

**TRABAJO DE GRADO**

**Opción Seminario**

**Cómo influye la cultura en las negociaciones internacionales**

**Autor:** Yngry Yohana Moncada Moncada

**Presentado a:** José Gregorio Tovar Vergara

Corporación Universitaria Remington

Facultad de Ciencias Empresariales

Administración de Negocios Internacionales sede Cali

2025

## **Agradecimientos**

Agradezco en primer lugar a Dios, por brindarme la fuerza, la salud y la sabiduría necesarias para recorrer este camino y llegar hasta aquí. Sin Su guía, nada de esto habría sido posible.

A mis padres, por su apoyo incondicional, por creer en mí en todo momento y por ser mi mayor motivación para seguir adelante, incluso en las circunstancias más difíciles.

Finalmente, me agradezco a mí misma por no rendirme ante las adversidades, por mantenerme firme en mi propósito de superación y alcanzar esta meta, que representa el fruto de todo mi esfuerzo.

## Tabla de contenidos

Resumen .....	5
Palabras clave: .....	6
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	7
Objetivos.....	8
Objetivo general:.....	8
Objetivos específicos:.....	8
Metodología de búsqueda de la información.....	9
Sustentación teórica de la pregunta.....	10
Cómo influye la cultura en las negociaciones internacionales .....	11
Introducción .....	11
Desarrollo .....	12
El papel de la cultura .....	12
Ejemplo de diferencias culturales según el país: .....	13
Conclusión .....	15
Referencias .....	18
Anexos.....	19

**Lista de tablas**

Tabla 1. comparativa de estilos de negociación .....19

## **Resumen**

Este ensayo analiza cómo la cultura influye en los negocios internacionales en un entorno global. A partir de una revisión entre países como China y Brasil, se evidencia que los valores y costumbres propias de cada lugar tienen un gran impacto al momento de hacer negocios con empresas extranjeras. Enfrentarse a una cultura nueva no es algo fácil, y esto puede dificultar los acuerdos que se desean alcanzar. El objetivo principal es mostrar que conocer la cultura del otro no es un detalle menor, sino un factor clave para lograr una negociación exitosa. Esta reflexión permite concluir que, en un mundo globalizado, prepararse culturalmente es tan importante como conocer el producto o el mercado.

**Palabras clave:**

cultura empresarial, negociación internacional, comunicación intercultural, barreras culturales.

### **Pregunta orientadora de la búsqueda**

¿Por qué es fundamental conocer la cultura del otro para lograr acuerdos comerciales exitosos en un entorno globalizado?

## **Objetivos**

### **Objetivo general:**

Analizar cómo las diferencias culturales influyen en las negociaciones internacionales y qué consecuencias pueden tener en la forma de comunicarse y cerrar acuerdos.

### **Objetivos específicos:**

Identificar los aspectos culturales que más influyen en las negociaciones internacionales.

Resaltar la importancia de la preparación cultural para lograr acuerdos exitosos entre empresas de distintos países.

### **Metodología de búsqueda de la información**

Para la elaboración de este ensayo, se consultaron fuentes digitales confiables como blogs especializados, artículos académicos y páginas web enfocadas en comercio internacional y cultura empresarial. La búsqueda se centró en identificar ejemplos reales de negociaciones internacionales, especialmente en países como Japón, Brasil y China, para comparar los diferentes estilos de comunicación y negociación en contextos culturales diversos.

### **Sustentación teórica de la pregunta**

¿Por qué algunas negociaciones fracasan incluso cuando el producto, el precio y las condiciones son las más favorables? Muchas veces, la respuesta en una sola palabra cultura

En un mundo cada vez más interconectado, los negocios ya no requieren únicamente conocimientos financieros o técnicos, sino también habilidades para negociar. En el siglo XXI, entender la cultura del otro y su comportamiento es un factor clave que influye directamente en el éxito de un acuerdo. La cultura puede generar choques si no se comprende y respeta adecuadamente.

Por ejemplo, en países asiáticos como Japón o China, la colectividad, la armonía y el respeto son fundamentales en las negociaciones. En cambio, en culturas más individualistas como la estadounidense, se valora más la autonomía, la eficiencia y la rapidez.

La teoría del choque cultural se confirma cuando observamos que muchos negociadores no están preparados para enfrentar las diferencias culturales. Esto les genera frustración, desconfianza o incluso el fracaso del acuerdo. La situación cambia completamente cuando se realiza un estudio previo de la cultura del país con el que se va a negociar. Esto genera ventaja competitiva.

## **Cómo influye la cultura en las negociaciones internacionales**

### **Introducción**

La cultura es uno de los desafíos más grandes a la hora de hacer un negocio, y es un tema muy importante, ya que es el conjunto de valores, costumbres, creencias, normas de comportamiento, formas de comunicación y tradiciones que comparten los miembros de una sociedad. Esto es una especie de identidad que determina cómo piensan, se comunican y actúan en su vida cotidiana.

En el contexto de las negociaciones internacionales, la cultura es muy importante porque cada país o región tiene formas diferentes de negociar, expresar opiniones, tomar decisiones o establecer acuerdos. Conocer y respetar la cultura permite evitar malentendidos, generar confianza y crear relaciones comerciales más sólidas y efectivas.

Además, una buena preparación cultural puede marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso en una negociación, porque cuando se negocia con personas de otros países, es esencial entender su cultura. Los estilos de comunicación pueden variar según la cultura, y una de las barreras más obvias y frecuentes es el idioma. De esto derivan más problemas, como el desconocimiento histórico.

Por ejemplo, Un caso que refleja bien la importancia de la cultura ocurrió entre una empresa alemana y una firma mexicana. Durante las reuniones, los empresarios alemanes eran muy formales y directos: iban al punto sin mucho saludo o conversación previa, y querían respuestas rápidas. En cambio, los mexicanos estaban acostumbrados a un trato más cercano, donde primero se crea un ambiente de confianza antes de hablar de negocios. Esta diferencia de estilos causó

incomodidad, y al final la negociación no avanzó, simplemente porque los alemanes no entendieron la importancia de ese trato personal que es tan valorado en América Latina.

En conclusión, la cultura puede ser la clave que abre la puerta al éxito o el obstáculo que la cierra en las negociaciones internacionales.

### **Desarrollo**

Una vez comprendido que la cultura es un factor importantísimo en los negocios, vamos a analizar cómo esta influye directamente en el proceso de negociación entre personas de diferentes países. Las diferencias culturales no solo afectan la comunicación verbal y no verbal, sino también la manera en que se toman decisiones, se establece la confianza y se interpretan los acuerdos. Por estas razones, los negociadores deben prepararse no solo en aspectos técnicos, sino también comprender la cultura, los valores y las normas del país con el que van a negociar

### **El papel de la cultura**

La cultura puede entenderse como el conjunto de formas en que las personas usan para relacionarse. Entre ellas se incluyen sus creencias, valores, tradiciones y comportamientos compartidos. Cada país o región tiene su propia identidad cultural, y esto se nota mucho cuando personas de distintos lugares se relacionan. Estas diferencias influyen en la manera de hacer negocios y en lo que se consideran respetuoso o no entre sí, lo cual representa un gran reto a la hora de concretar un negocio.

Dentro de cada país existen muchas diferencias culturales que influyen directamente en el desarrollo de las negociaciones internacionales, porque la forma en que una empresa se comunica, negocia o establece relación con sus clientes y aliados deberá tener conocimiento sobre su cultura. Por eso, no basta solo con hablar el mismo idioma; también hay que entender cómo piensan y actúan las personas de otro país. Es necesario identificar sus preferencias y sus gestos, saber qué les gusta y qué no, qué consideran ofensivo y aquello que les resulta agradable. En pocas palabras, hay que analizarlos minuciosamente para no cometer errores a la hora de cerrar un trato.

### **Ejemplo de diferencias culturales según el país:**

En Japón, los negocios se desarrollan con un alto grado de formalidad; esta es parte fundamental de cualquier relación, especialmente en el ámbito empresarial. Esto se refleja desde la forma en que se saludan con reverencias en lugar de un apretón de mano hasta el proceso de toma de decisiones. En este país, el jefe no emite la última palabra de manera inmediata, sino que se sigue un proceso conocido como Ringi-sho, en el cual la propuesta es analizada y aprobada por distintos niveles jerárquicos antes de llegar a una conclusión.

Por esta razón, las negociaciones con empresas japonesas pueden tardar más de lo habitual, ya que cada propuesta se evalúa entre distintos mandos dentro de la organización. Además, en los japoneses es fundamental la cortesía y el respeto y puesto que ocupa cada persona en la empresa, con el fin de preservar la armonía y el orden; por ello, para tomar una decisión importante, se requiere la aprobación de varios miembros.

Este enfoque en los procesos de negociación se fundamenta en la cortesía y el respeto. Aunque para otras culturas, como la occidental, esto puede parecer como lento y frío, para Japón representa una manera eficaz de mantener la armonía, el orden jerárquico y la reflexión cuidadosa antes de tomar decisiones importantes.

Por el contrario, en países como Brasil, la forma de negociar es más cercana y expresiva. Este país es conocido por su ambiente relajado, y se caracteriza por su baja puntualidad. Es muy diferente a Japón, donde “el tiempo es oro”. En Brasil, llegar con 5 o 10 minutos de retraso o incluso más no representa un problema. La impuntualidad es parte del ritmo relajado de su cultura.

Los brasileños son muy amigables, de carácter cálido, y suelen expresar una sonrisa sincera al saludar. Su vestimenta de negocios es formal pero tranquila: los hombres suelen usar traje sin corbata (que es opcional) y las mujeres optan por vestidos o trajes formales con los que se sientan cómodas. A la hora de concretar un negocio, las discusiones se desarrollan con calma. Brasil valora mucho la cercanía y el vínculo emocional. Es común sin llegar faltar el respeto que toquen el brazo o den una palmadita en la espalda como una forma cultural de decirte que te relajes, el contacto físico es normal cuando ya hay mayor confianza.

Mientras que, en China, las negociaciones son estratégicas, directas y sutiles, pero los negociadores observan muy bien las reacciones, el lenguaje no verbal, los gestos de las personas y el tono que utilizan cuando hablan. Esta es una gran diferencia cultural entre estos países: mientras que en Brasil se valora la emoción y la cercanía, en China se analiza todo con cuidado y precisión antes de actuar

En consecuencia, si no considerar la cultura del país con el que se entablará una negociación, es probable que se presenten errores que influyan de manera negativa en el resultado del acuerdo. Por ello resulta fundamental investigar de antemano sus costumbres, valores y estilos de comunicación, con el objetivo de incrementar las probabilidades de éxito. Invertir tiempo en comprender la cultura de la otra parte facilita el entendimiento y fortalece la relación comercial con la empresa involucrada.

### **Conclusión**

En conclusión, la cultura desempeña un papel esencial en los negocios internacionales. Aún queda mucho por mejorar para superar las barreras culturales que enfrentan las empresas al negociar con otros países. Si una organización no se toma el tiempo de estudiar y entender las costumbres culturales del país con el que desea hacer negocios, corre el riesgo de perder valiosas oportunidades comerciales.

Por ello, es necesario invertir en la capacitación del personal y en el fortalecimiento del conocimiento cultural. Brindar a los empleados herramientas para aprender sobre otras culturas los convierte en negociadores más efectivos. Esta inversión no debe verse como un gasto, sino como una estrategia inteligente que permite competir a nivel global con empresas consolidadas y fuertes del mundo.

Las organizaciones que respetan y se adaptan a la cultura extranjera son las que logran mayor aceptación en los mercados internacionales y se ganan la confianza de clientes y socios. Solo aquellas empresas que se preparan adecuadamente para ingresar a nuevos mercados lograrán

atraer más clientes y satisfacer las necesidades de un grupo de personas o incluso de un país entero.

Por eso, en el mundo actual del siglo XXI, no basta con ofrecer un excelente producto; también se requiere conocimiento cultural, sensibilidad, inteligencia emocional y empatía. Adaptarse a diferentes entornos no solo abre puertas a nuevos mercados si no que permite construir relaciones sólidas, duraderas y exitosas en el mundo de los negocios. Esta capacidad de adaptación representa una verdadera ventaja competitiva.

## **Conclusiones**

Después de analizar la importancia de la cultura en las negociaciones internacionales, puedo afirmar que este factor influye directamente en los resultados comerciales. Las diferencias culturales no deben verse como obstáculos, sino como elementos que es necesario comprender para alcanzar acuerdos satisfactorios. una empresa que no se prepare en este aspecto corre el riesgo de cometer errores graves que perjudiquen su relación con el socio extranjero. por eso, conocer y respetar las particularidades culturales del otro país es parte esencial de proceso. Negociar va más allá de firmar un contrato: implica comprender a la contraparte, generar confianza y adaptarse a su manera de hacer negocios.

## Referencias

- Aula 10 Formación. (s. f.). Diferencias culturales en el comercio internacional. Aula 10 Formación. <https://aula10formacion.com/blog/diferencias-culturales-comercio-internacional/>
- Kleinson. (s. f.). Importancia de la cultura en negocios internacionales. Kleinson. <https://www.kleinson.es/importancia-cultura-en-negocios-internacionales/>
- Velocity Global. (s. f.). Culture in international business. Velocity Global. <https://velocityglobal.com/resources/blog/culture-in-international-business/>
- CIBT Visas. (s. f.). A guide to Brazilian business etiquette. CIBT Visas. <https://cibtvisas.com/blog/business-etiquette-brazil>

**Anexos**

*Tabla 1. comparativa de estilos de negociación*

<b>País</b>	<b>Estilo de negociación</b>	<b>Características culturales principales</b>
Japón	Formal y jerárquico	Respeto, armonía, proceso lento y consensuado
Brasil	Relajado y emocional	Cercanía, expresividad, confianza personal
China	Estratégico y observador	Silencio, paciencia, respeto a la jerarquía