



# ASPECTOS CULTURALES EN LA NEGOCIACION INTERNACIONAL

INTEGRAL DE SERVICIOS Y COMERCIO S.A.S.

JULIO CASANOVA ROJAS

CONSULTOR EN GESTIÓN ORGANIZACIONAL

# ANTES DE NEGOCIAR



## Evalué el Mercado

- Mercados potenciales
- Condiciones de acceso
- Principales proveedores
- Términos de negociación
- Hábitos de consumo
- Canales de distribución
- Precios de venta

# ¿COMO ES EL COLOMBIANO?

- Costumbres
- Tradiciones
- Religión
- Paradigmas
- Negociación

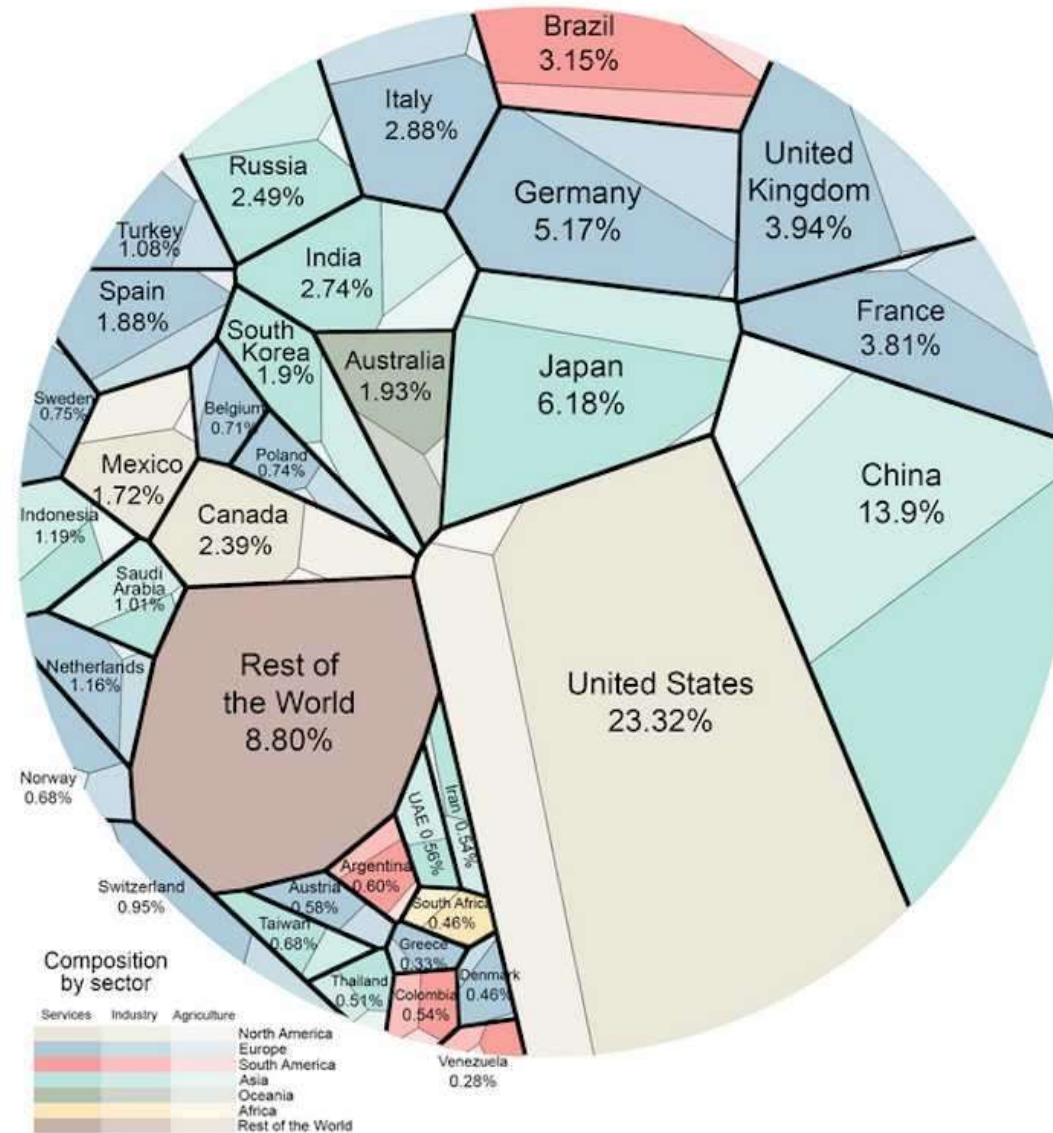


# NEGOCIACION INTERNACIONAL



- Idioma
- Diferencia horaria
- Canales de comunicación
- Poder de negociación
- Aspectos culturales

# PARTICIPACION DE MERCADO





# ASPECTOS DE NEGOCIACION PARA ASIA Y MEDIO ORIENTE



- **Saludo:** (Apellido) San / Mr-Mrs (Apellido)
- **Conversación previa:** Si
- **Agenda de negociación:** Si / No
- **Interrupciones:** No
- **Estilo de negociación:** Indirecto

*\*Los japoneses valoran su honor en todos los aspectos de sus vidas y para ellos quedar mal en un compromiso es como cometer Harakiri. "Lose face".*



- **Saludo:** Sayed - Sayeda (Nombre)
- **Conversación previa:** Si
- **Agenda de negociación:** Si
- **Interrupciones:** Si
- **Estilo de negociación:** Indirecto

*\*En los países de Medio oriente esta mal visto utilizar la mano izquierda, el gesto de aprobación de levantar el pulgar es ofensivo y las mujeres tienen un trato diferente al de los hombres. Es de mala educación rechazar al anfitrión aun cuando sea de una manera educada.*



# TENDENCIAS INTERNACIONALES

## ASIA Y MEDIO ORIENTE



Japón

Pollo

Galletas dulces

Calzado

Manufacturas de  
Cuero

Vestidos de  
Baño



Corea del Sur

Pulpa de Fruta

Ropa Interior



EAU

Joyería

Maquinaria y  
equipo eléctrico



Kuwait

Confecciones



Indonesia

Vitaminas y  
complementos  
alimenticios

# ASPECTOS DE NEGOCIACION PARA EUROPA

INTEGRAL  
SECOM

- **Saludo:** Herr – Fru (Apellido) / Nombre
- **Conversación previa:** Poco
- **Agenda de negociación:** Si
- **Interrupciones:** No
- **Estilo de negociación:** Directo

*\*El tiempo y vestir elegante en una visita de negocios es importante. El Irlandés no tolera que traten de imitar su acento y el gesto de paz con los dedos no esta bien visto.*



- **Saludo:** Gaspodin – Gaspazhah (Apellido)
- **Conversación previa:** No
- **Agenda de negociación:** No
- **Interrupciones:** Si
- **Estilo de negociación:** Indirecto

*\*Sonreír excesivamente es mal visto ya que demuestra falta de seriedad en las negociaciones, el pulgar arriba esta mal visto y rechazar una invitación a tomar es de mala educación.*





# TENDENCIAS INTERNACIONALES

INTEGRAL  
SECOM

## EUROPA



Letonia

Manufacturas de  
Cuero



Rumania

Quinoa



Dinamarca

Cafés especiales



Noruega

Cosméticos  
naturales



Suecia

Té  
Plásticos y  
componentes  
petroquímicos

Irlanda

Confecciones  
Manufacturas en  
Cuero



Bélgica

Tilapia  
Calzado



Rusia

Leche en polvo  
Vestidos de  
baño



Ucrania

Calzado



# ASPECTOS DE NEGOCIACION PARA CENTRO Y NORTE AMERICA



- **Saludo:** Mr – Ms/Monsieur – Madame (Apellido)
- **Conversación previa:** No
- **Agenda de negociación:** No
- **Interrupciones:** No
- **Estilo de negociación:** Indirecto

*\*Es importante ser puntual, se basan en la justicia, la tolerancia y el respeto, libertad de culto, bilingüe, alto nivel de patriotismo y sentido del humor.*



- **Saludo:** Lic (a) o Doc (a) (Apellido)
- **Conversación previa:** Si
- **Agenda de negociación:** No
- **Interrupciones:** Si
- **Estilo de negociación:** Indirecto

*\*Es costumbre hablar sobre el país, sobre el país con el que se va a negociar, sobre como los beneficiara a los dos. Por lo general los grandes negocios se cierran en comidas de larga duración. Los mexicanos tienen dificultades para decir que no, prefieren posponer la decisión hasta que la contraparte se abstenga de insistir.*



# TENDENCIAS INTERNACIONALES

## CENTRO Y NORTE AMERICA



### Canadá

Joyería y  
Bisutería

Aplicaciones  
Móviles

Animación  
Digital y  
Videojuegos



### Costa Rica

Confitería

Software

Ingeniería y  
Construcción



### México

Snacks

Perfumería

Libros Impresos  
y Digitales

Software



### Puerto Rico

Snacks

Detergentes

Libros Digitales

# ASPECTOS DE NEGOCIACION PARA SUR AMERICA

INTEGRAL  
SECOM

- **Saludo:** Senhor – Senhora (Apellido)
- **Conversación previa:** Si
- **Agenda de negociación:** No
- **Interrupciones:** Si
- **Estilo de negociación:** Directo

*\*Valoran los intentos de hablar portugués, evite hablar de política, religión o gobierno. Para los Brasileños es importante conocer al interlocutor y ver muestras antes de cerrar negociaciones. Carnaval de Rio.*



- **Saludo:** Sr – Sra/Ing(a) Dr(a) (Apellido)
- **Conversación previa:** Si
- **Agenda de negociación:** Si
- **Interrupciones:** No
- **Estilo de negociación:** Indirecto

*\*Les gusta ser escuchados, y sentir que les están prestando atención, son muy organizados y cumplidos para los negocios. Es importante que los altos ejecutivos se contacten primero y después se delegue la responsabilidad. Son puntuales.*



# TENDENCIAS INTERNACIONALES

## SUR AMERICA



### Bolivia

Atún

Enlatados

Aceites y grasas  
vegetales y  
animales

Autopartes

Materiales de  
construcción



### Brasil

Aceites y grasas  
vegetales y  
animales

Materiales de  
construcción

Industria grafica  
y editorial

Aplicaciones  
Móviles



### Chile

Aceites y grasas  
vegetales y  
animales

Productos  
Químicos

Maquinaria y  
Equipo

BPO



### Uruguay

Productos  
farmacéuticos

Autopartes

Infraestructura y  
Construcción

# MERCADO DE OPORTUNIDADES

## AFRICA



### Camerún

Materiales de construcción

Dotación hotelera

Ingeniería y Construcción



### Marruecos

Maquinaria agrícola

Autopartes

Materiales de construcción

Ingeniería y Construcción



### Sudáfrica

Autopartes

Materiales de construcción

Ingeniería y Construcción

Productos Químicos



### Nigeria

Maquinaria agrícola

Papel y Cartón

Materiales de construcción



### Senegal

Maquinaria agrícola

Envases y  
Empaques plásticos



# ESTRATEGIAS DE VENTA

- Identifique canales de distribución
- Identifique clientes potenciales
- Fije precio y condiciones deseadas
- Evalúe posibles escenarios
- Participe en ferias y eventos relacionados



# IFORMESE Y CONSULTE

- Parte integral de estar preparado a exportar radica en el conocimiento de los procesos y procedimientos que conlleva.
- Infórmese en todos los aspectos que crea pertinentes y consulte con expertos, recuerde que no se trata de exportar por exportar.



# GRACIAS!



INTEGRAL DE SERVICIOS Y COMERCIO S.A.S.

Consultoría en Gestión Organizacional

E-mail: [consulta@integralsecom.com](mailto:consulta@integralsecom.com)

[www.integralsecom.com](http://www.integralsecom.com)

Cel. (+57) 3044506037