

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA PARA EL PROCESO DE
INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DEL SERVICIO
NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA)**

ESTUDIANTE

DIEGO ALEJANDRO CARDOZO RUEDA

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA)

APOYO A UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BUCARAMANGA – SANTANDER

2021

**Implementación de una Guía para el Proceso de Internacionalización de los
Emprendedores del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)**

Diego Alejandro Cardozo Rueda

ID:000201133

Docente:

Jaime Enrique Sarmiento Suarez

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga

Administración De Negocios Internacionales

Bucaramanga – Santander

2021

Tabla de contenido

RESUMEN -----	7
PALABRAS CLAVE: -----	8
ABSTRACT-----	9
KEY WORDS -----	10
INTRODUCCIÓN -----	11
1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA. -----	13
1.1. HISTORIA. -----	13
1.2. MISIÓN. -----	14
1.3. VISIÓN. -----	14
1.4. ORGANIGRAMA SENA. -----	15
Fuente: Página Web Del Sena. -----	15
1.5. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA. -----	15
1.5.1. Descripción del problema. -----	15
1.5.2 Formulación del problema. -----	16
1.6 OBJETIVOS. -----	16
1.6.1 Objetivo General -----	16

1.6.2. Objetivos Específicos	16
1.7. JUSTIFICACIÓN.	17
2. BASES TEORICAS	18
2.1. PROCESOS ESTRATEGICOS DE INTERNACIONALIZACIÓN.	18
2.2 ELEMENTOS FAVORABLES EN ESTRUCTURAS DE INTERNACIONALIZACIÓN. ---- -----	18
• Superar a las grandes empresas.	19
• Crecer a medio y largo plazo.	19
• Incremento de su competitividad.	19
• Afrontar nuevos retos.	20
• Incursión en mercados emergentes.	20
• Costos más reales.	21
• Beneficios tributarios.	21
2.3. MARCO DE REFERENCIA.	22
2.4. MARCO CONCEPTUAL.	23
2.4.1 exportación casual	23
2.4.2 exportación experimental	23
2.4.3 exportación regular	24
2.4.4 establecer objetivos realistas	25

2.4.5	asignación de recursos-----	26
2.4.6	relaciones y contactos-----	26
2.4.7	el responsable comercial, la figura clave -----	27
2.4.8	optimización fiscal internacional -----	27
3.	METODOLOGIA -----	28
3.1.	FASES METODOLÓGICAS -----	28
3.1.1.	Fase de Caracterización -----	29
3.1.2.	Fase de Diseño -----	33
3.1.3.	Fase Implementación -----	34
3.2.	GUÍA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA EMPRESA -----	35
a)	Análisis interno de la organización -----	35
b)	análisis de productos y servicios -----	44
c)	Selección del mercado inicial -----	44
d)	Disposición a innovar-----	45
f)	Riesgos financieros -----	47
g)	Estrategias de internacionalización -----	47
	Ventajas y desventajas -----	48
	Ventajas -----	48

Desventajas -----	49
Riesgos -----	49
3.3. REQUISITOS PARA INTERNACIONALIZAR UNA EMPRESA -----	49
México -----	50
Chile -----	50
Argentina -----	51
Perú -----	52
Brasil -----	53
Colombia -----	53
3.4. FORMAS DE INTERNACIONALIZAR UNA EMPRESA -----	54
3.4.1 exportaciones -----	54
3.4.2 franquicias -----	55
3.4.3 licencias -----	55
3.4.4 alianzas estratégicas -----	55
4. CONCLUSIONES -----	57
Bibliografía -----	58

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA PARA EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DEL SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA)

AUTOR(ES): Diego Alejandro Cardozo Rueda

PROGRAMA: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR(A): Jaime Enrique Sarmiento Suarez

RESUMEN

En el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) implementó procesos estratégicos de internacionalización con los aprendices adscritos, que terminaron su etapa lectiva e iniciaban su etapa productiva, para ello se evaluó sus emprendimientos para analizar profundamente y contextualizar su intención de abarcar un mercado internacional que les permitiera desarrollarse empresarial, comercial y económicamente. La internacionalización tiene diversos compuestos importantes: Es un proceso que se desarrolla gradualmente, no es algo que está determinado en un tiempo definido, sino que se va desarrollando por diversas etapas al transcurrir del tiempo. Es un proceso, el cual requiere un desgaste de tiempo y una gran dedicación, evoluciona a través de etapas y mucha preparación. Este proceso es directamente proporcional a la actividad de la empresa, y a las actividades que se desempeñan dichas empresas, las cuales crecen considerablemente con la internacionalización. Podemos afirmar, que, por consecuencia de la internacionalización de su actividad, la empresa sufre cambios en su estructura, en su funcionamiento, en su operación en general. Este proceso implica incursionar en países extranjeros que pueden ser de muy diversos tipos: vender sus productos, comprar inputs, invertir, etc.- en otros mercados distintos al mercado nacional o doméstico. Se cumple una función esencial y determinante para el desarrollo de nuestro país ya que, si contamos cada vez más con emprendimientos que logren posesionarse a nivel global, tendremos sin duda alguna más flujo de dinero y con ello inversión, desarrollo y empleo en nuestro territorio nacional.

PALABRAS CLAVE:

globalización, innovación, internacionalización.

Vº Bº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: IMPLEMENTATION OF A GUIDE FOR THE INTERNATIONALIZATION PROCESS OF ENTREPRENEURS OF THE NATIONAL LEARNING SERVICE (SENA)

AUTHOR(S): Diego Alejandro Cardozo Rueda

FACULTY: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR: Jaime Enrique Sarmiento Suarez

ABSTRACT

In the National Learning Service (SENA), strategic internationalization processes were implemented with the attached apprentices, who finished their teaching stage and began their productive stage, for this, their undertakings were evaluated to deeply analyze and contextualize their intention to cover an international market that allow them to develop business, commercial and economically. Internationalization has several important components: It is a process that develops over time, it is not something static, a step or change that occurs at a given moment, but it evolves through various stages. It is a process, therefore, that implies dedication and time, evolves through stages and a lot of preparation. This process directly influences the activity of the company, its activity, its "business", which acquires a new dimension with internationalization. In other words, as a result of the internationalization of its activity, the company reveals changes in its operation, in its structure, in its way of operating in general. And, perhaps the most determining element of all, and as the very word "internationalization" indicates, this process implies the development of activities outside the country where the company is originally from. Internationalization implies "leaving" the borders of the country, developing business activities of the company –which can be of very different types: selling their products, buying inputs, investing, etc.- in markets other than the national or domestic market. An essential and decisive function is fulfilled for the development of our country since, if we have more and more enterprises that manage to take over at a global level, we will undoubtedly have more money flow and with it investment, development and employment in our national territory.

KEYWORDS:

globalization, innovation and internationalization.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

Durante el desarrollo del presente documento, se vio la necesidad de analizar la importancia de la implementación de herramientas eficaces, que se puedan aplicar y ajustar a la realidad de nuestro contexto nacional e internacional, que adicionalmente generen valor agregado al ámbito empresarial, comercial, económico de los pequeños y medianos emprendedores del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), es así como los nuevos emprendedores que se encuentran aún etapa lectiva podrán conocer el funcionamiento y la dinámica permanente de la economía mundial y como poder entrar a este mundo comercial internacional.

Esta información es importante previo a la etapa productiva donde los emprendedores logren incursionar y dominar el evolutivo mercado internacional y no limitarse exclusivamente al mercado nacional o local, con este propósito se muestra la importancia de adquirir tecnología de punta que le permita competir con los más altos niveles de calidad y competitividad en mercados extranjeros.

En conclusión, es necesario la implementación de estrategias fáciles adquirir y comprender, para que los emprendedores logren incursionar, registrar y posicionar su pequeño o mediano emprendimiento en el campo internacional, esto sin duda alguna ocasionará un impacto favorable

al flujo de la economía nacional, por lo tanto, contribuir en crecimiento y desarrollo de nuestro país.

Por esta razón es básico estimular y facilitar de manera pedagógica la información necesaria, determinada y practica en su aplicación para lograr abarcar muchos más eventuales usuarios emprendedores que puedan hacer uso de estas herramientas y con ello impactar generosamente en el desarrollo y emprendimiento de pequeñas y medianas empresa en el territorio nacional.

1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.

1.1. HISTORIA.

El SENA es una institución de carácter nacional, con personería jurídica, patrimonio y administración autónoma, adscrito al Ministerio de Trabajo. Con sus programas técnicos, ofrece formación gratuita a millones de colombianos con programas técnicos y tecnológicos de la más alta calidad y con gran sentido social.



A través de una formación profesional integral, el país tiene la capacidad de invertir en la infraestructura necesaria para mejorar el desarrollo social y tecnológico de los trabajadores en las diferentes regiones, e integrarlo con las metas del gobierno nacional atendiendo las necesidades específicas de recursos del gobierno nacional. Las empresas, a través de sus conexiones con el

mercado laboral, ya sean empleados o personas subempleadas, brindan enormes oportunidades para el desarrollo empresarial, comunitario y tecnológico. (SENA, 2020)

La entidad más querida por los colombianos funciona en permanente alianza entre Gobierno, empresarios y trabajadores, desde su creación, con el firme propósito de lograr la competitividad de Colombia a través del incremento de la productividad en las empresas y regiones, sin dejar de lado la inclusión social, en articulación con la política nacional: Más empleo y menos pobreza.

Por tal razón, se generan continuamente programas y proyectos de responsabilidad social, empresarial, formación, innovación, internacionalización y transferencia de conocimientos y tecnologías. (SENA, 2020)

1.2. MISIÓN.

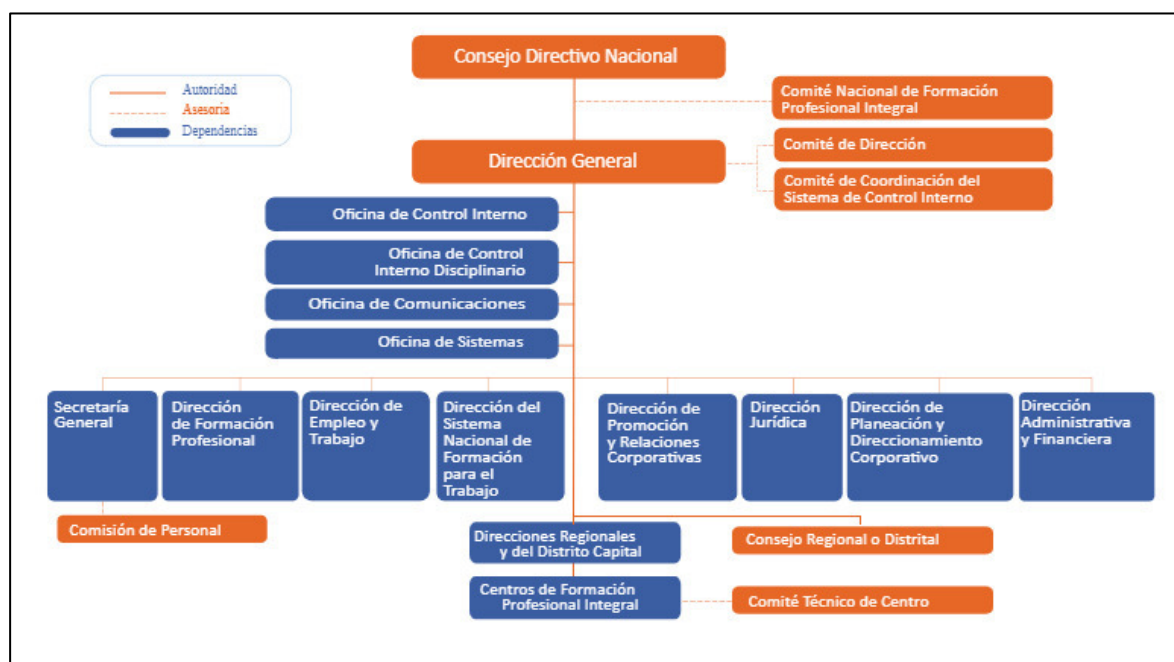
El SENA está encargado de cumplir la función que le corresponde al estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos, ofreciendo y ejecutando la formación profesional integral, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país (ley 119/1994).

1.3. VISIÓN.

En el año 2022 el Sena se consolidará como una entidad referente de formación integral para el trabajo, por su aporte a la empleabilidad, el emprendimiento y la equidad, que atiende con pertinencia y calidad las necesidades productivas y sociales del país.

1.4. ORGANIGRAMA SENA.

De acuerdo con las normas y apartes vigentes de la ley 119 de 1994 y el decreto 249 de 2004 (modificado parcialmente por el decreto 2520 de 2013), la “estructura formal” que tiene actualmente el SENA para el desarrollo de sus funciones, es la siguiente:



Fuente: Página Web Del Sena

1.5. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

1.5.1. Descripción del problema.

El SENA se ha convertido en la principal fuente de generación de proyectos empresariales e ideas de negocios de los jóvenes en Colombia, no obstante se han evidenciado situaciones en donde la falta de conocimiento o de estimulación a los emprendedores, los limita a ofrecer sus bienes o servicios únicamente en el mercado local, disminuyendo así las opciones de crecimiento empresarial y financiero que ofrece el mercado internacional, ante esta situación es preciso diseñar una herramienta que facilite esta labor y genere expectativas de negocio con la globalización comercial y abrir las puertas a los estudiantes que ingresan a la etapa productiva en el municipio de Floridablanca.

1.5.2 Formulación del problema.

La ausencia de una guía que facilite el proceso de internacionalización de los emprendedores del servicio nacional de aprendizaje (SENA) en etapa productiva del municipio de Floridablanca, limita las posibilidades de expansión financiera y empresarial de sus proyectos empresariales.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General

Implementar una guía que facilite el proceso de internacionalización de los emprendedores del servicio nacional de aprendizaje (SENA) que ingresan a etapa productiva del municipio de Floridablanca.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Caracterizar de acuerdo con el perfil académico a los estudiantes con ideas de negocios que califiquen para el proceso de internacionalización de emprendimientos.
- Diseñar una herramienta informativa que constituya una fuente de consulta que facilite el direccionamiento a través de una guía de internacionalización de los procesos empresariales.
- Implementar un documento como base para el desarrollo de procesos de internacionalización de bienes y servicios.

1.7. JUSTIFICACIÓN.

El presente trabajo busca esclarecer cuales son las carencias que ocasionan que nuestros emprendedores del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), no cuenten con los procesos pedagógicos que les permita tener el conocimiento de cómo incursionar y competir en el mercado internacional, para que esto se configure es necesario contar con la voluntad académica local y nacional, es decir, el incentivo de las entidades públicas prestadoras de servicio de aprendizaje, que se faciliten ofrecer los procesos adecuados y necesarios para que los emprendedores después de terminar su etapa lectiva e instructiva procedan a incursionar a la etapa productiva con el conocimiento básico y determinado de como internacionalizar sus ideas emprendedoras, si se

cuenta con esta preparación se tendrá empresarios competitivos no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional, de hecho mejoraría mucho los índices o estándares de calidad de las ideas de emprendimiento y por ende sin duda alguna el crecimiento empresarial y económico del territorio nacional.

Colombia cuenta con una enorme bondad de ideas y emprendimientos, quizás por la situación que nos aqueja en el sector económico y la escasas oportunidades laborales ha hecho de nuestros ciudadanos unas mentes inquietas, innovadoras y emprendedoras, el motivo especial sin duda alguna de poner en práctica estos procesos y estrategias que faciliten la internacionalización de los emprendedores, es demasiado importante, puesto que con ello, el país podrá posicionarse a nivel internacional creando con esto desarrollo, progreso y mucho empleo, que mejorara el flujo de dinero en el comercio y sin duda alguna la economía de la nación.

2. BASES TEORICAS

Para poder brindar un conocimiento básico de que procesos y estrategias que se pueden ajustar a las ideas de los emprendedores del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), debemos evaluar cuál es el problema que impide el conocimiento adecuado para la internacionalización de las ideas de los emprendedores.

2.1. PROCESOS ESTRATEGICOS DE INTERNACIONALIZACIÓN.

Los emprendedores del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) cuenta con una etapa lectiva, que les permite identificar y crear ideas innovadoras de emprendimiento, pero posteriormente a esta etapa, los estudiantes quedan con el conocimiento pero les es difícil incursionar en la etapa productiva, esta situación, puede cambiar si se ofrece el conocimiento de manera pedagógica y se analiza la situación de cada idea de emprendimiento para poder ofrecer procesos estratégicos que les permita incursionar en el mercado internacional.

2.2 ELEMENTOS FAVORABLES EN ESTRUCTURAS DE INTERNACIONALIZACIÓN.

- **Superar a las grandes empresas.**

Según la revista marketing & sales grupo (2016), la favorabilidad en las PYMES tiene que ver con el acecho de las grandes empresas que pueden competir en precio y margen de beneficio debido a su estructura económica del día a día. Esto les permite a las pequeñas empresas posicionarse a la misma altura que sus competidores más grandes gracias a la internacionalización.

- **Crecer a medio y largo plazo.**

Está demostrado que la internacionalización permite cuadruplicar el crecimiento de las empresas, por ejemplo, en Santander Empresas como Zara o el constructor ACS, lograron un alto crecimiento a medio y largo plazo cuando se opta por la apertura de los mercados.

- **Incremento de su competitividad.**

Las empresas que apuntan a la apertura de sus mercados en el plano internacional, necesariamente refuerzan su capacidad competitiva e incrementan su volumen de producción. Es notoria la diferencia en cuanto a su progreso económico frente a las empresas que aún no han optado por la internacionalización de sus negocios; se evidencian casos en que el volumen de sus negocios se ha duplicado y la interacción con clientes y proveedores extranjeros permite su estudio y la obtención de información valiosa a la hora de asumir nuevos retos.

- **Afrontar nuevos retos.**

En la actualidad es conveniente para las empresas desarrollar estrategias de competitividad y de productividad con el fin de resistir los embates que se generan en tiempos de recesión; además estos elementos se constituyen en armas valiosas a la hora de lanzarse a la conquista de nuevos mercados.

- **Incursión en mercados emergentes.**

Adicionalmente a conservar el mercado de origen, este tipo de empresas que le apuestan a la internacionalización tienen el valor agregado de incursionar en nuevos mercados emergentes que constituirán un soporte para su crecimiento, la conquista de nuevos nichos es un proceso continuo requerido para su crecimiento, en la actualidad existen un sinnúmero de empresas trabajando en

los países de BRIC (Brasil, Rusia, India y China) e incluso en otros mercados como Corea del Sur, Turquía y Vietnam, Bangladesh, Indonesia, Irán, México, Nigeria, Pakistán, Filipinas, Egipto.

- **Posicionamiento del buen nombre.**

En el comercio existe la costumbre de indagar por la seriedad y el cumplimiento en el desempeño comercial de una empresa, gozar de un buen nombre a nivel internacional es prenda de garantía para la ejecución de futuros proyectos de inversión.

- **Costos más reales.**

La opción de internacionalización ofrece la oportunidad de conocer con certeza los costos incurrido en cada negociación, y por lo tanto trasladarlos de acuerdo a la cadena de valor en las diferentes localizaciones con miras a realizar un análisis de competitividad y productividad y sobre todo con el retorno de la inversión.

- **Beneficios tributarios.**

En Colombia existen diversos beneficios tributarios que van en dirección a disminuir la carga impositiva de los contribuyentes y a su vez constituir un estímulo para aquellos empresarios que desean incursionar en mercados internacionales impulsando una de las políticas económicas del gobierno que tiene que ver con la globalización de la economía.

2.3.MARCO DE REFERENCIA.

Las sociedades cognitivas y de información, han venido creciendo en forma exponencial, a tal punto que las políticas de educación se han dinamizado de una forma tan vertiginosa que las convierten en la prioridad de muchas instituciones educativas como mecanismos de penetración en el mercado internacional.

En este orden de ideas, el SENA busca gestionar la internacionalización en aspectos como el tecnológico, académico, de transferencia de conocimientos, proyectos productivos, y cooperación internacional.

Todo esto mediante el afianzamiento de lazos económicos con organismos multilaterales, embajadas, agencias de cooperación, y empresas reconocidas dentro de los diferentes tratados de libre comercio.

Este proceso contribuye a mejorar considerablemente la calidad en la formación técnica y tecnológica en Colombia, se busca mediante intercambios de conocimientos y tecnología y la interacción en mesas de trabajo, redes de conocimiento y ruedas de negocios y proyectos fusionados, obtener una constante evolución e innovación tecnológica que implique el personal preparado e idóneo para las necesidades actuales en estos sectores productivos.

El convenio de cooperación internacional es gestionado por la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas del SENA, que consolida la estrategia de internacionalización y relaciones comerciales y tiene como objetivo intercambiar conocimiento y tecnología, y promover la formación técnica con calidad y oportunidades. También apoyamos la política

exterior de Colombia e intercambiamos asistencia técnica con el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Dirección de Cooperación Presidencial dentro de la Estrategia de Cooperación Sur-Sur. (APC). (SENA, 2021)

2.4.MARCO CONCEPTUAL.

Según la revista Master Card, las etapas del proceso de internacionalización son las siguientes:

Exportación casual

Comúnmente el empresario adopta una posición pasiva frente al mercado internacional, usualmente se reciben pedidos o solicitudes de cotización con cierta estela de prevención o desconfianza fruto del desconocimiento de los elementos que componen una negociación globalizada.

En esta fase el empresario limita su accionar a la dinámica que le impongan los clientes, es decir se limita a aceptar las condiciones que le impone el comprador del exterior.

Exportación experimental

Esta etapa deja ver un cambio de mentalidad, una mejor predisposición para destinar recursos al comercio exterior, es el momento cuando las empresas ocasionalmente buscan asesorarse por expertos en el tema con el fin de explorar el comercio exterior.

Exportación Regular

En esta etapa, la empresa ya está afianzada como exportadora, mantiene un flujo regular de envíos al exterior, además dentro de la estructura de la empresa cuenta un departamento exclusivo para el manejo del comercio internacional, dispone del talento humano suficiente para atender las necesidades inherentes a la comercialización de sus bienes o servicios en el mercado externo, ha podido establecer una línea de producción exclusiva para clientes internacionales.

Asimismo, la regularización de las exportaciones, implica mantenerse actualizado en el cambio de la normatividad de cada región, en el movimiento de su competencia, en el cambio de las reglas de juego con países vecinos, en el cambio de hábitos de consumo de los clientes en la fluctuación de los precios.

Según (Sanchez, 2015), los elementos que debe considerar una empresa para iniciar su proceso de internacionalización son los siguientes.

El país de destino, un mercado todavía por descubrir

Un estudio previo del mercado al cual se quiere llegar, debe involucrar aspectos como las posibilidades de los bienes o servicios ofertados, el sector económico al cual pertenece, los márgenes con los que se trabaja, su entorno, el comportamiento financiero de las empresas en el sector.

Diseño de un Plan de internacionalización.

Establecer un plan de internacionalización es el primer paso para garantizar el potencial éxito del proyecto de expansión comercial, es preciso contar con el acompañamiento permanente de un experto en procesos de internacionalización para establecer el derrotero con el cual la empresa iniciara su experiencia de globalización de sus productos o servicios.

Este plan se debe diseñar teniendo en cuenta todos y cada uno de los aspectos que inciden en el proceso de internacionalización, con el fin de disminuir los imprevistos durante el proceso y sorteando además los inconvenientes que se pudieran presentar.

Determinar el método de entrada al mercado.

Una de las opciones más recomendables es establecer un socio local para el afianzamiento de las relaciones mercantiles, en algunas oportunidades las empresas prefieren asignar un responsable en la filial con amplio conocimiento en el sector, y con experiencia en la comercialización de los bienes y servicios ofrecidos, esto trae como efecto algunos factores diferenciales que repercuten favorablemente marcando la diferencia frente a la competencia.

Establecer objetivos realistas.

El éxito radica en el establecimiento de objetivos a largo plazo, esto se determina concientizando al estudiante que es un proceso extenso y de cuidado; adicionalmente es importante fijar metas realistas y alcanzables, basados en la austeridad y en eficacia de las acciones.

Asignación de recursos.

Explorar el mercado internacional implica sufragar recursos importantes; si estos no se dosifican pueden llevar al traste cualquier proyecto, en tal virtud el desarrollo de procesos de internacionalización implica la dosificación financiera mediante estudios bien documentados y con enfoque realista.

Los partners locales y el equipo que liderará el proyecto.

Si la idea es asociarse con un partner local, se requiere ser en extremo cuidadoso y prudente. Se recomienda que en un principio la relación con el partner sea exclusivamente para temas mercantiles, y no accionarias hasta tener la certeza del funcionamiento del negocio.

Relaciones y Contactos.

Tres factores son los que inciden en la obtención del éxito y de la satisfacción empresarial con el cumplimiento de las metas de ventas; estas tienen que ver con la relaciones y contactos en la región, la conquista de nuevos clientes, y el trabajo serio y responsable de los canales de distribución.

El responsable comercial, la figura clave.

La búsqueda de un responsable comercial es el primer paso para dar inicio al proceso de internacionalización, es preciso que conozca el sector al que apunta la estrategia de globalización, la persona asignada deberá estar acompañando durante el primer año de actividades mientras el resto del equipo se habitúa a la nueva situación.

Control de los aspectos burocráticos y administrativos.

Tener conocimiento de las diferentes variables macroeconómicas de la región, es un aspecto básico para una buena gestión administrativa, es pertinente comprender el sistema tributario de la región, las diferentes políticas económicas del sector, los cambios en el régimen laboral, las condiciones mercantiles y los pactos regionales arancelarios.

Optimización fiscal internacional.

Por último, en todos los procesos de internacionalización, es importante conocer todos los conceptos de la legislación vigente en ambos países, el cumplimiento de la carga impositiva es inevitable con el fin de no correr con riesgos innecesarios por efectos del desconocimiento de las normas.

Identificar los convenios internacionales de doble imposición (CDI) y cómo aplicarlos es fundamental para poder decidir dónde producir productos o desarrollar servicios de manera más conveniente y emitir facturas. (Sanchez, 2015)

3. METODOLOGIA

El desarrollo del proyecto tiene una connotación para el desarrollo de un modelo cualitativo, consiste en revisar y analizar comportamientos y tendencias de los consumidores, además de las frecuencias de consumo y teniendo especial cuidado en sus necesidades que permitan diseñar un documento integral que sirva como insumo en los procesos de internacionalización de las empresas

3.1. FASES METODOLÓGICAS

FASE	OBJETIVO	ACTIVIDADES
Caracterización	Caracterizar de acuerdo con el perfil académico a los estudiantes con ideas de negocios que califiquen para el proceso de internacionalización de emprendimientos.	Revisión documental de programas académicos ofrecidos en el Municipio de Floridablanca por parte del SENA. Selección y consolidación de información pertinente a estudiantes en etapa productiva con ideas de negocio aplicables para procesos de internacionalización.
Diseño	Diseñar una herramienta informativa que constituya una fuente de consulta que facilite el direccionamiento a través de una	Diseñar y construir una base de datos con las diferentes ideas de negocios y sus autores.

	guía de internacionalización de los procesos empresariales.	Construir una matriz que integre un diseño informativo consolidado y de primera mano para el direccionamiento del acompañamiento en procesos de internacionalización.
Implementación	Implementar un documento como base para el desarrollo de procesos de internacionalización de bienes y servicios.	Elaborar un documento como herramienta básica en procesos de internacionalización. Implementar una bitácora para que los estudiantes en etapa productiva visualicen en forma objetiva las alternativas de internacionalización de bienes y servicios.

Fuente: Autor del proyecto

3.1.1. Fase de Caracterización

La identificación de los diferentes perfiles es fundamental para el enfoque del trabajo en virtud de que sobre esta información se cimentara la estructura de la guía que facilitara la labor de internacionalización.

OBJETIVO	
<p>Sistema de investigación, desarrollo tecnológico e innovación-SENNOVA incluye la capacidad de buscar investigación aplicada y desarrollo experimental mediante el desarrollo de proyectos científicos, tecnológicos e innovadores en las diferentes áreas programáticas del sistema dentro del centro de formación del SENA, lo que aclara y aclara la productividad, la innovación y la competitividad. La capacidad se transfiere a pequeñas, medianas y grandes empresas.</p>	
PROGRAMA	DESCRIPCION
Innovación	<p>El plan SENNOVA tiene como objetivo implementar acciones que contribuyan a la consolidación de los procesos de investigación, desarrollo tecnológico e innovación en el sector productivo y centro de formación de Colombia, cuyos resultados sean directamente proporcionales a los resultados y a su competitividad, por lo tanto, la formación profesional integral y la formación profesional.</p>
Investigación	<p>A partir del análisis de la información y la preparación de la investigación, se desarrollan actividades para fortalecer las políticas integrales de formación profesional y mejorar su pertinencia y calidad, acelerando así estas estrategias de gestión del conocimiento generado. Los resultados de la investigación aplicada realizada en los centros y los proyectos que buscan incorporarla a la formación, difundir este conocimiento y trasladarlo a la formación profesional, al trabajo y al sector productivo.</p>
Desarrollo tecnológico	<p>SENNOVA avanza el plan para impulsar el plan de desarrollo tecnológico a través de la ruta planificada de generación de capacidades de ciencia, tecnología e innovación en el centro de formación, como estrategia para dar solución a las necesidades urgentes del sector productivo y de la región.</p>

Fuente: Portal SENNOVA: <http://sennova.senaedu.edu.co/>

<https://www.sena.edu.co/es-co/formacion/Paginas/tecnologia-innovacion.aspx>

Al Centro Industrial del Diseño y la Manufactura (CIDM) Regional Santander confluyen estudiantes de todas las regiones del país, y esto lo convierte en una gran cosmopolita de la educación y un espacio para generar proyectos empresariales con perfil internacional.

Hoy, brindar productos y servicios al departamento es una oportunidad para expandir su combinación de ingresos, lo que le permite a la agencia capacitar a más jóvenes con mejores habilidades para brindar servicios en estas áreas, y coordinar e implementar sus propias acciones.

El centro de la región brinda salud ocupacional, panadería, alimentos, empresas agrícolas, seguridad industrial, mantenimiento industrial y automotriz, telecomunicaciones, desarrollo de videojuegos, zapatería, productos de cuero, confección, construcción, carpintería, sistemas, joyería, gestión empresarial Capacitación, documento gestión, hotelería, sistema de información, ganadería, marcaje y gestión estética, etc.

Es así como estas nuevas iniciativas y disciplinas contribuyeron a los dos tipos de locomotoras que propugna el Gobierno Nacional: la agricultura y la minería, el sector las impulsa de igual manera de diferente manera, y pueden ser utilizadas en estos campos económicos.

Con las consideraciones anteriores y teniendo en cuenta la realidad y los retos del entorno nacional e internacional para el SENA y su interacción, además de los diversos modelos existentes, se pretende a partir de la construcción de un instrumento hacer una caracterización de las condiciones exógenas y endógenas del sector , así como de diferentes modelos y prácticas , para identificar con un visión realista de cada uno de los escenarios para la internacionalización, además de propender por el reconocimiento de la diversidad e identificar y exaltar las experiencias exitosas.

Modelo para elaborar la caracterización estructural del negocio

CONDICIONES EXOGENAS/ENDOGENAS	EJES TEMATICOS			
MARCO NORMATIVO	GESTION ADMINISTRATIVA	MOVILIDAD	INVESTIGACION	ALIANZAS ESTRATEGICAS
ANALISIS DE MERCADOS				
SOSTENIBILIDAD ECONOMICA				
BUENAS PRACTICAS DE INTERNACIONALIZACION				

Se espera con lo anterior, crear insumos para el desarrollo de programas, iniciativas y proyectos empresariales dentro del marco misional del SENA, así como en información confiable que contribuya a la generación de políticas públicas que, además de ser acertadas con la realidad nacional, regional y local, respondan a las necesidades y potencialidades del sector.

Cada uno de los ejes temáticos anteriores articulados entre sí y con los tres pilares definidos, sobre la base de las buenas prácticas, y con un líder acompañado de un grupo de trabajo, se podrán consolidar negocios globalizados dentro de la órbita.

3.1.2. Fase de Diseño

En esta etapa, es relevante la identificación de los estudiantes al igual que la descripción de sus ideas de negocios con el fin de viabilizar su materialización e igualmente la posibilidad de su internacionalización.

El diseño de una matriz que contenga la información más relevante del proyecto facilita el proceso de identificación del destino final de sus productos, adicionalmente es importante el acompañamiento permanente de los integrantes de la empresa, y la implementación de la guía que clarifique la intención de internacionalizar su negocio.

Herramienta informativa como fuente de consulta

IDENTIFICACION DE ESTUDIANTES		DOCUMENTO DE IDENTIDAD		No. CELULAR	
				E - MAIL	
				REDES SOCIALES	
DESCRIPCION DE LA IDEA DEL NEGOCIO					
PLATAFORMA ESTRATEGICA					
MISION			VISION		
DESCRIPCION DE BIENES O SERVICIOS POTENCIALMENTE COMERCIALES A NIVEL INTERNACIONAL					
NOMBRE	DESCRIPCION				

ESTRUCTURA LEGAL DEL PROYECTO	REGISTRO MERCANTIL		FECHA	
	R.U.T		FECHA	
	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO		FECHA	

Formato 1: elaborado por el autor

Información adicional:

- Sitio web de la empresa
- Videos promocionales
- Componente innovador
- Identificación de la competencia directa

3.1.3. Fase Implementación

Durante el desarrollo del trabajo de campo realizado junto con los estudiantes en etapa lectiva del SENA; se evidenciaron algunas situaciones que merecen ser tenidas en cuenta en el abordaje de la guía:

- **Aspectos previos a la internacionalización de un proyecto**

La internacionalización se ha convertido en un infinito espacio para dar a conocer y comercializar nuestros bienes y servicios; no obstante, es importante considerar algunas situaciones que marcaran el éxito en el camino hacia las metas propuestas.

El éxito radica en una estrategia sólida en un derrotero bien sustentado que marca el camino para llevar bienes al mercado internacional.

3.2. GUÍA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA EMPRESA

a) Análisis interno de la organización

El inicio de un proyecto siempre se basa en el conocimiento pleno de la empresa; el mecanismo adecuado es mediante la aplicación de la matriz DOFA que permite obtener los insumos necesarios además de las estrategias requeridas dentro de un del sinnúmero de variables que puedan surgir.

MATRIZ DOFA

--	--

	<u>POSITIVOS</u>	<u>NEGATIVOS</u>
<u>INTERNOS</u>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El SENA es un establecimiento reconocido para el desarrollo social. • Formamos los mejores líderes empresariales. • Tenemos a los mejores docentes profesionales y capacitados. • Los procesos de internacionalización están en crecimiento. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta capacitación en nuevas tecnologías. • Fallas en las entregas oportunas de los pedidos. • La situación económica de las empresas no es la adecuada para crear nuevas sedes. • El sistema administrativo está mal estructurado.
<u>EXTERNOS</u>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresas calificadas de Estados Unidos solicitan alianzas para desarrollar procesos comerciales. • Beneficios tributarios • Formación de nuevos líderes que impulsan el desarrollo de la región. • Los docentes se están capacitando para obtener certificación de calidad internacional. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competitividad con otras empresas con portafolios más innovadores. • Presupuesto para el comercio internacional bajo. • Costos incurridos que exceden los presupuestos. • Desequilibrio económico y social en mercados internacionales.

El contexto interno y externo evidenciado por la matriz DOFA, permite no solo identificar las situaciones internas y externas que repercuten en el proceso de internacionalización de las empresas, sino que además con herramientas de interacción es posible diseñar estrategias que conforman opciones de gran ayuda para la ejecución del proyecto establecidas en el cruce de la matriz DOFA.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Empresas calificadas de estados unidos solicitan alianzas para desarrollar procesos comerciales.• Beneficios tributarios• Formación de nuevos líderes que impulsan el desarrollo de la región.	<ul style="list-style-type: none">• Competitividad con otras empresas con portafolios más innovadores.• Presupuesto para el comercio internacional bajo.• Costos incurridos que exceden los presupuestos.• Desequilibrio económico y social en mercados internacionales.

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>El SENA es un establecimiento reconocido para el desarrollo social.</p> <p>Formamos los mejores líderes empresariales.</p> <p>Tenemos a los mejores docentes profesionales y capacitados.</p> <p>Los procesos de internacionalización están en crecimiento</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA</p> <p>Generar procesos de internacionalización armonizados con los beneficios tributarios que ofrecen las regiones</p> <p>Capitalizar el talento humano en asociación con empresas del exterior fortaleciendo alianzas estratégicas empresariales.</p> <p>Liderar procesos que involucre a más empresas estructurados en las nuevas competencias de los docentes.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA</p> <p>Formar líderes empresariales visionarios y con capacidad de crear empresas competitivas en el mercado internacional.</p> <p>Generar procesos de internacionalización con plena identificación y manejo de sus costos.</p> <p>Generar estrategias que abran espacios de equidad económica y social mediante acciones innovadoras.</p> <p>Crear empresas viables económicamente, con talento humano innovador y capaz de crear espacios para competir en igualdad de condiciones a las del mercado.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>Falta capacitación en nuevas tecnologías.</p> <p>Fallas en las entregas oportunas de los pedidos.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA</p> <p>Adquisición de software con tecnología de avanzada.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA</p> <p>Diseñar un portafolio de bienes y servicios innovador y de fácil acceso.</p>

<p>La situación económica de las empresas no es la adecuada para crear nuevas sedes.</p> <p>El sistema administrativo está mal estructurado</p>	<p>Adquirir maquinaria especializada en producción limpia.</p> <p>Desarrollar procesos de formación del talento humano en industria 4G.</p> <p>Desarrollar propuestas de asociatividad para inyectar el presupuesto requerido en el desarrollo de proyectos.</p>	<p>Mejorar los productos estrella con valores agregados representados en tecnología e innovación.</p> <p>Celebrar convenios de apoyo logístico que ayuden a cumplir con las necesidades de los clientes.</p>
---	--	--

MATRIZ DOFA CRUZADA

La matriz DOFA y su interacción evidencia estrategias que dejan ver un mapa más claro del entorno del negocio de internacionalización.

Es preciso conocer la capacidad financiera y humana, además de los recursos adicionales que se necesiten con el fin de que el proyecto empresarial satisfaga las necesidades del cliente externo e interno.

CICLO DE RECLUTAMIENTO DEL TALENTO HUMANO



Atraer: Consiste en efectuar la mejor selección dentro de un menú de opciones específicas para el cargo.

Conocer: Esta fase involucra aspectos la identificación del potencial, la evaluación de la actuación, evaluación del desempeño, otros modelos de evaluación.

Formar: Incluye procesos de formación, mejora continua y desarrollo de talentos.

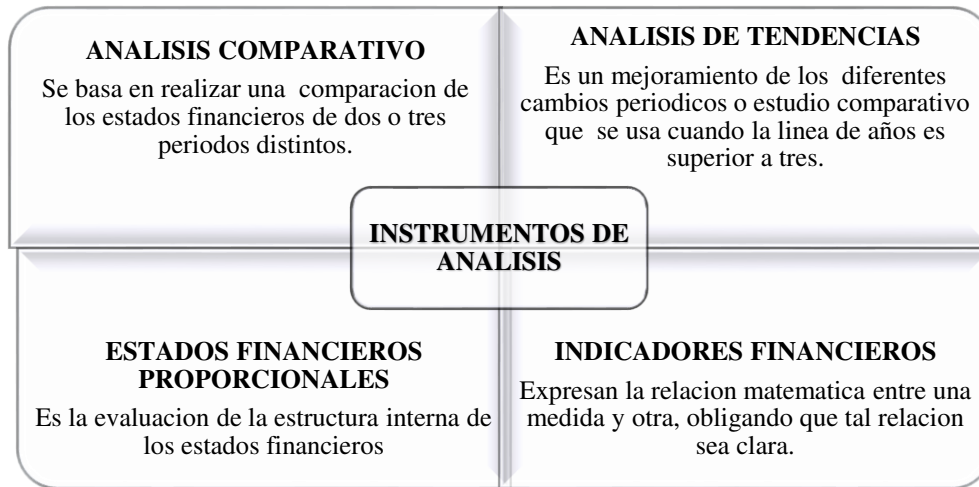
Desarrollar: tiene que ver con el desarrollo de mapa de talento, planes de sucesión, planes de desarrollo individual.

TABLA DE INDICADORES DE TALENTO HUMANO	
NOMBRE DEL INDICADOR	DESCRIPCION
Evaluación de desempeño	Es el indicador que proporciona información sobre cómo se debe mejorar el rendimiento productivo de la mano de obra, ofreciendo herramientas requeridas para su desarrollo profesional.
Evaluación de la actuación	Es un indicador para medir las actividades de los colaboradores, lo cual es crucial porque permite medir el tiempo que tardan los empleados en iniciar sus respectivas actividades en la empresa y determinar si el proceso de selección es el adecuado.
Índice de rotación de personal	Este es uno de los principales indicadores porque tiene en cuenta el grado de permanencia de los empleados de la empresa. Para este indicador, se puede considerar que el porcentaje ideal es inferior al 5% de la facturación.
Niveles de ausentismo	Con estos datos importantes, puede medir la ausencia de trabajadores en el lugar de trabajo, ya sea por ausencias, permisos o retrasos después de la llegada. Este indicador es muy importante porque no solo refleja datos, sino que también tiene implicaciones más amplias para la

	<p>motivación de los trabajadores, el compromiso con el desempeño laboral y las propias operaciones de la empresa.</p>
Tasa de retención de talento	<p>Dado que la tasa de retención debe ser el objetivo principal de la empresa, podemos consultar este indicador como complemento de la vista anterior. Para lograrlo, es importante que conozcamos las identidades de los puestos clave y compañeros de la organización y sus horas de trabajo en la empresa.</p> <p>Para calcular la tasa de retención, debe dividir los colegas clave que permanecieron en la empresa ese año por el número total de colegas clave.</p>

Fuente: <https://blog.peoplenext.com.mx/6-indicadores-clave-para-la-gestion-de-talento-humano>

EVALUACION FINANCIERA



Con la evaluación financiera es posible identificar, valorar y comparar entre si la relación costo – beneficio asociados a la empresa con el fin de tomar disposiciones en cada una de las alternativas de inversión, y además sustentar decisiones de tipo administrativo siempre buscando la mejor opción para el negocio.

- Es posible que se requiera de estudios adicionales de mercado, financieros, asesorías, visitas y análisis de tendencias que vislumbren todas las posibilidades de incursión en el mercado global.
- La formación del talento humano es un elemento preponderante dentro de la estructura administrativa de la empresa, esto incluye el manejo del mercado internacional, el manejo de otros idiomas, la comunicación asertiva y la destreza en los negocios internacionales.

b) análisis de productos y servicios

- Al igual que en ítem anterior, es preciso efectuar un análisis de los productos y servicios que se van a ofrecer en el mercado internacional e identificar cuales responden con los requisitos que el mercado internacional exige. El éxito de un producto radica en el cumplimiento de variables y de indicadores de calidad que cumplan las necesidades de los clientes.
- Una señal de que un bien o servicio tendrá acogida en el mercado internacional tiene que ver con la respuesta que ha tenido en el mercado nacional. Existe la posibilidad de que, si el producto fue exitoso en el mercado interno, igualmente lo será en el mercado internacional.
- El monitoreo permanente de los competidores, permite adoptar acciones que redunden en la optimización de los productos ofrecidos además de los niveles de aceptación de los mismos.
- Si los clientes del exterior muestran interés en los productos o servicios, es un excelente indicador para hacer énfasis sobre esta fortaleza.

c) Selección del mercado inicial

- Es importante desarrollar una evaluación de las diferentes opciones, teniendo en cuenta todos los aspectos externos que puedan influir como las leyes vigentes, moneda circulante, tipo de cambio, aspectos económicos, políticos y culturales.

- Adicionalmente, se debe tener en cuenta el idioma y el clima, como factores determinantes de la comercialización del producto o servicio que se quiere ofrecer. Es indispensable cuestionarse: ¿Se beneficia realmente la empresa en este mercado?
- Elaboración permanente de cuadros comparativos, curvas de tendencia, análisis porcentuales, proyecciones financieras y de esta forma construir elementos de juicio para tomar decisiones acertadas y que involucren todas las variables.

d) Disposición a innovar

- Los bienes y servicios que buscamos internacionalizar, no reaccionan de la misma manera del mercado local, esto implica la disposición permanente a la innovación.
- La cultura, políticas aduaneras, idiomas, etc., son amenazas permanentes para lograr el éxito del producto. Estos inconvenientes se pueden superar con la adopción permanente de cambios con actitud proactiva para que se adapten a los nuevos mercados internacionales.
- Los cambios que se deriven dentro del proceso de internacionalización cuentan como innovación, por ejemplo, la presentación del producto, el tipo de comercialización, los mecanismos de pago y los modelos organizativos.

e) Promoción del producto y canales de comercialización

- Tener claro cuáles son los canales de comercialización y la táctica para promocionar los aspectos importantes a incorporar en el plan de negocios.
- Los canales de comercialización hacen referencia a las formas como se van a introducir los productos al mercado y la forma como se va a realizar la venta.
- Investigaciones previas han determinado si es necesario hacer negocios en la región, no siempre es necesario moverse y es posible iniciar el proceso de internacionalización a través de la exportación de bienes o servicios.
- De ser así, toda venta se ejecuta por medio de un mediador o un socio estratégico de la región. La ventaja de esta elección es que aporta experiencia y conocimiento sobre el mercado.
- Si no es posible contar con el socio estratégico, otra alternativa es realizar ventas a través de empresas de distribución de la zona donde se piensa expandir.
- Impulsar la promoción de productos a través de las estrategias de marketing disponibles (INBOUND, NEUROMARKETING, SEO, etc.). Se recomienda realizar una investigación para elegir la mejor opción para la empresa.

f) Riesgos financieros

- **Riesgo región:** comprende los peligros que un país tiene para los negocios internacionales. Ocasionalmente el indicador implementado es el diferencial entre la rentabilidad de los bonos del país a evaluar con los bonos americanos.
- **Riesgo económico:** directamente relacionado con las fluctuaciones desfavorables de la economía del país, y el impacto social que genera.
- **Riesgo de tipo de cambio:** reflejado con los movimientos de la tasa de cambio con tendencia negativa y las pérdidas que se generan en las empresas por estas variaciones.
- **Riesgo político:** Los cambios de gobernantes traen implícitas nuevas tendencias en las políticas económicas que provocan cambios en la tributación y en los acuerdos económicos en las regiones.

g) Estrategias de internacionalización

- **Análisis de la oferta:** en este primer paso es preciso hacer un análisis a conciencia si el producto que se va ofrecer tiene un valor agregado; de no ser así es preferible prescindir de la idea.
- **Disponibilidad financiera:** Si este mercado está interesado en tus productos es importante mantener los recursos suficientes y si es preciso es necesario buscar una inyección de recursos tanto humanos como de efectivo para realizar las negociaciones.

- **Adaptación:** Otro aspecto importante es la adecuación que los empresarios deben hacerle a su producto o servicio, teniendo en cuenta el mercado al que ingresan.
- **Integración:** El compromiso de los propietarios de una empresa con sus objetivos además de todo el plantel directivo y los trabajadores.
- **Diferencias culturales:** Adaptación a los cambios culturales y de idiosincrasia.

Ventajas y desventajas

La decisión final sobre la internacionalización de productos se debe asumir dentro de los resultados que surjan del balanceo de las diferentes opciones para el proyecto.

Ventajas

- Es un mecanismo interesante para el crecimiento de la empresa.
- Da solides y resistencia a la imagen corporativa.
- Diversificación el catálogo de clientes.
- Implica mejoramiento continuo en los sistemas de gestión de recursos.
- Genera nuevas demandas de empleo.
- Incentiva las expectativas salariales a los empleados.
- aumento en las ventas de los productos.
- Genera competitividad empresarial.

- Promueva procesos de innovación.

Desventajas

- Es un requisito tener un colchón económico representativo para la inversión inicial.
- dificultades para ingresar el producto en el mercado (perecederos, políticas económicas, leyes, etc.).
- La mitigación de las desventajas depende del grado de profundización de los estudios previos.

Riesgos

- Es posible que los productos o servicios no logren adaptarse al nuevo mercado.

3.3.REQUISITOS PARA INTERNACIONALIZAR UNA EMPRESA

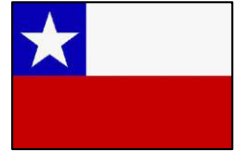
Internacionalizar una empresa requiere cumplir con algunos requisitos que, dependiendo del país donde se encuentre y hacia donde apunte su intención de negociar, varia:

México



- Permitir establecer su propia empresa en la Secretaría de Relaciones Exteriores. (ser).
- Negociar los estatutos de la empresa ante notario o corredor público.
- Registrarse en el Centro de Registro de Gestión Tributaria (sat).
- Notificación notarial de la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- Introducir en el registro público de la propiedad y la empresa. Si la persona es física, no es necesario que se tomen medidas hasta ahora.
- El registro de la empresa en la tesorería general.
- Solicitud de uso del suelo y / o construcción de edificios: para el establecimiento de la propiedad en el departamento de desarrollo urbano y ecología del municipio.
- Inscripción ante el instituto mexicano del seguro social (imss) y el instituto del fondo nacional para la vivienda de los trabajadores (infonavit).
- Registro de la empresa ante el Ministerio de Salud. (ss).
- Establecimiento de la comisión de seguridad e higiene de la secretaría del trabajo (stps).
- Registro de inversión extranjera en la secretaría de economía (se).
- Registro en el sistema de información empresarial mexicano (siem). (EMPRENEDORES Y NEGOCIOS, 2018)

Chile



- Disponer de un registro único tributario (rut). se obtiene al registrarse en el servicio de impuestos internos (sii).
- Puntualizar tipo de sociedad.
- Redactar los artículos de incorporación de la empresa.
- Legalización de la escritura de sociedad ante notario.
- Presentar escritura legalizada en las oficinas del conservador de bienes raíces.
- Inscripción de la sociedad en el registro de comercio.
- Publicación en el diario oficial.
- Declaración de iniciación de actividades ante el (sii).
- Licencia municipal.
- Abrir una cuenta corriente bancaria (esta cuenta se requiere una vez que la empresa se establece mediante un contrato estandarizado entre el banco y el cliente y la empresa se establece formalmente). (EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS, 2018)

Argentina



- Consulta y reserva de nombre para la sociedad (inpi).
- redacción de estatutos y otorgamiento de instrumento público de constitución.
- Inscripción de la sociedad en el registro público de comercio (inaes) y rubricación de libros ante el registro público de comercio.

- Inscripción en la administración federal de ingresos públicos (afip), dónde se obtiene la clave única de identificación tributaria (cuit).
- Inscripción en el organismo provincial impositivo.
- Autorización municipal o comercial del departamento tributario de actividades económicas.
- Inscripción en el organismo regulador del rubro.
- Inscripción en la administración nacional de seguridad social (anses).
- Inscripciones como empleador. realizar los trámites en afip, organismo provincial impositivo, secretaría de trabajo, anses, aseguradora de riesgos de trabajo, obra social, sindicato y compañía de seguros. (EMPRENEDORES Y NEGOCIOS, 2018)

Perú



- Establecer el tipo de sociedad.
- Realizar una búsqueda del nombre de la empresa en los registros públicos (sunarp) y reservarlo.
- Elaborar actas de reuniones societarias firmadas por el abogado, indicando su aportación de capital, objeto social, socios fundadores, etc.
- Escrituras públicas de constitución de la empresa frente a abogados, mostrando actas de reuniones, copias de pasaportes, visas emitidas por Digosin y próximas actividades de la empresa.
- Apertura de cuenta corriente a nombre de la empresa en una institución bancaria local.
- Inscripción de la sociedad en la superintendencia nacional de los registros públicos (surnap).
- Obtención del registro del contribuyente (ruc) en el sunat.
- Apertura y legalización de los libros de sociedad y libros contables ante el colegio de notarios.

- Autorización del libro de planillas ante el ministerio de trabajo y promoción del empleo.
- Obtención de licencia municipal de funcionamiento.
- Registro de inversión directa extranjera, trámites ante proinversión. (EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS, 2018)

Brasil



- Elaboración de estatuto social (para s.a) o elaboración del contrato social (para s.l y civil).
- Registro en la junta comercial notaría del registro civil (dnrc).
- Registro en la hacienda pública federal.
- Registro en la secretaría de hacienda.
- Registro en la alcaldía municipal

Colombia



- Elegir entre sociedad y su tipo societario o sucursal.
- Verificar la disponibilidad del nombre ante la cámara de comercio.
- Presentar el acta de constitución y los estatutos de la sociedad en una notaría.
- Firmar la escritura pública de constitución de la sociedad y obtener copias.
- Registrar la empresa y organización empresarial en el registro mercantil de la cámara de comercio correspondiente al gobierno municipal, y obtener copia del certificado de existencia y representante legal allí.
- Formulario rut y obtención del número de identificación tributaria (nit) en el mismo lugar.

- Abrir una cuenta bancaria y depositar el total del capital social.
- Inscribirse ante la administración de impuestos distritales.
- Inscribir a los empleados al sistema de pensiones y sistema nacional de salud.

(EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS, 2018)

3.4.FORMAS DE INTERNACIONALIZAR UNA EMPRESA

En lo que respecta a la internacionalización de las empresas colombianas, podemos decir que se ha realizado un proceso que con su desarrollo se ha hecho ampliamente conocido en el mercado mundial. En la actualidad, se sabe que existen corporaciones multinacionales establecidas en Colombia, y estas corporaciones multinacionales han operado y logrado éxito en estos mercados.

(DINERO, 2020)

El estudio del inicio del proceso anterior se relaciona con el inicio de la economía en la década de 1990, y el modelo de sustitución de importaciones se implementó después de la Segunda Guerra Mundial, en algunos casos se originó a partir del descubrimiento de Estados Unidos.

(DINERO, 2020)

Exportaciones

Esta es una práctica que requiere inversión, riesgo y, a veces, mucho trabajo para la empresa.

Para estas empresas, esto es un gran obstáculo, porque apuestan por el deporte a gran escala. Si no se cuenta con un colchón financiero o la capacidad crediticia necesaria, aun cuando se tenga

fondos, es necesario considerar que la mayoría de los productos no son factibles en cuanto a su calidad perecedera, su valor o incluso su peso. Actualmente, se debe realizar una revisión integral para considerar otras estrategias que permitan que más empresas colombianas ingresen a los mercados externos.. (DINERO, 2020)

Franquicias

Básicamente intercambian modelos de negocio con socios locales en el mercado a través de contratos que incorporan muchas restricciones, con el propósito de brindar protección a los propietarios de los modelos. Los socios locales podrán copiar y utilizar el derecho de uso para compensar ciertas regalías.. (DINERO, 2020)

Licencias

Acordaron otorgar a terceros el derecho a utilizar los derechos de propiedad intelectual. Indica que el abogado tiene todos los derechos de propiedad intelectual previamente establecidos por el abogado, ya sea expresados en forma de diseño o patente. Como compensación por la franquicia, el abogado deberá abonar las regalías pactadas. (DINERO, 2020)

Alianzas Estratégicas

Es una de dos estrategias, dependiendo de si se trata de inversión de capital. Cuando la alianza incluye la adquisición parcial de otra empresa extranjera, se suele denominar una acción de inversión extranjera, que requiere mayores pérdidas económicas que las operaciones de exportación. En cuanto al segundo enfoque, consiste en acuerdos previamente alcanzados que permiten a la empresa utilizar recursos particularmente justos para establecer una asociación para ambas partes y beneficiarse de ella. (DINERO, 2020).

Es atractivo estudiar estas opciones a través de la internacionalización visual. La idea no es evaluar esencialmente las actividades de exportación como positivas o negativas. Por el contrario, es necesario estudiar las posibles opciones que llevan a las empresas estatales a ingresar a nuevos mercados en función de sus mercados naturales, que pueden combinar factores como el riesgo y la inversión en el marco de sus limitaciones. Además, no importa qué estrategia elijamos, tenemos una variedad de opciones para crear nuestro propio modelo internacional.

4. CONCLUSIONES

Es evidente que la existencia de una bitácora para emprender el rumbo de la internacionalización se constituye en la principal herramienta que llevara a feliz término estas ideas de negocio siempre y cuando su contenido goce de la confianza y la información suficiente para su aplicación.

Al internacionalizar una empresa nos da la posibilidad de tener un proceso de crecimiento para las nuevas ideas de emprendimiento, así mismo crecen oportunidades de mejoramiento en los procesos de aprendizaje, innovación y gestión.

La internacionalización de los productos ayudará a reforzar o fortalecer la organización, prometiéndole un diseño llamativo, más fuerte y atractiva gracias al canje de diversas habilidades y que da inicio a este ciclo.

Es pertinente conocer las ventajas y desventajas de la internacionalización con miras a tomar la mejor decisión que redunde en beneficios sociales y económicos para la empresa.

Las fallas en los mercados internacionales en productos neutros generan relaciones no sólidas procedentes de jerarquías, diferencia en precios y políticas de estado.

La consecuencia del crecimiento internacional es que se buscan mayores niveles de rentabilidad con la expansión de los potenciales clientes que ofrece la globalización.

Bibliografía

aventaja marketing & sales group. (2016, octubre 25). aventaja marketing & sales group.

Retrieved from aventaja marketing & sales group: <http://blog.aventaja.com/principales-ventajas-de-la-internacionalizacion-de-empresas-ti>

DINERO. (2020, NOVIEMBRE 5). DINERO. Retrieved from DINERO:

<https://www.dinero.com/opinion/opinion-on-line/articulo/internacionalizacion-empresas-colombianas-alla-exportaciones/117071>

EMPRENEDORES Y NEGOCIOS. (2018, SEPTIEMBRE 11). EMPRENEDORES Y

NEGOCIOS. Retrieved from EMPRENEDORES Y NEGOCIOS:

<https://emprenedoresynegocios.com/internacionalizar-una-empresa/>

Master card. (2018, abril 26). Etapas más comunes en el proceso de internacionalización.

Retrieved from Etapas más comunes en el proceso de internacionalización.:

<https://www.mastercardbiz.com/caribbean/es/2018/04/26/etapas-mas-comunes-en-el-proceso-de-internacionalizacion-en-cual-se-encuentra-su-empresa/>

Sánchez, J. (2015, junio 9). Pymes y Autónomos. Retrieved from Pymes y Autónomos: <https://www.pymesyautonomos.com/vocacion-de-empresa/10-consejos-para-la-internacionalizacion-de-la-empresa>

SENA. (2019, DICIEMBRE 10). SENA. Retrieved from SENA: https://www.sena.edu.co/es-co/regionales/zonaAndina/Paginas/_Santander.aspx

SENA. (2020, enero 1). SENA. Retrieved from SENA: <https://www.sena.edu.co/es-co/sena/Paginas/quienesSomos.aspx>

SENA. (2020, ENERO 1). SENA. Retrieved from SENA: <https://www.sena.edu.co/es-co/sena/Paginas/misionVision.aspx>

SENA. (2021, DICIEMBRE 30). SENA. Retrieved from SENA: <https://www.sena.edu.co/es-co/sena/Paginas/internacionalizacion.aspx>

Universidad la Gran Colombia. (2014). Políticas de Internacionalización. In U. I. Colombia, Universidad la Gran Colombia (p. 4). Bogotá: universidad la Gran Colombia.