

III. INTERNACIONALIZACIÓN

Costa Rica representa un mercado interesante para lanzar y validar ideas y proyectos de negocio, más a la hora de proyectar crecimiento y escalabilidad de un emprendimiento, este mismo mercado se queda corto en cuanto a tamaño se refiere. Resulta entonces necesario pensar en abarcar mercados fuera de nuestras fronteras para prosperar económicamente y expandir el rango de impacto. A lo largo de este capítulo se incluyen conceptos y recomendaciones que pueden ayudar a emprendedores y empresas a proponer o reinventar su visión de escalabilidad hacia contextos internacionales.



a. Definiciones

i. Comercio internacional

Trata sobre transacciones económicas que se realizan entre territorios aduaneros, estados o países, que mantienen entre ellos acuerdos de bilateralidad comercial y cuyas operaciones se gestionan, tramitan y ejecutan bajo normas internacionales.

ii. Globalización

Es la comunicación e interdependencia entre los diferentes países alrededor del mundo en la cual unen sus culturas, sus mercados y sus sociedades.

iii. Exportación

Es la actividad comercial que consiste en el envío de un bien o servicio, a modo de mercancía, hacia un cliente en otro país.

iv. Importación

Es la actividad comercial que consiste en la recepción de un bien o servicio, a modo de mercancía, proveniente de un país productor o emisor.

v. Aduana

Es una oficina pública gubernamental situada en puntos estratégicos, por lo general en costas, fronteras o terminales internacionales de transporte de mercancía como aeropuertos o terminales ferroviarias. Se encarga del control de operaciones de comercio exterior, con el objetivo de registrar el tráfico internacional de mercancías que se importan y exportan desde un país en concreto, y cobrar los impuestos que establezcan las aduanas

vi. Arancel

Es el tributo que se aplica a todos los bienes que son objeto de importación y/o exportación.

vii. Internacionalización

Para un emprendimiento, es el ejercicio de iniciar operaciones o actividades comerciales con socios y/o clientes extranjeros. Al internacionalizarse, un negocio puede encontrar un lugar en las cadenas de valor globales y puede incluso descubrir nichos de mercado mucho más interesantes y afines al valor que se ofrece con el producto o servicio. La internacionalización implica enfrentarse a retos y a requisitos más exigentes, lo que resulta en una mejor gestión de la calidad y de la estandarización de procesos internos, lo cual es positivo para cualquier empresa.

b. Eventos y experiencias

Las oportunidades de conectar con emprendedores o expertos de otros países son invaluable y debería ser prioridad para toda persona emprendedora aprovecharlas. Estas oportunidades no solo pueden

generar intercambio de conocimientos sino también una ampliación de la visión de negocio, y la expansión de la perspectiva cultural y contextual de una de las partes involucradas en dicha conexión.

Participar en eventos, conferencias, congresos o actividades en general que faciliten entrar en contacto con experiencias extranjeras siempre es positivo y es altamente recomendable, si las condiciones lo permiten. No importa si es en eventos internacionales dentro del país o fuera de él.

i. Networking

El concepto “networking” hace referencia al ejercicio de construir redes de contactos. Las redes sociales y la rápida evolución de la tecnología digital de comunicación han diversificado las maneras de hacer networking, pero la más efectiva sigue siendo la presencial. Esto porque el primer paso para establecer una sólida relación con un par, sobre todo de negocios, es la confianza y la credibilidad. Estos contactos luego puedan representar oportunidades de aprendizaje o de negocio para las personas emprendedoras.

c. Exportación

Llevar los bienes fuera de las fronteras costarricenses a mercados globales es el objetivo de muchas personas al iniciar su viaje de emprendimiento, lo cual manifiesta una excelente visión emprendedora enfocada en la escalabilidad.

Para una persona emprendedora, llegar a la etapa de exportación puede tomar tiempo, pero también puede ser relativamente rápido y sencillo dependiendo del tipo de bien que ofrezca y su capacidad para identificar y trabajar nuevos mercados internacionales. Lo importante es plantearse la meta y definir la estrategia para hacerlo, incluso pensando en el mediano y largo plazo.

La exportación de productos de emprendedores y MIPYMES favorece mucho a la economía nacional y local de la zona donde se produce el bien determinado. La demanda internacional crea oportunidades de crecimiento, el crecimiento genera impacto (positivo idealmente) y riqueza, y la riqueza atrae a más oportunidades de desarrollo para la zona o el país productor.

PROCOMER, la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, cuenta con diversos programas de preparación, proyección y concreción de negocios internacionales, enfocadas tanto para empresas consolidadas, así como para emprendimientos. Es ideal que toda persona emprendedora estructure la visión de su empresa considerando una posible etapa de exportación de su producto o servicio, con el fin de alcanzar mercados más robustos.

d. Recomendaciones generales

- Asesórese y conozca bien lo relacionado a la actividad de exportar. Identifique las instituciones y los organismos que ofrecen servicio de apoyo para empresas exportadoras y construya alianzas.
- Capacítese y fórmese en las habilidades necesarias para ser una excelente persona emprendedora que exporta, así como en temas afines para los primeros pasos de la exportación como la presentación del negocio o el empaquetado de exportación.
- Investigue acerca de los mercados extranjeros y descubra qué puede agregar valor a su cotidianidad. Asegúrese también de que el sistema de soporte en la zona para su tipo de negocio sea el adecuado.

- Enfóquese y domine los trámites necesarios para poder exportar desde Costa Rica.
- Persevere y reinvente su modelo de negocio constantemente ajustándose a las tendencias y demandas de los nuevos mercados (enfoque de mercado)