

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL  
TEXTO COMPLETO**

Bogotá D.C., febrero 20 de 2012

Tesis  Trabajo de Grado

**Señores**  
**BIBLIOTECA GENERAL**  
**Ciudad**

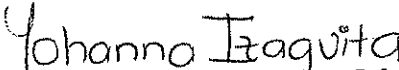
Estimados Señores:


Nosotros, **Nelly Yohanna Izaquita Gómez**, identificada con cédula de ciudadanía número **1.090.374.028** de Cúcuta, y **Fabián Arturo Rodríguez Blanco** identificado con cédula de ciudadanía número **88.271.976** de Cúcuta, autores del trabajo de grado titulado "**Importancia de La Cultura en los Negocios Internacionales**" presentado y aprobado en el año 2012 como requisito para optar al título de **Especialista en Gerencia Logística Comercial Nacional e Internacional y Especialista en Gerencia de Recursos Humanos**, respectivamente, autorizamos a la Biblioteca General para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en la página Web de la Facultad, de la Biblioteca General y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "**Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores**", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Atentamente,

  
**Nelly Yohanna Izaquita Gómez**  
**C.C. 1.090.374.028 de Cúcuta**

  
**Fabián Arturo Rodríguez Blanco**  
**C.C. 88.271.976 de Cúcuta**

IMPORTANCIA DE LA CULTURA EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES CASO  
CHILE Y COLOMBIA

Nelly Yohanna Izaquita Gómez

Especialización en Logística Comercial Nacional e Internacional

Fabián Arturo Rodríguez Blanco

Especialización en Gerencia de Recurso Humanos

Asesor

Celso Miguel Melo Melo

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

II Seminario Internacional en Gestión de las Organizaciones

Bogotá, D.C., 2012

## Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo fundamental el describir como la cultura en la negociación internacional incide en el desarrollo de la visión estratégica de un estado y el interés de este en implementar tratados de libre comercio y apertura económica y dar así la estabilidad en los negocios que se hagan con potencias desarrolladas e industrializadas, que son poseedores de culturas mas dominantes y de años de experiencia en las mismas por sobre intereses de países suramericanos. Por esto se desarrolla a lo largo del texto una narración de los principales beneficios y desventajas que se han vivido en un país como Chile; y él como Colombia puede tener un éxito mayor en la capacidad de entender y hacer sus tratados de apertura sin tener los complejos problemas que acarrea abrir las fronteras a países de economías consumistas y de mayor capacidad adquisitiva entre sus habitantes en relación a lo que viven sus pobladores internos.

## Abstract

This paper aims to describe fundamental as culture in international negotiation affects the development of a state's strategic vision and interest to implement this free trade and economic openness and thus give the businesses stability been done with a developed and industrialized powers, which are possessed of more dominant cultures and years of experience in the fee on interest from South American countries. For this is developed throughout the text narrative of the

main benefits and disadvantages that have lived in a country like Chile, and the like Colombia can have greater success in the ability to understand and make their treaties without opening the complex problems associated with open borders to countries consumerist economies and greater purchasing power among its inhabitants in relation to its population living inmates.

### Introducción

Desde el principio de las civilizaciones, estaba presente la importancia de relacionarse y de comerciar a través del intercambio de productos, que se realizaba a través de la modalidad del trueque por parte de los indígenas, esta era la calidad de acuerdo formal que existía entre los pueblos o tribus de la época, lo que diferenciaba a una cultura de la otra en cuanto a la diversidad agrícola que cada uno cultivaba, la forma en que se realizaba, los intercambios de acuerdo a la cultura, principios y costumbres; complementando entre ellos variedad de alimentos que buscaban satisfacer sus necesidades más básicas de supervivencia.

Teniendo en cuenta la historia del comercio y las relaciones entre países que están presentes desde años atrás, el cambio que se ha venido formalizando en la actualidad ha sido la modalidad en cómo se desarrollan los acuerdos comerciales. EL ámbito de cultura de mercados diversificada de hoy día y la variedad de modelos que se han estructurado para formalizar la comercialización de lo que se produce en cada estado, a dado paso al origen de la globalización de infinidad de productos, servicios e intercambio de información e ideas continuas, que a través de las Tic's (tecnologías de información-Internet) satisfacen y agilizan las diversas necesidades a nivel mundial. Lo que de una u otra forma demuestra que la historia se ha venido reforzando cada vez más y al igual el mundo se ha ido adaptando de manera abrupta a los cambios económicos, políticos, sociales,

culturales y tecnológicos que trae consigo la Globalización; teniendo como protocolo de negociación un idioma universal como es el idioma (Inglés) y una divisa (Dólar) que permite identificar este periodo crucial en la economía actualidad.

#### Planteamiento del problema

En la posibilidad de conocimiento e interacción con otras culturas y modelos económicos que brinda la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano y en esta oportunidad con el II seminario internacional en gestión de las organizaciones: Chile 2011, queda una serie de inquietudes a despejar que a lo largo de este ensayo se hará énfasis en un profundo análisis de situaciones y aspectos relevantes que se pudieron observar en el entorno cultural de este país, esto con el fin de encontrar unas variantes claras y solidas de fácil remembranza que ayuden a determinar las características culturales que identifican la forma de actuar por parte de países como Chile y Colombia al momento de establecer relaciones de negociación internacional.

Dentro del desarrollo del planteamiento del problema se destacara aspectos culturales que se deterioran y olvidan a lo largo de una economía de escala global, como la adoptada por Chile desde la década de los 90's y que se podría ver reflejada dentro de la economía colombiana, en un futuro de acuerdo a las políticas que en la actualidad se están desarrollando. Esta pérdida de identidad cultural es la que podría acarrear la unificación de las costumbres y pérdida de valores que en definitiva son las bases que distinguen a cada uno de los países en cualquier rincón del mundo.

Hay autores Chilenos que plantean esta apertura económica y la entrada de acuerdos y tratados de libre comercio como parte de una política de estado, sin tener en cuenta la amenaza de ir perdiendo valores propios de sus regiones como

la música, comidas, bailes autóctonos, religión y así una serie de costumbres que para las nuevas generaciones no tendrán relevancia o no sabrán que existieron mientras que la influencia de la interculturalidad incursionara con mucha más fuerza y con mas pautas de los medios a su favor. Según (Larraín J. 2001) La paradoja es que, sin duda, el fin de todo esto no fue solamente un intento por recuperar una identidad que se va perdiendo en la ciudad, sino más bien aprovechar el tema como motivo publicitario, o señuelo para que la gente consuma en las tiendas del interior.<sup>1</sup>

Como parte de esta carrera comercial y de firmas de acuerdos que a la larga beneficia a un porcentaje reducido de inversionistas e impulsa el crecimiento del PIB, tenemos que observar cómo Colombia debe adaptarse a una serie de requisitos en aspectos económicos, financieros, de infraestructura, de educación y de tecnología e innovación para poder competir a nivel de los mercados internacionales a los cuales se debe incursionar con valor agregados respaldados por sistemas de calidad que certifiquen y garanticen la confiabilidad al momento de su consumo. En mercados como Norte América, Europa y Asia el factor cultural predominan y goza de fortaleza y solidez a la hora de firmar cualquier tipo de acuerdo o tratado con las demás naciones, lo que significa que las costumbres, religión, sistema político y demás no se permiten ver afectados en ningún momento.

De ahí que no se puede vender la idea a los pueblos Suramericanos de que la apertura económica es sinónimo de pérdida de identidad e ideología cultural como ha pasado ya en un país como Chile, en el que sus habitantes luchan por mantener vivas las tradiciones que han enmarcado generaciones tras generaciones, antes de la llegada de los tratados y acuerdos comerciales. Es por esto que al estar en tierras australes se percibe la frialdad de las personas y sobre todo aquellas que están de cara al cliente, a la cual solo les interesa obtener beneficios económicos

---

<sup>1</sup> Jorge Larraín, *Identidad Chilena (2001)* (Santiago: Ed. LOM, 2001), p.21-48.

de turistas, a los colombianos todo el comportamiento anterior es frustrante debido a que las costumbres que identifican su cultura se caracterizan por la calidez de la gente, su gentileza, cordialidad, servicio y cara amable al momento de atender a cualquier tipo de persona.

Es esto lo que no se puede dejar de lado, ni mucho menos que los gobernantes en algún determinado momento pretendan dejar perder. De acuerdo a lo indagado en Santiago de Chile, Valparaíso y Viña del Mar, encontramos que la mayoría de los habitantes manifestaban que añoraban las épocas en que se vivía las tradiciones Australes en su más amplia expresión, resaltan también la gran diversidad de etnias indígenas que abarcan toda la tierra Araucana, algunos de los cuales existen hoy día y se manifiestan contra las políticas Neoliberales que los han reprimido desde la época de la dictadura, pueblos como los Mapuches y Aymaras, entre otros, se han venido diezmando por parte de las represiones a las que han sido expuestos década tras década.

Entre tanto Chile es uno de los países de América Latina que ocupa un puesto apremiante en la posición del Índice de Competitividad 2011-2012, ocupando el puesto 31 a nivel mundial y es el número 1 a nivel de América Latina. Es así como demuestra ser un país que tiene la habilidad de proveer altos niveles de prosperidad y desarrollo a sus ciudadanos, basados en una economía sostenible en el hoy y en el mediano plazo.

La estrategia de inserción económica internacional por la cual la economía chilena se impulso fue el tratado de Libre Comercio con la UE (Unión Europea), a través del cual la oferta de bienes y servicios empiezan a tener un ingreso preferencial a un mercado de casi 500 millones de habitantes, disfrutando de los beneficios de la reducción o eliminación de los aranceles que rigen en las economías europeas para todo el tema de las importaciones.

Es así como Chile ha adoptado una inserción internacional basada en la apertura comercial, como una política que ha sido combinada en la suscripción de Acuerdos de Protección y Promoción de Inversiones (APPIs), al igual que los Convenios, constituyéndose en las principales estrategias para poder ingresar al mercado internacional con reducción en barreras arancelarias y no arancelarias evitando así la doble tributación, ganando por su parte el estado preferencial en las diferentes actividades comerciales que se desarrollan entre los países, dando liberalización a los productos tangibles y no tangibles como transportes, energía, telecomunicaciones y demás servicios que llevan consigo su valor agregado.

Asimismo Según (Ibarra, 2001) la estrategia de inserción internacional promovida por Chile se desarrolla mediante tres vías complementarias: Apertura unilateral, negociaciones comerciales multilaterales y la apertura negociada a nivel bilateral y regional, la cual es utilizada con mayor énfasis desde inicios de la década de los 90”. (Impacto del TLC entre Chile y la Unión Europea (UE) en las PYMES – Germán Ibarra).<sup>2</sup>

Hay aspectos culturales en los negocios chilenos que son base importante para la contraparte interesada tener en cuenta previamente, para no causar una mala impresión de entrada, el ser cordiales con el grupo negociador son aspectos considerados más importantes que las aptitudes profesionales, académicas o de experiencia, el orden

---

<sup>2</sup> Germán Ibarra (2001) Impacto del TLC entre Chile y la Unión Europea (UE) en las PYMES <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/acuuechile.htm>



jerárquico es determinante en esta cultura de negocios y es necesario saber diferenciarlo a través de la observación debido a que la sociedad chilena está atenta al estatus.

Por eso algunos de los factores influyentes y relevantes al momento de interactuar en una negociación con chilenos son: Se caracterizan por ser empresarios negociadores poco amistosos, desconfiados, la puntualidad los caracteriza, son conservadores, éticos para los negocios, muy formales al vestir a pesar de que utilizan un look casual, son muy patrióticos, es de su agrado el planteamiento de temas de conversación apropiados y son muy corteses.

Es así como el conocimiento de la cultura se constituye en un factor determinante en las prácticas de negocios y competitividad internacional, es necesario tener en cuenta las diferencias culturales debido a que entre países pueden haber muchas culturas que deberán ser entendidas y tratadas de la mejor manera por parte de los empresarios que tienen el interés de entrar en el extranjero. Por ello el tener conocimiento significa comprender el efecto de las diferencias culturales de los países en las prácticas comerciales, tal como su estructura social, los sistemas religiosos y éticos, el idioma, la educación, costumbres y la cultura en el trabajo.

El proceso de globalización de las economías entre los países del mundo trae consigo la interculturalidad en los negocios internacionales, la interacción y comunicación con otras culturas es lo que hoy día promueve el desarrollo e innovación de las naciones. Colombia por su parte en un país que tiene inconvenientes de tipo sociocultural que de una u otra

forma obstaculizan el proceso de internacionalización de sus empresas, principal barrera que impide la construcción de relaciones sólidas con empresas extranjeras a términos de largo plazo.<sup>3</sup>

Aun así, es alarmante como este concepto de internacionalizar al país como política de estado del actual gobierno no se ha constituido en materia relevante de estudio para Colombia por parte de los académicos y grandes industriales, aun teniendo en cuenta que este proceso se está obteniendo con la firma de acuerdos comerciales como el TLC con Estados Unidos y la necesidad de proyección hacia otros horizontes de desarrollo como la Unión de Europea y los países Asiáticos.

En la actualidad se consiguen pocos escritos de opinión y de análisis relacionados con el futuro del país y parece como si se interesara mas por debatir sobre temas internos de poco peso, puesto que estas variables no tienen mucha importancia en general y tratándose de aspectos primordiales como el ámbito económico, comercial, de infraestructura, social y cultural no generan la influencia y énfasis necesario para estar a la vanguardia de una economía de escala.

Por lo tanto el nivel de adaptabilidad de los empresarios colombianos ante el factor cultural se hace imprescindible en los negocios internacionales, se ven más identificados con la cultura del regateo y el descuento, son amistosos, informales, les gusta generar

---

<sup>3</sup> Universidad del Rosario (2007) La interculturalidad en los negocios internacionales  
[http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/bf/bf5df123-190e-4ff8-b3df-d19bc097ebca.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/bf/bf5df123-190e-4ff8-b3df-d19bc097ebca.pdf) Pág. 264.

confianza, las decisiones en los negocios son centralizadas “el jefe es el que tiene la última palabra”, son flexibles en el uso del tiempo, la puntualidad es su fuerte, muestran poco interés para no ser objetos de ofertas muy altas, sujetan el negocio a la empatía que se logre con el proveedor del producto o servicio que les genere interés en comprar o frustrándolo en el caso en que no haya química en el proceso de negociación; gracias a la recursividad y alta tolerancia a la incertidumbre con la que cuentan, optan por alternativas a la hora de solucionar conflictos en el campo internacional.

Otras características culturales que identifican a los colombianos al momento de negociar aparte de la falta de disciplina es la poca credibilidad con la que cuentan, al prometer más de lo que se puede cumplir, por no calcular los imprevistos y confiar en la improvisación o simplemente por no contar con la capacidad instalada requerida. En algunos casos el manejo del tiempo y la puntualidad para un colombiano se refleja en llegar de 10 o 15 minutos tarde a una cita de negocios lo cual es normal, pero el hacerlo ante un extranjero puede frustrar la negociación puesto que para la contraparte esto significa falta de seriedad y se puede llegar a juzgar el negocio basándose en esta premisa.

En definitiva a Colombia le hace falta profundizar en el desarrollo de programas de planeación estratégica que le sirvan como medio de preparación en competencias interculturales de sus empresarios, debido a que aun se encuentran ubicados a nivel local en el modelo tradicional de negociación. Recientemente según lo demuestra el informe del Banco Mundial Doing Business 2012 Colombia se encuentra entre las doce economías que más se mejoró en la facilidad para hacer negocios entre el año 2010 y 2011 ocupando

el tercer puesto, lo anterior se debe a que está implementando reformas como la simplificación fiscal a través del sistema electrónico y aplicados también en el proceso de creación de empresas, por su parte Chile ocupa el primer puesto en esta clasificación favorecidos por la adopción de licencias de operación y que al igual lanzaron un sistema electrónico de intercambio de datos enfocado en el comercio internacional.<sup>4</sup>

De acuerdo con lo anterior hay factores que en Colombia son notables de impedimento en la realización de negociaciones a nivel internacional, la cultura como antes fue señalada y enfatizada en su máximo interés es arma esencial al entablar una negociación en una simple cita de negocios, pero hay factores que al igual demuestran actualmente que falta por fortalecer ámbitos como la infraestructura vial, marítima, aeroportuaria. La logística con la que se cuenta hoy día se ha ido evolucionando poco a poco aunque refleja falencias que pueden verse estancadas por la falta de inversión por parte del gobierno, que no llega a considerar de gran importancia esta herramienta que en definitiva es la que hace ver al país en desarrollo para alcanzar y mantener actividades comerciales a largo plazo a nivel internacional.

Asimismo aspectos como la educación, falta de capacitación y concentración de oportunidades de mejoramiento para las poblaciones más vulnerables del territorio colombiano hacen que sea más notoria ante el mundo la pobreza, los

---

<sup>4</sup> Revista Dinero (2011). Colombia mejoró en clasificación mundial de Doing Business.

desplazamientos, la violencia, el hambre, la falta de oportunidades e igualdad, que son las que ocasionan los problemas socioculturales y que está afectando esta parte del continente. Un ejemplo de ello es lo experimentado por la Eurozona y Estados Unidos que contrasta con lo que se plantea a lo largo de este escrito, como es perder la identidad y cultura en los estados sin dejar de ser auto sostenible a largo plazo, esto se debe a la fuerte migración de personas a estos países que han hecho ver la fragilidad de los organismos de control migratorio ante esta situación.

### Conclusiones

De acuerdo con la temática que se desarrollo anteriormente, se pretende generar mayor importancia en conceptos que la actualidad ha convertido en factores de desarrollo relevantes, que promueven los cambios en la economía de las naciones, aspectos tan sencillos de pronunciar pero tan difíciles de aplicar y desarrollar, en este caso el impacto que tiene la cultura en el proceso de globalización y como es aplicado este concepto al momento de realizar negocios con extranjeros por parte de países como Chile y Colombia.

Se encuentra que la forma de negociar no solo se enfatiza en conseguir un beneficio conveniente para una de las partes, sino que se caracteriza por que ambos participantes de la negociación lleguen a un gana-gana que les permita cultivar una relación comercial estable y formal al largo plazo. Es por ello que la interculturalidad está de moda, es un concepto sinónimos de adaptabilidad que debe conseguir un país al momento de iniciar su

proceso de internacionalización, aspectos como el saber o tener conocimiento previo del como esta compuesta u organizada la estructura social del país al que quiero incursionar, conocer los sistemas religiosos y éticos, el idioma, la educación, costumbres y la cultura en el trabajo con la que se identifican, es base esencial para generar competitividad.

Por su parte, se puede apreciar que la disciplina, la formación, la visión a largo plazo, el trabajo en equipo, la inversión del estado en infraestructura, son conceptos que ha adoptado países como Chile y que a pesar de no contar con la riqueza natural principal fuente de ingresos para Colombia concentrados en las exportación de commodities, se han enfatizado en dar a sus productos de tipo exportación un valor agregado que se ve representando en una ventaja comparativa a nivel mundial.

Por el contrario, Colombia desconoce debido a factores como el individualismo, visión a largo plazo, carencia de disciplina, innovación, y debilidad en valores, que ahora en la apertura económica con los Estados Unidos va a incidir como falencia al establecer relaciones comerciales por parte de las PYMES que no tienen esa visión y apoyo de investigación e innovación en su know how por parte del gobierno colombiano, teniendo la mayor posibilidad y facilidad de ingreso solo aquellas organizaciones que cuentan con un capital sostenible para esta actividad de comercio a escala mundial.

#### Bibliografía

- 1.- Jorge Larraín, *Identidad Chilena (2001)* (Santiago: Ed. LOM, 2001), p.21-48.

2.- Germán Ibarra (2001) Impacto del TLC entre Chile y la Unión Europea (UE) en las PYMES

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/acuuechile.htm>

3.- Universidad del Rosario (2007) La interculturalidad en los negocios internacionales.

[http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/bf/bf5df123-190e-4ff8-b3df-d19bc097ebca.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/bf/bf5df123-190e-4ff8-b3df-d19bc097ebca.pdf) Pág. 264.

4.- Revista Dinero (2011). Colombia mejoró en clasificación mundial de Doing Business. <http://www.dinero.com/negocios/articulo/colombia-mejoro-clasificacion-mundial-doing-business/137875>

#### Anexos











**ANTECEDENTES GENERALES**

- ▶ Población.....17.4 M (86% Urbana)
- ▶ PGB per capita.....US\$ 15.000
- ▶ Superf. Continental.....756,627 Km<sup>2</sup>
- ▶ Idioma oficial.....Español
- ▶ Tasa alfabetización.....98%
- ▶ Expectativa de vida.....72 h - 75 m (años)

Logos: UN WOMEN, PROSPERIDAD, CERH, La Araucana, SOLUCIONES SOSTENIBLES



**Datos del usuario**

16/01/2012  
 NEJOIZGO@HOTMAIL.COM  
 NELLY YOHANNA  
 IZAQUITA GOMEZ  
 UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

**Documento analizado** IMPORTANCIA DE LA CULTURA EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.doc

**Documento / Dirección de Internet seleccionada**

Sin direcciones relevantes.

1/1

**Resumen de texto coincidente en el documento**

DC5DC2D7E8CE715FBDE10E75A18FD80

**0.0 %**

No se hallaron coincidencias relevantes en este documento.