

Seminarios Miércoles del exportador

# El Rol de la Cultura en el Marketing Internacional

Lima, 07 de mayo de 2025



**Jorge Caycho Celle**

## ELEMENTOS CLAVES AL INTERIOR DE LA EMPRESA EXPORTADORA

- ❑ CONTAR CON UN PLAN DE NEGOCIOS ACTUALIZADO
- ❑ CONTAR CON UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CLARA, SOSTENIBLE Y COMPETITIVA
- ❑ CONTAR CON EL CONOCIMIENTO CABAL DE LA EMPRESA Y DOMINIO TÉCNICO DE PRODUCTO POR PARTE DEL ÁREA COMERCIAL
- ❑ CONTAR CON UN PLAN ANUAL (OPERATIVO) EN EL ÁREA COMERCIAL
- ❑ DOMINAR, COSTOS, PRECIOS Y COTIZACIONES INTERNACIONALES (MAS ALLÁ DE LOS INCOTERMS)
- ❑ PLANIFICAR CADA NEGOCIACIÓN
- ❑ DESARROLLAR HABILIDADES PERSONALES Y PROFESIONALES
- ❑ DOMINAR LAS TÉCNICAS Y TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL

# USTED REQUIERE INFORMACIÓN ESTRATÉGICA EN:

Perfil del cliente

Segmentos de mercado

Características del mercado

Tipos de consumidores

Motivaciones de compra

Demanda potencial

Análisis de la competencia

Análisis de riesgos

Factores de éxito

# ACTIVIDADES

- Información estratégica de los mercados
- Pruebas de venta
- Comportamiento de compra
- Análisis de la competencia
  - Precios
  - Tendencias
    - Oportunidades comerciales
    - Análisis de riesgo de compradores





## 1. Ficha País

- ✓ Sistema Político
- ✓ Calendario Electoral
- ✓ PIB
- ✓ Tipo de Cambio
- ✓ Inflación
- ✓ Índice de Desarrollo Humano (PNUD)

## 2. Entorno Empresarial

- ✓ Institucionalidad Gremial
- ✓ Cámaras de Comercio
- ✓ Organizaciones de Consumidores
- ✓ Organizaciones de Productores
- ✓ Regulaciones de Protección de Marcas, Patentes y Franquicias
- ✓ Regulaciones de Constitución de Empresas

# Negociaciones Interculturales e Internacionales

## 3. Entorno General de Negocios

- ✓ Puertos Internacionales
- ✓ Líneas Navieras
- ✓ Aeropuertos Internacionales
- ✓ Líneas Aéreas
- ✓ Calendario Comercial

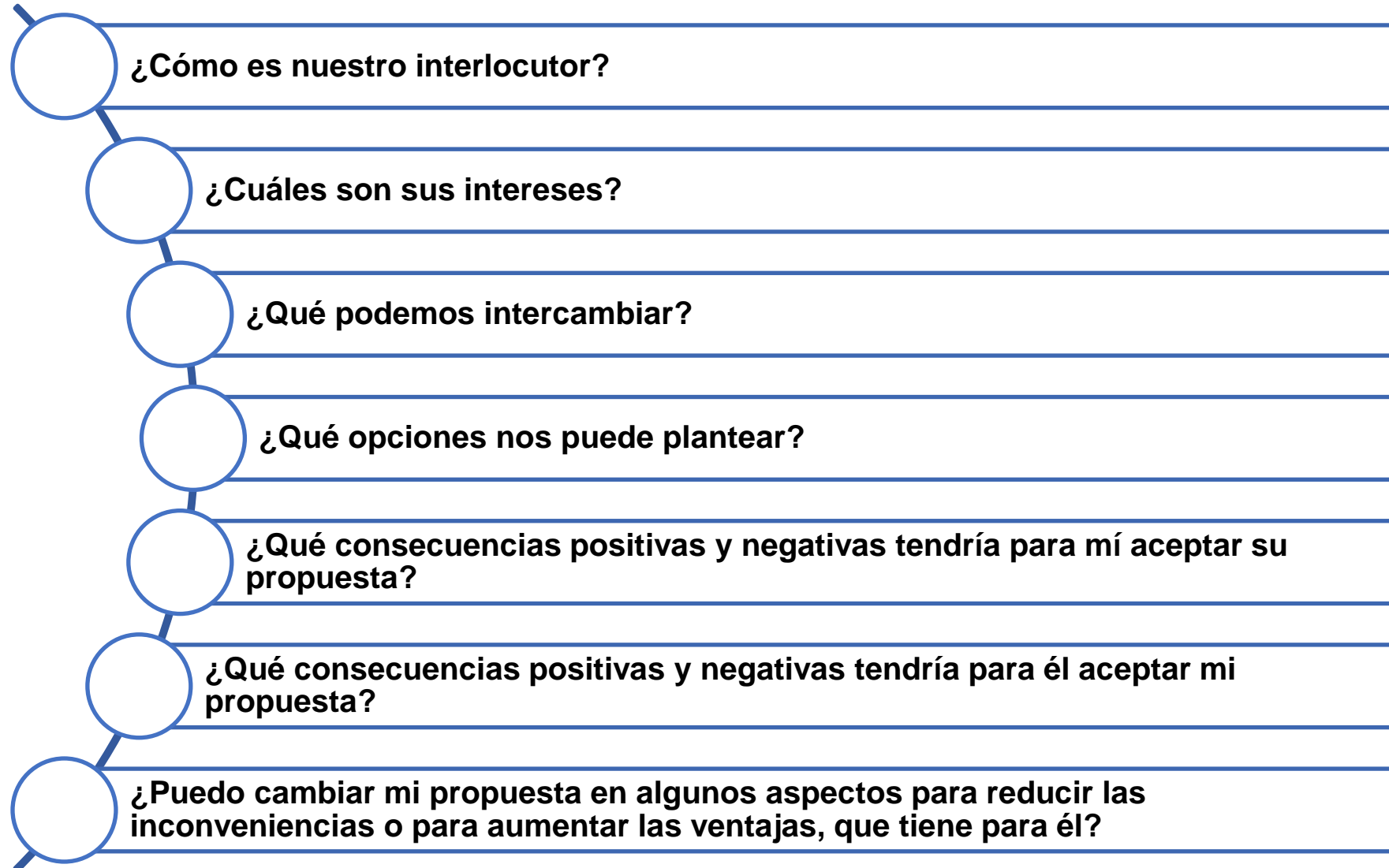
## 4. Acceso a Mercados

- ✓ Acuerdos Comerciales Vigentes
- ✓ Entidades Reguladoras en Requisitos Técnicos de Acceso a Mercados
- ✓ Entidades Reguladoras en Importaciones

## 5. Gestión de Negociaciones

- ✓ Perfil General del Consumidor Cuidados en el Proceso de Negociación
- ✓ Estrategias de Negociación
- ✓ Normas de Protocolo

# Negociaciones Interculturales e Internacionales









# Negociaciones Interculturales e Internacionales

Perfiles de negociadores internacionales



# TIEMPOS DE LA NEGOCIACIÓN:



## MONOCRÓNICO VS POLICRÓNICO



# TIEMPO MONOCRÓNICO



Las culturas monocrónicas son las que mantienen un grado alto en la planeación, concentración en una tarea a la vez.

El tiempo monocrónico significa que se tiene que fijar la atención en una sola cosa a la vez. Debido a que el individuo se concentra en una sola acción.

El tiempo monocrónico mantiene a las personas aisladas y como resultado se intensifican ciertas relaciones mientras se cortan otras.

# TIEMPO POLICRÓNICO



Las culturas policrónicas mantienen relaciones humanas y las interacciones son valuadas por encima de los planes y las citas.

El tiempo policrónico significa estar involucrado en varias cosas a la vez, es decir que se caracteriza por la ocurrencias de varios acontecimientos simultáneos y la participación de varias personas.

# Múltiples Culturas, en Múltiples Países



# INTERFERENCIAS CULTURALES

Malentendidos

Frustración

Diferencia horaria

“Similitud cultural”

Ausencia de lenguaje corporal



Estereotipos - paradigmas

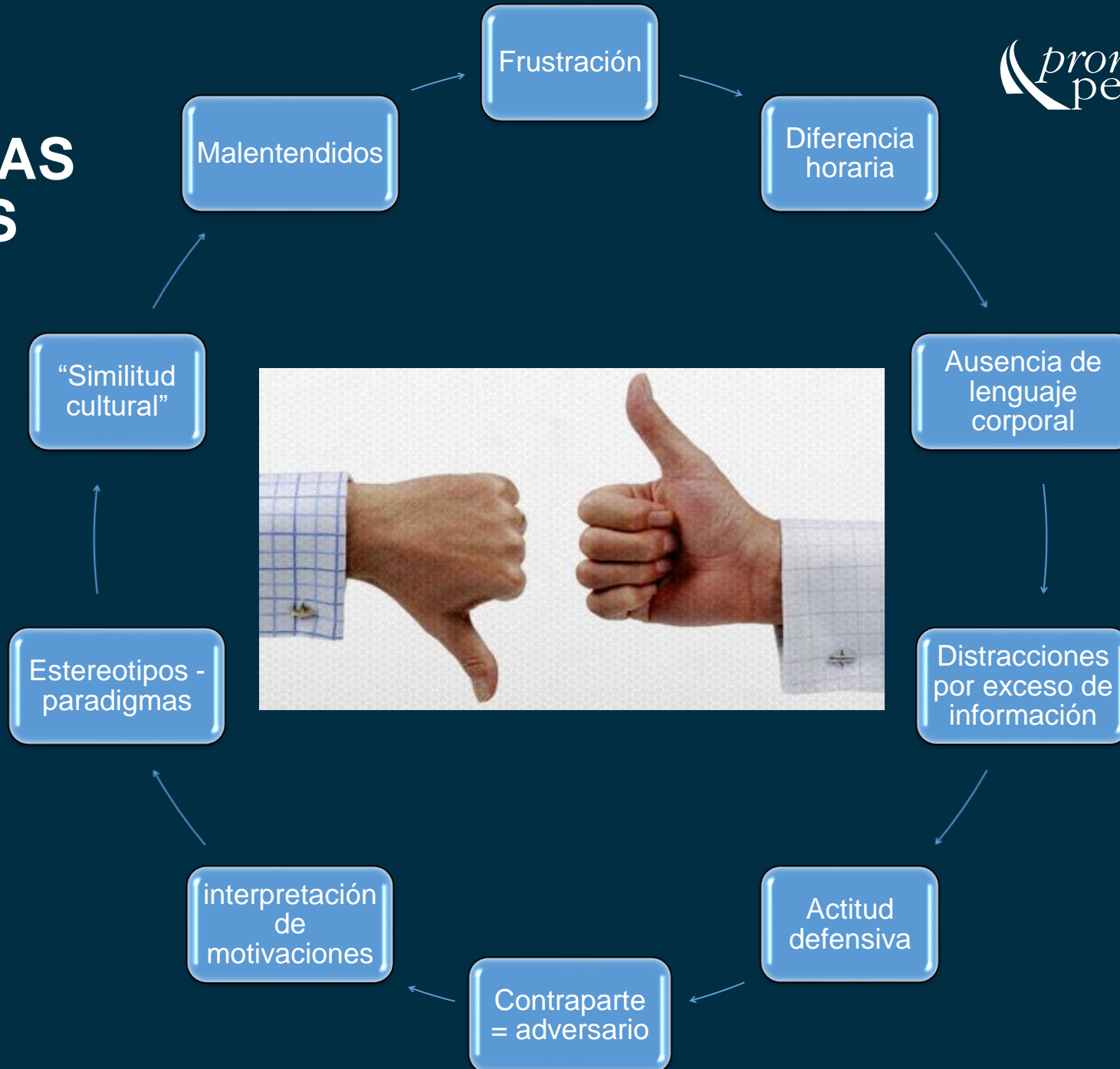
Distracciones por exceso de información



interpretación de motivaciones

Actitud defensiva

Contraparte = adversario





# ESTILO DE NEGOCIACIÓN:

## DE ALTO CONTEXTO VS BAJO CONTEXTO



## ESTILO DE NEGOCIACIÓN DE ALTO CONTEXTO

- ❖ Son aquellas en las que la información se maneja en forma vaga y poco precisa, ya que esta contenida en un contexto físico o en la persona.
- ❖ Las actitudes y circunstancias en las que se desarrolla la negociación son mas importantes que las propias expresiones.
- ❖ Este tipo de comunicación está centrada en la persona y sus sentimientos y es típica de culturas como la japonesa, la árabe o la mediterránea.



## ESTILO DE NEGOCIACIÓN DE BAJO CONTEXTO

- ❖ Son aquellas que utilizan expresiones verbales y no verbales muy claras y específicas, con expresiones gramaticales completas y poca interpretación subjetiva.
- ❖ La información esta contenida en un código transmitido por mensajes.



# DIFERENCIAS





# TIPS AL NEGOCIAR CON NORTEAMERICANOS

(No generalizar)



Son muy profesionales y es por ello que se debe acudir con un buen material promocional, utilizar un buen equipo comercial y hacer una presentación eficaz.

El lenguaje debe ser directo y claro, las respuestas poco claras pueden interpretarse como desconfianza o falta de sinceridad.

Pueden cambiar de idea rápidamente por eso tienen que estar preparados para responder, les gusta mucho la confrontación por ejemplo: “take it o leave it” (lo tomas o lo dejas).

# TIPS AL NEGOCIAR CON COLOMBIANOS

(No generalizar)



Hay gran diferencia entre negociar con empresarios colombianos del interior del país a los empresarios de la costa.

Los empresarios del interior tienen fama de ser más formales y clásicos en los negocios. Los de la parte costera son más modernos y relajados en sus costumbres y formas de negociar.

# TIPS AL NEGOCIAR CON MEXICANOS

(No generalizar)

La conversación de negocios puede ser algo informal, no está sujeta a reglas de protocolo, lo que más les importa es negociar con la persona, no sólo con la compañía. Recién transcurridas un par de horas de conversación, es cuando el negocio puede cerrarse.

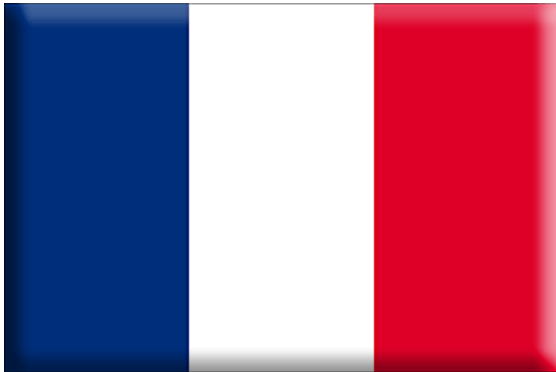
Los mexicanos acostumbran a invitar a las personas con quienes negocian a desayunar, almorzar o a cenar. Esa es la clave para poder comenzar a conversar sobre los temas que a ambas compañías le interesan.





# TIPS AL NEGOCIAR CON FRANCESES

(No generalizar)



- Evitar tomar una actitud demasiado amistosa, así como hacer preguntas personales o confidenciales, tenga en cuenta que el empresario francés traza una línea distintiva entre sus relaciones personales y profesionales.
- En caso de no hablar francés, es necesario pedir disculpas y contar con un intérprete, de no contar con uno, puede expresarse en español. Recuerde que el español es mejor visto que el inglés, intente evitarlo.
- Suelen no estar cómodos hablando de dinero, por lo que es sustancial llegar a este tema al final de la negociación, de la misma forma prescindir de toda táctica de regateo. Se debe tener en cuenta que los empresarios franceses también tienen dificultades para dar un “no” rotundo.
- Evitar pedir otras opiniones durante la negociación, se debe estar en la capacidad de tomar las propias decisiones. Es trascendental que los contratos estén redactados en francés y evitando cualquier anglosajismo.

# TIPS AL NEGOCIAR CON INGLESES

(No generalizar)

Informarse de la actualidad económica, política e incluso deportiva permitirá acentuar la imagen profesional y culta que el británico suele reconocer, debido a que es usual tocar distintos temas generales durante las reuniones de negocios.

Se recomienda indagar si la firma tiene alguna relación comercial, de sponsor o imagen publicitaria asociada a algún equipo, deportista, artista o personalidad pública.



# TIPS AL NEGOCIAR CON ESPAÑOLES

(No generalizar)



- Se recomienda hacer uso de un contacto personal para ser introducido y entablar lazos comerciales con los españoles. Una vez realizado el contacto, es necesario dedicar tiempo para lograr una relación personal.
- Es necesario confirmar las citas una semana antes y recordarlas dos días antes; es muy importante mantener contacto con las secretarías de la Dirección, ya que manejan las agendas de los directivos.
- Algunos españoles son recelosos de las personas con gran preparación o muchos conocimientos, es preferible ser modesto y no avasallar.
- Los españoles suelen dar consejos y corregir las opiniones de las otras personas, por lo que no hay que darse por ofendido y menos entrar en una confrontación.

# TIPS AL NEGOCIAR CON ITALIANOS

(No generalizar)

- Los italianos suelen ser desconfiados por lo que no debe sorprender que apelen a sus normas nacionales, y de ese modo, evitar riesgos al negociar con firmas extranjeras. En espacios de confianza, se muestran amables y en ocasiones muy amistosos.
- Procuran ser competitivos y detallistas en aquello que se proponen lograr, por lo que eventualmente podrían mostrar momentos de frustración. Se recomienda por tanto proveer información clara, concreta y certera de manera que se evite ser protagonista de emociones negativas que pudiéramos generar en ellos.
- La seriedad en el manejo de las reuniones, la formalidad (apariencia, trato, manejo personal) y jerarquía de los participantes juegan un papel fundamental en la percepción del hombre de negocios italiano, se gana respeto y consideraciones mientras mayor status gerencial sea el ofertante.



# TIPS AL NEGOCIAR CON HOLANDESES

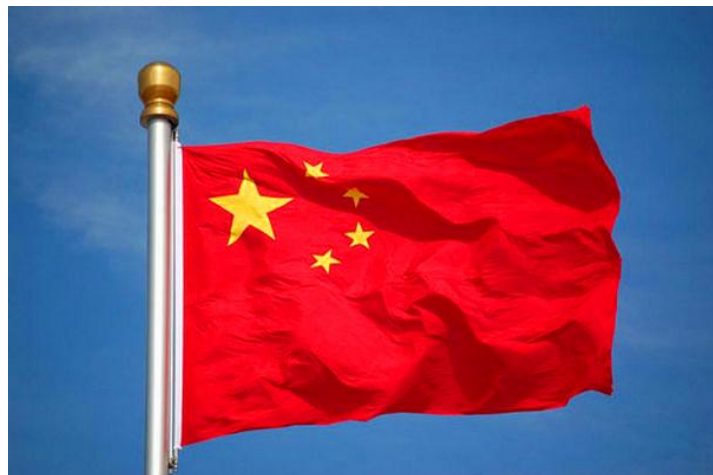
(No generalizar)

- Poseen una cultura de negocios basada en la neutralidad, la tolerancia y la cooperación. Por esta razón, es importante mostrarse puntual a las citas concertadas y mostrarse como una persona idónea para hacer negociaciones.
- Evite saludar con el beso en la mejilla ya que este tipo de saludo es exclusivo para amigos cercanos. En el ambiente ejecutivo y de negocios, el holandés distingue los espacios sociales de los profesionales. Del mismo modo, evitar llamar a su interlocutor por su nombre, al menos hasta que él lo invite a hacerlo.
- Se debe evitar actitudes arrogantes y tácticas de presión. Un comportamiento modesto y sin alardeos, suman a favor del interesado.



# TIPS AL NEGOCIAR CON CHINOS

(No generalizar)



Las negociaciones se realizan en grupos, por lo tanto se recomienda no viajar a China solo sino con un equipo negociador debido a que ellos reconocen un interés real de hacer negocios cuando ven a un equipo sólido y decidido con el cual trabajar a largo plazo, el cual debiera ser liderado por un directivo de alto rango.

No hablar en primera persona y tratar temas técnicos, hechos y cifras son puntos claves para establecer relaciones duraderas.



*“El éxito comercial depende de cuanto inviertes en conocimientos y en aprovechar otras experiencias, para acortar el tiempo que toma tener resultados”.*

---

