UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

GUIA PARA LA EXPOSICIÓN

Propósito. Comprender cómo las características culturales, sociales, económicas y comerciales de un país influyen en la forma de hacer negocios internacionales, negociar con actores extranjeros, identificar oportunidades de mercado y reconocer riesgos o barreras para el intercambio internacional.

1. Orientaciones generales de la actividad

- Cada grupo trabajará el país asignado por la docente y deberá presentar una visión integral, evitando limitarse a datos turísticos o generales.
- La exposición debe relacionar la cultura del país con su comportamiento en los negocios internacionales.
- Los datos económicos y comerciales deben ser recientes, indicando el año de referencia y la fuente consultada.
- Se deben utilizar fuentes confiables: organismos oficiales, oficinas nacionales de estadística, bancos centrales, ministerios, OMC, Banco Mundial, UNCTAD, ITC Trade Map, CEPAL u otras fuentes académicas reconocidas.
- Las cifras comerciales deben diferenciar claramente productos exportados, productos importados, principales destinos de exportación y principales países de origen de las importaciones.
- El grupo debe cerrar con conclusiones propias: oportunidades, riesgos y recomendaciones para una empresa que desee negociar con el país analizado.

2. Aspectos relevantes que debe investigar y exponer cada grupo

2.1. Identificación y contexto general del país

- Nombre oficial, capital, ubicación geográfica, bandera y moneda.
- Población, idioma(s) oficial(es), forma de gobierno y principales ciudades o centros económicos.
- Breve panorama económico: tamaño y características de la economía, sectores productivos relevantes y papel del país en el comercio internacional.
- Ubicación estratégica, infraestructura o factores geográficos que favorecen o dificultan los negocios internacionales.

2.2. Cultura, costumbres y sociedad

- Principales costumbres, tradiciones y prácticas sociales.
- Religión o creencias predominantes cuando sean relevantes para el consumo, los horarios, las festividades o la negociación.
- Normas de cortesía, etiqueta social, puntualidad, vestimenta, saludos y protocolo.
- Hábitos de consumo y elementos culturales que puedan influir en productos, publicidad, servicio y relaciones comerciales.
- Errores culturales frecuentes que una persona extranjera debería evitar.

2.3. Valores culturales y comportamiento empresarial

- Valores predominantes asociados con confianza, respeto, jerarquía, colectivismo/individualismo, orientación al tiempo y relaciones personales.
- Importancia de la autoridad, la edad, los títulos, el estatus o la estructura jerárquica en ambientes empresariales.
- Forma habitual de construir confianza: relaciones previas, referencias, contratos, reputación o resultados.
- Relación entre los valores culturales y la toma de decisiones empresariales.

2.4. Comunicación e interculturalidad

- Estilo de comunicación predominante: directo o indirecto; formal o informal; verbal y no verbal.
- Uso del idioma en reuniones y negocios internacionales y necesidad de intérpretes o adaptación lingüística.
- Gestos, contacto visual, distancia interpersonal, silencios y otros elementos no verbales relevantes.
- Posibles choques interculturales al negociar con personas de Colombia u otros países.
- Estrategias para desarrollar competencia intercultural: escucha, adaptación, respeto, preparación y manejo de diferencias.

2.5. Cultura de negociación

- Cómo se preparan y desarrollan normalmente las reuniones de negocios.
- Importancia de la puntualidad, agenda, tarjetas de presentación, regalos, comidas de negocios y protocolo.
- Velocidad del proceso de negociación y forma de tomar decisiones.
- Uso de contratos, confianza personal, consenso, jerarquía y negociación del precio.
- Recomendaciones prácticas: qué hacer y qué evitar al negociar con empresarios de ese país.

2.6. Principales productos exportados

- Identificar los principales bienes y, cuando sea pertinente, servicios que el país vende al exterior.
- Explicar cuáles sectores sustentan esas exportaciones y por qué poseen importancia económica.
- Presentar cifras o participación porcentual con el año de referencia.
- Distinguir entre materias primas, manufacturas, tecnología, alimentos, energía y servicios, según corresponda.

2.7. Principales destinos de las exportaciones

- Identificar los países o bloques económicos que más compran al país analizado.
- Relacionar los principales destinos con los productos exportados.
- Explicar factores como cercanía geográfica, acuerdos comerciales, cadenas globales de valor o demanda del mercado.
- Evitar confundir destino de exportación con país de origen de las importaciones.

2.8. Principales productos importados

- Identificar los bienes y servicios que el país compra principalmente del exterior.
- Explicar por qué necesita importar esos productos: consumo, industria, energía, tecnología, insumos o alimentos.
- Presentar cifras recientes o participación porcentual con su respectiva fuente.
- Analizar si las importaciones revelan oportunidades comerciales para empresas extranjeras.

2.9. Principales países proveedores de las importaciones

- Identificar los países desde los cuales se originan principalmente las compras externas.
- Relacionar proveedores con productos o sectores relevantes.
- Explicar posibles razones: precio, especialización, proximidad, logística, acuerdos comerciales o integración regional.

2.10. Barreras para los negocios y el comercio internacional

- Barreras arancelarias: aranceles, contingentes u otros gravámenes relevantes.
- Barreras no arancelarias: requisitos técnicos, sanitarios, fitosanitarios, etiquetado, certificaciones, licencias o trámites.
- Barreras culturales y lingüísticas que puedan afectar la comunicación y la negociación.
- Barreras logísticas, regulatorias, financieras, tecnológicas o de acceso al mercado.
- Riesgos que debería considerar una empresa antes de ingresar al país.

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

2.11. Acuerdos, tratados e integración económica

- Principales tratados de libre comercio, acuerdos comerciales preferenciales o acuerdos de integración vigentes y relevantes.
- Bloques económicos u organizaciones regionales a las que pertenece el país.
- Beneficios o compromisos comerciales derivados de esos acuerdos.
- Cuando corresponda, relación comercial y acuerdos existentes con Colombia.
- Explicar cómo un acuerdo puede reducir barreras o facilitar una oportunidad de negocio.

2.12. Oportunidades de negocios internacionales

- Identificar al menos tres oportunidades concretas para exportar, importar, invertir, realizar alianzas o prestar servicios.
- Justificar cada oportunidad a partir de la cultura, demanda, estructura productiva o información comercial investigada.
- Señalar posibles riesgos o condiciones para aprovechar la oportunidad.
- Proponer un producto o servicio colombiano que podría tener potencial en ese mercado, justificando la elección.

2.13. Conclusiones del grupo

- Presentar entre tres y cinco conclusiones derivadas del análisis.
- Responder: ¿qué debe conocer una empresa antes de negociar con este país?
- Responder: ¿cuál es la principal oportunidad y cuál es el principal desafío comercial identificado?
- Explicar qué aprendizaje intercultural consideran más importante para un profesional en Negocios Internacionales.

3. Estructura sugerida para la exposición

1. Portada: país, integrantes, asignatura y fecha.
2. Contexto general y perfil económico.
3. Cultura, costumbres y valores.
4. Interculturalidad, comunicación y protocolo de negocios.
5. Cultura y proceso de negociación.
6. Exportaciones: principales productos y destinos.
7. Importaciones: principales productos y países proveedores.
8. Barreras comerciales, culturales y de acceso al mercado.
9. Acuerdos y/o tratados comerciales e integración económica.
10. Oportunidades de negocios, recomendaciones y conclusiones.
11. Referencias y fuentes consultadas.

4. Recomendaciones para una buena presentación

- Explicar y analizar la información en lugar de leer literalmente la cartelera
- Todos los integrantes deben demostrar dominio del país y participar de forma equilibrada.
- Las cifras deben incluir año y fuente. No presentar datos comerciales sin contexto.
- Relacionar permanentemente la información cultural con situaciones reales de negociación y comercio.
- Cuidar ortografía, redacción, diseño visual, uso de conceptos propios de Negocios Internacionales y referencias.
- Como ustedes ya tienen la cartelera diseñada, lo que este aqui en el documento y no se encuentre en la cartelera, lo pueden decir a la hora de exponer, esto les ayudara a tener una mayor argumentación, fluidez y poder abarcar todos los puntos sugeridos para la exposición.

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

5. Rúbrica de evaluación de la exposición

Puntaje total: 100 puntos. La valoración debe considerar tanto la calidad de la investigación como la capacidad del grupo para analizar su incidencia en los negocios internacionales.

Criterio	Puntos	Excelente	Bueno	Básico	Bajo
Contexto general y perfil del país	8	Información completa, pertinente y contextualizada; explica economía, ubicación y relevancia internacional.	Información adecuada con algunas omisiones menores.	Información básica, poco relacionada con los negocios.	Información insuficiente o incorrecta.
Cultura, costumbres y valores	12	Analiza con claridad valores, costumbres, normas sociales y su efecto empresarial.	Describe los elementos principales y establece algunas relaciones comerciales.	Presenta aspectos culturales de forma superficial.	Omite elementos clave o presenta generalizaciones sin sustento.
Interculturalidad, comunicación y negociación	12	Relaciona comunicación verbal/no verbal, protocolo, negociación y posibles choques interculturales con ejemplos.	Explica adecuadamente la mayoría de los elementos.	Presenta conceptos generales con poco análisis.	No relaciona la interculturalidad con la negociación.
Exportaciones: productos y destinos	10	Identifica productos, destinos, cifras recientes, fuentes y explica su importancia.	Presenta datos correctos con análisis parcial.	Incluye información incompleta o poco actualizada.	Confunde conceptos o carece de evidencia.
Importaciones: productos y países proveedores	10	Identifica productos, proveedores, cifras recientes y explica necesidades u oportunidades.	Presenta datos correctos con análisis parcial.	Información básica con poca explicación.	Datos insuficientes, confusos o sin fuente.
Barreras y riesgos internacionales	10	Analiza barreras arancelarias, no arancelarias, culturales/logísticas y riesgos de mercado.	Reconoce las barreras más importantes.	Menciona barreras sin profundizar.	No identifica adecuadamente barreras o riesgos.
Acuerdos y/o tratados comerciales	10	Explica acuerdos relevantes, integración económica y efectos concretos sobre el comercio.	Identifica acuerdos y explica parcialmente sus efectos.	Enumera acuerdos con escasa explicación.	Información incorrecta, desactualizada o ausente.

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

Oportunidades y recomendaciones de negocio	10	Propone oportunidades viables, justificadas con evidencia, y recomendaciones pertinentes.	Propone oportunidades razonables con justificación parcial.	Oportunidades genéricas o poco sustentadas.	No formula oportunidades claras.
Calidad de las fuentes y manejo de información	6	Usa fuentes confiables, recientes, citadas y coherentes; distingue datos de análisis.	Fuentes adecuadas con pequeñas fallas de citación.	Pocas fuentes o predominio de fuentes generales.	Fuentes no verificables, ausencia de referencias o datos sin respaldo.
Dominio, argumentación y respuestas	6	Demuestra dominio, explica sin depender de la lectura y responde con precisión.	Buen dominio con algunas dudas.	Dependencia frecuente de diapositivas o respuestas incompletas.	Lectura predominante y poco dominio del tema.
Participación y trabajo grupal	3	Participación equilibrada, coordinación y transición clara entre integrantes.	Participa la mayoría con coordinación aceptable.	Participación desigual.	Uno o pocos integrantes asumen casi toda la exposición.
Diseño, organización y comunicación oral	3	Presentación clara, profesional, visualmente equilibrada, con buena expresión y manejo del tiempo.	Presentación organizada con detalles menores por mejorar.	Diseño o comunicación poco clara.	Presentación desorganizada o difícil de seguir.

Estimados estudiantes cualquier duda quedo atenta

Afectuosamente,

TIANA CANDELO AGUILAR
Docente