



TRABAJO DE GRADO

Opción Seminario-Diplomado.

**Barreras Lingüísticas y Culturales que Afectan los Negocios Internacionales desde y
hacia Colombia.**

Carlos A. Palacio y Gabriela Domínguez

Facultad de Ciencias Empresariales, Corporación Universitaria Remington

Administración de Negocios Internacionales.

Tutor: Jorge Gregorio Tovar Vergara

22 de agosto de 2025

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo primeramente a Dios por brindarnos la sabiduría de desarrollar y culminar este proyecto de manera exitosa y a nosotros mismos ya que, a través de él, demostramos nuestro potencial y dedicación sin descanso a pesar de los obstáculos. A nuestra pasión por escalar un peldaño más en nuestras vidas y seguir dando lo mejor de sí.

Agradecimientos

Gracias a quienes hicieron parte de nuestro proceso de desarrollo y aprendizaje.

A Dios quien nos llenó de sabiduría y entendimiento

A nuestros docentes y compañeros por su gran labor, guía y apoyo

A nuestras familias por todo su amor e impulso que nos han brindado

Y a nosotros mismos por trabajar y cumplir nuestra meta.

Tabla de contenido

Resumen.....	7
Palabras clave.....	7
Pregunta Orientadora.....	8
Metodología de la Búsqueda de Información	8
Fuentes Consultadas y Motores de Búsqueda.....	8
Google Scholar.....	8
SciELO–Ministerio de asuntos exteriores, unión europea y cooperación (Colombia_fichapais).....	8
Repositorio Universidad EIA.....	9
Creación de Matriz Sobre Barreras y Posibles Soluciones	9
Diseño de Protocolo Interno de Negociación Internacional	9
Preparación – Antes de la Negociación	9
Ejecución – Durante la Negociación.....	9
Seguimiento – Después de la Negociación.....	10
Análisis y Síntesis de la Información	10
Planteamiento del Problema	10
Objetivo	10
Sustentación Teórica de la Pregunta	11
Colombia	11
Ubicación Geográfica	11

	5
Política	11
Economía	11
Cultura.....	13
Lengua.....	14
Religión.....	14
Colombia Frente a la Negociación Internacional	15
Exportaciones.....	16
Importaciones	17
Barreras Lingüísticas en las Negociaciones	18
Diferencias de Idioma	18
Terminología.....	19
Comunicación Implícita.....	19
Barreras Culturales en las Negociaciones	19
Comunicación no Verbal	20
Valores y Creencias Sociales	20
Etiqueta y Protocolo.....	20
Jerarquía Cultural.....	20
Entrega de Regalos	21
Actitud Hacia el Tiempo.....	21
Estrategias y Estilos de Negociación	22
Diseño de Estrategia	22
Conclusiones.....	28

Referencias	6
Referencias	29

Listado de tablas

Tabla 1 Principales indicadores económicos	13
Tabla 2 Principales productos exportados por Colombia (Millones USD)	17
Tabla 3 Principales productos importados por Colombia (Millones USD).....	18
Tabla 4 Matriz de barreras y soluciones	22
Tabla 5 Preparación	24
Tabla 6 Ejecución	25
Tabla 7 Seguimiento	26

Resumen

Las barreras lingüísticas y culturales representan uno de los principales desafíos en el desarrollo de negocios internacionales desde y hacia Colombia. Aunque el país cuenta con una posición estratégica en América Latina y una creciente apertura comercial, las diferencias idiomáticas especialmente con mercados angloparlantes, europeos y asiáticos pueden limitar la negociación, el acceso a información clave y la construcción de relaciones de confianza. El presente trabajo tiene como objetivo evaluar como las dificultades, lingüísticas y culturales pueden afectar el desarrollo de los negocios de las empresas colombianas en los mercados internacionales, en un mundo más globalizado las empresas del país se encuentran con desafíos comunicativos y culturales en el momento de realizar negociaciones con empresas en el exterior, mediante una revisión bibliográfica y el análisis de experiencias de empresas colombianas exportadoras y multinacionales, se identifican los principales obstáculos que surgen debido a diferencias idiomáticas, interpretaciones erróneas, estilos de comunicación y prácticas empresariales diversas. Estas barreras pueden generar conflictos, pérdida de oportunidades comerciales y deterioro en las relaciones estratégicas, superarlas implica invertir en el fortalecimiento de competencias interculturales, formación en idiomas, así como en estrategias de adaptación y entendimiento de los mercados de destino. Esto no solo permite mejorar la competitividad de las empresas colombianas, sino también consolidar relaciones sostenibles con socios internacionales.

Palabras clave: Colombia, negociación, cultura, barreras lingüísticas y culturales, estrategia.

Pregunta Orientadora

¿Cuáles son las barreras lingüísticas y culturales más importantes en los negocios internacionales que se dan entre Colombia y el mundo, y que estrategia se puede diseñar para su posible mitigación?

Metodología de la Búsqueda de Información

Con el fin de dar respuesta a la pregunta orientadora sobre las barreras lingüísticas y culturales mas evidentes entre Colombia y el mundo junto a la creación de una herramienta que facilite este tipo de negociaciones. Se diseña una estrategia para el reconocimiento de limitaciones y generar una mitigación a ellas.

Este trabajo se basa en un enfoque cualitativo de tipo descriptivo ya que busca entender como estas barreras impactan en la eficiencia de las empresas colombianas en las negociaciones internacionales, la metodología se enfoca en la revisión bibliográfica de fuentes académicas, artículos especializados, trabajos previos sobre comunicación intercultural negocios internacionales y gestión empresarial, en ámbitos globalizados.

El proceso que se implementó para el diseño de esta estrategia fue:

Fuentes Consultadas y Motores de Búsqueda

De las bases de datos académicas y específicas de negocios nacionales e internacionales se utilizaron las siguientes:

Google Scholar

Para acceder a artículos y proyectos sobre negocios internacionales.

SciELO–Ministerio de asuntos exteriores, unión europea y cooperación (Colombia_fichapais)

Como red de revistas científicas de América Latina con contenido relevante sobre Colombia.

Repositorio Universidad EIA

Para estudios específicos sobre barreras culturales de Colombia con China, España y Estados Unidos.

De manera adicional se consultaron informes en Journal of International Business Studies y ProColombia para un análisis cultural empresarial y la comunicación intercultural en negocios internacionales.

Creación de Matriz Sobre Barreras y Posibles Soluciones

Para identificar el tipo de barreras lingüísticas y culturales que más afectan a Colombia y el mundo, se filtra la información obtenida y se plasma en una matriz guía donde se especifica: tipo de barrera, ejemplo en negociación, posible solución, herramienta

Diseño de Protocolo Interno de Negociación Internacional

Al realizar la investigación respectiva y organizar las barreras más relevantes se da continuidad al diseño de esta estrategia de mitigación, la cual consiste en un protocolo donde brindamos un paso a paso para evitar este tipo de obstáculos en futuras negociaciones.

El proceso que se implementó para el diseño del protocolo fue el siguiente:

Preparación – Antes de la Negociación

A partir del conocimiento de las barreras encontradas, en este primer paso a tener en cuenta los siguientes aspectos antes de comenzar con la negociación: Estudio de mercado y contraparte, establecer objetivos y límites, preparación logística y documental.

Ejecución – Durante la Negociación

Este punto consta de tres subdivisiones las cuales son: Inicio, desarrollo, cierre.

Seguimiento – Después de la Negociación

Como parte final del protocolo, se presentaron puntos estratégicos que permiten culminar con éxito la estrategia diseñada: formalización, monitoreo, evaluación, postventa

Análisis y Síntesis de la Información

Al realizar la investigación previa sobre las barreras que afectan a Colombia en este aspecto y posteriormente realizar la recopilación de datos y clasificarlos en una matriz de barreras y soluciones, se da entrada al desarrollo de la estrategia de posible mitigación “protocolo interno de negociación internacional”.

Planteamiento del Problema

Al momento de realizar una negociación de manera internacional se deben analizar cuidadosamente diferentes características como las culturales, políticas, religiosas, legales, comunicativas y sociales, que puedan desencadenar desafíos significativos dentro de estas actividades económicas tales como limitaciones en la comunicación, dificultad para comprender las negociaciones, riesgos legales, malentendidos y falta de confianza. La pluralidad cultural se considera un elemento que puede generar innovación y creatividad, pero que también representa un reto.

Enfrentarse con este tipo de barreras nos obliga a capacitarnos y culturizarnos para actuar de acuerdo con el lugar donde nos encontremos y de acuerdo con nuestros objetivos.

Objetivo

Conocer las barreras lingüísticas y culturales que afectan los negocios internacionales desde y hacia Colombia, diseñando con ello una posible estrategia que mitigue las probables falencias en esta área.

Sustentación Teórica de la Pregunta

Colombia

Ubicación Geográfica

Cabe resaltar que es el único país sudamericano con costas en ambos océanos, el Atlántico y el Pacífico. Su territorio abarca 1.141.748 km², y adicional posee una extensa zona marítima. Colombia limita con Venezuela y Brasil al este y con Panamá al noroeste, y comparte límites marítimos con varios países centroamericanos y caribeños. Aparte de los Andes: Serranía del Baudó y Sierra Nevada de Santa Marta. Existen seis cumbres superiores a los 5000 metros. Los valores de lluvia determinan los diferentes climas, de los que se distinguen dos:

- Clima de las llanuras o tierras bajas: altitud por debajo de los 500 metros y temperaturas medias anuales de 25 grados centígrados.
- Clima de montaña o de las vertientes o valles: altitudes superiores a los 500 metros, clima muy húmedo, seco o muy seco. (Colombia_fichapais 2025).

Política

La Constitución vigente de 4 de julio de 1991 define al país como un Estado Social de Derecho, organizado como República Unitaria descentralizada, con separación de Poderes, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista. El presidente de la República es jefe de Estado, jefe de Gobierno y comandante en jefe de la Fuerzas Armadas, el cual es elegido por un periodo de cuatro años. Colombia cuenta con tres ramas en las cuales se divide el poder: ejecutiva, legislativa y judicial. (Colombia_fichapais 2025).

Economía

Colombia es el tercer mercado en tamaño en América Latina, después de Brasil y México. Es uno de los países más industrializados de América Latina. Tiene un manejo y

desempeño macroeconómico ejemplar en la región. Sus principales productos de exportación han sido tradicionalmente: café, petróleo, flores y banano.

Los capitales extranjeros, macroeconomía ortodoxa e incentivos fiscales han generado altas tasas de crecimiento, poco endeudamiento público y baja inflación. En 2024, la economía de Colombia registró un crecimiento del 1,7%, impulsado por la agricultura, actividades artísticas, y administración pública. Para este año 2025, el FMI y ANIF prevén un crecimiento de la economía colombiana del 2,5%, mientras que el Banco de la República espera que sea del 2,9% y el Banco Mundial del 3%.

Desde el enfoque de la oferta, hasta el tercer trimestre de 2024, sectores económicos primario, secundario y terciario representaron el 13,89%, 17,81% y 68,3% del PIB, respectivamente. El mal comportamiento económico se atribuye al colapso de sectores clave en Colombia: vivienda, manufactura, construcción, automotriz, bancario, y a la gestión de las licitaciones.

Desde el enfoque de la demanda del PIB, en 2024 la demanda interna aumentó en un 11,83% con respecto a 2023, suponiendo una mejora en comparación con el año anterior, en el cuál esta demanda cayó un 3,8%. (Colombia_fichapais 2025). A continuación se presenta una tabla con los principales indicadores económicos de Colombia

Tabla 1

Principales indicadores económicos

	2021	2022	2023	2024*
Evolución del PIB (%)	10,8	7,3	0,6	2 (3° T 2024)
Media anual de inflación (%)	5,62	13,12	9,28	5,20 (dic.)
Tipo de interés de intervención del Banco Central (%)	3,0	12	13	9,5 (enero 25)
Desempleo sobre población activa (%)	13,7	11,3	10,2	8,2 (nov.)
Déficit cuenta corriente (% de PIB)	5,6	6,2	-4,3	-
Exportaciones de bienes (M USD)	41.223	57.115	49.543	45.076
Variación de las exportaciones (% respecto al período anterior)	32,7	38,55	-12,95	- 9,016
Importación de bienes (M USD)	61.101	77.413	59.445	52.580
Variación de las importaciones (% respecto al período anterior)	40,5	26,67	-16,80	-11,55
Saldo comercial (M USD)	-19.878	-20.298	-9.902	-7.504
Saldo comercial (% de PIB)	-6,24	-5,88	-2,72	-
Deuda Externa (% de PIB)	60,4	53,4	53,7	48,68 (nov.)
Reservas Internacionales (M USD)	58.579	57.269	59.608	62.481 (dic.)
IED recibida (M USD)	9.381	17.047,6	17.446	9.953 (3T)
Tasa de cambio frente al dólar (media anual)	3.743	4.283	4.325	4,267 (febrero)
Tasa de cambio frente al euro (media anual)	4.427	4.473	4.677	4,437 (febrero)

Tabla tomada de Colombia_fichapais 2025.

Cultura

Es un país pluriétnico, es mestizo, blanco, negro, mulato e indígena, por lo que presenta una gran diversidad cultural a lo largo y ancho de su territorio. Cada región se identifica con sus propias características y se pueden reconocer seis regiones: Caribe, Pacífica, Andina, Eje

cafetero, Llanos y Amazonia. La cultura en Colombia es una experiencia en sí misma, con música, gastronomía y un encanto local. En las diversas regiones y espacios se fusionan arte, música y tradiciones que personifican la alegría de los locales. Colombia es conocido como "el país de los 1000 ritmos", gracias a la diversidad de sonidos identificativos de culturas marcadas proveniente de cinco regiones, se destaca que a los colombianos les encanta la música, la fiesta y las celebraciones, algo que se puede vivir y apreciar en los múltiples festivales y carnavales alrededor del país, como el Carnaval de Barranquilla, carnaval de las flores, carnaval de negros y blancos, carnaval de la salsa, etc. (Marcela Ortiz-Rubio 28 de marzo de 2023).

Lengua

El castellano (español) es la lengua nativa de la Republica de Colombia y con excepción de algunas tribus indígenas, todos los colombianos lo hablan. Una de las mayores influencias en la lengua nativa surge a partir de la consolidación de Cartagena como uno de los principales puertos para la importación de esclavos al continente. La población africana de Cartagena alcanzó el 75% del total y, aunque descendió a menos del 50%, sigue siendo una poderosa fuerza lingüística y cultural. Prueba de ello es la riqueza lingüística del criollo de Palenque, que es de base léxica española. Por otro lado, la influencia léxica y fonológica de la diversidad etnolingüística del país, proviene de las lenguas indígenas a través de grandes comunidades guajiras, amazónicas, quechuas, chibchas y chocoanas, las cuales conservan por encima del español sus lenguas y variedades propias, se refleja nítidamente en el español de Colombia. (Yaty Andrea Urquijo Ortiz 2024)

Religión

La libertad de culto es garantizada junto a la igualdad de todas las creencias ante la ley y no declara oficial ninguna religión. El culto predominante en Colombia es el catolicismo. De

acuerdo a la historia las creencias de la población indígena fueron prohibidas durante la colonización española, sin embargo, todavía perviven algunos pueblos indígenas en Colombia, se pueden encontrar rituales de procedencia precolombina.

En Bogotá está la Catedral Primada, el templo más importante del país. No obstante, la más bonita probablemente sea la de Cartagena de Indias, de llamativo color amarillo, levantada en estilo barroco colonial. La Basílica del señor de los milagros en Guadalupe de Buga la cual en semana Santa es muy visitada por turistas devotos, la catedral más original la encontramos sin duda en Zipaquirá con la Catedral de Sal. Por último, la Semana Santa de Popayán es de renombre nacional e internacional.

Colombia Frente a la Negociación Internacional

El país cuenta con una red de acuerdos comerciales que dan apertura a un extenso campo de oportunidades para los empresarios nacionales, así como un aumento en el comercio internacional. Estas oportunidades están soportadas en un fácil acceso a mercados, aranceles mínimos, condiciones justas de competencia y un marco legal claro.

En la actualidad, Colombia tiene vigentes acuerdos de libre comercio con Estados Unidos, Unión Europea, México, el Triángulo del Norte de Centroamérica (Salvador, Guatemala y Honduras), la Comunidad del Caribe (Caricom), la Comunidad Andina (CAN), el Mercado Común del Sur (Mercosur), Chile, Canadá, EFTA (Suiza y Liechtenstein) y Venezuela.

Según ANALDEX, Asociación Nacional de Comercio Exterior, en enero de 2025, las exportaciones colombianas registraron un aumento significativo, hasta los USD 3.776 millones en el primer mes del año. Este crecimiento se debe en gran parte al desempeño de la agroindustria, particularmente los productos como café, cacao y aceites vegetales. Estas exportaciones agropecuarias reflejan más que un buen inicio de año, son prueba de una

recuperación sustancial tras las fluctuaciones de los últimos años, que afectaron negativamente a las economías dependientes de productos primarios. (Analdex, 2025)

Los acuerdos comerciales con China y otros países del Asia-Pacífico han sido fundamentales para abrir nuevos canales comerciales. Estos acuerdos han permitido a Colombia acceder a mercados en expansión, especialmente en áreas como los alimentos procesados, textiles y materiales de construcción, en las que la demanda crece a medida que las economías asiáticas continúan desarrollándose.

A través de estos TLC, Colombia ha establecido una base jurídica para optimizar la internacionalización y crecimiento de su economía. Esta base, si bien requiere de procesos y esfuerzos posteriores, supone la oportunidad de mejorar la competitividad de los productos y servicios de exportación, y además conforma una oportunidad para aumentar la inversión extranjera y nacional.

Pese a sus puntos a favor, Colombia se enfrenta con situaciones que obstaculizan el crecimiento de su comercio exterior. Uno de ellos es la dependencia de productos primarios, como el petróleo y el café, que, aunque son fundamentales para las exportaciones, tienden a presentar vulnerabilidad frente a los cambios en los valores de sus precios. La caída de los precios de estas materias primas puede afectar directamente el balance comercial del país. Además, Colombia presenta obstáculos que abarcan el aspecto lingüístico y cultural los cuales siguen trayendo situaciones desfavorables y retrocesos en negociaciones. (Solucion 2025)

Exportaciones

En cuanto a las exportaciones de Colombia, y de forma provisional para 2024, Estados Unidos vuelve a ser el principal destino, con un 29,07% del total, seguido de Panamá y China.

En cuanto a las exportaciones colombianas dirigidas a España, estas alcanzaron un valor de 45,076 MUSD en 2024, posicionándose como el 15º comprador del país, y representando en torno al 1,39% del total de las exportaciones. (Colombia_fichapais2025) . En la siguiente tabla se observa los principales productos exportados por Colombia desde 2021 a 2024.

Tabla 2

Principales productos exportados por Colombia (Millones USD)

PRODUCTOS	2021		2022		2023		2024	
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
Agropecuarios	9.440.331	22,8	11.559.081	20,3	10.078.626	20,3	10.313	22,87
Productos alimenticios y animales vivos	6.773.761	16	8.250.741	14,5	6.935.453	14	7.232	16,04
Bebidas y tabacos	47.547	0,11	59.326	0,1	67.054	0,14	71	0,16
Materiales crudos no comestibles, excepto los combustibles	1.935.989	4,7	2.272.765	4,0	2.302.236	4,65	2.360	5,24
Aceites, grasas y ceras de origen animal y vegetal	683.033	1,7	976.249	1,7	773.882	1,56	650	1,44
Combustibles y productos de las industrias extractivas	19.851.523	48,0	31.830.375	55,9	25.913.185	52,3	21.435	47,55
Combustibles y lubricantes minerales y productos conexos	19.165.038	46,3	31.025.449	54,5	25.018.128	50,5	20.597	45,69
Manufacturas	8.938.939	21,6	10.522.581	18,5	10.125.495	20,44	9.582	21,25
Productos químicos y productos conexos.	3.784.114	9,1	4.132.589	7,3	3.732.115	7,53	3.647	8,09
Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material	2.481.199	6,0	3.328.598	5,8	3.155.522	6,36	2.774	6,15
Maquinaria y equipo de transporte	1.401.285	3,4	1.641.120	2,9	1.919.730	3,85	1.931	4,28
Artículos manufacturados diversos	1.272.340	3,1	1.420.275	2,5	1.327.128	2,67	1.230	2,73
Otros sectores	3.159.195	7,6	2.998.099	5,3	3.425.588	6,91	3.745	8,30
TOTAL	41.389.989		56.910.137		49.542.894		45.076	

Nota: Tabla tomada de (Colombia_fichapais2025)

Importaciones

En cuanto a las importaciones, los cinco principales proveedores de Colombia durante 2024 han sido: EE. UU, China, Brasil, México y Alemania. España ocupa el puesto 10º como proveedor de Colombia con un 1,76% del total, que supone 925 MUSD. (Colombia_fichapais2025)

En la siguiente tabla se observa los principales productos importados por Colombia desde 2021 a 2024.

Tabla 3

Principales productos importados por Colombia (Millones USD)

PRODUCTOS	2021		2022		2023		2024	
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
Bienes de Consumo	13,496.6	22,1	15.817	20,4	14.559	23,2	13.079	24,87
Consumo no duradero	7,506.2	12,3	8.882	11,5	8.446	13,5	7.523	14,3
Consumo duradero	5,990.4	9,8	6.935	9,0	6.112	9,7	5.557	10,56
Materias primas y productos intermedios	30,230.6	49,5	38.653	49,9	30.447	48,5	25.236	48
Combustibles, lubricantes y conexos	3,780.7	6,2	7.389	9,5	6.502	10,4	4.882	9,28
Mat. Prim. y Prod. Int. para agricultura	2,935.8	4,8	3.777	4,9	3.256	5,2	2.474	4,7
Mat Prim. y Prod. Int. para Industria	23,514.1	38,5	27.488	35,5	20.689	32,9	17.880	34
Bienes de Capital y Materiales de Construcción	17,358.6	28,4	22.928	29,6	17.777	28,3	14.253	27,1
Materiales de construcción	1.827.9	3,0	2.180	2,8	1.555	2,5	1.310	2,5
Bienes de capital para la agricultura	168.5	0,3	212	0,3	216	0,3	168	0,32
Bienes de capital para la industria	10.804.2	17,7	13.204	17,1	10.754	17,1	9.551	18,16
Equipo de transporte	4.558.0	7,5	7.331	9,5	5.252	8,4	3.223	6,13
TOTAL	61.101		77.413		62.797		52.580	

Nota: Tabla tomada de (Colombia_fichapais2025)

Barreras Lingüísticas en las Negociaciones

Damos por entendido que una barrera lingüística es un obstáculo en la comunicación efectiva entre individuos que hablan diferentes idiomas o jergas. A partir de información obtenida por las fuentes de datos se logró observar que en las negociaciones internacionales desde Colombia hacia otros países, las barreras lingüísticas suelen presentarse de tres distintas maneras: idioma, terminología y comunicación implícita.

Diferencias de Idioma

Aunque el inglés es la lengua de los negocios, no todos los empresarios colombianos cuentan con el dominio y fluidez requerida, lo que limita la capacidad de argumentar y reaccionar rápidamente en las negociaciones. Cabe destacar la existencia de otros idiomas clave como el mandarín, portugués, francés, sin embargo en negociaciones con mercados anglófonos la presión aumenta al requerir interpretes o una debida traducción. (Rincón Valencia, S Morales Martínez – 2024)

Terminología

En Colombia, en sectores como el petróleo, café, flores o tecnología el vocabulario tiende a perder precisión y certeza al traducirse. También debe tenerse en cuenta que los acrónimos y abreviaturas tienen diferentes significados en distintos países como, por ejemplo: (FOB, KPI, CIF).

Comunicación Implícita

En este aspecto, la barrera se muestra a través de errores de interpretación o traducción cambiando el sentido del mensaje, puede generar confusión en su fecha y hora acordada ya que en Colombia se maneja el orden de fechas a través de día/mes/año y este tiende a variar en diferentes países. Como otro aspecto importante dentro de esta categoría se resalta el significado distinto del silencio ya que en Colombia guardar silencio un momento se considera una pausa amable, pero en culturas directas puede interpretarse como inseguridad. (Rincón Valencia, S Morales Martínez – 2024)

Barreras Culturales en las Negociaciones

En pocas palabras, son los desafíos que surgen debido a las diferencias culturales. Todos los seres humanos, han crecido en ubicaciones geográficas muy diversas con experiencias formativas diferentes, lo cual moldea la visión del mundo. Existen enormes diferencias entre estadounidenses, británicos, australianos e incluso estas barreras también son notables en países con fronteras geográficas compartidas como Francia y Alemania, estas limitaciones deben superarse para que la comunicación prospere. (KDM Cañón - Universidad & Empresa, 2007).

Se logró identificar que en este aspecto las barreras son tan relevantes como en el aspecto lingüístico, debido a que hacen referencia a la manera en que se interpreta la comunicación,

relación y el tiempo durante la negociación. Algunos de los puntos mas apreciables de Colombia hacia el mundo son:

Comunicación no Verbal

Cada cultura puede interpretar un mismo gesto de forma diferente. Conocer las señales del lenguaje corporal puede evitar que cometamos un error inocente, pero ofensivo para la otra persona y su contexto cultural. Por ejemplo, el pulgar hacia arriba se considera un buen símbolo en la mayor parte del mundo occidental. Es una forma sencilla de mostrar aprecio o estar de acuerdo en algo. Sin embargo, en muchos países de África Occidental y Oriente Medio, levantar el pulgar equivale a hacer el dedo medio y, por lo tanto, debe evitarse definitivamente.

Valores y Creencias Sociales

En algunas oportunidades, no se analiza la cultura de la persona con la que se negociara, por ende, sus valores, principios y creencias no son tomados en cuenta durante la negociación y esto puede traer consigo consecuencias notables, inconformidad o incluso la cancelación de la reunión o negociación. Y de esta manera perder socios, oportunidades de expansión y traer consecuencias monetarias.

Etiqueta y Protocolo

En distintas culturas, este aspecto tiene mucha relevancia ya que una negociación se puede desde un apretón de manos, compartir una cena, etc. Esto puede ser excelente para superar barreras culturales y conocer mejor a las personas con las que se realiza el negocio, pero es importante conocer las normas de etiqueta locales al hacerlo.

Jerarquía Cultural

Algunos países tienen un enfoque empresarial muy jerárquico, mientras que otros prefieren un enfoque colaborativo que no prioriza las opiniones de los directivos sobre las de los

trabajadores de menor rango. Esto a menudo puede estar vinculado a esos valores sociales. Si un país prioriza el respeto a los mayores y a los superiores, quizá sea mejor enviar a un negociador de mayor edad y con más experiencia que a uno de menor rango.

Entrega de Regalos

Una consideración clave en las relaciones internacionales es si el intercambio de regalos puede considerarse apropiado entre las partes. En algunas culturas, como China o Corea, regalar se considera un acto de cortesía y forma parte de la transacción. Es una forma de mostrar gratitud por el tiempo compartido, y no es raro que las empresas se envíen regalos como muestra de agradecimiento.

En algunos países como Estados Unidos, los regalos suelen considerarse una forma de soborno. Se envían menos como agradecimiento y más como reconocimiento de un resultado favorable. Por ello, muchas organizaciones tienen protocolos estrictos sobre la aceptación de regalos.

Actitud Hacia el Tiempo

Las distintas comunidades étnicas y culturales emplean conceptos diversos referentes a la puntualidad. Algunas de ellas priorizan la velocidad en las respuestas y cumplimiento de horarios ya establecidos, mientras que otras optan por tener un enfoque más flexible y están preparadas a adaptarse a múltiples circunstancias.

En países como Alemania se valora la puntualidad, mientras que Italia es un poco más flexible. Este es otro gran ejemplo de cómo dos países, aunque geográficamente muy cercanos, mantienen trasfondos y valores culturales muy diferentes.

Estrategias y Estilos de Negociación

Se debe considerar que algunos estilos de negociación no funcionarán al negociar con ciertas culturas. Un cambio de estrategia podría ser más efectivo para fortalecer la relación que seguir adelante con lo que suele hacer.

Si se prefiere una estrategia de negociación más agresiva y directa, podría encontrarse con dificultades o incluso ofender a una parte de una cultura más reservada. Adaptar las estrategias de negociación sobre la marcha puede contribuir a un mayor entendimiento mutuo y a obtener resultados más satisfactorios. (KDM Cañón - Universidad & Empresa, 2007).

Diseño de Estrategia

Para el diseño de esta estrategia se plantea la siguiente matriz sobre las barreras en los negocios internacionales y sus posibles soluciones:

Tabla 4

Matriz de barreras y soluciones

Barrera	Ejemplo en negociación	Posible solución	Herramienta
Lingüística (Idioma diferente)	No es entendible el contenido del contrato, dificultad de conectar ideas y transmitir la diferenciación de las demás ofertas.	Contratar un intérprete especializado en el sector. Y capacitación al equipo de negociación en el idioma.	Utilizar plataformas como Kudo o interprefy.
Lingüística (Términos técnicos)	Palabras técnicas mal traducidas.	Crear glosario bilingüe, estudio previo de los sinónimos y antónimos	Emplear Google Sheets, Excel compartido o IA.

Cultural (Jerarquía)	Hablar directamente con un cargo inferior rompe el protocolo.	Respetar niveles de autoridad. Teniendo en cuenta etiquetas, protocolos, costumbres, etc.	Presentar organigrama previo y verificación con contacto local.
Cultural (Concepto de puntualidad y tiempo)	En ciertas partes es mal visto llegar tarde, mientras que en otras es algo más normalizado.	Acordar fecha y ser flexible cuando es necesario. Este aspecto tiende a variar de acuerdo con el país a negociar.	Conformar de manera anticipada y tener calendarios compartidos.
Cultural (Manejo del silencio)	Mantener el silencio puede ser malinterpretado como señal de desacuerdo o poco interés.	Verificar comprensión de la conversación que se esté llevando a cabo.	Empleo de preguntas claras y sencillas para confirmar validación: Ejemplo: ¿Estamos siendo claros con...?
Mixta (Presentaciones)	Material de apoyo (videos, imágenes, frases o diapositivas) no muy comprensibles debido al idioma y estilo.	Incorporar elementos visuales, traducción, muestras tangibles para facilitar conexión y entendimiento.	Uso de aplicaciones como Canva, PowerPoint con función de subtítulos automáticos.
Mixta (Documentación)	Contrato mal interpretado por idioma y normativas diferentes.	Realizar traducción y adaptar legalmente el documento. Exposición clara y concisa de acuerdos y tratos.	Presentar traducción certificada y revisión por parte de un abogado.

Nota: Elaboración propia.

Al identificar las barreras más relevantes en la matriz, se procede al diseño de la estrategia de posible mitigación

Tabla 5

Preparación

Paso	Descripción	Responsable	Documentos/Recursos
1.1 Estudio de mercado y contraparte	Evaluar competencia y demanda, cultura y legalidad del país objetivo. Comprobar el registro de la contraparte.	Área de Comercio Exterior / Marketing	Informe de mercado, registro de negocios, perfil de la contraparte.
1.2 Establecer objetivos y límites	Crear objetivos óptimos, ideales y límites claros donde se muestre beneficio para ambos.	Dirección Comercial	Matriz de objetivos
1.3 Preparación logística y documental	Traducir documentos, adaptar material de apoyo, validar INCOTERMS, y preparar debidamente la negociación.	Comercio Exterior / Departamento Legal	Catálogo, documentos traducidos, lista de precios.

Nota: elaboración propia

Tabla 6

Ejecución

Paso	Descripción	Responsable	Documentos/Recursos
2.1 Inicio	Realizar presentación corporativa, establecer agenda de trabajo, generar ambiente confiable implementando normas culturales.	Ejecutivo de ventas	Material de apoyo debidamente organizado, agenda estructurada y guía cultural.
2.2 Desarrollo	Realizar escucha activa de las partes presentes, presentar propuesta de valor personalizada, gestionar dudas u objeciones, implementación de datos.	Ejecutivo de ventas	Información de soporte, propuesta comercial.
2.3 Cierre	Afianzamiento de acuerdos, constatación del cliente por escrito, definición de próximos pasos y lapsos de tiempo.	Ejecutivo de ventas / Departamento Legal	Acta de negociación, correo de confirmación.

Nota: elaboración propia

Tabla 7

Seguimiento

Paso	Descripción	Responsable	Documentos/Recursos
3.1 Formalización	Firmar el contrato definitivo, incluir cláusulas de resolución de conflictos, disponer de un sistema para ordenar y guardar los archivos.	Departamento legal / Dirección Comercial.	Contrato definitivo firmado, sistema de archivo interno implementado.
3.2 Monitoreo	Supervisar el cumplimiento de plazos acordados, verificar calidad de entregas, revisar los pagos y sostener comunicación regular.	Ejecutivo Comercial / Equipo de Logística	Calendario de actividades actualizado, reportes de entrega junto a registro de pagos.
3.3 Evaluación	Comparar los resultados obtenidos con los esperados. Analizar el funcionamiento del proceso.	Ejecutivo Comercial	Informe de evaluación final
3.4 Postventa	Contactar al cliente después de la negociación, proponer nuevas oportunidades comerciales, permanecer en contacto.	Ejecutivo Comercial	Registro detallado de las interacciones, desarrollar plan de acción para continuar con la relación a largo plazo.

Nota: elaboración propia

A partir del diseño del protocolo como posible estrategia de mitigación para las barreras detectadas, se complementa el proceso con aspectos útiles para tener en cuenta desde nuestro punto de vista profesional a la hora de realizar un proceso de negociación y evitar contratiempos, estos son:

- Respetar y tener en cuenta horarios y diferencias culturales.
- Confirmar por escrito el entendimiento de información importante.
- Contratar interprete especializado cuando sea necesario para facilitar comunicación fluida.
- Verificar detalladamente los pasos de los acuerdos realizados, condiciones de pago y responsabilidades establecidas.

Conclusiones.

- El culminar este proyecto nos hizo determinar que las negociaciones internacionales desde y hacia nuestro país Colombia son una gran oportunidad de crecimiento, alianzas, diversificación de clientes y competitividad empresarial. Pero también conlleva a que su éxito no solo provenga de la eficiencia de los productos o servicios brindados sino también de la capacidad de adaptación de las empresas a diversas culturas y contextos.
- Las barreras lingüísticas y culturales encontradas generan errores de interpretación, influyen en la toma de decisiones y en el peor de los casos fracturan acuerdos. A través del diseño de este protocolo interno de negociación internacional se presenta una oportunidad de mitigación ya que fortalece las competencias interculturales, optimiza la comunicación, reduce riesgos legales y fomenta confianza y credibilidad frente a los socios o empresas a tratar.
- La implementación de este protocolo como posible estrategia de mitigación reafirma la eficacia de los negocios y disminuye las fricciones generadas por las barreras mencionadas a diferencia de las empresas que no adoptan este tipo de herramientas. Es decir, darle este enfoque a un proceso de negociación no solo aumenta el porcentaje de éxito en ella, sino que también fortalece relaciones a largo plazo y favorece a la integración del país en mercados globales.

Referencias

Analdex. (2025). *Informe de exportadores colombianos*. Bogotá: Asociación Nacional de Comercio Exterior.

Cañón, K. D. M. (2007). *La interculturalidad de los negocios internacionales*. Universidad & Empresa.

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2025). *Colombia: ficha país*. Oficina de Información Diplomática.

https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/colombia_ficha%20pais.pdf

Ortiz-Rubio, M. (2023, marzo 28). *Colombia, el país de ensueño latino que deberías conocer YA*. *Architectural Digest México y Latinoamérica*.

<https://www.admagazine.com/articulos/colombia-cultura-tradiciones-y-ubicacion>

Rendón, J. (2007). *Barreras culturales en los negocios internacionales: Colombia frente a un mundo de negociación con China, España y Estados Unidos*. Universidad EIA.

<https://repository.eia.edu.co/handle/11190/3683>

Rincón Valencia, L. C., & Morales Martínez, S. (2024). *Liderazgo en entornos multiculturales de empresas colombianas con participación en el mercado internacional*.

Universidad EAN. <https://repository.universidadean.edu.co>

Solunion. (2025). *Comercio exterior de Colombia en 2025: expansión, oportunidades y desafíos*. <https://www.solunion.co/blog/comercio-exterior-colombia>

Urquijo Ortiz, Y. A. (2024, marzo 8). *El español de Colombia*. Portal de Lenguas y Literatura de Colombia. <https://lenguasyliteraturasnativas.caroycuervo.gov.co/el-espanol-de-colombia>