sector en Antioquia confirma una característica estructural: su naturaleza Long Tail. En 2025, el 67 % de las exportaciones de metalmecánica correspondieron a productos de nicho, especializados y de menor volumen. Esto implica que la competitividad no está basada en volumen, sino en diferenciación. Además, presenta una alta diversificación:

- Presencia en 185 mercados internacionales.
- 677 subpartidas activas (alta especialización).
- Participación de más del 70% de las empresas exportadoras en lógica Long Tail.

A nivel de organizaciones afiliadas a Comfama, esta lógica se refuerza: una dinámica exportadora altamente atomizada que, marca que, aunque las empresas afiliadas del sector generan más de USD 1.163 millones en exportaciones Long Tail, el 69 % exporta menos de USD 500 mil, lo que revela una gran oportunidad de sofisticación y crecimiento incremental.

Estos datos son consistentes con las tendencias nacionales: la manufactura representa alrededor del 22 % de las exportaciones totales del país y los bienes no minero-energéticos –donde se inserta la metalmecánica– crecieron 7,4 % en 2024, evidenciando un entorno favorable para sofisticar la canasta exportadora.

Oportunidades de crecimiento internacional

El sector metalmecánico tiene una ventaja estratégica: su capacidad de insertarse en múltiples cadenas de valor globales. Hoy, los principales destinos incluyen mercados en América Latina y Estados Unidos, pero también se evidencian aperturas hacia geografías menos tradicionales, lo que amplía el espectro de posibilidades.

Las oportunidades se concentran en tres frentes:

- **Especialización y valor agregado:** la demanda global privilegia soluciones a la medida, componentes técnicos y desarrollos con mayor ingeniería.
- **Encadenamientos productivos:** es un sector habilitador de industrias como energía, infraestructura, alimentos y transporte.
- **Nearshoring y regionalización:** la reconfiguración de cadenas globales favorece proveedores cercanos, confiables y flexibles, en las cuales Antioquia puede posicionarse.

¿Cómo estamos acompañando este sector desde Comfama?

En la Plataforma Long Tail Comfama se viene consolidando una oferta que reconoce la complejidad y el potencial del sector metalmecánico, con un enfoque integral en cuatro líneas:

1. **Comprensión profunda del sector:** a través del Observatorio Long tail, en el que generamos análisis que permiten entender dinámicas de mercado, tendencias internacionales y brechas empresariales, facilitando decisiones más estratégicas.
2. **Desarrollo de capacidades empresariales:** fortalecemos habilidades tanto en las empresas Long Tail como en sus cadenas de valor, en temas de estrategia, productividad, sostenibilidad e internacionalización.
3. **Conexiones de valor:** impulsamos alianzas con actores clave del ecosistema y generamos espacios de conexión con mercados internacionales, ferias especializadas y potenciales compradores.
4. **Acompañamiento para la internacionalización:** aceleramos procesos de exportación, sofisticación de la oferta y acceso a mercados globales.

Desde esta mirada venimos trabajando en retos de productividad, innovación, sostenibilidad y fortalecimiento de proveedores que son hoy ejes clave de la apuesta de Desarrollo Empresarial Long Tail para acompañar al sector metalmecánico en su conexión con mercados internacionales. La apuesta no se limita a abrir oportunidades comerciales; busca, sobre todo, cerrar brechas estructurales que hoy inciden en la competitividad de las empresas.

Por esta razón, los principales desafíos que estamos abordando en el acompañamiento de este sector están en el desarrollo de piezas y partes para responder a una demanda específica de cara al mercado internacional, mejora de procesos, calidad, sostenibilidad y certificaciones.

De igual modo, en el fortalecimiento de cadenas en sectores estratégicos como el astillero y el aeronáutico, trabajamos en el desarrollo de proveedores especializados para el cierre de brechas y así certificar el cumplimiento de los estándares de este mercado.

Estos retos los venimos desarrollando de la mano de aliados como: ANDI, CTA, la Cámara de comercio Aburrá Sur, OIER-CEIPA, UPB y Acescorp.

Estas acciones reflejan una visión clara: para que más empresas del sector metalmecánico logren conectarse con mercados internacionales, primero deben fortalecer sus capacidades internas, elevar sus estándares y consolidar cadenas de valor más sólidas, eficientes y sostenibles.

Los invitamos a que nos visiten en la página web de Desarrollo Long Tail y así conozcan nuestra estrategia y oferta de acompañamiento para este sector.



Geopolítica y Negocios



Daniel Bonilla Calle
Director OIER - CEIPA

Geopolítica de los metales: una nueva-vieja confrontación que afecta su empresa

Si algo ha caracterizado históricamente la confrontación entre las grandes potencias es la lucha por el control de los recursos minerales. Aunque los pozos de petróleo siguen siendo temas de gran escala, hoy el foco está en los metales estratégicos: acero, aluminio, cobre, litio, tierras raras. Así lo que antes parecía un asunto de diplomáticos y generales, hoy se traduce en aranceles que encarecen sus insumos, cierran mercados de exportación y alteran contratos que usted firmó hace apenas unos meses.

El panorama global actual lo ilustra con claridad. En abril de 2025, y revisado nuevamente en este del 2026, Washington reestructuró su régimen arancelario bajo la Sección 232, manteniendo gravámenes del 50 % sobre acero, aluminio y cobre básicos, y tasas del 25 % para productos derivados con contenido metálico sustancial. Pero el cambio más relevante de este año, no está en las tasas sino en la base de cálculo: ahora el arancel se cobra sobre el valor total del producto, no solo sobre el metal que contiene. Para una empresa antioqueña que exporta transformadores eléctricos, combinaciones de refrigeración o molinillos de café —los productos líderes de nuestro sector metalmecánico—, eso significa que Estados Unidos grava, no solo el acero de la pieza, sino el diseño, la ingeniería y el ensamblaje que se incorporó aquí en Colombia.

La Cámara de Comercio Colombo Americana lo advertía en sus comunicaciones: el mayor riesgo recae sobre las manufacturas metálicas y los componentes industriales, exactamente el perfil exportador de Antioquia. Hablamos de 237 empresas colombianas que en el último año despacharon cerca de 650 millones de dólares en aluminio y 82 millones en acero hacia ese mercado.

Pero la presión no viene solo del norte. En marzo de 2026, el Gobierno colombiano expidió el Decreto 0264, imponiendo un arancel del 35 % a 14 subpartidas de productos siderúrgicos importados de países sin acuerdo comercial, principalmente China, Rusia, Turquía e India. La razón: entre 2022 y 2025, las importaciones de algunos rubros crecieron más del 290 %, a precios hasta 42 % por debajo del mercado local, generando lo que el propio decreto califica como una "crisis estructural" en una industria que representa el 10 % del PIB industrial colombiano, genera 45.000 empleos y sostiene a más de 25.000 proveedores. China rechazó públicamente la medida desde su embajada en Bogotá, dado que un importante número de empresarios colombianos se provee de metales de este origen.

En el vecindario no cambia mucho el panorama. El conflicto arancelario con Ecuador, donde los gravámenes cruzados del 30 % entre ambos países provocaron un desplome del 44 % en el comercio bilateral solo en febrero de 2026, con caídas del 66 % en las compras ecuatorianas desde Colombia y del 20% en sentido contrario— ha golpeado también a las manufacturas de metales, agravando la incertidumbre para empresas que operaban con fluidez en ese corredor—.

Lo que conecta todos estos frentes es una lógica geopolítica que conviene entender porque no es nueva, pero sí se ha intensificado. Las potencias no solo imponen aranceles: aseguran el acceso a los recursos que necesitan y restringen los que controlan. Así lo demuestran acciones como la de Estados Unidos que convocó a inicios de este año a una cumbre ministerial con 55 delegaciones para reducir su dependencia de China en minerales críticos.

Beijing, que controla el 90 % del procesamiento mundial de tierras raras, ha utilizado restricciones a la exportación de galio, germanio y antimonio como palanca de negociación, suspendiéndolas temporalmente tras acuerdos con Washington, pero manteniendo un sistema de licencias que puede reactivar cuando lo considere conveniente. Además, restringió recientemente la exportación de grafito y materiales de tierras raras imponiendo requisitos de licencia incluso a productos fabricados fuera del país que contengan apenas un 0,1 % de materiales de origen chino. Los metales son esenciales para el desarrollo industrial, la infraestructura y la innovación, pero los lugares donde se extraen sufren deterioro ambiental y afectaciones sociales profundas y son, en su mayoría, países de la periferia donde los recursos abundan, pero la capacidad de negociación frente a las potencias es limitada.

¿Qué significa todo esto para quien lidera una MiPYME del sector metalmeccánico o de cualquier actividad que dependa de insumos metálicos? Que cada arancel, cada restricción, cada movimiento geopolítico se convierte en variación de costo, cierre o apertura de mercados y riesgo contractual. Los datos de este sector lo confirman: en 2025, el metalmeccánico antioqueño exportó USD 1.900 millones, con 1.764 empresas llegando a 202 destinos, y un 67 % de ese valor concentrado en productos de nicho, el segmento Long Tail, que es justamente el más expuesto a las distorsiones arancelarias, pero también el más ágil para adaptarse cuando cuenta con información oportuna.

Mapear la exposición de sus insumos a estos cambios, diversificar mercados de destino, evaluar si sus productos podrían quedar exentos bajo los nuevos umbrales de contenido metálico definidos por Washington (los que tengan menos del 15 % quedan fuera del gravamen) y fortalecer el aprovechamiento de la chatarra local como alternativa competitiva al acero importado, no deberían ser tareas opcionales.

Cada vez vemos más ejemplos que evidencian que comprender la geopolítica mundial para entender el desempeño empresarial no es un accesorio o excentricidad intelectual. Es una estrategia de mitigación de riesgos geopolíticos, a los cuales están cada vez más expuestos los negocios.

Análisis de comercio internacional



Juan Camilo Mesa Bedoya
Co-Director OIER - CEIPA

La otra metalmecánica antioqueña: por qué el Long Tail ya no es la excepción, sino la regla

Dos de cada tres dólares que Antioquia exporta en maquinaria y metalmecánica provienen de productos de nicho, no de commodities masivos. El dato, aparentemente técnico, reescribe el relato convencional sobre la industria del departamento —y dibuja un mapa concreto de oportunidades globales—.

Cuando se habla del sector metalmecánico antioqueño, la conversación pública gravita hacia transformadores eléctricos, línea blanca y grandes contratos mineros. La imagen mental es la de una industria de volumen. Los datos de cierre de 2025 obligan a actualizar esa narrativa.

El sector cerró 2025 con USD 1.900 millones FOB. De esa cifra, USD 1.280 millones —el 67 %— corresponden al segmento Long Tail, es decir, productos que individualmente no son líderes de la canasta, pero que en agregado constituyen la mayor parte del flujo. Y la proporción se mantuvo estable mes a mes: no es un fenómeno coyuntural, es arquitectura estructural.

El Long Tail no es una desviación estadística. Es la arquitectura real del sector.

La profundidad se aprecia en las otras métricas: el Long Tail llegó a 185 destinos (92 % del total sectorial), movilizó 677 subpartidas arancelarias y fue exportado por 1.277 de las 1.764 empresas activas del sector. Traducido: la mayoría del tejido empresarial paisa no depende de grandes volúmenes para internacionalizarse —compite con conocimiento técnico, personalización y tiempos de entrega—.

Tres corrientes globales que favorecen a Antioquia

- **Transición energética:** la electrificación masiva dispara la demanda de transformadores y componentes eléctricos. Estados Unidos vive escasez estructural, Europa enfrenta cuellos de botella climáticos, Centroamérica y Caribe modernizan redes. Los transformadores ya son el producto #1 antioqueño con USD 137 millones. La ventana está abierta por al menos una década.
- **Frontera minera andina:** Perú proyecta inversión histórica en cobre y litio; Ecuador apunta a USD 4.000 millones en minerales, Chile no se detiene. Esa maquinaria necesita piezas de desgaste, estructuras metálicas, sistemas de ventilación y mantenimiento in situ. Antioquia ya provee, pero con tickets modestos porque el espacio de profundización es enorme.
- **Nearshoring y CBAM:** la fragmentación geopolítica empuja a compradores europeos y norteamericanos a diversificar fuera de Asia. El Mecanismo de Ajuste en Frontera por Carbono de la UE —pleno vigor en 2026— favorece a productores con matrices energéticas limpias. Colombia tiene ahí una ventaja natural frente a competidores asiáticos intensivos en carbón.

Diversificar hacia dónde

Si el diagnóstico es que el sector ya está diversificado en productos (677 subpartidas), pero menos en geografías (la mayor parte de los flujos va a la región andina y Caribe), la pregunta práctica para los empresarios del sector no es si diversificar, sino hacia dónde. Cuatro frentes lucen especialmente promisorios para las empresas antioqueñas en los próximos 24 meses:

- **Europa Occidental para transformadores y componentes eléctricos:** Alemania, Países Bajos, Francia y los mercados escandinavos están duplicando inversión en redes eléctricas. El TLC con la Unión Europea elimina aranceles y el CBAM penaliza a competidores intensivos en carbono. Las empresas con certificación ISO 14067 (huella de carbono de producto) parten con ventaja competitiva inmediata.
- **Norteamérica ideal para maquinaria ligera especializada y dispositivos:** Estados Unidos y Canadá enfrentan déficits estructurales de proveeduría industrial que difícilmente cubrirán solo con producción doméstica. Canadá, en particular, es un destino ya consolidado para transformadores antioqueños y tiene espacio amplio para ampliar portafolio hacia instrumentación, metalmecánica de precisión y componentes de energía limpia.
- **Región Andina ampliada (Perú, Ecuador, Chile, Bolivia) para la cadena minera:** no como proveedor de máquinas completas, sino como socio integral de mantenimiento y reposición. Un modelo de negocio basado en contratos de suministro de largo plazo con presencia técnica en destino. Esta lógica ya funciona con las empresas colombianas instaladas en Perú; falta escalarla.
- **Nichos industriales escandinavos y del norte de Europa:** la exportación de hilados de alta tenacidad de nailon a Noruega por USD 1,6 millones en 2025 —vinculada a la industria naval y pesquera— muestra que hay pockets técnicos muy específicos, con márgenes altos, en los cuales la metalmecánica antioqueña tiene una posición que sentar. Mapear sistemáticamente esas necesidades por país es un ejercicio que ninguna empresa hará sola, es terreno natural para gremios y cámaras.

La aceleración de diciembre de 2025 —USD 189 millones en el mes, con USD 119 millones en long tail— sugiere que 2026 arranca con pedidos anticipados y expectativas altas. La pregunta que debería rondar en cada directorio empresarial y en cada mesa sectorial del departamento es simple: ¿cómo convertimos esta madurez estructural en la próxima década de crecimiento?

Internacionalización Empresarial



Ana María Gómez Trujillo
Co-Directora OIER - CEIPA

Cuando la innovación habla por sí sola: la internacionalización de Ingeneumática

La historia de internacionalización de Ingeneumática refleja el recorrido de muchas empresas industriales colombianas que, a partir de la innovación aplicada a necesidades concretas del mercado, han logrado posicionar sus soluciones en múltiples países. Fundada en 1998 por el diseñador industrial Carlos Mario Maya, la empresa nació inicialmente en Cali con un enfoque claro: resolver problemas asociados al mantenimiento y eficiencia de los sistemas de aire comprimido en las empresas. Lo que comenzó como un servicio técnico especializado fue evolucionando rápidamente hacia el diseño de soluciones propias de ingeniería neumática, abriendo el camino para un proceso de innovación que terminaría proyectando a la compañía hacia los mercados internacionales.

Durante sus primeros años, la empresa concentró su actividad en el suroccidente colombiano, particularmente en Cali y en Manizales, donde atendió múltiples compañías industriales. La experiencia acumulada en estas intervenciones permitió identificar una oportunidad clave: en Colombia no existía un sistema especializado para el transporte eficiente de aire comprimido dentro de las plantas industriales. Ante esta brecha tecnológica, Ingeneumática decidió desarrollar su propia solución. El resultado fue el diseño de un sistema de tuberías especializado para aire comprimido, comercializado bajo la marca Airexpress, que abarca desde la salida de los compresores hasta la conexión con las máquinas en las plantas productivas.

Este desarrollo representó un hito, no solo para la empresa, sino también para el sector industrial colombiano. De hecho, el equipo liderado por Carlos Mario Maya participó en la elaboración de la norma ICONTEC relacionada con el transporte de aire comprimido, contribuyendo a modernizar un campo que hasta entonces dependía de tuberías galvanizadas consideradas obsoletas. Gracias a esta innovación, compañías reconocidas como Corona, Yamaha, Colombina, Super de Alimentos, Familia, Argos, CEMEX o Peldar comenzaron a implementar sus soluciones, atraídas principalmente por la eficiencia energética que el sistema ofrecía en el uso del aire comprimido, una de las fuentes de energía más importantes dentro de los procesos industriales.

Con el tiempo, el conocimiento acumulado en automatización industrial abrió nuevas oportunidades.

Los propios clientes empezaron a solicitar el diseño de maquinaria especializada para procesos productivos específicos. Así, la empresa amplió su portafolio hacia el desarrollo de maquinaria para la industria alimentaria, especialmente para la producción de alimentos tradicionales latinoamericanos como empanadas, arepas o pandebonos. Estas máquinas, diseñadas bajo criterios de multifuncionalidad y automatización, permiten producir distintos volúmenes mediante sistemas controlados desde pantallas digitales y adaptados a diferentes tamaños y necesidades de los clientes.

Este enfoque tecnológico refleja una lógica de competencia basada en la diferenciación y la sofisticación de las soluciones desarrolladas.

Más que producir equipos estandarizados, Ingeneumática ha construido su posicionamiento internacional ofreciendo máquinas capaces de adaptarse a múltiples preparaciones y necesidades productivas específicas. Esta capacidad de personalización le ha permitido atender nichos productivos muy diversos dentro de la industria de alimentos latinoamericanos, donde la flexibilidad y la calidad del proceso son más valoradas que la estandarización masiva.

Paradójicamente, el proceso de internacionalización de Ingeneumática no fue resultado de una estrategia formal de expansión ni de grandes campañas de mercadeo internacional. Por el contrario, su crecimiento global ha estado impulsado principalmente por el voz a voz entre empresas y por la reputación construida alrededor de la calidad de sus máquinas. Como explica su fundador, “el crecimiento internacional fue un voz a voz... los clientes internacionales siempre llegan, nosotros no los buscamos”. Esta dinámica ha permitido que clientes de distintos países se acerquen directamente a la empresa tras conocer sus soluciones a través de otras compañías o de experiencias previas de uso.

Con el tiempo, este proceso orgánico permitió que sus equipos llegaran a múltiples países, incluyendo Estados Unidos, Canadá, México, Panamá, Honduras, República Dominicana, Ecuador, Perú, Bolivia, España, Italia, Australia y el Reino Unido. Hoy la empresa cuenta con más de 600 máquinas instaladas en diferentes partes del mundo, muchas de ellas destinadas a la producción industrial de alimentos latinos. Organizaciones reconocidas en este sector han incorporado estas soluciones para atender una demanda creciente de productos tradicionales latinoamericanos en mercados internacionales, particularmente en Estados Unidos.

En este contexto, la Ingeneumática ha logrado posicionarse en lo que podría describirse como una estrategia de long tail industrial: en lugar de concentrarse en productos de alto volumen, Ingeneumática atiende una variedad de aplicaciones productivas asociadas a alimentos tradicionales latinoamericanos altamente valorados en el mundo. Cada máquina puede adaptarse a distintas recetas, tamaños o procesos, lo que permite servir múltiples nichos productivos distribuidos en diferentes mercados. Esta lógica amplía el alcance internacional de la empresa, al conectar con pequeñas y medianas productoras de alimentos que requieren soluciones especializadas para productos específicos.

Un ejemplo significativo es el de clientes en ciudades como Miami o Nueva York que, después de adquirir una primera máquina, solicitan posteriormente equipos de mayor capacidad para ampliar su producción. En algunos casos, la empresa ha llegado incluso a enviar contenedores completos con dispositivos destinados a un solo cliente. Estas productos, fabricados en acero inoxidable y diseñadas bajo estándares industriales exigentes, permiten producir una amplia variedad de alimentos desde un mismo equipo, lo que las convierte en soluciones altamente valoradas en mercados internacionales.

El proceso, sin embargo, no ha estado exento de desafíos. Las primeras experiencias internacionales evidenciaron dificultades asociadas al desconocimiento de los procedimientos de exportación, la logística internacional o los requisitos de nacionalización de mercancías en otros países. Una de las primeras ventas internacionales, por ejemplo, implicó aprendizajes importantes para la empresa al no contar aún con experiencia en comercio exterior. Como recuerdan sus directivos, muchas de estas lecciones surgieron de errores iniciales: “de esos totazos aprende uno”. Con el tiempo, la empresa fue fortaleciendo sus capacidades internas para gestionar estas operaciones, incorporando funciones financieras y administrativas que hoy permiten manejar aspectos como la documentación técnica y facturación en inglés, para los procesos de financiación de maquinaria por parte de bancos en Estados Unidos.



A pesar de su presencia global, Ingeneumática reconoce que su internacionalización ha sido en gran medida reactiva. La empresa tiene como reto establecer una estrategia estructurada de marketing internacional y una priorización clara de mercados. Sin embargo, su propuesta de valor, basada en soluciones altamente especializadas y adaptables, abre un potencial significativo de crecimiento en nichos productivos alrededor del mundo. En sectores en los que la estandarización masiva no siempre responde a las necesidades de producción de alimentos tradicionales, la capacidad de diseñar maquinaria flexible y sofisticada se convierte en una ventaja competitiva clara para la expansión internacional.

Más allá de los aprendizajes técnicos o comerciales, la experiencia de la empresa deja varias lecciones para otras compañías colombianas interesadas en internacionalizarse.

Entre ellas, la importancia de diseñar soluciones altamente diferenciadas, enfocadas en resolver necesidades específicas del mercado y capaces de adaptarse a distintos contextos productivos. En el caso de Ingeneumática, la combinación entre innovación aplicada, especialización tecnológica y capacidad de personalización ha permitido atender múltiples nichos internacionales dentro de la industria de alimentos latinoamericanos.

Como afirma su gerente, **“hay que atreverse así se equivoque uno; el que no se atrevió nunca tiene nada que decir”**. En un contexto en el que cada vez más empresas buscan proyectarse hacia mercados internacionales, la trayectoria de Ingeneumática muestra cómo la diferenciación y la sofisticación pueden convertirse en una poderosa puerta de entrada al mundo.

¿Quieres hacer parte de esta red de empresas Long Tail?

En la Alianza Comfama - CEIPA contamos con rutas, acompañamiento especializado y espacios de relacionamiento enfocados en fortalecer las empresas que compiten en mercados de nicho de alto valor.

Si eres una empresa exportadora, queremos escucharte, acompañarte y conectarte con mercados globales más especializados.

**Escríbenos a desarrolloempresarial@comfama.com.co
Accede a nuestros recursos y convocatorias en <https://ceipa.edu.co/observatorio/>**

Accede a mercados globales especializados con el acompañamiento de OIER y Comfama.



En alianza con:

comfama

Vigilado Supersubsidio