

**Participación de las Competencias de Liderazgo en los Procesos de Internacionalización de
las Empresas el Sector Textil en Colombia**

Corporación Universitaria Remington

Facultad de Ciencias Empresariales

Especialización en Alta Gerencia

Blanca Nubia Álvarez Álzate

Nombre del Docente: Oscar Eduardo Duque Restrepo

Seminario de Liderazgo en Personas y Equipos

2025

Dedicatoria

Dedico este logro a Dios y a mi familia, especialmente a mi esposo e hijos, quienes siempre han estado a mi lado, dándome un apoyo incondicional, en cada proyecto que emprendo, siempre creyendo que todo lo que sueño es alcanzable; y a mis padres, quienes, desde otra dimensión de vida, siguen presentes a través de su ejemplo de amor y perseverancia.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios, por ser mi pilar espiritual de fe, amor, fortaleza, y sabiduría, para sacar adelante cada meta propuesta en mi vida. A mi esposo e hijos, por su presencia y apoyo incondicional en este proceso de aprendizaje, por entender y ceder un poco del tiempo en familia, para poder dedicarle a este proyecto. A mi asesor metodológico, Mg. John Edison Amortegui Granada, y al tutor, Oscar Eduardo Duque Restrepo; por su gran ética docente, su valiosa entrega de conocimiento; y por la exigencia como aporte a mejorar mi visión profesional.

Tabla de contenido

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Tabla de contenido.....	4
Resumen.....	5
Palabras Clave.....	6
Pregunta Orientadora de la búsqueda.....	6
1. Metodología de la Búsqueda de la Información.....	8
2. Sustentación Teórica de la pregunta.....	9
2.1.1 Hallazgo Internacional.....	11
2.1.2 Hallazgo Nacional.....	12
2.1.3 Hallazgo Regional.....	14
2.1.4 Hallazgo local.....	16
3. Conclusiones.....	18
4. Referencias.....	19

Resumen

El presente informe de seminario aborda los elementos necesarios a tener en cuenta dentro de los procesos de internacionalización de las empresas del sector textil en Colombia; cuyo objetivo es desarrollar un plan de internacionalización, fundamentado en un diagnóstico preciso de la capacidad administrativa, productiva y financiera de las empresas, con el propósito de que se identifique que tan preparadas están las empresas para el ingreso a un mercado internacional y si es viable hacerlo. También, se hace necesario conocer aspectos clave como los acuerdos comerciales vigentes y normatividad aduanera, que regula el comercio entre Colombia y los países a los cuales se plantea llegar. Además, investigar las tendencias actuales del mercado objetivo, identificar perfil del consumidor y evaluar la competencia existente (Cantos, 2007). Sobre esta base, establecer una estrategia de marketing completa que contenga una adaptación de precio, de producto y publicidad, que aseguren una entrada exitosa al mercado objetivo. Para complementar este análisis se hace necesario incorporar teorías económicas globales, revisar diferentes fuentes bibliográficas y digitales que puedan aportar conocimiento para el desarrollo de este informe, entre los cuales se denota la teorías del sistema mundo, por Immanuel Maurice Wallerstein (Wallerstein I. M., 1979), como soporte de estudios previos sobre la economía global, además, libros, artículos, páginas web y diccionarios de términos internacionales, análisis previos de mercados y procesos de internacionalización ya documentados, que aportan contenido internacional, nacional, regional y local. Finalmente se concluye que este informe es una herramienta que integra una información detallada y organizada, que permite respaldar una propuesta coherente y viable para ingresar a un mercado internacional, con menor probabilidad de error.

Palabras Clave

Comercio Internacional, exportación, mercado, competencia, marketing.

Pregunta Orientadora de la búsqueda

Las bases comercio internacional, vienen dadas desde tiempos remotos, en donde los seres humanos, cambiaban pieles por alimentos, el llamado trueque; lo que da inicio, a lo que se puede decir, ya serían operaciones de intercambio; vale decir que, con el paso del tiempo, evolucionaron con la llegada del período neolítico (entre el 8000 y 4000 a de C), en donde surgen las herramientas, la domesticación de animales, las sociedades agrícolas y sedentarias, y un proceso de agricultura, que permite la tenencia de excedentes de producción y por tanto, fortalecer el proceso de intercambio (Gobierno de Canarias, 2025).

Otro momento de la historia, que significa un gran punto en la evolución en el intercambio comercial, fue el siglo XV, con el descubrimiento de América, en donde se intensifica el comercio internacional, a través del intercambio entre las grandes potencias y las colonias, en donde se inicia una concepción teórica, que enmarca la concentración de grandes capitales, al centro del mundo, a lo que (Wallerstein I. M., 2005): “Sostenía que el comercio internacional, no consistía en un intercambio entre pares. Algunos países eran económicamente más poderosos que otros (los del centro) y por ende podrían negociar en términos que favorecían el desvío la plusvalía de los países débiles (la periferia) al centro. (p. 26)

Continuando entonces, con un orden cronológico, en el desarrollo del comercio exterior, llega la Revolución Industrial, dada entre en los años del 1780 y 1840, en donde se da una transformación, social, económica y tecnológica, con el motor a vapor, lo que genera, un fenómeno de producción en masa y la evolución del transporte, y es así como, el comercio

comienza a sobre pasar fronteras continentales e intercontinentales. (Enciclopedia de Humanidades, 2017)

Seguidamente, el comercio exterior continúa su transformación, hasta dar un paso agigantado en el siglo XX, especialmente en el año de 1990, en donde se da un proceso de apertura económica, que adhiere las economías de Latioamérica, Europa del Este y el Oriente Asiático, dando paso a la implementación de nuevos acuerdos comerciales, a través de la eliminación de algunas barreras arancelarias. (Landa Díaz, 2022)

Es necesario, mencionar que Colombia, fue uno de los países que se incorporó a la apertura económica mundial de los años 90, con el objetivo de buscar inversión extranjera, exponiendo el producto nacional al mundo, y así diversificar las exportaciones; también, con la visión de buscar la reducción de imposiciones arancelarias, de permisos y tramitología en los procesos de exportación ya existentes; lo que generó gran expectativa en los gremios productores de bienes y servicios del país, de lo cual se resume que inicialmente los sectores más beneficiados fueron el financiero y el de la construcción, y por el contrario se vio ampliamente afectado el campo y la pequeña industria (Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, 2005).

A todo lo anterior se debe, que el comercio internacional se defina como un proceso de intercambio de bienes y servicios entre los países; que el término de globalización, enmarque la integración de las naciones a través del intercambio y que haya surgido el concepto de los tratados de libre comercio, gracias a la necesidad de realizar acuerdos entre dos o más países, con regulaciones especiales, que les permitan exportar mercancías, con beneficios de libre circulación, entre los países, que estén dentro del acuerdo (Cantos, 2007).

Es por esto que, los gremios de producción de bienes y servicios de cada país, deben estar prestos a las oportunidades que esta clase de acuerdos brindan para la expansión de sus

productos a nuevos mercados, además se debe tener en cuenta y aplicar de la teoría de la Ventaja Absoluta, en la que si un país es experto en hacer algo, le va a costar menos hacerlo y debe aprovechar dicha ventaja para llevar su producto a un país que no sea experto en hacerlo y sacar ventaja de este (Smith, 1776), lo que se puede decir, es una forma de inclinar la balanza comercial a favor de un país, a través de la exportación de algunos productos.

Por consiguiente y teniendo en cuenta estas ventajas, es función de los líderes empresariales identificar este tipo de oportunidades, saber aprovechar las ventajas competitivas ingresando a procesos de internacionalización, y de esta manera tener otra opción para garantizar así la rentabilidad, el crecimiento y la supervivencia de las empresas.

Finalmente cabe mencionar que la pregunta de este informe es identificar ¿Cuáles son las competencias que deben poseer los líderes del sector textil en Colombia, para afianzar su participación en procesos de internacionalización?.

Metodología de la Búsqueda de la Información

La búsqueda de la información se construyó teniendo en cuenta sitios como, Google Académico, Dialnet, biblioteca virtual del Banco de la República, biblioteca virtual Uniremington, Editorial de la Universidad del Norte, como principales proveedores de bases de datos y recursos académicos. Dentro de las categorías de búsqueda se utilizaron las siguientes palabras: teorías económicas, teorías de la economía mundo, comercio internacional, mercadeo internacional, procesos de exportación, plan exportador, normatividad para exportar en Colombia, acuerdos comerciales, CAN.

Los referentes encontrados a nivel internacional, nacional, local y regional fueron:

- Internacional: Introducción al Comercio Internacional; Manuel Cantus; España; 2007.
(Cantos, 2007)
- Nacional: Inteligencia de Mercados: Una Visión Integral e Interdisciplinaria para la Internacionalización de la Pymes; autores: Eгна Avedaño Cárdenas, Alvin Henao Pérez y Mario de la Puente Pacheco; Barranquilla; 2022. (Cárdenas, Pérez, & Pacheco, 2022)
- Nacional: Proceso de Exportaciones; Luis Alberto Páramo Renza; Bogotá D.C., 2017
(Renza, 2017)
- Regional: Factores que impulsan la internacionalización de las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de Caso; Oscar Alberto Hoyos-Villa, Manizales; 2019.
(Hoyos, 2019)
- Local: El sector de la confección en el departamento de Risaralda; José Ariel Galvis González y Lucia Ruíz Granada; Pereira; 2004. (González & Ruíz Granada, 2004)

1. Sustentación Teórica de la pregunta

Lo que motiva la elaboración del presente informe, es la necesidad de identificar ¿Cuáles son las competencias que deben poseer los líderes del sector textil en Colombia?; esto teniendo en cuenta que, el liderazgo es un factor crucial para el éxito empresarial, que además, implica una cantidad de competencias, para poder alinear un equipo con cumplimiento de los objetivos estratégicos de las organizaciones e ir más allá, entre dichas competencias (Enciclopedia de Humanidades, 2017), cabe mencionar que un líder debe estar en la capacidad de motivar, de comunicar, de delegar, de ejemplificar, de resolver problemas, de tener manejo de la inteligencia emocional, de formar líderes, de construir relaciones, de adaptarse al cambio, de educarse contantemente, de crear valor diariamente para la empresa, y de ir un paso adelante en el

cumplimiento de la visión estratégica de la compañía, entre otras; y de esta manera garantizar la supervivencia de la empresa en el tiempo (Wallerstein I. M., 1979). Pero esto, no es suficiente para el contexto empresarial actual, que se encuentra permeado por el fenómeno de la globalización y la competencia de mercados externos, es en este escenario, en donde los líderes deben tener competencias específicas (Idiomas, conocimiento multicultural, habilidades de negociación, de adaptabilidad, manejo de tecnologías, normatividad internacional y visión global, entre otros), competencias que les permitirán evolucionar para gestionar estrategias que les permitan llevar a cabo procesos de expansión internacional, los cuales, se están convirtiendo casi en una necesidad para las organizaciones, pues esto, les garantizará tener fuentes de ingresos diferentes a las de un mercado local, que se encuentra visiblemente afectado por la comercialización de productos entrantes (Cornejo, 1996).

Es importante, tener en cuenta que, el sector Textil en Colombia, representa una industria significativa, pero en el momento se está viendo afectada por una balanza comercial negativa; son más los textiles y las confecciones que se están importando, que las que se exportan; sin embargo, el producto nacional destaca por su calidad y diseño, es aquí donde el liderazgo del sector textil-confección adquiere un papel fundamental para enfrentar un reto tan significativo como el de inclinar la balanza comercial al favor, y aprovechar las ventajas competitivas que se tienen y diseñar estrategias de internacionalización, que mejoren y optimicen la capacidad exportadora de las empresas y que como se mencionó anteriormente ayuden a la sostenibilidad de la organizaciones (Cantos, 2007).

Por tanto, es muy necesario fortalecer las competencias de los líderes del sector textil colombiano, para afianzar la participación en los procesos de internacionalización, para ello en este informe se entrega un aporte, que da a conocer algunos hallazgos que le pueden dar un

panorama desde el punto de vista general (internacional), hasta el más específico (Local), para que el líder se pueda hacer una idea global de lo general a lo particular, para diseñar una estrategia que pueda llevar la empresa a un proceso de internacionalización.

Hallazgo Internacional

El referente internacional tiene como título: Introducción al Comercio Internacional, del autor Manuel Cantos, publicado en España, en el año 2007; en este libro, el autor aborda el comercio internacional desde el contexto actual, se centra en la internacionalización de las empresas como un medio crucial para diversificar los riesgos en un entorno global, que se hace cada vez más complejo y competitivo. En esta obra se exploran temas como teorías del comercio internacional, políticas comerciales, factores que influyen en la decisión de las empresas a expandirse a mercados internacionales. Cantos (2007), plantea que el proceso de internacionalización de las empresas debe ser bien planeado y llevado a cabo por personas emprendedoras, que posean conocimientos en el tema internacional.

Además en su obra, discute acerca de las implicaciones económicas, políticas y sociales de la globalización, y aporta algunas estrategias para que las empresas pueden adoptar y tener éxito en el campo del comercio internacional; entre las que hay cuatro claves para lograrlo, según Cantos (2007):

El modo de operar: (¿con quién?). Agentes propios, independientes, subsidiarias, Joint ventures, franquicias, etc. Qué vamos a ofrecer: (¿qué?). Productos, servicios, Know-how, llaves en mano, etc. En función de lo que se ofrezca, diferente será el compromiso internacional, es decir, la interacción con el cliente es mayor cuando ofrecemos un servicio que cuando vendemos un producto. Dónde vamos a vender: (¿dónde?). En qué Países, mercados, segmentos. Con qué estructura organizativa: (¿cómo?). Tenemos una

estructura organizativa adecuada para afrontar mercados exteriores, tenemos un departamento de exportación eficiente, será necesario desarrollar habilidades nuevas, tenemos experiencia en comercio internacional. (p. 68)

Adicional a las claves antes mencionadas, Cantos (2007), se enfoca en el tema de logística y distribución, un tema crucial en el transporte de mercancías, aduciendo que una logística eficiente ayuda abaratar costos y a volver las empresas más competitivas en el mercado global.

Finalmente aborda los desafíos y oportunidades a los que se enfrenta el comercio internacional, como barreras arancelarias, tensiones comerciales, problemas ambientales; pero también las oportunidades de acceder a nuevos mercados y poder diversificar los productos.

Se puede decir entonces, que este referente de introducción al comercio internacional, hace un gran aporte proceso de internacionalización, ya que ubica al investigador dentro de un concepto global del comercio internacional y lo va enfocando de lo general a lo particular, desde teorías, y conceptos generales hasta estrategias de penetración de mercados, enfatizando la importancia en la preparación de las empresas para enfrentarse a tal desafío, sin dejar de la lado que es un proceso al que deben llegar la mayoría de las empresas para garantizar la subsistencia empresarial.

Hallazgo Nacional

El referente nacional es el libro Inteligencia de Mercados: Una Visión Integral e Interdisciplinaria para la Internacionalización de la Pymes; autores: Egna Avedaño Cárdenas, Alvin Henao Pérez y Mario de la Puente Pacheco; Barranquilla; (2022). Este libro aborda la importancia de los mercados en el contexto de la globalización de las pequeñas y medianas empresas (pymes); se hace énfasis en que, a medida que las barreras comerciales y fronterizas se han reducido, se vuelve esencial que las pymes se preparen para competir en un entorno global.

“Por esta razón, los profesionales encargados del manejo de estas empresas deben adquirir conocimientos y desarrollar habilidades que les permita desenvolverse sin dificultades en esta economía global” (Cárdenas, Et al., 2022, p. 1).

En este sentido, los autores se enfocan en la necesidad de que las pequeñas y medianas empresas en Colombia, hagan inteligencia de mercados, y por ello entregan algunos instrumentos y metodologías, para la recolección y estudio de la información, a través de la ejemplificación de procesos guiados; lo que le permitirá a las empresas, tomar decisiones asertivas al momento de llevar a cabo un plan exportador, también enseña adaptarse a los requerimientos del mercado global y a identificar qué tan preparada está la compañía, para llevar a cabo un proceso de internacionalización.

Es por lo anterior que los autores, han basado gran parte del contenido de este libro, en material de apoyo, como resultado del análisis y mejoramiento de los documentos elaborados por Proexport en el año 2004, para la Expopyme, que tenía como objetivo elaborar un plan exportador para las pymes en Colombia, entre el material de apoyo se encuentran talleres, ejemplos, y guías de trabajo, que no solo están dadas a nivel académico, si no de prácticas realizadas dentro del sistema empresarial, para la realización de un plan de exportación.

Finalmente se puede decir que este libro, es un gran aporte al proceso del informe, puesto que, no solo entrega información conceptual, sino que destaca la necesidad imperiosa de que las empresas hagan inteligencia de mercados, antes de lanzarse a la expansión internacional, a través de planes exportadores, y para ello, los autores, aportan información real, para ayudar al desarrollo de dichos planes en Colombia, y aún más positivo, es que guía el proceso desde la necesidad de las pequeñas y medianas empresas.

Hallazgo Regional

El referente Regional tiene como título: Proceso de Exportaciones, del Autor Luis Alberto Páramo Renza, publicado en Bogotá D.C., Colombia, en el año 2017 (Renza, 2017) .

Esta publicación, representa un manual educativo que aborda de manera integral el procedimiento de las exportaciones en Colombia, estructurando de una manera lógica y secuencial, los aspectos que involucran, el proceso de exportación, entre los que se denotan temas y conceptos claves, tales como menciona Renza (2017):

- Entidades involucradas en los procesos de exportación: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, DIAN (Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales), Proexport, Bancoldex y Banco de la República, INVIMA, ICA y agencias de Carga.
- Modalidades de exportación en Colombia: tráfico postal y envíos urgentes, exportación definitiva, temporal, reexportación y reembarque.
- Documentos soporte de la exportación: factura comercial, lista de empaque, conocimiento de embarque, la guía aérea, la carta porte, Bill of lading y la declaración de exportación (DEX).
- Medios de pago: carta crédito, contrato de compraventa, instrumento de pago internacional.

Además, a lo largo del documento, se presenta una metodología clara para abordar el proceso logístico de exportación, los pasos detallados para realizar la exportación incluyendo la planificación de costos, la parte documental y el uso de los términos Incoterms.

Finalmente, se dice que un análisis de la factibilidad es el equivalente a la disponibilidad de recursos para lograr el objetivo deseado, que en este caso es exportar, por ello se deben

considerar factores, como la inteligencia de mercados, lo costos y la creación de empresas, tema crucial para determinar la factibilidad económica, logística, y tecnológica del proceso (Renza, 2017). Así, es más fácil determinar la viabilidad de exportar un producto.

Por otro lado, también el presente referente está dado por el artículo: Factores que impulsan la internacionalización de las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de Caso, escrito por el Autor Oscar Alberto Hoyos Villa, en la ciudad de Manizales Colombia (2019). La investigación presentada en este artículo analiza factores que impulsan la internacionalización de las pymes en el Eje Cafetero colombiano, a través, del estudio de casos reales en pymes seleccionadas, en el departamento de Caldas, Quindío y Risaralda, proporcionando información valiosa para el desarrollo de un plan exportador efectivo.

Inicialmente, se estudia como las pequeña y medianas empresas (pymes), han comenzado su proceso de internacionalización, adaptando sus productos, y siguiendo políticas de calidad y producción. Sin embargo, enfrentan desafíos al momento de realizar la negociación internacional y las búsquedas personales calificado para ello.

Dentro de los factores internos que se analizaron, se incluye el capital humano, en donde se encontró que es poca la formación y capacitación del personal en las pymes industriales del Eje Cafetero Colombiano, en cuanto a las áreas internacionales (Hoyos, 2019). De lo que, se deduce es una debilidad, que se debe fortalecer, para enfrentarse a la apertura de nuevos mercados; también se encontró que solo un pequeño número de pymes realizan estudio de mercados extranjeros, lo que indica una necesidad de investigar más, para entender las dinámicas internacionales; a pesar de que se desarrollan productos innovadores, se debe fortalecer una política empresarial para mantener la innovación, además se deben tener en cuenta otros factores

internos analizados en el documentos, como son: la gerencia, los costos, y la capacidad de producción.

A nivel de factores externos, se analizaron aspectos políticos, sociales, culturales, legales y competitivos; las políticas gubernamentales, los tratados de libre comercio, la normatividad de los países a exportar, el conocimiento de los competidores y las cultura para tener información a la hora de realizar la adaptabilidad de los productos, son esenciales para el éxito exportador.

Dentro de los resultados del estudio se tiene que las pymes del Eje Cafetero han mejorado su productividad gracias a las exportaciones, pero es necesario invertir en la capacitación del personal, para mejorar la capacidad de negociación y desarrollas estrategias de mercado más efectivas.

Al final se puede decir, que este artículo, entrega un análisis real de lo que afrontan las pymes industriales del Eje Cafetero, cuando toman la decisión de exportar y denota gran parte de aspectos claves, para tener en cuenta al momento de realizar el diseño de un proceso de internacionalización, factores internos y externos, documentados desde la experiencia empresarial y con una valiosa perspectiva de implementación y mejora, lo que representa un manual de apoyo, en el diseño del plan exportador que aborda este trabajo.

Hallazgo local

El presente referente local, está representado, por el artículo: El sector de la confección en el departamento de Risaralda; José Ariel Galvis González y Lucia Ruíz Granada; publicado por la revista de la Universidad Católica Popular de Risaralda, en Pereira, (2004). En este documento sobre el sector de la confección en Risaralda, se encuentra un análisis detallado de cómo la globalización ha transformado el sector, así como las oportunidades y características que lo

definen, además, se exploran los sistemas administrativos, que son claves para el desarrollo del sector de la confección. (González & Ruíz Granada, 2004)

A continuación, se da una breve descripción de cómo está estructurado el sector de la confección en Risaralda; a nivel de ubicación geográfica, se puede decir que la mayoría de empresas manufactureras del sector están establecidas en Pereira y Dosquebradas, lo que generalmente, es indiferente, porque se toma como una sola industria; en cuanto a la importancia económica, se puede decir que el sector textil-confección ha sido uno de los tres principales sectores de la industria manufacturera en Risaralda durante los últimos 20 años, lo que se refleja en el sector, como la industria con mayor número de establecimientos; a nivel de empleo, es uno de los sectores que mantiene más personal ocupado; y sí se habla de tamaño, predominan las medianas empresas (pymes); es así que estas características destacan la relevancia del sector en la economía de Risaralda y su potencial para el desarrollo.

Ahora bien, el documento también aborda las oportunidades que se presentan para las empresas en el sector de la confección, entre las que se encuentran: el crecimiento del mercado, pues al tener un incremento de establecimientos comerciales y/o plantas de confección, se sugiere una expansión del mercado, la oportunidad de aumentar la producción y la diversificación de los productos; el desarrollo tecnológico a través de la adopción de nuevas tecnologías y la modernización de procesos, lo que permitirá aumentar la eficiencia y competitividad; la colaboración a nivel institucional, entre lo que cabe destacar las entidades financieras, universidades y centros de investigación, como aliados para el financiamiento, proceso de capacitación y desarrollo; el aprovechamiento de las redes globales, para ingresar a nuevos mercados; el mejoramiento de la capacidad estratégica, para identificar oportunidades y

aprovechar la capacidad de confección, para posicionarse mejor dentro de los mercados cambiantes.

Además, se destaca el crecimiento de la industria. Según (González & Ruíz Granada, 2004) ,“El sector textil de la confección, aparece en los últimos 20 años, como uno de los tres primeros sectores de la industria manufacturera del departamento” (p. 123). Este crecimiento, se correlaciona con el aporte a la evolución de otros sectores, que se interrelacionan con la confección, como es el campo de los textiles y los insumos, lo que alimenta un encadenamiento productivo, que beneficia a la economía regional; también se menciona el impacto cultura y social, pues esta actividad promueve tradiciones, y cohesión social en cuanto a ofrecer oportunidades de empleo a diversas comunidades de la región.

En síntesis, se puede decir que este documento hace un aporte informativo, para identificar las oportunidades tiene el sector textil-confección, permite identificar fortalezas claves para el crecimiento y sostenibilidad de este tipo de Pymes, además de impulsar el plan exportador, con la certeza de un mercado que ha venido creciendo en los últimos años y del que se espera siga siendo sostenible, y que aporte al crecimiento económico de la región.

2. Conclusiones

En conclusión, se puede decir, que cada referente analizado, realiza un aporte sustancial, al conocimiento de un líder que visiona como expansión empresarial, la internacionalización de la organización que lidera; en el informe se presentaron hallazgos de lo general a lo particular, en donde el referente internacional, entrega una noción introductoria y general a cerca de lo que es el comercio internacional, además de conceptualizar los términos globales, esenciales para el desarrollo de una estrategia de internacionalización; por consiguiente, se analizó un primer referente nacional, dedicado la inteligencia mercados, el que se considera un soporte importante,

para direccionar la expansión, esto dirigido desde la gerencia internacional, ya que toca factores organizacionales, que son más viables re direccionar desde la autonomía de un líder con competencias para la internacionalización; además, un referente local, una guía exportadora que mostró de una forma completamente didáctica el proceso de las exportaciones, lo que servirá como soporte al momento de la ejecución de ejecutar un proceso inicial de internacionalización.

También, se abordó un referente regional se suma importancia, sobre los factores que impulsan la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en el Eje Cafetero, identificación de factores que enriquecen este informe, el por qué deben ser llevados a la práctica para garantizar la ejecución exitosa un primer proceso de expansión internacional, sobre todo en una mediana empresa (pyme).

Finalmente, un referente local, que fortaleció el objetivo de internacionalización de la empresa, a través de las evidencias de crecimiento del sector y el aprovechamiento de oportunidades; en lo que se puede concluir a través de este ejemplo, que el líder puede tener la certeza de que es posible crecer, siempre y cuando desarrolle las competencias necesarias, para dirigir procesos de internacionalización, de una manera asertiva y alineada con el conocimiento y el equipo.

3. Referencias

Bancolombia. (2021). Obtenido de [bancolombia.com](http://www.bancolombia.com):

<https://www.http:www.bancolombia.com/negocios/comercio-internacional/exportar/empezar/actores-entidades-proceso>

Cantos, M. (2007). *Introducción al Comercio Internacional*. España: EDASHA.

- Cárdenas, E. A., Pérez, A. H., & Pacheco, M. d. (2022). *Inteligencia de Mercados: Una Visión Integral e Interdisciplinaria para la Internacionalización de las Pymes*. Barranquilla: Uninorte.
- Catálogo de tesis digitales udlap*. (26 de agosto de 2016). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/sanchez_r_da/capitulo2.pdf
- Cornejo, E. (1996). *Comercio Internacional: hacia una gestión competitiva*. Lima: San Marcos.
- Enciclopedia de Humanidades. (21 de Abril de 2017). *Humanidades.com* . Obtenido de <https://humanidades.com/revolucion-industrial/>
- Figuroa, A. M. (2008). *MANUAL DE EXPORTACIONES. La exportación en Colombia*. Bogotá D.C.: Universidad del Rosario.
- Gobierno de Canarias. (2025). *www3.gobiernodecanarias.org*. Obtenido de <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/msuaump/sociales-2o-eso/tema-7-la-prehistoria/>
- González, J. A., & Ruíz Granada, L. (2004). El Sector de la Confección en el Departamento de Risaralda. *Revista Académica e Institucional de U.C.P.R.*
- Hoyos, O. A. (2019). Factores que impulsan la internacionalización de las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso. *Entramado*, 78-103.
- Landa Díaz, H. O. (2022). Apertura económica, crecimiento económico y restricción externa: un estudio para América Latina, Europa y Asia, 1990-2019. *SciELO*.
- Lavanda Reyes , F., & Traba Castillo, E. (2005). *Negocios Internacionales*. Perú: Contacto empresarialPerú SAC.
- Renza, L. A. (2017). *Proceso de Exportaciones*. Bogotá D.C.: Fundación Universitaria del Área Andina.

Smith, A. (1776). *Investigación Sobre la Naturaleza y la Causa de la Riqueza de las Naciones*.

Madrid: tecnos.

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. (2005). *Apertura Económica en Colombia*

y el Sector Externo (1990-2004). *Apuntes del CENES*, 12.

Wallerstein , I. M. (1979). *El Moderno Sistema Mundial*. México: Siglo XXI Editores S.A.

Wallerstein, I. M. (1979). *El moderno sistema mundial I. La agricultura capitalista y los
origenes de la economía mundo europea en el siglo XVI*. Madrid: Siglo XXI.

Wallerstein, I. M. (2005). *Análisis de sistema-mundo: una introducción*. México: siglo xxi
editores, s.a. de c.v.