

Espacio transnacional Costa Rica-Colombia para profesionales en Negocios Internacionales

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

Silvana Saavedra Albarello<sup>1</sup>

San José, Costa Rica

Diciembre 2012

**Resumen**

En el mundo ya no existen barreras comerciales relevantes, los países con economías basadas en el libre comercio han aumentado su mercado y diversificado sus recursos. Para los profesionales en el área de negocios internacionales es una oportunidad en el sector laboral, donde la necesidad de expertos en el manejo y aprovechamiento de este mundo es indispensable para las empresas. La inversión colombiana en Costa Rica es una de esas expansiones, un nuevo espacio transnacional.

**Palabras claves:** espacios transnacionales, negocios internacionales, perspectiva laboral, demanda, TLC Costa Rica – Colombia.

**Abstract:**

In the world there are no significant trade barriers, countries with economies based on free trade have increased their market and diversified resources. For professionals in the area of international business, it is an opportunity in the labor sector, where the need for experts in the management and exploitation of this world is essential for the companies. Colombian investment in Costa Rica is one of those expansions, a new transnational space.

**Key words:** transnational spaces, international business, labor perspective, demand, FTA Costa Rica - Colombia.

---

<sup>1</sup>La autora es bachiller en Relaciones Internacionales de la Universidad Latina de Costa Rica, postulante para la Licenciatura en Negocios Internacionales de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. Correo electrónico: sil.saavedra@hotmail.com.

## Introducción

A nivel internacional los efectos de la globalización y la interdependencia creada entre los estados han dado como resultado una homogenización en la mayoría de ellos y la reducción de sus barreras tanto políticas y sociales, como económicas. Esta última se ha presentado con el establecimiento de tratados de libre comercio y la migración o expansión de las empresas mediante la externalización de sus procesos, buscando una mejor manera de aumentar su competitividad y aprovechar aquellas ventajas que pueden ser encontradas fuera de su país de origen.

Costa Rica no está exenta de dichos efectos, desde los inicios de los años 90, con la imposición de nuevas políticas exteriores basadas en la apertura comercial y la atracción de inversión, se impulsó la necesidad de establecer mejores y más estratégicas relaciones comerciales.

Uno de los países cuya presencia ha aumentado más significativamente en los últimos años es Colombia. La gran cantidad de migrantes que se han establecido y han emprendido la formulación y creación de sus propios proyectos o establecido una extensión de su propia empresa, son una prueba de dicho crecimiento.

“La Asociación de Empresarios de Colombia en Costa Rica (Aecol) reporta que entre el 2006 y el 2009 las inversiones 'cafeteras' en esta nación sumaron 600 millones de dólares. Sin embargo, entre 2010 y 2012 podría haber subido a 3.400 millones, cifra que, sin embargo, deben confirmar los registros oficiales. Dicha organización reúne a 64 empresas que generan 40.000 empleos entre directos e indirectos en ese país.”

(Portafolio.co. (3 de 5 de 2012). *Negocios colombianos toman fuerza en Costa Rica.*

Recuperado el 11 de 9 de 2012, de <http://www.portafolio.co/economia/negocios-colombianos-toman-fuerza-costa-rica>)

La relevancia de esta relación comercial-económica ha generado un crecimiento del mercado laboral que puede llegar a ofrecer importantes oportunidades para los costarricenses, principalmente aquellos que se han especializado en el área de negocios

internacionales o comercio exterior, por lo tanto, esta investigación se plantea la siguiente pregunta:

¿Existen y de ser así, cuáles son las oportunidades de inserción exitosa del profesional en Negocios Internacionales en el espacio transnacional Costa Rica – Colombia?

### **Objetivo general**

Determinar las oportunidades de inserción del profesional en Negocios Internacionales en el espacio transnacional Costa Rica – Colombia.

### **Objetivos específicos**

- Determinar el espacio transnacional referido a la investigación.
- Determinar la perspectiva actual del sector educativo y empresarial respecto al sector laboral.
- Analizar la incidencia, en el mercado laboral, de la existencia o no de un TLC Costa Rica – Colombia.

## **Justificación**

Al graduarse como profesionales en negocios internacionales la mayoría tienen grandes dificultades para ubicarse en un puesto de trabajo que sea acorde a lo que han estudiado durante un periodo de alrededor de 4 años. Es por esto que existe la necesidad de redefinir y determinar un nuevo mercado, un nuevo espacio transnacional que pueda ser aprovechado por los egresados. Es una manera de expandir el conocimiento actual sobre las posibilidades que la mayoría de las universidades dan en su perfil ocupacional y en lo que la sociedad ha creado, limitando la dimensión del mercado a aquellas instituciones gubernamentales que se basan en esta área en específico.

El espacio transnacional que han creado estos dos países es de gran dimensión y se encuentra en constante crecimiento, las empresas transnacionales que se establezcan en el país necesitarán de personas capacitadas y con gran conocimiento en el área de negocios internacionales; tanto para su establecimiento, adecuando sus políticas al marco político costarricense, como para continuar su expansión a los demás países centroamericanos, dando oportunidad no solo para un crecimiento a nivel nacional, sino internacional, en franquicias o filiales que puedan poseer estas empresas.

Es necesario investigar, determinar y analizar las posibilidades que existen en el mercado laboral, que muchas veces no son tomadas en cuenta, para ofrecer mejores posiciones a estos especialistas y así puedan ser una atracción más para la inversión extranjera. Es importante crear un vínculo entre el espacio nacional determinado y la necesidad que puede crearse con los egresados.

La presencia de las empresas colombianas en Costa Rica ha tenido un aumento de más del 70% en el periodo del 2009 al 2011, una demostración de que este espacio transnacional ha tomado tal impulso que la mayoría de los profesionales, de todos los ámbitos y con mayor importancia aquellos con bases en negocios internacionales, deben aprovechar, pero que muchos desconocen.

## **Marco teórico**

### ***Espacios transnacionales***

“Un espacio transnacional es el que se crea cuando se recibe una inversión directa que a través de esta permite contratar personas de muy diversas nacionalidades, con muy diversas técnicas, profesiones, etc. Un espacio transnacional se crea a partir de una necesidad de expansión, de una necesidad de tener mejores tecnologías, de un espacio en términos de diversificación productiva. Un espacio transnacional puede captar gente que venga de cualquier lugar del mundo, con muy buena capacitación y que se puede integrar al negocio.”

(Sancho, G. R. (2 de 10 de 2012). Máster en Administración con énfasis en Mercadeo y Dirección Empresarial. (S. S. Albarello, Entrevistador))

La definición de espacios transnacionales también puede ser dividida según sus áreas de desarrollo, espacios políticos, económicos o sociales. El autor Cristóbal Mendoza Pérez de la Universidad de Guadalajara, utiliza la definición de espacio social para la cual determina como factor base a las redes sociales que eliminan las barreras de comunicación y facilitan el conocimiento de nuevas oportunidades impulsando el flujo de las migraciones. Esta definición facilita la creación de una analogía con el concepto de espacio transnacional en el área política y económica, donde el factor clave son los negocios internacionales, el elemento que se ha encargado de manipular y administrar eficientemente la necesidad de expansión e interdependencia, tanto de los Estados como de empresas transnacionales, generada por los efectos de la globalización.

### ***Negocios internacionales***

“Los negocios internacionales son el estudio de las transacciones que tienen lugar en el extranjero para satisfacer las necesidades de los individuos y organizaciones. Estas actividades económicas son operaciones comerciales, como en el caso de exportar o importar bienes, y la inversión directa de fondos en compañías internacionales.”

(A. M. Rugman, & R. (s.f.). *Negocios Internacionales: un enfoque de administración estratégica*. Recuperado el 16 de 9 de 2012, de Universidad Jose Carlos Mariategui.: <http://udecinternacionales.bligoo.com.co/media/users/20/1049398/files/264027/NegoInternacionales-1.pdf>)

Los negocios internacionales incluyen el comercio internacional, por lo tanto, durante todo este artículo cuando se refiere a los profesionales en negocios internacionales se incluirá esa especialización. Los cambios que se han generado en la comunidad internacional han demostrado la necesidad de investigar este concepto y de que cada vez más empresarios y estudiantes busquen aumentar su conocimiento en todos aquellos términos y estrategias necesarias para comprender y manipular el mundo creado entre las empresas transnacionales y sus países de origen y anfitriones. La globalización (Castillejo & Fernández, 2010) llevó a cada uno de los Estados y empresas transnacionales a mejorar sus técnicas de negociación y a acudir a quienes se encargan de estas situaciones, personas conocedoras y capaces de hacer frente a los cambios repentinos y plantear nuevos acuerdos según las circunstancias.

### ***Perspectiva Laboral***

Para efectos de esta investigación se definirá como perspectiva *a las circunstancias que rodean al observador, y que influyen en su percepción o en su juicio. La perspectiva es el juicio personal o la visión subjetiva de un sujeto* (Concepto y Definición, 2008), dando un enfoque hacia el sector laboral y siendo esta presentada por el sector educativo, el cual posee la información más acertada al referirse a la perspectiva laboral de los profesionales en negocios internacionales.

La perspectiva laboral será la descripción que las universidades ofrecen acerca de una carrera específica, donde se detalla cuáles son los conocimientos que adquiere el profesional y qué campos puede abarcar. En el artículo se busca comparar los diferentes puntos de vista que brinda el sector educativo acerca de los egresados en el área de negocios internacionales. Se tomará la perspectiva laboral de 4 de las principales universidades a nivel nacional que ofrecen especialización en esta área y será representada por el perfil ocupacional que se provee por la universidad junto con la opinión de uno o 2

profesores que analicen si están o no preparados para hacer frente al espacio transnacional que actualmente se ha creado entre ambos países.

### ***Demanda***

"La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido"

(Thomson, I. (mayo de 2006). *Definición de demanda*. Recuperado el 4 de 9 de 2012, de Promo negocios: <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>)

En el artículo se busca establecer cuáles son los criterios de la demanda solicitada por las empresas transnacionales de origen colombiano que se han establecido en el país, en el área de los negocios internacionales. Las necesidades de las empresas son la clave para identificar si existen posibilidades para los profesionales.

### ***TLC Costa Rica – Colombia***

En junio de este año se anunció el inicio de la negociación de un Tratado de Libre Comercio entre el gobierno de Costa Rica, dirigido por la presidenta Laura Chinchilla, y el gobierno colombiano, bajo el liderazgo del presidente Juan Manuel Santos. Ambos han impuesto políticas que los posicionen a nivel internacional como importantes aliados comerciales y centros de atracción para la inversión. Actualmente se realizó la tercera ronda de negociaciones, dejando todavía dudas entre los interesados debido a los productos más sensibles pero estableciendo las primeras exclusiones "...conocidas son las de arroz, harinas, aceites, papa, cebolla y tomate" (La Nación, 2012).

La firma del tratado ha impulsado el surgimiento de dos bandos de opiniones acerca de las ventajas o fracasos que podría generar a ciertos sectores específicos en el país, debido a que las economías no son complementarias sino que sus productos son competitivos. El sector

industrial ha dado a conocer su desacuerdo acerca de la precipitación para la firma de este TLC y como presentaría desventajas a algunas áreas, principalmente las pymes.

“La Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR), la Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA), la Asociación Costarricense de la Industria Plástica (Aciplast), la Asociación de Fabricantes Metalmecánicos y Metalúrgicos de Costa Rica (Asometal), y la Asociación de la Industria Gráfica Costarricense (Asoingraf), repitieron su rechazo a la negociación del Tratado de Libre Comercio con Colombia.

Como sector industrial en pleno advirtieron...que el alto costo de la energía y los combustibles, la mano de obra, la capacidad instalada, la logística de exportación y los excesivos beneficios de los competidores suramericanos se convierten en preocupaciones y sensibilidades de cara a esa negociación.”

(S., M. B. (24 de 9 de 2012). *Industria prepara ofensiva contra el TLC con Colombia.*

Recuperado el 30 de 9 de 2012, de La Nación: <http://www.nacion.com/2012-09-24/Economia/Industria-prepara-ofensiva-contr-el-TLC-con-Colombia.aspx>)

A pesar de que han presionado porque se tomen en cuenta sus preocupaciones, las instituciones gubernamentales han favorecido el acuerdo, creen en la posibilidad de rescatar las fortalezas que generarían alianzas estratégicas entre los productores de ambos países.

“Empresas del país suramericano que han comprado firmas en Costa Rica lo reafirman. ...coincidieron en que la idea es atender desde aquí todo el mercado centroamericano y el Caribe.

El ministro Díaz-Granados es aún más ambicioso. Asegura que las alianzas entre firmas colombianas y costarricenses crearán fortalezas para acceder a mercados muy grandes como los de la cuenca del Pacífico, entre ellos China.”

(S., M. B. (13 de 8 de 2012). *TLC promoverá alianzas para terceros mercados.*

Recuperado el 30 de 9 de 2012, de La Nación: <http://www.nacion.com/2012-08-13/Economia/tlc-promovera-alianzas-para-terceros-mercados.aspx>)



## **Metodología**

### **Tipo de investigación**

El desarrollo de este artículo presenta una investigación descriptiva con enfoque mixto, formulando desde un principio el problema al que se va a dar respuesta, mediante la recaudación de datos de diferentes fuentes bibliográficas u otro tipo de técnicas de recolección y el análisis de las situaciones que se presenten.

Para los efectos de este artículo científico se observarán diferentes estudios según su alcance. Desde un inicio se implementará un alcance exploratorio enfocado en la definición de algunos conceptos base para el desarrollo de este, debido a la falta de información existente que se refiera específicamente a este tema y a las dudas que puedan surgir por la ambigüedad de la definición de algunos autores que citan dichos términos.

Además se darán estudios con un alcance descriptivo para conocer más a fondo cuáles son las expectativas de las empresas transnacionales sobre los profesionales en el área de Negocios Internacionales, con respecto a su perfil laboral.

Se podrán presentar, durante el desarrollo del artículo y la búsqueda de literatura complementaria, estudios con alcance explicativo, debido a que la muestra podría proporcionar información acerca de las razones o causas por las que consideran la contratación de un profesional especializado en esa área o por qué solicitan dicha característica en su currículum. Se busca una respuesta especulativa acerca de los posibles efectos del TLC sobre el comportamiento de las empresas, explicando cuales son las variaciones que se presentarán por este cambio, positivas o negativas.

Esta investigación estará dirigida a los profesionales que necesiten información acerca de oportunidades en el mercado laboral, no solo podrán encontrarse resultados positivos que sean de provecho para esa población, sino que se obtendrán sugerencias o puntos débiles que se deben mejorar para lograr una inserción exitosa y beneficiosa en este espacio.

### **Instrumentos de aplicación**

La técnica de recolección de datos, única que se utilizará para la obtención de resultados más exactos, será la realización de un cuestionario. En este se harán una serie de preguntas que logren dar respuesta a cada una de las variables planteadas, buscando el perfil laboral que las empresas trasnacionales que se encuentran en el espacio Costa Rica – Colombia, desean obtener del mercado laboral costarricense. Mediante este instrumento se obtendrán los datos necesarios y en periodo bastante corto, que permita su diagramación, interpretación y análisis. Este instrumento es parte del diseño no experimental transeccional ya que se dará la obtención de información sin manipulación de variables o su contexto, solo el análisis de los resultados. Es descriptivo en la búsqueda de los objetivos de la investigación ya que se van a determinar características de una población en específico.

Además se realizarán algunos estudios o entrevistas a analistas y profesionales en esta área, que puedan proporcionar mayor información acerca de los antecedentes o conceptos que se utilizarán y serán desarrollados tanto en el marco teórico, como a lo largo de toda la investigación.

### **Fuente de Información**

Se utilizará información tanto de fuente primaria como secundaria. Se tomarán en cuenta diferentes tipos de fuentes: los resultados que se obtengan del cuestionario, artículos previos relacionados con el tema de la investigación que se hayan realizado por otros autores, entrevistas a analistas respecto a algunos conceptos relevantes y a empresarios respecto a mercado laboral u otros temas y estudios desarrollados por las instituciones de Asociación de Empresarios Colombianos, Procomer, Comex, entre otros.

### **Muestra**

Se aplica el muestreo no probabilístico, debido a que la población encuestada se elegirá con ciertas características específicas y será una representación de esta. La población por encuestar son 50 empresarios y miembros de empresas colombianas que se han establecido en Costa Rica, aquellos que pueden ofrecer la información de primera mano. Las empresas

que se tomarán en cuenta son aquellas que se determinan en el espacio transnacional y que se encuentran actualmente registradas en la Asociación de Empresarios Colombianos en Costa Rica (AECOLCR).

Esta muestra evita que exista manipulación de la información o errores previstos por la utilización de fuentes secundarias ya que ellos son los que pueden definir directamente las ofertas que existen y los elementos que están buscando. Estos empresarios o empleados son parte de las empresas con mayor prestigio y magnitud en el país creando mayores posibilidades de que existan departamentos especializados en el sector de recursos humanos con disposición para este estudio.

### **Alcances**

La información ofrecida por instituciones y asociaciones como Aecol, se encuentra actualizada debido al proceso de negociación del TLC Costa Rica – Colombia que se está desarrollando desde mediados de este año, por lo que facilita la búsqueda de los indicadores necesarios y deja abierta la posibilidad de continuar mediante los efectos de la cuarta ronda en enero del 2013 y la firma del tratado.

### **Limitaciones**

Este tema no se ha desarrollado aún a nivel nacional, por lo que la cantidad de información relacionada con algunos de los elementos importantes, es muy reducida. Es una investigación que se ha presentado en otros países como Estados Unidos y México, pero centrándose en la parte sociológica de los espacios transnacionales.

## Análisis de datos

### 1. Espacio transnacional Costa Rica – Colombia

Un espacio transnacional de tal magnitud, como el que hoy se ha creado entre ambas naciones, fundamenta la necesidad de determinar sus características y definir aquellas oportunidades y la situación en que actualmente se encuentra el sector económico, basándose en indicadores que especifiquen los detalles que se deben conocer para definir un espacio, que muchos no han tomado en cuenta o no han aprovechado como deberían.

#### *1.1. Empresas transnacionales en el área*

A lo largo de los años las empresas de origen colombiano han logrado establecerse en el país y posicionarse en el mercado. Por esta razón es necesario determinar cuáles son y cuál es su actividad económica para poder delimitar el espacio transnacional que los profesionales pueden ver como una oportunidad de crecimiento.

Las empresas han creado un lugar donde sus intereses y estrategias se unen con el fin de establecer mejores relaciones con su país anfitrión, este se conoce como la Asociación de Empresarios Colombianos en Costa Rica. Según la información suministrada por esta organización, se creó en el 2006 mediante el embajador colombiano que ejercía en ese periodo, Luis Guillermo Fernández Correa. De las registradas actualmente 58 empresas colombianas que a continuación se enumeran y se describe brevemente su actividad económica.

*Tabla N° 1: Empresas colombianas y actividad económica*

<b>Empresa</b>	<b>Actividad Económica</b>
1. AC Nielsen Company	Servicios en mercadotecnia.
2. AEI Arquitectos e Ingenieros S.A.	Servicios en desarrollo y construcción de proyectos.
3. Agencia Marítima Transmares Costa Rica S.A.	Servicio de transporte internacional.
4. Agropecuaria Los Olivos	Bienes: cría y venta de ganado.
5. Banco BAC San José, S.A.	Servicios financieros.

6. Banco HSBC, S.A.	Servicios financieros.
7. Brinsa, S.A.	Producción y venta de sal, blanqueadores y químicos.
8. Central Park	Apartamentos.
9. Centro de Acabados Liso S.A.	Importa y procesa piedras naturales.
10. Centrocel Inc S.A.	Bienes: telecomunicaciones.
11. CMC International Carrer Managment Consultants, S.A.	Servicio de consultoría.
12. Comercializadora Sancansio, S.A.	Servicios de salud.
13. Compañía de Galletas Pozuelo DCR S.A.	Producción y venta de productos dulces (pastelería y golosinas) y salados.
14. Compañía Nacional de Chocolates DCR	Producción y venta de productos dulces (pastelería y golosinas) y salados.
15. Condor Editores, S.A.	Servicios de impresión.
16. Corporación Magrabe del Este, S.A.	Servicios.
17. Corporación Megasuper S.A.	Suministro de variedad de productos.
18. Costa Frozen	Venta de productos a base de papa, yuca y plátano.
19. Creatum, S.A.	Soluciones integrales para construcción, marroquinería y calzado.
20. Dekora	Importación de pisos laminados.
21. Distribuidora Empaques de Manizales, S.A.	Etiquetas y material de empaque.
22. Eurobau S.A	Fabricación de productos de concreto.
23. Grupo Banacol	Producción y venta de productos para agroindustria.
24. Grupo Bandas	Importación y comercialización de bandas.
25. Grupo Condado CCR, S.A.	Desarrollo de proyectos.
26. Grupo Consultor Inmobiliario S.A.	Servicios de bienes raíces.
27. Grupo Jardín del Atlántico	Siembra y producción de banano.
28. Grupo SPC	Servicio de seguridad.

29. Hogares de Costa Rica, S.A.	Construcción de vivienda.
30. Hotel Indigo	Servicio.
31. Intersite de Centroamérica, S.A.	Servicio de consultoría en desarrollo humano y organizacional.
32. Il Panino	Servicio: restaurante.
33. ITCA	Desarrollo de proyectos enfocados en TI, Outsourcing.
34. Jardines del Recuerdo	Servicios funerarios.
35. Lingerie Centro América (LEONISA)	Venta de ropa íntima y lencería.
36. Metalco	Producción de acero.
37. MPA Consulting Service PNL, S.A.	Servicio de consultoría.
38. NWAR Abogados	Servicios legales.
39. Onivisur Tres Mil, S.A.	Venta de productos Tutto.
40. Pinturas Mundial de Centroamérica, S.A.	Producción y comercialización de pinturas.
41. Processing, S.A.	Comercializadora de productos tecnológicos.
42. Producciones JIJ, S.A.	Venta de transformadores eléctricos.
43. Promocionar de Costa Rica, S.A.	Proveedores de artículos publicitarios.
44. Proquinal	Fabricación y venta de telas vinílicas.
45. Quiticol, S.A.	Producción y venta de materia prima para papel.
46. Representaciones Cosalco, S.A.	Productos para empaque y embalaje.
47. Ritrama, S.A.	Materiales autoadhesivos para etiquetas y publicidad gran formato.
48. Sajiplast, S.A.	Venta de productos de empaque y amarre.
49. Seguros Bolivar Aseguradora Mixta, S.A.	Servicio y venta de seguros.
50. Serquimsa, S.A.	Venta de productos y servicios para tratamiento de agua residual industrial.

51. Servinsa, S.A.	Venta de productos para higiene y limpieza.
52. Skyscraper City Limitada	Servicio: Hotel Aloft.
53. Sociedad Portuaria de Caldera, S.A.	Concesionaria para el manejo del Puerto de Caldera.
54. Sociedad Portuaria Granelera de Caldera, S.A.	Concesionaria para la construcción y manejo de la Terminal Granelera de Puerto Caldera.
55. SOS Servicios Oportunos de Salud, S.A.	Servicios odontológicos a domicilio.
56. Stanton y CIA	Fabricación y venta de calzado.
57. Thomas Internacional	Consultoría en educación, recursos humanos y desarrollo empresarial.
58. Tica Box Express, S.A.	Servicio de transporte de carga.

Fuente: Información tomada de la página web de la Asociación de Empresarios Colombianos en Costa Rica. [http://aecolcr.com/?page\\_id=28](http://aecolcr.com/?page_id=28). La tabla es creación propia.

A esta tabla se le deben agregar empresas como Casino, TACA y pymes que no se han registrado, las cuales pueden ser alrededor de 68.000, con un gran grupo de Mipymes que se han establecido en el país (Ferrer, 2012).

Estos empresarios ven a Costa Rica como un mercado en crecimiento que favorece su expansión. Cada año, nuevos emprendedores estudian las ventajas de establecerse, generando una mayor apertura en el mercado laboral nacional principalmente para quienes se han especializado en el sector de negocios y comercio internacional ya que se estaría abarcando tanto el territorio costarricense como el mercado centroamericano.

*“Es mucho más fácil para un colombiano levantar operaciones desde Costa Rica para expandirlas hacia la región por las facilidades legales, de infraestructura y convenios comerciales que posee...”*

(Revista Summa. (17 de 8 de 2010). *Más de 60 empresas se instalan en Costa Rica en busca de la expansión*. Recuperado el 11 de 9 de 2012, de

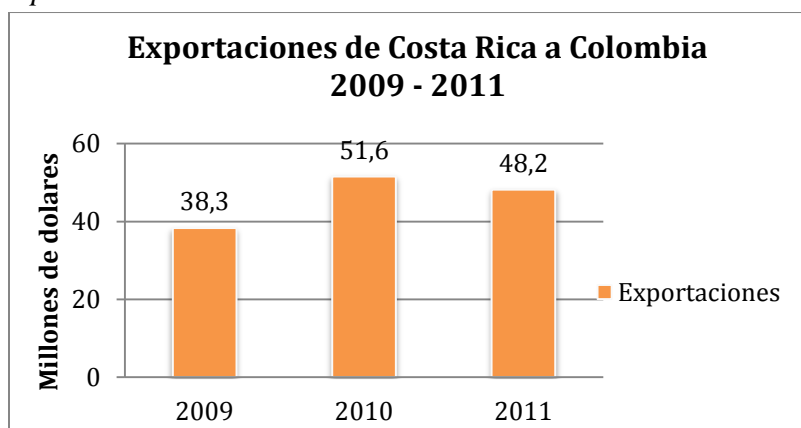
<http://www.revistasumma.com/economia/4859-mas-de-60-empresas-se-instalan-en-costarica-en-busca-de-la-expansion.html>)

### ***1.2. Dimensión del Comercio entre Costa Rica-Colombia***

La economía internacional ha creado la necesidad en los gobiernos de mejorar sus políticas comerciales, de aumentar los números en su balanza comercial, que creen una red de inversión y comercios unos con otros, ya sea dando facilidades a los productos extranjeros en los mercados nacionales o eliminando barreras. La creación de esa interdependencia ha ido creciendo entre Costa Rica y Colombia.

Los flujos del comercio entre ambos países, aunque muestran variaciones presentan un aumento notable, por lo que es necesario tomar en cuenta dicho escenario ya que su incremento se ve reflejado en el mercado laboral lo cual podrá generar una mayor demanda de especialistas que logren analizar y controlar este nuevo mercado.

*Gráfico N°1: Exportaciones entre Costa Rica - Colombia*



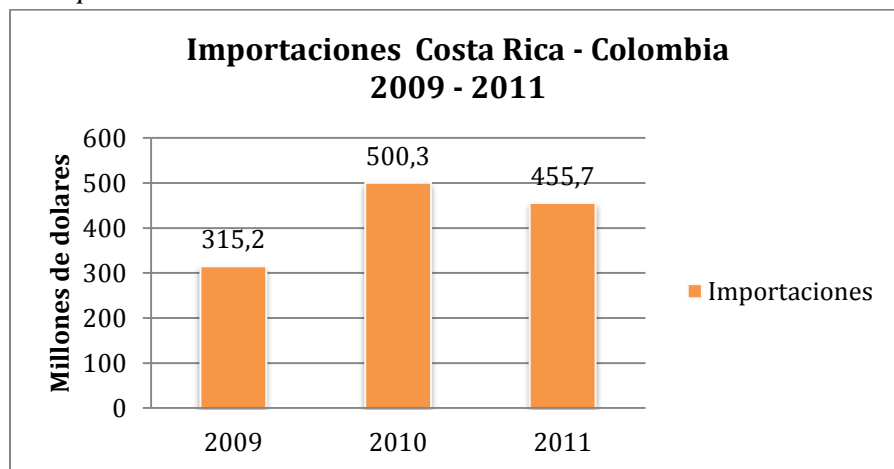
Fuente: Información obtenida de las estadísticas del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. [http://www.comex.go.cr/estadisticas/balanza\\_comercial.aspx](http://www.comex.go.cr/estadisticas/balanza_comercial.aspx). Gráfico por elaboración propia.

Las exportaciones que se interpretan en el gráfico anterior son compuestas aproximadamente por productos alimenticios en un 23%, equipo médico en un 12%, químicos en un 11%, productos electrónicos en un 10% (PROCOMER, 2012), entre otros, es un desglose equilibrado en diferentes sectores de la economía costarricense.



Costa Rica es una economía de 4.726.575 habitantes que desde hace casi 2 décadas se ha ido posicionando, a nivel internacional, como un territorio de oportunidades con políticas abiertas a la inversión y el comercio. Pero las diferencias con su homólogo, con una población de 46.927.125 hab., reconocido a nivel internacional como economía emergente de las de mayor potencial en América Latina, se reflejan en los flujos de las importaciones. Estas variaciones no deben ser incentivo de recelo ante la proximidad que se está fomentando entre estos dos gobiernos ya que pueden ser observados como indicios para una mayor apertura junto con el aporte de los 15.454 colombianos que residen en Costa Rica.

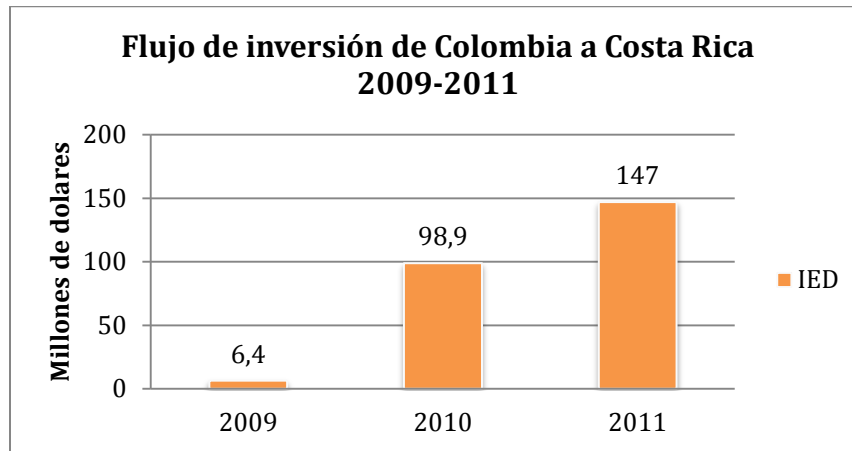
Gráfico N°2: Importaciones Costa Rica - Colombia



Fuente: Información obtenida de las estadísticas del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. [http://www.comex.go.cr/estadisticas/balanza\\_comercial.aspx](http://www.comex.go.cr/estadisticas/balanza_comercial.aspx). Gráfico por elaboración propia.

La inversión extranjera directa que se recibe de parte del Estado colombiano es un indicador que debe ser observado de manera detallada. Su constante incremento es señal de que las empresas colombianas están tomando una mayor influencia en el mercado costarricense, tanto por el aumento de la oferta para el consumidor como la apertura de un mercado laboral más diversificado. Es este flujo el que determina la importancia de una investigación que defina cuales son los sectores y las expectativas que estos empresarios buscan en los profesionales en el área de negocios internacionales, especialistas en la logística del comercio en el país anfitrión.

Gráfico N°3: *Inversión Extranjera Directa de Colombia en Costa Rica*



Fuente: Información obtenida de las estadísticas del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. [http://www.comex.go.cr/estadisticas/balanza\\_comercial.aspx](http://www.comex.go.cr/estadisticas/balanza_comercial.aspx). Gráfico por elaboración propia.

## **2. Perspectiva actual del sector educativo y empresarial respecto al sector laboral**

### ***2.1. Perspectiva educativa sobre el sector laboral***

El espacio transnacional determinado es solo una parte del proceso de integración entre los profesionales y las empresas. Para poder determinar las posibilidades es necesario identificar las características de la oferta, aquellos elementos o capacidades que han obtenido durante los años de estudio y que hoy son la razón para que los elijan sobre otros.

En la actual comunidad internacional las expectativas acerca del personal que se desea contratar han aumentado, la necesidad de un conocimiento global no solo de la situación de la relaciones comerciales, sino la logística, organización y legislación que lo regula (Castillejo & Fernández, 2010), son un punto clave para que los profesionales busquen formas de crecimiento en empresas transnacionales que los impulsen a adaptarse.

Las instituciones educativas se han enfocado en enseñar solo la teoría, proveer de la mayor cantidad de conocimientos sin poner en práctica ninguno de ellos, dejan su aplicación al azar, es un elemento que puede hacer retroceder la posición de los egresados en relación con sus competidores a nivel internacional. Las universidades crean promesas acerca de las posibilidades de empleo a las que sus estudiantes podrán aspirar al terminar su carrera, pero

se cree que esta educación (Sancho, 2012) se ha quedado rezagada en comparación con el desarrollo y expansión de la globalización y el crecimiento de la inversión extranjera directa.

Las universidades que se citarán en el artículo son las que tienen mayor reputación y presentan carreras especializadas en esta área de estudio, los negocios internacionales. Los perfiles ocupacionales o profesionales que se mencionan a continuación serán utilizados para tener una mayor definición de la perspectiva del sector educativo sobre lo que ofrecen los egresados en el área de los negocios internacionales, sus capacidades, los puestos de trabajo que podrán ocupar y cuáles son sus posibilidades de inserción en el espacio transnacional que ha surgido entre ambas naciones.

ULACIT: Licenciatura en Negocios Internacionales - Perfil ocupacional:

- *Gerente, subgerente, director general o jefe de departamento en empresas privadas e instituciones públicas y no-gubernamentales de carácter transnacional.*
- *Dueño de su propia empresa de exportación o importación, franquicia internacional o institución con intereses en el extranjero.*
- *Representante internacional de ventas.*
- *Analista o investigador de mercados internacionales.*
- *Negociador en equipos vinculados al desarrollo de tratados comerciales.*
- *Analista de proyectos de inversión para empresas transnacionales.*
- *Auditor operativo de corporaciones multinacionales.*
- *Consultor independiente.*
- *Coordinador de centros de contacto, centros de servicios compartidos y “back offices”.*
- *Supervisor de departamentos internacionales de ventas y servicio al cliente.*

(Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. (2009). *Licenciatura en Negocios Internacionales*. Recuperado el 14 de 10 de 2012, de [http://www.ulacit.ac.cr/carreras/seccion/perfil.php?career=1&grade\\_id=3&id=56](http://www.ulacit.ac.cr/carreras/seccion/perfil.php?career=1&grade_id=3&id=56))

### UCR: Administración Aduanera y Comercio Exterior - Perfil profesional

- *Adaptarse a los cambios del Estado moderno para facilitar la acción y el cambio en los procesos aduaneros y el comercio exterior.*
- *Asesorar de forma técnica y administrativamente los procesos que se desarrollan en el Sistema Aduanero Nacional, en el Comercio Exterior y en la Administración Pública en general.*
- *Ejecutar y gestionar el desarrollo del Sistema Aduanero Nacional y el Comercio Exterior, como un servicio del sector público que satisfaga adecuadamente los requerimientos del Estado, del sector privado y de entidades internacionales.*

(Universidad de Costa Rica. (2011). *Administración Aduanera y Comercio Exterior.*

Recuperado el 23 de 9 de 2012, de <http://www.eap.ucr.ac.cr/index.php/carreras/carrera-adm-aduanera-y-comercio-ext>)

### UNA: Lic. en Relaciones Internacionales con énfasis en Comercio Internacional – Perfil ocupacional:

La UNA no ofrece un perfil ocupacional estructurado debido a que es bastante amplio, los egresados se han posicionado en todo tipo de áreas e instituciones, desde empresas privadas hasta organismos del gobierno especializados en esta área. Algunos de los puestos que ejercen son consultores, resolución de conflictos o resolución de problemas en relación con el comercio internacional. La licenciatura ofrece las capacidades necesarias para que los profesionales tengan una inserción exitosa en el mercado, que se ha ampliado por la integración de diferentes áreas en el plan de estudio.

- *Elaborar instrumentos técnicos que apoyen el registro y control de las relaciones comerciales.*
- *Formular y ejecutar planes de mercadeo internacional.*
- *Analizar la política comercial externa de Costa Rica tanto a nivel multilateral como bilateral.*
- *Analizar las etapas, los objetivos y las consecuencias económicas, políticas, sociales y culturales de los procesos integracionistas.*

- *Integrar las dimensiones multidisciplinarias, interdisciplinarias y transdisciplinarias del método de investigación en las Relaciones Internacionales.*
- *Demostrar capacidad para la formulación de temas y problemas de investigación en Relaciones Internacionales.*

(Universidad Nacional de Costa Rica. (6 de abril de 2008). *Licenciatura en Relaciones Internacionales con énfasis en Comercio Internacional*. Recuperado el 14 de 10 de 2012, de [http://www.ri.una.ac.cr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=13&Itemid=85](http://www.ri.una.ac.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=13&Itemid=85))

#### UIA: Licenciatura en Comercio Internacional - Perfil ocupacional

La Universidad Internacional de las Américas, presenta un enfoque dirigido al ámbito internacional, los conocimientos que se obtienen dentro de la carrera se orientan tanto al área de comercio exterior como a la diplomacia, la mayoría de sus habilidades son centradas solo en un sector del mercado. A diferencia de las otras instituciones educativas esta cierra algunas de las posibilidades en el sector privado o empresas transnacionales, enfocándose en los consulados, cancillerías o entidades gubernamentales relacionadas con esta área. A pesar de ser considerados como consultores o analistas para cualquier organización son impulsados a buscar su futuro en los sectores cercanos al gobierno.

- *Este profesional aborda la parte del Derecho Internacional Público, que trata de las relaciones entre los estados, sociedades y organizaciones internacionales, desde una perspectiva política, histórica y jurídica.*
- *Su labor es elaborar la agenda internacional en sus diferentes ámbitos.*
- *Su campo es la Diplomacia, el Comercio Exterior y las relaciones internacionales que se ejecutan desde las embajadas y consulados.*
- *Cuando actúe en calidad de diplomático estará capacitado para mantener buenas relaciones con los gobiernos y organismos internacionales.*
- *En la concentración del comercio exterior, el graduado podrá desempeñarse en esta rama de la actividad económica, ya sea para manejar la actividad de exportación o importación.*

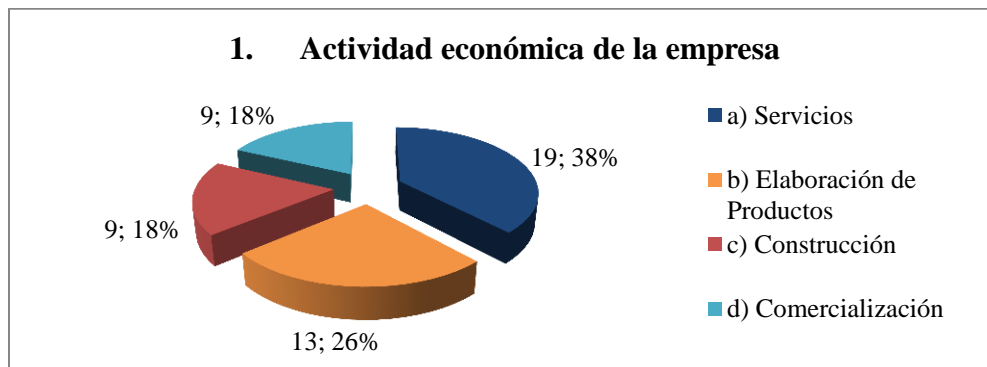
(Universidad Internacional de las Américas. (2011). *Licenciatura en Relaciones Internacionales con énfasis en Comercio Exterior*. Recuperado el 14 de 10 de 2012, de [http://www.uia.ac.cr/es/op\\_relaciones.html](http://www.uia.ac.cr/es/op_relaciones.html))

A pesar de los completos perfiles que ofrecen, los conocimientos que obtienen los graduandos no son suficientemente extensos para postularse a estos puestos o crecer en este ámbito. La preocupación por la continua promoción de sus servicios y ofertas ha dejado atrás la necesidad de actualizarla constantemente y con mayor rapidez para mantener el ritmo de un mundo globalizado.

## ***2.2.Perspectiva empresarial sobre el perfil laboral en el área de negocios internacionales***

Para el establecimiento de la perspectiva empresarial se tomaron en cuenta empresarios y empleados de empresas colombianas que pertenecen a grupos específicos de actividades económicas como se representa en el siguiente gráfico. Los porcentajes de Servicios y elaboración de productos son los mayores y representan una gran parte de las principales empresas colombianas que se encuentran en el país.

*Gráfico N°4: Pregunta 1*



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

Las expectativas que hoy los empresarios han forjado respecto a las características del perfil laboral el cual debe tener un profesional en el área de los negocios internacionales, se han incrementado. La necesidad de personas que guíen el futuro de la empresa en un

mundo globalizado, ha creado poco a poco una búsqueda de oferentes capaces de cumplir con estas metas.

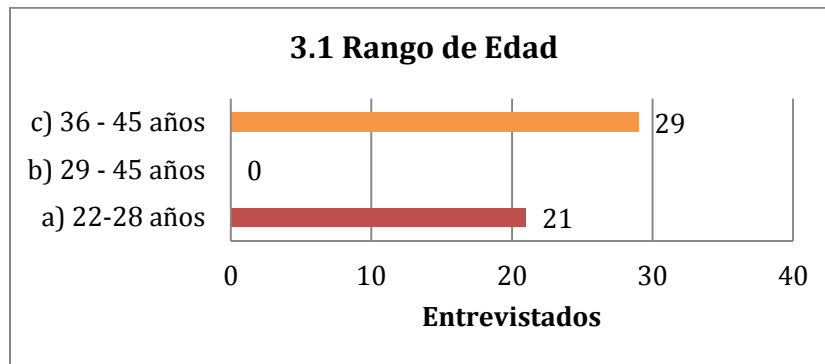
Gráfico N°5: Pregunta 2



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

En el gráfico N°5 se observan dos importantes realidades que los profesionales en el área de negocios internacionales tendrán en cuenta, la primera un porcentaje importante de las empresas no están interesadas en contratar personal especializado debido a que al ser, en algunos casos, pequeñas empresas o que se encuentran en la fase de crecimiento prefieren dirigir ellos mismos su negocio y se enfocan solo en el mercado local, por lo que no ven relevante buscar un experto. La segunda es la variedad de demandas que se presentan por estas empresas, pero aunque en el gráfico se define solo la posibilidad de una especialización, durante las entrevistas una gran mayoría enfatizó su deseo de que los profesionales tuvieran conocimiento de todas las carreras, una integración de sus capacidades para su desempeño en aduanas, comercio y negocios.

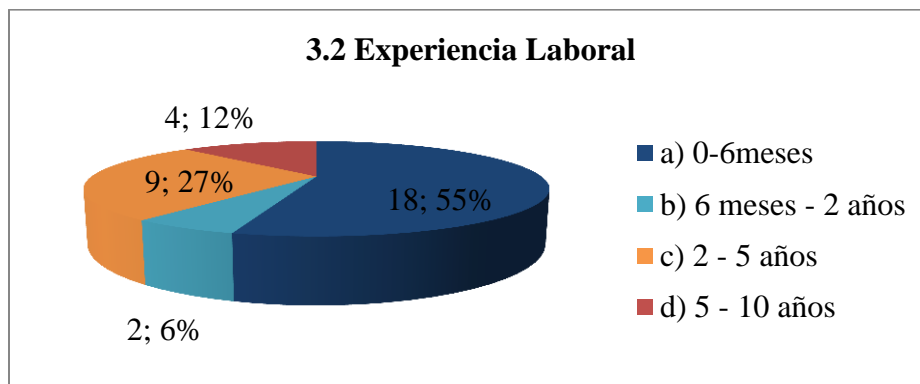
Gráfico N°6: Pregunta 3.1



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

Los entrevistados muestran un mayor interés en contratar profesionales recién graduados, que tengan frescos los conocimientos y a quienes puedan moldear su forma de trabajo según los valores e intereses de la empresa, pero aún se aprecia la experiencia que puedan ofrecer los profesionales mayores ya que han crecido con el sistema y se han insertado en el mundo comercial facilitando la tramitología o negociaciones al ofrecer los contactos correctos.

Gráfico N°7: Pregunta 3.2



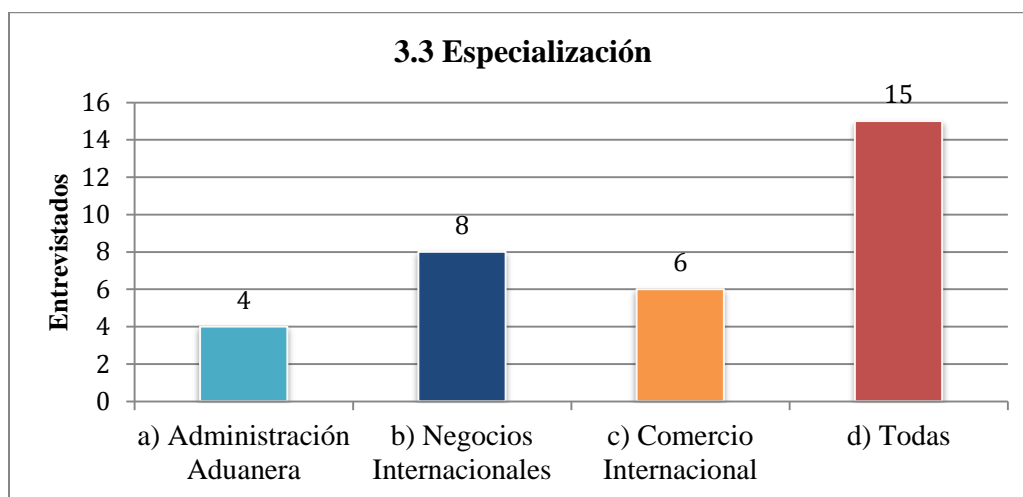
Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

La experiencia laboral que se busca en los profesionales va muy unida a la edad del solicitante, según el interés de la empresa, demandan una persona, posiblemente sin



experiencia, pero que tenga una motivación suficiente para que sustituya y sobrepase ese elemento. Los jóvenes están siendo más solicitados por el impulso y compromiso que ven frente a su primer trabajo, pero la experiencia no está subvalorada, se siguen buscando personas expertas en el ámbito.

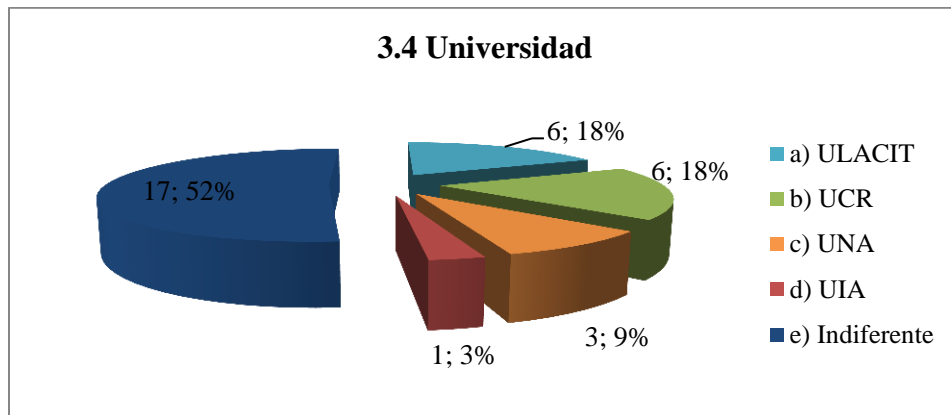
Gráfico N°8: Pregunta 3.3



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

El gráfico N°8 demuestra que los empresarios no solo esperan una persona calificada que posea conocimientos sobre el sector comercial, por ejemplo. Buscan personas con un conocimiento más general, no solo en un tema, sino en varios que puedan integrarse y tener un desempeño más eficiente y completo. Se demuestra que alrededor de un 40% busca un profesional que se encargue del área de los negocios internacionales y abarque más de una especialización, síntoma de los entrelaces en los sectores del escenario económico.

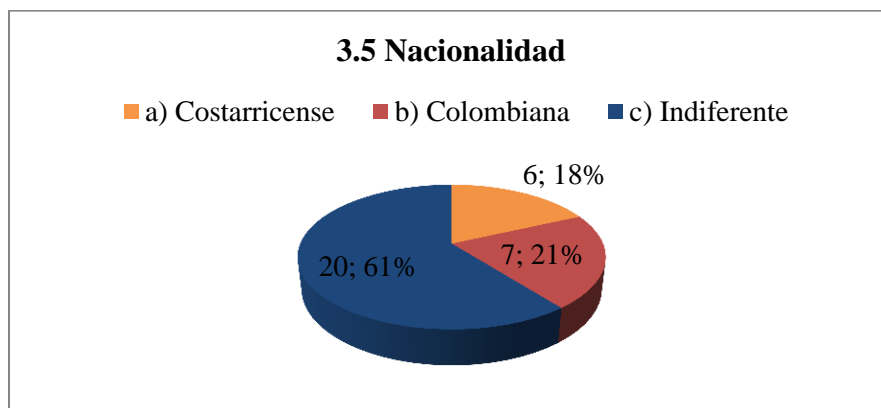
Gráfico N°9: Pregunta 3.4



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

Los empresarios y empleados de las empresas que se entrevistaron no muestran una elección relevante respecto a las universidades de las que deben provenir los profesionales. En el gráfico N°9 se ejemplifica la brecha en las opiniones de esta muestra. Se centran en la voluntad, capacidad, responsabilidad y eficiencia que la persona demuestre, en elementos de su mentalidad que puedan ser aprovechados y de beneficio para el desarrollo de la empresa.

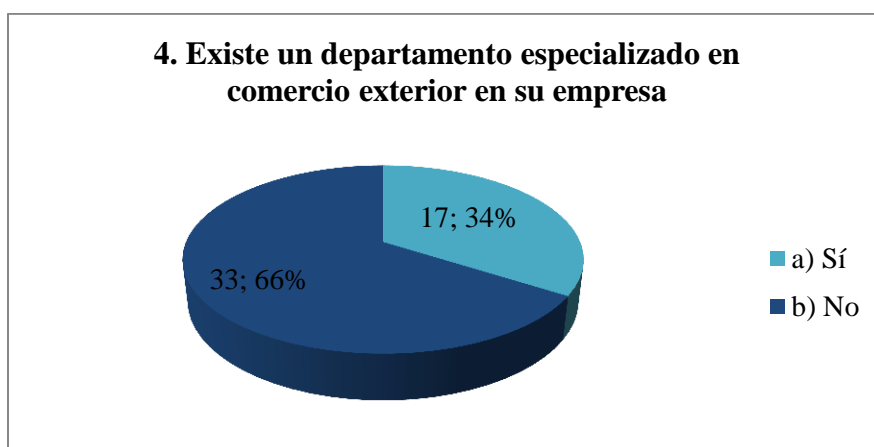
Gráfico N°10: Pregunta 3.5



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

La desigualdad que presenta el cuadro anterior es debido a que un grupo de los empresarios colombianos se han establecido recientemente en Costa Rica y prefieren buscar profesionales que conozcan la cultura organizacional para, de esta forma, asegurar una relación más fluida desde el inicio. Pero los que llevan cierto tiempo en el país buscan costarricenses que cuenten con experiencia y arraigo en el mercado local y el área de comercio exterior y aduanas. Esta realidad puede presentar cambios ya que nuevas empresas podrían solicitar personal nacional que facilite su establecimiento e inserción.

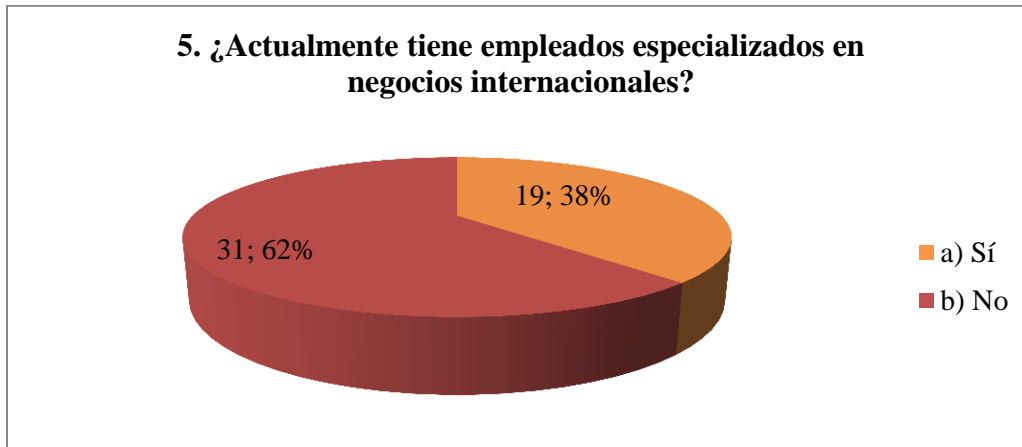
*Gráfico N°11: Pregunta 4*



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

En el gráfico 11 se observa como un 66% de las empresas que fueron entrevistadas no tienen un departamento que se encargue de este tema, debido a que aún no se han establecido en su totalidad y no tienen suficiente personal para diversificar las funciones o, en los casos de transnacionales, tienen el departamento en su país de origen o donde se encuentra su principal mercado. Esto dio el resultado de que se contraten profesionales que realicen más de una función y se integren a los departamentos como dirección de operaciones o el director general, ninguno especializado.

Gráfico N°12: Pregunta 5



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

El gráfico N° 12 muestra lo que dio el resultado de que se contraten profesionales que realicen más de un solo propósito y se integren a los departamentos como dirección de operaciones no especializados.

### **3. Analizar la incidencia, en el mercado laboral, de la existencia o no de un TLC Costa Rica - Colombia**

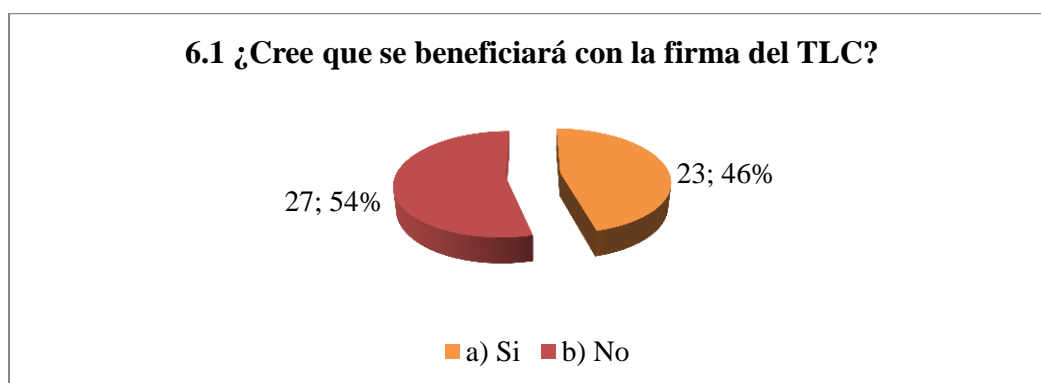
“...el gobierno costarricense tiene el firme propósito de lograr un acuerdo para fortalecer las exportaciones hacia Colombia (en el 2011 sumaron U\$48,2 millones frente a U\$455,7 millones de importaciones, según cifras de la Promotora de Comercio Exterior costarricense) e ingresar a la Alianza del Pacífico, un bloque comercial con pesos político y económico frente a Asia. Este está conformado por Chile, Perú, México y Colombia, y dentro de sus requisitos está que los países miembros tengan acuerdos entre sí.”

(González, A. (20 de octubre de 2012). Ministra de Comercio Exterior de Costa Rica. (A. Kadamani, Entrevistador))

Es aquí cuando se afirma lo comentado por algunos de los empresarios colombianos entrevistados, respecto a la firma del TLC. Estas negociaciones a pesar de que se han centrado en acordar los lineamientos comerciales de sus relaciones, tienen un trasfondo político: la inserción a este acuerdo. La necesidad de este Tratado es por ser un requisito para ser parte de la Alianza, las opiniones varían respecto a las razones, pero algunos coinciden en que sería la creación de un frente hacia Nicaragua, basándose en la similitud de las ideologías e intereses de Costa Rica y los miembros de la alianza.

Junto con la anterior afirmación, la precipitación en las negociaciones y en la firma del TLC son elementos que los empresarios del sector de agroindustria costarricense no aceptan y han dejado en claro su desacuerdo hacia la unión entre ambos mercados. Un grupo mayoritario de los empresarios colombianos coinciden con funcionarios de instituciones gubernamentales de Costa Rica, en que este recelo es falta de conocimiento y una reacción al cambio en los gerentes de las Pymes. Pero aun en el bando colombiano existe división acerca de los posibles beneficios del TLC hacía sus empresas, debido a que la competencia puede tener una mayor repercusión por la falta de capacidad para incrementar su producción en caso de ser necesario.

*Gráfico N°13: Pregunta 6.1*



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

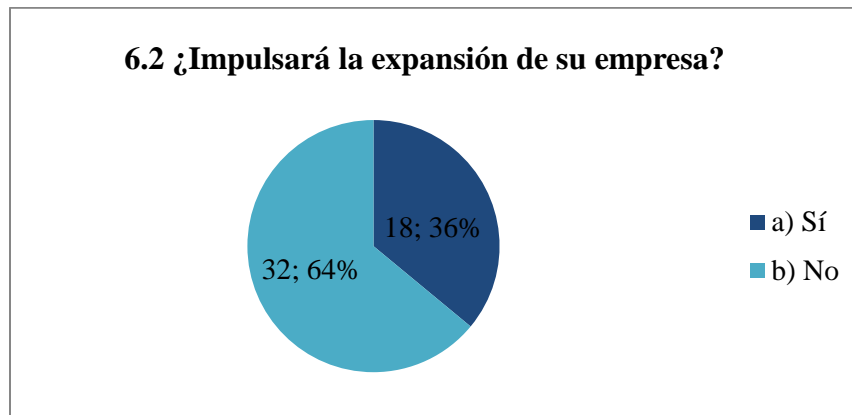
Es claro que Colombia tiene una dimensión mayor, en muchas áreas, con respecto a Costa Rica, pero los empresarios deben ver una oportunidad en esta firma, la posibilidad de tener un mercado 10 veces mayor y no un competidor. El buscar una nueva perspectiva hacia un

mundo globalizado es necesario, empresas costarricenses han logrado una inserción exitosa en 145 países (González A. , 2012), por lo tanto, el mercado colombiano no debería ser una excepción. Para los profesionales en el área de negocios internacionales esta será una puerta para que sus servicios sean demandados por empresas, organizaciones e instituciones a las que les falta esa dirección hacia un mundo sin fronteras, donde puedan aprovechar los recursos fuera de sus barreras y adaptándose al cambio.

El temor frente al TLC es complementado por la falta de políticas de gobierno que impulsen la inversión en investigación y tecnología. Estos 2 sectores son claves para buscar una inserción exitosa en el mercado colombiano que importa la mayoría de productos tecnológicos de China. Ofrecer un producto a un precio más cómodo y ubicado mucho más cerca, es una estrategia que no debe ser descartada, junto con el respaldo de una empresa como Intel que ha impulsado el desarrollo de Pymes enfocadas al estudio y producción de software, entre otros, mediante su inversión (Egloff, 2001). Estas herramientas deben venir acompañadas de un desarrollo económico a nivel nacional que refuerce y mejore las vías de comunicación y los puertos, la infraestructura en general, dando un respaldo a las políticas exteriores que se ofrecen a nivel internacional y que crean la imagen, ante los demás Estados, con el fin de que atracciones como su estratégica ubicación geográfica y relación con Centroamérica no sean opacados (Builes, 2012).

La adaptación que la economía costarricense debe hacer para contrarrestar las posibles amenazas de este TLC, debe ser acelerada, las respuestas de los empresarios colombianos acerca de la firma del tratado son en su totalidad afirmativas, según ellos es un acuerdo ya asegurado. Como se comenta que el libre comercio entre ambas naciones siempre ha existido y lo que faltaba era la reglamentación, puede que esta facilite la importación de insumos y materias primas a empresas que habían eliminado dichos pedidos por el costo y la duración del transporte. Se considera un plus para los costarricenses si el tratado tiene restricciones y se favorece la venta de productos manufacturados manteniendo la ventaja.

Gráfico N°14: Pregunta 6.2



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

La mayoría no cree que se dé un crecimiento a causa del TLC, pero aceptan que sí lo habrá gracias a las relaciones con Centroamérica u otros países. Entre los impedimentos que obstruyen los deseos de expansión se encuentran la incertidumbre jurídica y ciertas incoherencias que los empresarios encuentran entre lo que se ofrece en el extranjero y la realidad.

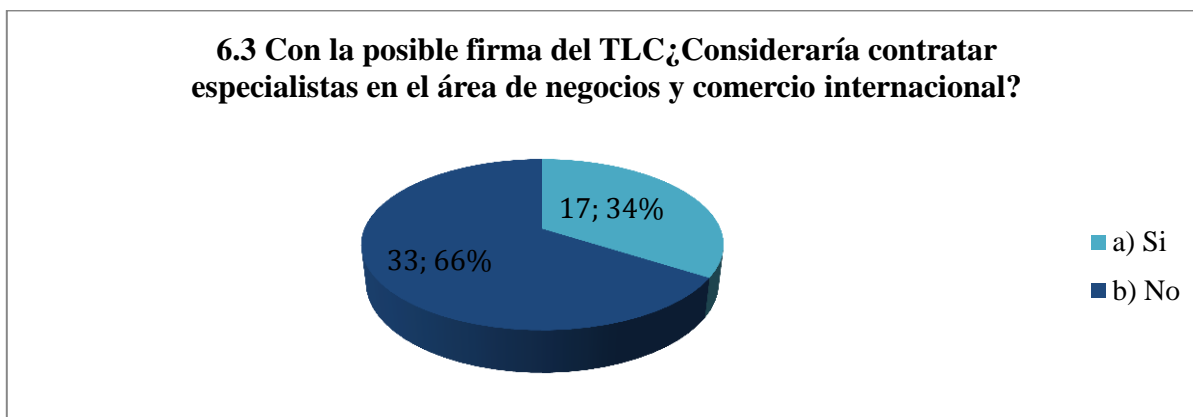
Existe una incidencia directa en el mercado laboral de los profesionales en el área de los negocios internacionales, del TLC Costa Rica – Colombia, inferior a la esperada, pero que se ampliará con el ingreso de Costa Rica a la Alianza del Pacífico.

“La Alianza del Pacífico, que suma 215 millones de habitantes entre las cuatro naciones, representa cerca del 35% del Producto Interno Bruto (PIB) de Latinoamérica, una región principalmente exportadora de materias primas, como petróleo, minerales y alimentos.”

(America Economía. (6 de 6 de 2012). *Nueva Alianza del Pacífico busca fomentar la apertura comercial*. Recuperado el 16 de 9 de 2012, de <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/nuevo-alianza-comercial-del-pacifico-busca-fomentar-la-apertura-comercial>)

Un mercado de esta magnitud será clave para continuar con la dirección que Costa Rica desea tomar ante la comunidad internacional y que los profesionales en el área mencionada podrán aprovechar y crecer junto con la economía nacional. Estas son razones para que no exista una preocupación relevante al observar el Gráfico 15, donde se muestra que un 66% no contraría profesionales por efectos de la firma del TLC.

*Gráfico N°15: Pregunta 6.3*



Fuente: Resultados de la encuesta realizada a 50 empresarios y empleados de empresas colombianas por Silvana Saavedra A. Gráfico por creación propia.

### **Conclusiones**

Costa Rica ha creado posibilidades de inserción a mercados en los que muchas empresas nacionales, principalmente Pymes, no se atreven a incursionar por temor a las consecuencias y riesgos que esto implicaría. Las empresas colombianas han creado un nicho en el mercado y están buscando aprovechar esas oportunidades que las políticas comerciales del país han facilitado y que, con cada tratado de libre comercio que se aprueba eficientemente, se expanden. Este pensamiento es compartido por empresarios influyentes como Gloria Amparo Hernández, representante de compañías extranjeras de tecnología como Thomas Internacional, al afirmar que:



“Para aquellos que ven amenazas antes de ver oportunidades, cuando tienes tratados de libre comercio, cuando abres las fronteras, tienes que ser mucho más competitivo, nos obliga a mirar si nuestro negocio es eficiente, si estamos en el negocio correcto y si hay oportunidades en otros negocios y ahí, en ese orden de ideas, creo que la mentalidad y el perfil de un experto en relaciones y negocios internacionales sería muy provechoso, solo veo oportunidades...”

(Hernández, G. A. (22 de 10 de 2012). Representante de Thomas Internacional. (S. S. Albarello, Entrevistador)

Actualmente muchos relegan la importancia de tener un departamento o área en su empresa que se encargue realmente de los negocios internacionales y que esté bajo un especialista, con el conocimiento necesario para tener éxito y la capacidad para definir los nuevos horizontes. La comunidad internacional ya no es dirigida por un solo Estado hegemónico, los cambios en la economía y la política han dado el surgimiento a economías emergentes y nuevas potencias que diversifican el mercado, asegurando variedad de nichos y oportunidades para cualquier empresa que conozca la mejor estrategia.

“...el reparto del poder económico mundial en 2035. Así, según sus cálculos China se convertirá en 2035 en la primera economía del mundo por Producto Interno Bruto (PIB) en detrimento de EU...cifras del informe trimestral de Ernst & Young, Rapid Growth Markets Forecast, que ofrece previsiones macroeconómicas para 25 países calificados de rápido crecimiento. Entre ellos se encuentran, además de los BRIC, otros como Polonia, Colombia, Chile, Indonesia, Vietnam o Sudáfrica.”

(El Economista. (21 de 11 de 2012). Emergentes superarán potencias económicas en 2035.

Recuperado el 18 de 11 de 2012, de <http://eleconomista.com.mx/economia-global/2012/11/21/emergentes-superaran-potencias-economicas-2035>)

Los profesionales en el área de negocios internacionales gozan de una gran demanda que día a día se irá incrementando. Los efectos de la globalización no van a disminuir o desaparecer, por lo que las necesidades de adaptación y expansión, que serán generadas en las empresas e instituciones, requerirán y buscarán ser controladas por aquellos que gozan

de un conocimiento completo de ese escenario y de las oportunidades que pueden aprovecharse con una estrategia eficiente y competitiva

### **Recomendaciones**

A pesar de que los resultados fueron en su mayoría positivos y darán una guía a los profesionales al momento de buscar nuevas ofertas de trabajo, se deben tomar en cuenta ciertos elementos a los que deberán hacer frente para no perder esas oportunidades.

La competencia que puede generarse por la proliferación de empresas de outsourcing que hoy se han establecido en el país, es bastante probable. Durante una de las entrevistas a Santiago Builes, director de operaciones de la compañía de Galletas Pozuelo, este planteó la posibilidad de que las empresas consideren tercerizar esta área a operadores de logística, pero la importancia de un experto en Negocios Internacionales no puede ser opacada y es el deber de todo profesional recordar a estas empresas la necesidad de sus conocimientos, principalmente cuando se considera que: *“una economía cerrada lo único que hace es fomentar la mediocridad y el temor”*(Builes, 2012). Costa Rica es un país que busca cada día incrementar su posicionamiento a nivel internacional y sus ventajas para la inversión extranjera, como la colombiana, son elementos que deben ser resaltados por conocedores, por profesionales especializados.

Los profesionales podrán aprovechar las oportunidades que las empresas en desacuerdo con el TLC Costa Rica – Colombia, van a generar. La firma de este tratado está asegurada según los empresarios e involucrados en estas negociaciones, por lo tanto estas deberán buscar formas de adaptarse a este cambio, formas que les permitan tener una competencia eficiente de sus productos y que los nuevos mercados que se abrirán con la Alianza del Pacífico sean aprovechados de la mejor forma.

## Bibliografía

- A. M. Rugman, & R. (s.f.). *Negocios Internacionales: un enfoque de administración estratégica*. Recuperado el 16 de 9 de 2012, de Universidad Jose Carlos Mariategui.:  
<http://udecinternacionales.bligoo.com.co/media/users/20/1049398/files/264027/NegociosInternacionales-1.pdf>
- America Economía. (6 de 6 de 2012). *Nueva Alianza del Pacífico busca fomentar la apertura comercial*. Recuperado el 16 de 9 de 2012, de <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/nuevo-alianza-comercial-del-pacifico-busca-fomentar-la-apertura-comercial>
- Builes, S. (24 de octubre de 2012). Director de Operaciones de la compañía de Galletas Pozuelo. (S. S. Albarello, Entrevistador)
- Castillejo, G., & Fernández, B. D. (1 de 10 de 2010). *Negocios Internacionales*. Recuperado el 11 de 9 de 2012, de De gerencia.com: [http://www.degerencia.com/tema/negocios\\_internacionales](http://www.degerencia.com/tema/negocios_internacionales)
- Concepto y Definición. (2008). *Definición de Perspectiva*. Recuperado el 18 de 9 de 2012, de <http://conceptodefinicion.de/perspectiva/>
- Egloff, E. (2001). En *La inversión y "Políticas Micro" para fortalecer la competitividad en Costa Rica* (págs. 11-22). CEPAL.
- El Economista. (21 de 11 de 2012). *Emergentes superarán potencias económicas en 2035*. Recuperado el 18 de 11 de 2012, de <http://eleconomista.com.mx/economia-global/2012/11/21/emergentes-superaran-potencias-economicas-2035>
- Ferrer, E. P. (23 de 10 de 2012). Master en Programación Neurolingüística, Grupo Empresarial MPA. (S. S. Albarello, Entrevistador)
- González, A. (20 de octubre de 2012). Ministra de Comercio Exterior de Costa Rica. (A. A. Kadamani, Entrevistador)

González, G. A. (22 de 10 de 2012). Representante de Thomas Internacional. (S. S. Albarello, Entrevistador)

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2011). *Censo 2011*. Recuperado el 23 de 9 de 2012, de <http://www.inec.go.cr/Web/Home/pagPrincipal.aspx#>

La Nación. (26 de 10 de 2012). *Costa Rica y Colombia le bajan el ritmo a la negociacion del TLC*. Recuperado el 9 de 11 de 2012, de <http://www.nacion.com/2012-10-26/Economia/costa-rica-y-colombia-le-bajan-el-ritmo-a-la-----negociacion-del-tlc-.aspx>

Ministerio de Comercio Exterior. (2011). *Ministerio de Comercio Exterior, Estadísticas*. Recuperado el 23 de 9 de 2012, de Comex: [http://www.comex.go.cr/estadisticas/balanza\\_comercial.aspx](http://www.comex.go.cr/estadisticas/balanza_comercial.aspx)

Pérez, C. (enero-julio de 2004). *Circuitos y Espacios transnacionales en la migración entre México y Estados Unidos*. Recuperado el 4 de 9 de 2012, de Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15102304>

Portafolio.co. (3 de 5 de 2012). *Negocios colombianos toman fuerza en Costa Rica*. Recuperado el 11 de 9 de 2012, de <http://www.portafolio.co/economia/negocios-colombianos-toman-fuerza-costa-rica>

PROCOMER. (1 de 2012). *Información de Mercados y Sectores*. Recuperado el 25 de 9 de 2012, de Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica: <http://www.procomer.com/contenido/informaci%C3%B3n-de-mercados-y-sectores.html>

Revista Summa. (17 de 8 de 2010). *Más de 60 empresas se instalan en Costa Rica en busca de la expansión*. Recuperado el 11 de 9 de 2012, de <http://www.revistasumma.com/economia/4859-mas-de-60-empresas-se-instalan-en-costa-rica-en-busca-de-la-expansion.html>

- S., M. B. (24 de 9 de 2012). *Industria prepara ofensiva contra el TLC con Colombia*. Recuperado el 30 de 9 de 2012, de La Nación: <http://www.nacion.com/2012-09-24/Economia/Industria-prepara-ofensiva-contr-el-TLC-con-Colombia.aspx>
- S., M. B. (13 de 8 de 2012). *TLC promoverá alianzas para terceros mercados*. Recuperado el 30 de 9 de 2012, de La Nación: <http://www.nacion.com/2012-08-13/Economia/tlc-promovera-alianzas-para-terceros-mercados.aspx>
- Sancho, G. R. (2 de 10 de 2012). Máster en Administración con énfasis en Mercadeo y Dirección Empresarial. (S. S. Albarello, Entrevistador)
- Thomson, I. (mayo de 2006). *Definición de demanda*. Recuperado el 4 de 9 de 2012, de Promo negocios: <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Universidad de Costa Rica. (2011). *Administración Aduanera y Comercio Exterior*. Recuperado el 23 de 9 de 2012, de <http://www.eap.ucr.ac.cr/index.php/carreras/carrera-adm-aduanera-y-comercio-ext>
- Universidad Internacional de las Américas. (2011). *Licenciatura en Relaciones Internacionales con énfasis en Comercio Exterior*. Recuperado el 14 de 10 de 2012, de [http://www.uia.ac.cr/es/op\\_relaciones.html](http://www.uia.ac.cr/es/op_relaciones.html)
- Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. (2009). *Licenciatura en Negocios Internacionales*. Recuperado el 14 de 10 de 2012, de [http://www.ulacit.ac.cr/carreras/seccion/perfil.php?career=1&grade\\_id=3&id=56](http://www.ulacit.ac.cr/carreras/seccion/perfil.php?career=1&grade_id=3&id=56)
- Universidad Nacional de Costa Rica. (6 de abril de 2008). *Licenciatura en Relaciones Internacionales con énfasis en Comercio Internacional*. Recuperado el 14 de 10 de 2012, de [http://www.ri.una.ac.cr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=13&Itemid=85](http://www.ri.una.ac.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=13&Itemid=85)
- Villegas, J. C. (18 de 10 de 2012). Gerente General de Quiticol. (S. S. Albarello, Entrevistador)

## **Anexos: Cuestionario**

**El presente cuestionario es realizado por la estudiante Silvana Saavedra A, postulante para la Licenciatura de Negocios Internacionales de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, con fines educativos y totalmente anónimos.**

**Agradezco su colaboración.**

*Fecha:* \_\_\_\_\_

1. *Actividad económica de la empresa:*
  
2. *¿Consideraría contratar un profesional en el área de Negocios Internacionales? Si/ No ¿Por qué?*
  - a) Expansión de la empresa
  - b) Dirección a nuevos horizontes
  - c) Dirección en el área de comercio exterior
  - d) Consultoría comercial
  - e) No contrataría
  
3. *¿Qué elementos tomaría en cuenta en la búsqueda de un profesional en el área de Negocios Internacionales?*
  - 3.1. Edad:
    - a) 22 -28
    - b) 29-35
    - c) 36- 45
  - 3.2. Experiencia laboral:
    - a) 0-6meses
    - b) 6meses-2 años
    - c) 2años-5años
    - d) 5años-10años
  - 3.3. Especialización:
    - a) Administración  
Aduanera
    - b) Negocios Internacionales
    - c) Comercio Internacional
    - d) Todas
  - 3.4. Universidad:
    - a) ULACIT
    - b) UCR
    - c) UNA
    - d) UIA
    - e) Indiferente
  - 3.5. Nacionalidad:
    - a) Costarricense
    - b) Colombiana
    - c) Indiferente

4. *¿En su empresa existe un departamento especializado en el comercio exterior?*

a) Sí

b) No

5. *¿Actualmente tiene empleados especializado en negocios internacionales?*

a) Sí

b) No

6. *Beneficios del TLC*

6.1. *¿Cree que se beneficiará con la firma del TLC*

a) Sí    b) No

*¿Porque?* \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6.2. *¿Impulsará la expansión de su empresa?*

a) Sí

b) No

6.3. *Con la posible firma del TLC, ¿consideraría contratar especialistas en el área de negocios y comercio internacional?*

a) Sí

b) No