

Variables para Modelo de Simulador de Negociaciones Colombia-China

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA



Didier Alejandro Vanegas Morales

Jessica Jhoana Franco Díaz

Naileth Ariza Barrera

Medellín, Colombia

2014



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y CONTABLES

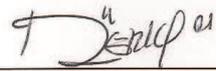
CENTRO DE INVESTIGACIONES

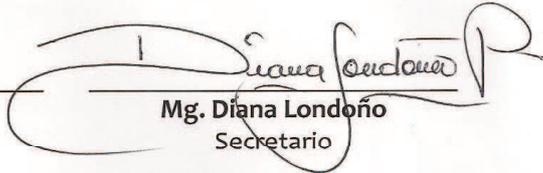
**NOTA DE ACEPTACIÓN**

Los suscritos miembros de la comisión Asesora del Proyecto de Grado: **“Variables para Modelo de Simulador de Negociaciones Colombia-China”**, elaborado por los estudiantes: NAILETH ARIZA BARRERA, JESSICA JHOANA FRANCO DÍAZ y DIDIER ALEJANDRO VANEGAS MORALES, del programa de Administración de Empresas, nos permitimos conceptuar que éste cumple con los criterios teóricos y metodológicos exigidos por la Dirección de Investigación y por lo tanto se declara como:

*Aprobado*

Medellín, Octubre 20 de 2014

  
Mg (c). Derly Páez  
Presidente

  
Mg. Diana Londoño  
Secretario

  
Mg. Lorena Martínez  
Vocal



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

Nalleth Ariza Barrera  
Nalleth Ariza Barrera  
Estudiante

Jessica Franco Díaz  
Jessica Jhoana Franco Díaz  
Estudiante

Didier Alejandro Vanegas Morales  
Didier Alejandro Vanegas Morales  
Estudiante

Personería Jurídica según Resolución del Ministerio de Educación No. 8529 del 6 de junio de 1983 / NIT 860.403.751-3

Cra. 84 No. 33AA-1 PBX. 250 83 28 Fax. 250 79 48 Medellín <http://www.unac.edu.co>

### **Agradecimientos**

En primer lugar damos gracias a Dios nuestro creador, que nos ha dado las fuerzas y la inteligencia para realizar esta investigación, en segundo lugar a cada uno de nuestros tutores que nos acompañaron en este camino, pero principalmente a la asesora temática Diana Londoño, quien compartió su conocimiento sobre el mundo de la investigación y la negociación internacional con nosotros, gracias a Jhon Jevis Vergara Baza quien nos asesoró con respecto a cómo se podía realizar el modelo del simulador, también damos gracias a cada uno de los empresarios y expertos que nos colaboraron, especialmente al señor Diego Yepes gerente de Sulink y al señor Pablo Echavarría Toro, quienes gracias a su experiencia nos ayudaron a disminuir nuestra ignorancia con respecto a China.

## VARIABLES MODELO SIMULADOR NEGOCIACIONES COLOMBIA-CHINA

### Tabla de Contenido

Capítulo Uno-Panorama del Proyecto.....	1
Descripción del Problema .....	1
Pregunta de investigación.....	5
Justificación.....	5
Impacto del Proyecto.....	7
Objetivos .....	8
Objetivo general. ....	8
Objetivos específicos.....	8
Delimitación .....	8
Presupuesto.....	9
Cronograma.....	10
Capitulo Dos-Marco Teórico .....	12
Antecedentes .....	12
Desarrollo Teórico.....	19
República Popular de China. ....	19
Perfil general de China. ....	20
Descripción de la República Popular de China. ....	20
El mercado chino.....	22
China los indicadores económicos. ....	23
Moneda Yuan chino o Renminbi. ....	30
Canales de distribución de China. ....	31
Principales puertos en China. ....	33
Negociaciones de China con el mundo. ....	34

## VARIABLES MODELO SIMULADOR NEGOCIACIONES COLOMBIA-CHINA

República de Colombia. ....	36
Perfil general de Colombia.....	36
Mapa de Colombia. ....	36
El mercado colombiano.....	37
Colombia, indicadores económicos.....	37
Moneda.....	41
Puertos marítimos de Colombia. ....	42
Negociaciones de Colombia con el mundo. ....	44
Análisis del entorno.....	45
Caracterización de los procesos de negociación. ....	50
Análisis a las fuerzas del mercado. ....	53
Caracterización final de los mercados.....	55
Caracterización de los simuladores, juegos y softwares existentes ....	56
La teoría de la simulación. ....	57
Teoría de la decisión. ....	61
Metodologías para desarrollo de software. ....	63
Metodologías estructuradas.....	64
Metodologías orientadas a objetos. ....	64
Metodologías tradicionales. ....	65
Metodología Rup (Rational Unified Process). ....	65
Metodología Scrum. ....	67
Metodología Extreme Programming (Xp). ....	68
Teorías. ....	68
Evolucionismo.....	69

## VARIABLES MODELO SIMULADOR NEGOCIACIONES COLOMBIA-CHINA

Teoría de la ventaja comparativa. ....	70
Teoría de las 6 dimensiones de Geert Hofstede. ....	71
Base del Proyecto. ....	76
Marco institucional.....	76
Marco legal.....	76
Capítulo Tres-Diseño Metodológico.....	79
Diseño Metodológico.....	79
Tipo de Investigación.....	79
Población y Muestra.....	80
Procedimiento para la Obtención de la Información.....	81
Instrumentos de Recolección de Datos.....	81
Gráfica Integradora con la Caracterización de la Metodología.....	82
Capítulo Cuatro-Definición de las Variables que son Relevantes en los Procesos de Negociación Colombia – China.....	84
Análisis Exploratorio y Descriptivo de las Variables que se tienen en cuenta en una Negociación Internacional.....	84
Elección de Factores Influyentes en la Negociación Colombia – China.....	89
Priorización y Análisis de las Variables.....	93
Elección de las Variables y Argumentación de la Elección.....	99
Capítulo Cinco-Conclusiones y Recomendaciones.....	116
Conclusiones.....	116
Recomendaciones.....	118
Futuras investigaciones.....	119
Bibliografía.....	121

VARIABLES MODELO SIMULADOR NEGOCIACIONES COLOMBIA-CHINA

Anexo 1 .....	125
Anexo 2 .....	128
Anexo 3 .....	130

## VARIABLES MODELO SIMULADOR NEGOCIACIONES COLOMBIA-CHINA

### Lista de Tablas

Tabla 1 Proveedores para un producto importado por China.....	6
Tabla 2 Presupuesto .....	9
Tabla 3 Cronograma.....	10
Tabla 4 PESTEL China.....	46
Tabla 5 Indicadores del entorno empresarial China 2014.....	51
Tabla 6 Indicadores del entorno empresarial Colombia 2014.....	52
Tabla 7 Caracterización de los mercados.....	55
Tabla 8 Comparativo Colombia – China .....	74
Tabla 9 Resultado de la calificación dada por los expertos y empresarios.....	102
Tabla 10 Puntos específicos para el desarrollo de la aplicación .....	118

**Lista de Figuras**

Figura 1 Crecimiento en términos de PIB real de las 5 principales economías emergentes.....	3
Figura 2 Resultado de los descriptores.....	15
Figura 3 Resultados de los descriptores .....	16
Figura 4 Resultados de los descriptores .....	16
Figura 5 Resultados de los descriptores .....	17
Figura 6 Resultados de los descriptores .....	18
Figura 7 Mapa de China .....	21
Figura 8 Estructura del Gobierno. Organización Real .....	22
Figura 9 Crecimiento del PIB de China en billones de dólares .....	24
Figura 10 Distribución del PIB de China.....	25
Figura 11 Indicadores de Desarrollo Humano .....	26
Figura 12 Balanza comercial de China en el periodo Jul-Abril .....	27
Figura 13 Tasa de desempleo China .....	28
Figura 14 Deuda Pública: 2006-2013.....	29
Figura 15 Distribución de la inversión extranjera en China.....	30
Figura 16 Comportamiento del Yuan .....	31
Figura 17 Canales de distribución en China .....	32
Figura 18 Mapa Colombiano.....	37
Figura 19 PIB de Colombia.....	38
Figura 20 Índice de desarrollo Humano Colombia .....	39
Figura 21 Balanza Comercial Colombia .....	40
Figura 22 Tasa de desempleo en Colombia .....	41
Figura 23 Comportamiento de la moneda.....	42

## VARIABLES MODELO SIMULADOR NEGOCIACIONES COLOMBIA-CHINA

Figura 24 Principales puertos de Colombia .....	43
Figura 25 Participación porcentual del valor FOB de las exportaciones, según país de destino. ..	44
Figura 26 Exportaciones mensuales a China 2009 – 2014 (Marzo) .....	45
Figura 27 Diamante de China.....	53
Figura 28 Diamante de Colombia .....	54
Figura 29 Explicación gráfica de un árbol de decisiones.....	62
Figura 30 Explicación gráfica de la metodología RUP.....	67
Figura 31 Explicación gráfica de la metodología Scrum. ....	68
Figura 32 Colombia vs China.....	73
Figura 33 Caracterización metodológica.....	82
Figura 34 Dimensiones culturales de China según Hofstede. ....	91
Figura 35 Propuesta de Ábaco de François Régnier .....	102
Figura 36 Variables que intervienen en las negociaciones Colombia - China.....	107
Figura 37 Resultados de la matriz de cruce de variables .....	109
Figura 38 Modelo interfaz final. ....	111

# VARIABLES MODELO SIMULADOR NEGOCIACIONES COLOMBIA-CHINA

## RESUMEN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Corporación Universitaria Adventista

Facultad Ciencias Administrativas y Contables

Administración de Empresas

# VARIABLES PARA MODELO SIMULADOR NEGOCIACIONES COLOMBIA-CHINA

Integrantes: Nailleth Ariza Barrera

Jessica Jhoana Franco Díaz

Didier Vanegas Morales

Asesor Temático: Mg(c) Diana Alejandra Londoño

Asesor Metodológico: Mg. Lorena Martínez Soto

Fecha de terminación del proyecto: Octubre 19de 2014

### **Problema**

La presente modalidad de investigación se origina por la necesidad creciente de Colombia de integrarse a un mundo globalizado, se centra en China, por los grandes desafíos que este país representa para los latinoamericanos, pues como plantea Ratliff (2012) “El sustancial y rápido incremento de la participación China en la economía de América Latina se ha convertido en un motivo tanto de esperanza como de preocupación en las Américas” (p.29).

China es una de las principales potencias económicas emergentes de la actualidad y su importancia en el contexto internacional va en aumento, así lo demuestran los estudios realizados

## VARIABLES MODELO SIMULADOR NEGOCIACIONES COLOMBIA-CHINA

en el centro de inteligencia de mercados Euromonitor en un artículo de Solomon, titulado Riesgos y vulnerabilidades: China (2014), en donde dice que China es la segunda mayor economía del mundo en términos de dólares, con un PIB total de USD. \$ 9.400.000.000.000 en 2013 y como está haciendo esfuerzos para promover el consumo interno del país y así cambiar el enfoque económico del país el cual se basa en exportaciones e inversión extranjera (Párr. 8), según diferentes proyecciones China pronto se convertirá en una potencia mundial, por ello es necesario que los empresarios estén listos para negociar con este país y poder ser competitivos a nivel mundial, aunque existen diversas entidades encargadas de ayudar a los empresarios y estudiantes a entender China, estas no han logrado alcanzar a todos los interesados es por ello que esta investigación busca dar las bases para la creación de un simulador de negocios Colombia-China, teniendo esto en cuenta se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las variables y aspectos requeridos para diseñar un modelo de simulador, para las negociaciones Colombia-China?

### **Metodología**

La presente investigación es exploratoria, descriptiva y no concluyente, utiliza el método deductivo, el cual pretende pasar de lo más general a lo particular para poder realizar un análisis de las variables claves que influyen en los procesos de negociación internacional Colombia – China, .

La investigación se basa en la orientación filosófica conocida como fenomenología – *phenomenology*- debido a que se enfoca en la experiencia de expertos según su perspectiva, utilizando para ello fuentes primarias y secundarias de información y para lograr una correcta extracción de datos se usan herramientas de prospectiva, por ello la investigación es de carácter cualitativo.

### **Resultados**

En la investigación se pudo encontrar que hay cuatro aspectos claves al momento de negociar, los cuales son: cultura, comercio, desarrollo económico y político.

### **Conclusiones**

Para poder establecer un punto de partida, fue necesario investigar los antecedentes de las relaciones Colombia – China, hacer una vigilancia tecnológica por las diferentes bases de datos para saber que estudios hay en el tema y si existen esta clase de simuladores, luego de tener la idea general se caracterizó y estudió el mercado chino y colombiano, teniendo en cuenta indicadores duros como el PIB, el índice de desarrollo humano, la balanza comercial etc. Estableciendo diferencias y similitudes.

La negociación internacional tiene 6 etapas básicas, que se deben cumplir a cabalidad si se desea tener una mayor probabilidad de llegar a un acuerdo gana – gana, la cultura es el aspecto más relevante al momento de negociar con China y encierra aspectos como el Guanxi.

## **Capítulo Uno-Panorama del Proyecto**

El impacto que el crecimiento de China tendrá sobre Latinoamérica aún no se puede predecir con exactitud, es un fenómeno que se está desarrollando y del cual es necesario, como dice Creutzfeldt, (2012), “aumentar en un volumen considerable los “trabajos propios de la región” en este tema, dado que estos trabajos permitirán mayores luces y ayudarán a dismantelar la ignorancia que todavía, domina, crea prejuicios, da el poder a los que poco saben. Los trabajos que se desarrollen en torno a China y Latinoamérica deberían “contribuir a lograr una política propia de los países de América Latina hacia China” (p.23).

Entendiendo que es necesario crear trabajos y proyectos que aporten a la Sinología, la cual es el estudio de la lengua y la cultura de China; se pretende con esta investigación analizar las variables que contribuirán al modelo de simulador, es decir, dar las bases de una herramienta virtual que permite imitar el comportamiento de un sistema real con fines académico-empresariales para proveer conocimiento sobre la cultura china en las empresas, lo que puede prever mejoras en sus negociaciones Colombia-China, al tiempo que afianza los conocimientos sobre China en estudiantes de carreras con énfasis en negocios internacionales.

En consecuencia el trabajo estará conformado por varios capítulos partiendo del primero en donde se presentará la descripción del problema, la justificación, los objetivos, el impacto, la delimitación, el presupuesto y el cronograma.

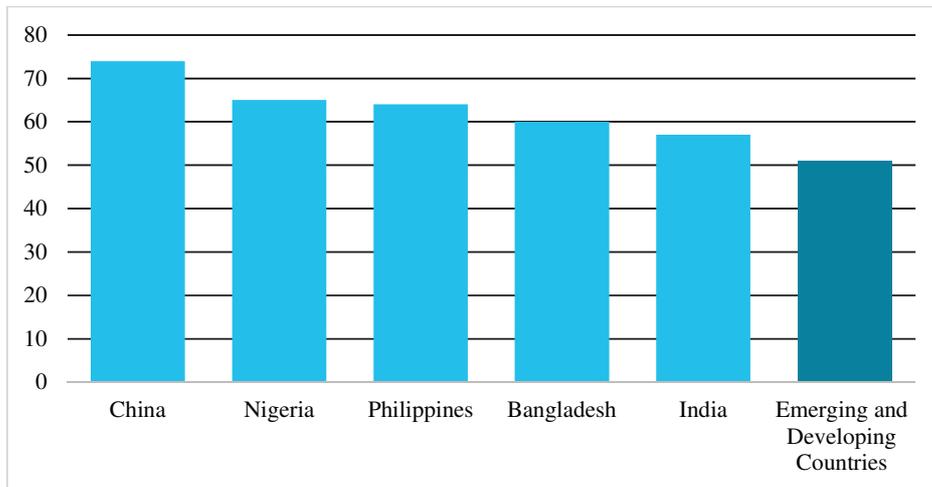
### **Descripción del Problema**

La presente modalidad de investigación se origina por la necesidad creciente de Colombia de integrarse a un mundo globalizado, se centra en China, por los grandes desafíos que este país representa para los latinoamericanos, pues como plantea Ratliff (2012) “El sustancial y rápido

incremento de la participación China en la economía de América Latina se ha convertido en un motivo tanto de esperanza como de preocupación en las Américas” (p.29).

China es una de las principales potencias económicas emergentes de la actualidad y su importancia en el contexto internacional va en aumento, así lo demuestran los estudios realizados en el centro de inteligencia de mercados Euromonitor en un artículo de Solomon, titulado Riesgos y vulnerabilidades:China ( 2014), en donde dice que China es la segunda mayor economía del mundo en términos de dólares, con un PIB total de USD. \$ 9.400.000.000.000 en 2013, y es también el mayor exportador del mundo, con exportaciones totales de bienes por valor de USD. \$ 2,2 billón en el mismo año. El crecimiento real del PIB anual del país se desaceleró por tercer año consecutivo para alcanzar el 7,6% en 2013 (después de alcanzar un máximo de 10,4% en 2010), esto se dio como resultado del retiro gradual del estímulo dado por el gobierno, el impacto de la desaceleración económica mundial en las exportaciones chinas, y por los esfuerzos que se están haciendo para cambiar el enfoque económico del país de las exportaciones y la inversión extranjera hacia el consumo interno. (Párr. 8).

En la Figura 1 se muestra el Crecimiento en términos de PIB real de las 5 principales economías emergentes de más rápido crecimiento en el 2014 y se puede observar que China se encuentra a la cabeza de este Top, demostrando su rápido crecimiento a pesar de la desaceleración de los últimos años.

Figura 1 Crecimiento en términos de PIB real de las 5 principales economías emergentes.<sup>1</sup>

A pesar de las grandes oportunidades que representa este país, y de ser una nación emergente como Colombia, aun no se ha logrado un TLC con China. La principal causa de esta cancelación, según un artículo publicado por la revista Portafolio (2013), es el malestar que provocó la sola mención de la posibilidad de negociar un TLC bilateral en los “dos gremios cúpula de Colombia, que reúnen, de un lado, a los industriales y del otro, a los agricultores, es decir, la Andi y la SAC”<sup>2</sup>. (Párr. 3)

Es completamente normal que los empresarios y agricultores de Colombia, se opongan a un TLC con China y por eso antes de continuar con esta negociación se debería tener en cuenta dos condiciones que mencionan Roldan & Moreno (2013), la primera es reconocer a China bajo el estatus de economía de Mercado, lo que hace que ciertos sectores de Colombia que siempre han

---

<sup>1</sup> Esta figura ha sido tomado de la fuente: *Euromonitor Internacional de Nacional de estadística* por Fondo Monetario Internacional (ONU)

<sup>2</sup> Portafolio.co *Cancelan primer encuentro para negociar TLC con China*

<http://www.portafolio.co/negocios/negociacion-tlc-colombia-y-china> (citado en Octubre 20 de 2014)

estado protegidos se vean afectados y lo segundo que mencionan es el desarrollo de estudios de factibilidad que aseguren la complementariedad de ambas economías. (p. 5)

Al igual como lo plantea el siguiente autor mencionado, se sabe que la tarea de lograr un acercamiento entre China y Colombia no es fácil. Ratliff (2012) Dice “aunque con frecuencia se hacen llamados para la “producción de conocimiento” y se habla de la “sociedad de la información”, la ignorancia logra “crecer más rápido que el conocimiento” (p. 21).

Parece que estas afirmaciones son negativas pero son muy reales y para evitar que la ignorancia con respecto a China siga creciendo, en la actualidad existen entidades (Instituto Confucio, colombo-china, Proexport entre otras) que procuran ayudar a los colombianos a conocer más de este gran país y se motiven a hacer negociaciones.

A pesar del esfuerzo realizado por estas entidades mencionadas y por ciertas universidades, en el medio falta una herramienta didáctica que permita tener una experiencia de negociación con China, sin sufrir un riesgo real.

Es necesaria una herramienta que ayude a los empresarios colombianos, para cubrir las falencias que menciona Cuesta (2008), las cuales son: escaso manejo del entorno, poco conocimiento o interés en las posibilidades y oportunidades globales que pueden encontrar en los mercados externos y las restricciones que presentan. Esto se da por un problema de mentalidad la cual puede cambiar con documentos de fácil comprensión. (p. 9).

Por otro lado están los estudiantes que necesitan adquirir experiencia y nuevas habilidades para que se les facilite encontrar trabajo después de graduados, los estudiantes se verán beneficiados con el análisis de las variables que servirán de base para el modelo del simulador, donde de manera didáctica puedan conocer las variables determinantes de una negociación China- Colombia y vivir esta experiencia sin estar necesariamente en una empresa.

El análisis y selección de las variables relevantes que alimentarán el modelo del simulador de negocios Colombia-China ayudará a largo plazo a crear espacios virtuales semejantes a los reales donde los usuarios (empresarios y estudiantes) podrán ver cómo las decisiones que toman van afectando el curso de la negociación, es por esto necesario escoger de manera correcta el tipo de simulador que servirá como modelo.

Las variables que conformarán el modelo del simulador permitirán acercar a los usuarios a la realidad de los negocios Colombia-China aumentando sus conocimientos en dicho tema.

### **Pregunta de investigación.**

Con respecto al problema se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las variables y aspectos requeridos para diseñar un modelo de simulador, para las negociaciones Colombia-China?

### **Justificación**

La investigación surge en el ámbito de un comercio globalizado donde China ha logrado ser un factor importante en la economía durante los últimos treinta años, así lo afirma Gutierrez (2013) en su artículo economía de China, en donde recalca que este país tiene la mayor tasa de crecimiento, logrando mantener una media del 10% sobre el crecimiento que tiene en su economía, asevera que su producto interno bruto para el 2010 fue de 5875 billones de dólares, siendo también el mayor exportador mundial y el segundo importador más grande de bienes. Estos resultados se dieron gracias a la reforma de 1979, que permitió “liberalizar el sistema y permitir su crecimiento económico”. Por consiguiente China se convierte en un mercado atractivo para los empresarios colombianos que tienen la oportunidad de dinamizar sus operaciones por medio de exportaciones hacia este país, es por esto que se plantea el modelo de simulador de

negociación Colombia-China, para que los empresarios colombianos mejoren las técnicas de negociación y contribuyan en el incremento de exportaciones hacia China que se ha venido dando en los últimos años, así lo demuestra la tabla 1.

Tabla 1 Proveedores para un producto importado por China.<sup>3</sup>

Lista mercados proveedores para un producto importado por China

Unidad: Miles Dólar

Exportadores	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013
Mundo	\$ 1.743.394.900	\$ 1.818.199.200	\$ 1.949.934.687
Venezuela	\$ 11.731.210	\$ 14.539.106	\$ 13.161.956
Colombia	\$ 2.394.851	\$ 3.156.664	\$ 3.624.034
Chile	\$ 20.578.293	\$ 20.631.633	\$ 20.801.437
Costa Rica	\$ 3.844.030	\$ 5.270.200	\$ 4.758.049

Como se puede observar en la tabla 1, en los últimos tres años Colombia ha venido presentando un incremento en sus exportaciones hacia China, pero en comparación con otros países que pertenecen a la región latinoamericana, Colombia tiene un menor valor de exportaciones en USD hacia China, aunque es de resaltar que Chile y Costa Rica cuenta con un Tratado de Libre Comercio.

A pesar de que el valor en USD de las exportaciones de Colombia hacia China no sea tan representativo en comparación con lo que importa China de todo el mundo, El periódico Republica (2012) menciona que para Colombia china es el segundo socio y su comercio crece más rápido que el de los Estados Unidos, demostrando que es un país con nuevas oportunidades para el comercio colombiano.

Sull & Yong (2006) Dicen que “las nuevas oportunidades de negocios en China surgen en razón de los cambios de preferencias de clientes, de la disponibilidad de nuevos recursos

<sup>3</sup> Esta tabla ha sido tomado de la fuente: *TRADE MAP Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas* por International Trade Center

y de una combinación ingeniosa de los existentes. La incertidumbre pone de relieve el desafío fundamental de la gerencia: acción eficaz frente a un futuro impredecible” (p. 55).

Es por ello que se realizará la investigación exploratoria, descriptiva y no concluyente de las variables a plantear para el modelo de un simulador de negociaciones con Colombia-China, el cual permitirá a las empresas tener un ambiente dinámico para realizar pruebas que las acercará a la realidad y les permitirá una mejor toma de decisiones, a la hora de hacer intercambios comerciales con China.

Se admite que existen investigaciones referente a las negociaciones China-Colombia, pero es necesario que el empresario colombiano pueda tener información clara y actualizada sobre cómo se está comportando el comercio entre estos dos países, y cuáles son los factores de éxito o fracaso, es por eso que con la presente investigación se analizaran las variables importantes y determinantes que se deben tener al momento de negociar con China.

### **Impacto del Proyecto**

Se plantearán las variables relevantes que aportarán al modelo del simulador, el cual es una herramienta que promoverá el aprendizaje, y le permitirá al empresario colombiano tener un conocimiento previo sobre China, antes de iniciar relaciones comerciales.

Se considera que esta investigación es pertinente pues como dice Ratliff (2012) “Por el momento la guía más útil para predecir el futuro, son tal vez el presente y el pasado, a pesar de que sus enseñanzas están aún inconclusas” (p.30).

El simulador también tendrá un impacto en el ámbito académico pues permitirá que los estudiantes de educación superior adquieran experiencias y aprendan cuáles son los factores influyentes y decisivos cuando se está negociando con China, y poder lograr acercarlos a la realidad, y aplicar innovación que fortalecerá el programa de investigación de la Corporación

Universitaria Adventista (UNAC) en la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables sobre la línea de “Gestión para la Globalización de las Organizaciones”, además de brindar y desarrollar competencias investigativas en los estudiantes que elaboran el proyecto.

## **Objetivos**

### **Objetivo general.**

Analizar las variables y aspectos que permitirán modelar un simulador de negocios Colombia-China que posibilitará a los usuarios interactuar en una experiencia enmarcada en el ámbito empresarial y académico de modo que se genere una integración de conocimiento.

### **Objetivos específicos.**

1. Comparar los rasgos distintivos de los mercados de China y Colombia desde la perspectiva de las variables seleccionadas.
2. Identificar las principales características de los tipos de simuladores existentes.
3. Definir las variables que son relevantes en los procesos de negociación Colombia-China como base para la herramienta de simulación.
4. Recomendar el tipo de simulador o herramienta a usar de acuerdo a las propiedades de diseño o licencias requeridas para su uso y creación. .

## **Delimitación**

La presente investigación se desarrollara en el territorio colombiano y beneficiará a los empresarios y estudiantes interesados en establecer relaciones comerciales Colombia-China.

Se cuenta con un lapso de nueve meses, comprendidos entre, febrero y octubre del 2014, para el desarrollo de la primera y segunda fase del simulador de negociación Colombia-China el cual

tiene cuatro etapas las cuales son: buscar y analizar las variables determinantes en la negociación, la segunda etapa es el modelo que será la base para la tercera fase de diseño y por último el desarrollo del software.

El presente proyecto llegará hasta la etapa del modelo pues como administradores es desconocida la parte que viene asociada con el diseño, desarrollo y arquitectura de la herramienta virtual (simulador).

### Presupuesto

A continuación se presenta el presupuesto para la realización del presente proyecto.

Tabla 2 Presupuesto<sup>4</sup>

Rubros	H/Semanal	H/Mensual	9 Meses	Valor/Hora	Total valor horas
Asesor temático	5	20	180	\$ 10.000	\$ 1.800.000
Asesor metodológico	3	12	108	\$ 10.000	\$ 1.080.000
Estudiante No 1	15	60	540	\$ 5.000	\$ 2.700.000
Estudiante No 2	15	60	540	\$ 5.000	\$ 2.700.000
Estudiante No 3	15	60	540	\$ 5.000	\$ 2.700.000
Asesoramientos y entrevistas	1	4	36	\$ 10.000	\$ 360.000
Fotocopias					\$ 10.000
Impresiones					\$ 50.000
Pasajes					\$ 100.000
Préstamo libros					\$ 35.000
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>216</b>	<b>1944</b>	<b>\$ 45.000,00</b>	<b>\$ 11.535.000</b>

<sup>4</sup> Fuente: Realizado por los autores.

### Cronograma

En la tabla 3, se presenta el cronograma de la presente investigación en donde se describe el tiempo y duración del proyecto.

Tabla 3 Cronograma.<sup>5</sup>

Actividades según estructura	Febrero				Marzo				
Fase I	1 1-9	2 10-16	3 17-23	4 24-28	1 1-9	2 10-16	3 17-23	4 24-31	
Capítulo Uno - Panorama del proyecto									
Introducción									
Planteamiento del problema									
Justificación									
Impacto del proyecto									
Objetivo general									
Objetivos específicos									
Delimitación									
Presupuesto									
Cronograma de actividades									
Primera entrega e inicio de la segunda									
Actividades según estructura	Abril				Mayo				
Fase II	1 1-6	2 7-13	3 14-20	4 21-30	1 1-4	2 5-11	3 12-18	4 19-25	5 26-31
Capítulo Dos - Marco Teórico									
El mercado Chino									
El mercado Colombiano									
Caracterización de los procesos de negociación									
Análisis del entorno (Político, Legal, Económico, Social/Cultural, Ecológico).									
Análisis de la fuerza del mercado.									
Detección y descripción de las oportunidades y amenaza de los mercados.									
Caracterización final de los mercados									
Caracterización de los simuladores, juegos y software existentes.									

<sup>5</sup> Fuente: Realizado por los autores.



## **Capítulo Dos-Marco Teórico**

En el presente capítulo se exponen los antecedentes que permitirán entender como las relaciones Colombia-China se han desarrollado a través de los años, desde cuándo se estudia el tema, que beneficios o perjuicios se han tenido hasta el momento de esa relación y cuáles son las variables o escenarios que más se presentan al momento de realizar negociaciones. También se revisará la literatura y los autores más relevantes que puedan aportar al enriquecimiento de este proyecto.

Se continuará la exploración en el desarrollo teórico en donde se profundizará sobre el país objeto de estudio, haciendo un análisis de este y describiendo las teorías que aportan al desarrollo de la investigación. Seguidamente se hará la revisión teórica referente al área de desarrollo de software y finalmente, se hará mención de las instituciones en donde se enmarca el estudio, para finalizar con el marco legal, donde se mencionaran las diferentes leyes que afectan el proyecto.

### **Antecedentes**

Al estudiar un país milenario como China, se puede encontrar una buena cantidad de libros, artículos y escritos en general que aportan al aumento del conocimiento sobre este gran país. Es por eso necesario conocer cuanta información existe en las fuentes formales y luego realizar filtros para encontrar aquellos insumos que aporten de una manera significativa a la investigación.

Los antecedentes se desarrollarán de la siguiente manera, se iniciará con una breve descripción de la relación China-Latinoamerica, luego se realizará una reseña historica de la relación Colombia-China y algunos hitos a destacar, posteriormente se hará un recorrido bibliografico por las diferentes bases de datos, para conocer la cantidad de estudios que existen sobre China y temas de negociación internacional, este proceso se conoce como vigilancia tecnologica y

permite tener un marco general de los estudios existentes y revisar los que se asemejen o puedan aportar a la presente investigación, después se mencionarán los autores que por medio de sus teorías o estudios van a aportar a este trabajo y se profundizará su relevancia en el marco teórico.

Según Bingwen, (2012) Latinoamérica y el Caribe fueron la última región con la que China estableció relaciones diplomáticas (p.63), Shixue (2012) estas comenzaron en 1870 y hasta a principios de los veinte el gobierno chino había logrado establecer relaciones diplomáticas con Perú, Brasil, México, Cuba y Panamá (p. 281-285). Una de las principales razones por las que se dieron estas, fueron los inmigrantes chinos que llegaban a esos países.

En el caso de Colombia la historia se desarrolló diferente pues no estuvo entre los primeros países que iniciaron relaciones con China, principalmente por dos razones, la primera es porque no tenía problema con inmigrantes chinos, y la segunda según Vélez (2010) fue que Colombia y China participaron en bandos opuestos en la guerra de Corea (p. 23.)

El distanciamiento entre Colombia y China llegó a su fin el 7 de febrero de 1980 cuando Colombia reconoce a Beijing como el único y legítimo gobierno de la República Popular de China, en años posteriores comenzaron las visitas de alto nivel, estas han sido de suma importancia para entender la dinámica de cada país, en la conmemoración de los veinticinco años de relaciones el ex presidente Álvaro Uribe Vélez visitó China, acompañado de una importante misión empresarial y académica; desde entonces diferentes mecanismos han llevado a que estos países se acerquen más.

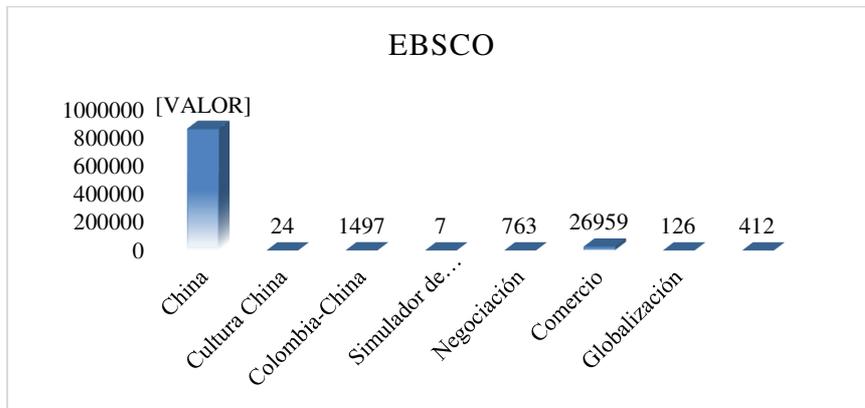
Algunos de los sucesos que han afianzado el acercamiento entre estas dos naciones fueron: el apoyo de Colombia a China cuando este último aspiraba pertenecer a la OMC, también cuando solicitó su ingreso a la ONU, siete comisiones mixtas de cooperación en economía y comercio, tres comisiones mixtas de cooperación científica y técnica, entre otras, sin dejar de lado la visita

del presidente Juan Manuel Santos y las intenciones (firma de una acta) de TLC con China que se han planteado recientemente.

Luego de entender la relación que ha ido creciendo entre Colombia y China, se dio inicio a la vigilancia tecnológica, en donde se pudo observar la relevancia que China ha tomado en los estudios académicos de diferentes países, en las bases de datos hay artículos y libros que hablan sobre este país y su desarrollo en diferentes ámbitos, por eso se hizo necesario hacer un recorrido bibliográfico por las diferentes fuentes formales a las cuales los investigadores tienen acceso, teniendo como referencia los siguientes descriptores:

- China – China- 中国 -
- Cultura China - Chinese culture 中国文化
- China-Colombia - China-Colombia 中国—哥伦比亚
- Simulador de negocios - Business Simulator 模拟谈判
- Negociación -Negotiation 谈判
- Comercio - Trade 贸易
- Globalización - Globalization 全球化
- Internacionalización - internationalization 国际化

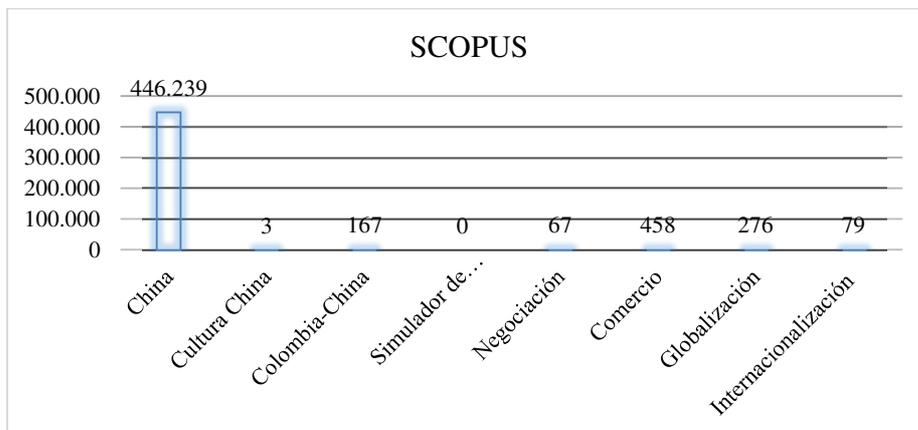
Los parámetros que se tuvieron en cuenta para realizar la búsqueda, fueron: usar solo las palabras en español, pues no se posee el nivel suficiente de inglés para revisar la literatura que se encuentre en este idioma, el rango de tiempo es desde los orígenes de los tiempos, pero se le dio mayor importancia a las investigaciones y *papers* más recientes, los resultados de esta búsqueda se resumen en los siguientes gráficos:

Figura 2 Resultado de los descriptores.<sup>6</sup>

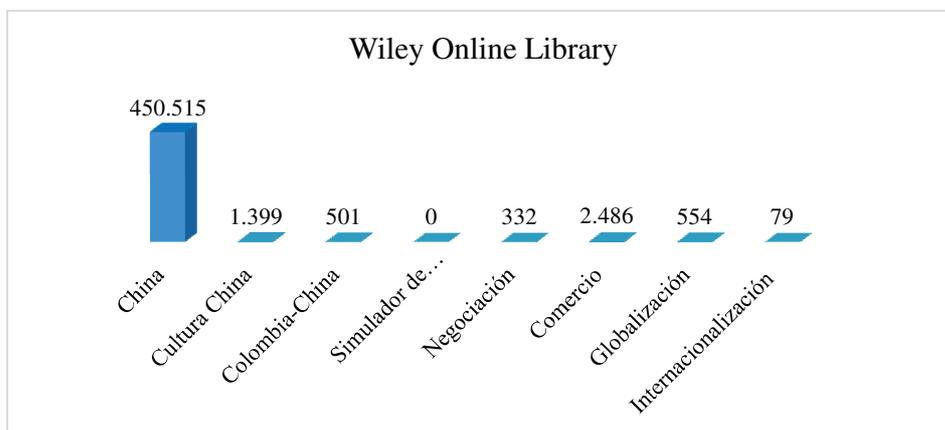
La universidad EAFIT ( 2013) hace la siguiente descripción de esta base de datos:

Es la base de datos de investigación empresarial más utilizada de la industria. Contiene la principal colección de textos completos y registros bibliográficos de publicaciones académicas sobre temas empresariales. Cubre ampliamente numerosos temas, e incluye los resúmenes e índices de las principales publicaciones académicas sobre negocios que se remontan a 1886. Además, permite buscar referencias citadas de más de 1.300 revistas especializadas.

<sup>6</sup> Esta figura ha sido tomado de la fuente: *SCOPUS por base de datos SCOPUS*

Figura 3 Resultados de los descriptores <sup>7</sup>

La universidad EAFIT ( 2013) hace la siguiente descripción de SCOPUS: “es una novedosa herramienta de navegación que engloba la mayor colección a nivel mundial de resúmenes (abstracs), referencias e índices de literatura científica, técnica y médica”.

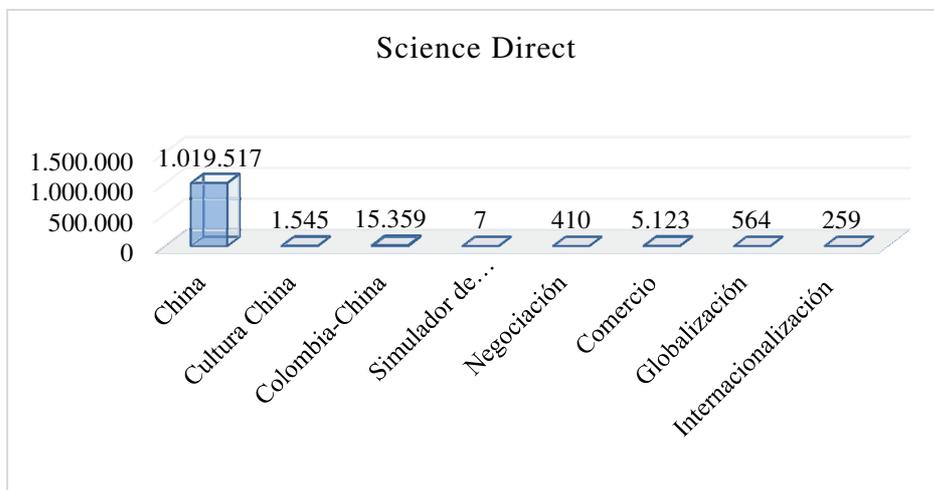
Figura 4 Resultados de los descriptores <sup>8</sup>

<sup>7</sup> Esta figura ha sido tomado de la fuente: *SCOPUS por base de datos SCOPUS*

<sup>8</sup> Esta figura ha sido tomado de la fuente: *SCOPUS por base de datos SCOPUS*

EAFIT, (2013) Wiley Online Library es la plataforma de una de las colecciones multidisciplinarias más extensas del mundo de recursos en línea. Abarca áreas como negocios, economía, finanzas, contabilidad, matemáticas, estadística, psicología. La suscripción da acceso a más de 1.500 revistas y 255 libros en texto completo, sin embargo y cobertura desde 1997 hasta la fecha.

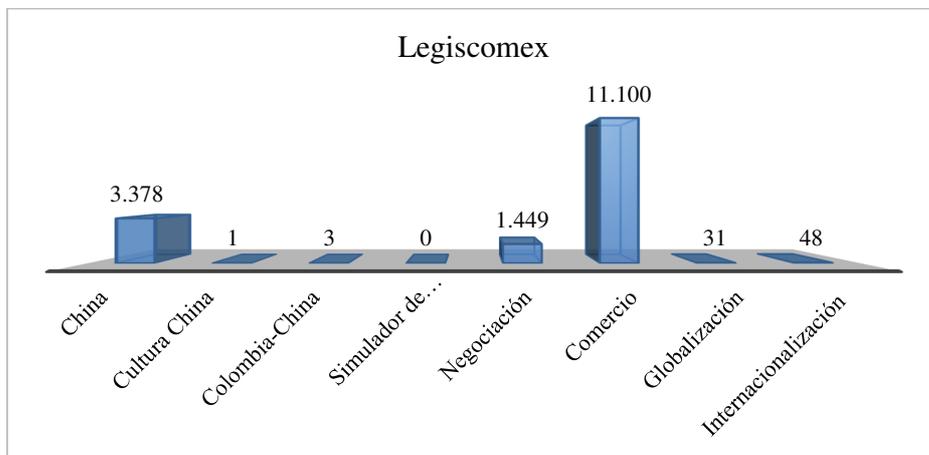
Figura 5 Resultados de los descriptores <sup>9</sup>



EAFIT (2013) “ScienceDirect ofrece una colección de libros y revistas en las áreas negocios, empresa, administración, contaduría, economía, econometría y finanzas”.

“Publicaciones en texto completo, sin embargo y cobertura desde 1995 hasta la fecha”.

<sup>9</sup> Esta figura ha sido tomado de la fuente: *Science Direct*

Figura 6 Resultados de los descriptores<sup>10</sup>

EAFIT (2013) Legiscomex es un portal especializado en soluciones para el comercio internacional dirigida a importadores, exportadores, prestadores de servicio y diferentes actores relacionados con el sector.

Como herramientas destacadas se encuentran las base de datos (para importaciones, exportaciones y reportes financieros de empresas), inteligencia de mercados (estudios de mercado, indicadores macroeconómicos, procesos de importación y exportación), distribución física internacional (perfiles logísticos de países y productos, transporte, almacenamiento, infraestructura), normatividad de comercio exterior, arancel armonizado, entre otras.

De la figura 2 a la 6 se puede observar la gran cantidad de estudios que existe en las bases de datos, sobre China, su cultura y relación con Colombia, también se distinguen otros aspectos como comercio y globalización que permiten entender el contexto del proyecto, en los temas de comercio exterior el referente será David Ricardo con su teoría de la ventaja comparativa la cual describe la dinámica del comercio en la actualidad.

<sup>10</sup> Esta figura ha sido tomado de la fuente: *Legiscomex*

Entrando más en materia con respecto a China uno de los principales referentes a nivel mundial es el doctor David Shambaugh, Brookings lo define como una autoridad en el tema de política interna de China, es consultor del gobierno de USA y de fundaciones privadas, se harán pocas referencias de él porque la mayoría de sus escritos son en inglés.

En Colombia uno de los autores que se destaca en temas de China es Edgar Viera Posada, quien es doctor Pluridisciplinario en Estudio de Las Sociedades de la Universidad de Paris III (Sorbonne-Nouvelle), este doctor escribió recientemente un libro titulado “la transformación de China y su impacto para Colombia” en donde se brinda un contexto de China y la necesidad de mejorar relaciones con quien se ha convertido el segundo proveedor de Colombia.

Durante la investigación se mencionarán otras fuentes y autores que aportan con sus teorías o perspectivas sobre simuladores, Para así enriquecer la investigación sobre las negociaciones Colombia-China, y poder destacar los aspectos relevantes que intervienen.

### **Desarrollo Teórico**

En este marco se realizará el estado de arte de la investigación, la cual es base de las siguientes fases del proyecto pues es necesario conocer los mercados implicados, sus características particulares y las diferencias sobresalientes, para entender la dinámica de las negociaciones y luego lograr la identificación de las variables, esto se alcanza por medio de un estudio a la literatura formal que hay y extrayendo la información que resulte relevante.

#### **República Popular de China.**

La República Popular de China tiene 22 provincias, 5 regiones autónomas (Xinjiang, Mongolia Interior, Tíbet, Ningxia, y Guangxi), 4 municipalidades (Beijing, Shanghai, Tianjin y

Chongqing). Según los datos recopilados por THE WORLD BANK en el 2012 se calculó una población de 1.351.000.000 habitantes.

***Perfil general de China.***

Capital: Beijing

Idioma oficial: Mandarín

Pér Cápita: 6.091 USD

Inflación: (2013) 2.6%

Presidente: Xi Jinping

Zona: 9.597.000 kilómetros cuadrados

***Descripción de la República Popular de China.***

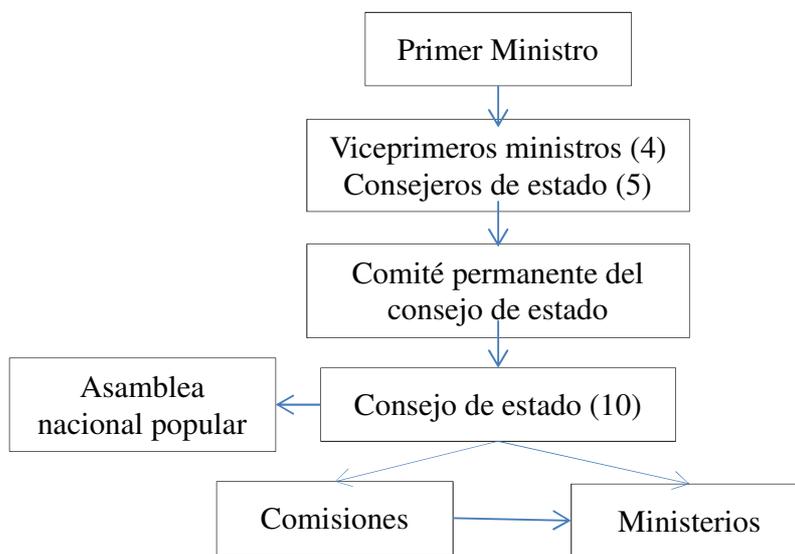
China se extiende 5000-km desde el Mar de Japón y el Mar del Este de China por el este, mientras que en el Oeste comparte frontera con Afganistán. China tiene una de las fronteras internacionales más largas del mundo. En el norte y noroeste, su frontera es compartida con Mongolia, Rusia, Tayikistán, Kirguistán y Kazajstán. En el oeste, se encuentra con Afganistán y Pakistán, mientras que la India, Nepal, Bhutan, Myanmar, Laos y Vietnam se encuentran al sur.

En la figura 7 se presenta el mapa político del país de China en donde se observan las diferentes provincias y ciudades de relevancia.

Figura 7 Mapa de China<sup>11</sup>

El ex embajador Pablo Echavarría Toro (2012) en uno de sus escritos describe las particularidades del sistema político de China, pues a diferencia de otros países en donde el estado está sobre los partidos, en la República Popular China, el Partido comunista de China (PCCh) está por encima del estado, es decir el PCCh crea leyes y dirige mientras que el gobierno solo ejecuta.

<sup>11</sup> Fuente: Esta imagen fue tomada de sourcing East Asia -<http://www.seasia.biz/Map.htm>

Figura 8 Estructura del Gobierno. Organización Real<sup>12</sup>

### El mercado chino.

En un artículo escrito por Caraballo (2010) Menciona que en los últimos treinta años China ha llegado a transformarse desde el punto económico de una manera asombrosa, su evolución de economía planificada definida por el diccionario de la Real Academia Española (2014) como un sistema económico en donde los planes se rigen por las decisiones que tome la autoridad central, este gran país ha pasado a ser una economía de mercado en el que la oferta y la demanda son los que definen las estrategias a tomar y el gobierno interviene cada vez menos. Existen diferentes textos sobre este tema, uno de ellos es un artículo que aparece en la revista de economía mundial titulado “El proceso de apertura de la economía China a la Inversión Extranjera (IE)” escrito por Ana Salvador (2012) en donde afirma que la IE en China se ha desarrollado de una forma gradual y experimental, empezando por la creación de las Zonas Económicas Especiales y luego por los diferentes hechos de apertura y liberación que China tuvo que implementar para poder cumplir con los compromisos adquiridos al ingresar a la OMC, todos estos cambios han convertido a

<sup>12</sup> Adaptación de las notas de Eugenio Anguiano Roch para un diplomado sobre China (1999)

China en uno de los “grandes actores mundiales de Inversión Directa Extranjera, sobre todo como receptor de la misma”(p. 1.)

### *China los indicadores económicos.*

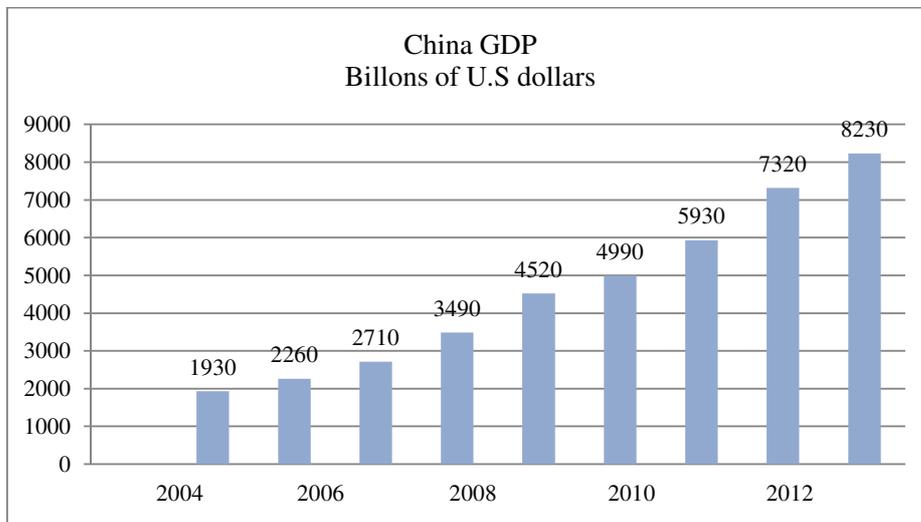
El banco de la Republica, dice que los indicadores sirven para “indicar la situación de un aspecto económico particular en un momento determinado en el tiempo” y también permiten determinar el bienestar del país y si las políticas que toma el gobierno son efectivas.

A continuación se exponen algunos indicadores representativos que permitirán entender la dinámica de este país.

### *PIB de China.*

Este indicador permite medir el crecimiento o descenso de la producción de bienes y servicios de las empresas dentro de un país. Trading Economics (2014) tiene las cifras del Producto Interno Bruto (PIB o también conocido por sus siglas en inglés GDP), de China el cual en el 2012 valía 8230 mil millones de dólares, este valor representa 13.27 % de la economía mundial. Desde 1960 hasta 2012 el PIB promedio fue de 1.102,08 millones de dólares desde 1960 hasta 2012, alcanzando un máximo histórico de 8.230 millones de dólares en 2012 y un mínimo histórico de 46,50 mil millones de dólares en 1962.

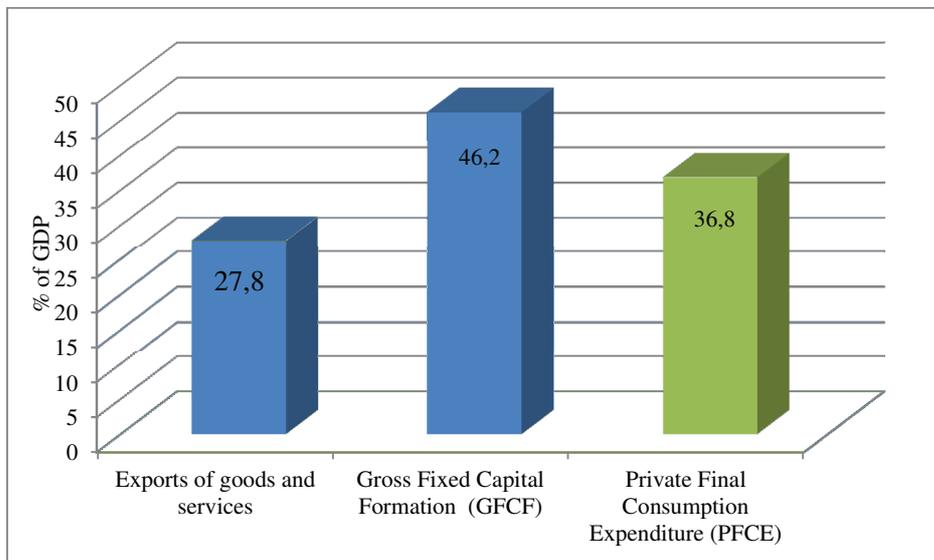
En la figura 8 se puede observar el crecimiento del PIB de China en un periodo de ocho años y la importancia que va adquiriendo en el mercado mundial, expresado en billones de dólares.

Figura 9 Crecimiento del PIB de China en billones de dólares <sup>13</sup>

En una fuente más reciente Euromonitor (2014) se explica el papel que juega China a nivel mundial. “Como la segunda mayor economía del mundo en términos de dólares, las fluctuaciones en la salud de la economía china tendrá repercusiones globales. La economía de China se ha desacelerado con 2013 el crecimiento del PIB real del 7,6% la tasa anual de crecimiento más baja desde 2010”.

En la figura 9 se desglosan los elementos que componen el PIB, se puede observar que la formación del capital fijo es el 46.2% del PIB, le sigue el gasto de consumo final privado con un 36.8%, algo a destacar debido a que China aún no se considera una sociedad de consumo y por último la participación de las exportaciones de bienes y servicios con el 27.8%.

<sup>13</sup> Esta figura ha sido tomado de la fuente: *Tradingeconomics, the World bank group.*

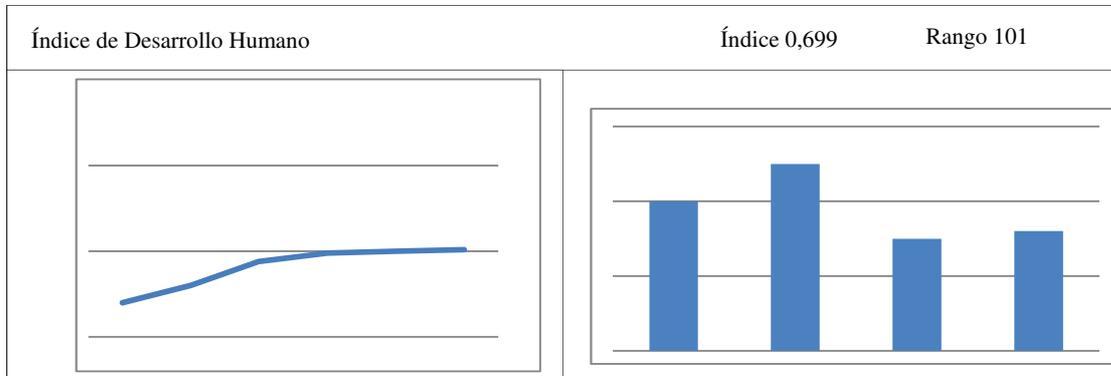
Figura 10 Distribución del PIB de China<sup>14</sup>

### *Índice de desarrollo humano.*

Este índice muestra la mejora o desmejora de las condiciones de vida de los ciudadanos de una sociedad teniendo en cuenta varios elementos, salud, educación e ingresos.

La figura 10 muestra la tendencia del índice de desarrollo humano en China desde 1980 hasta el presente, el rango que ocupa a nivel mundial y el índice de Salud, educación e ingresos que promediados dan el índice de Desarrollo humano.

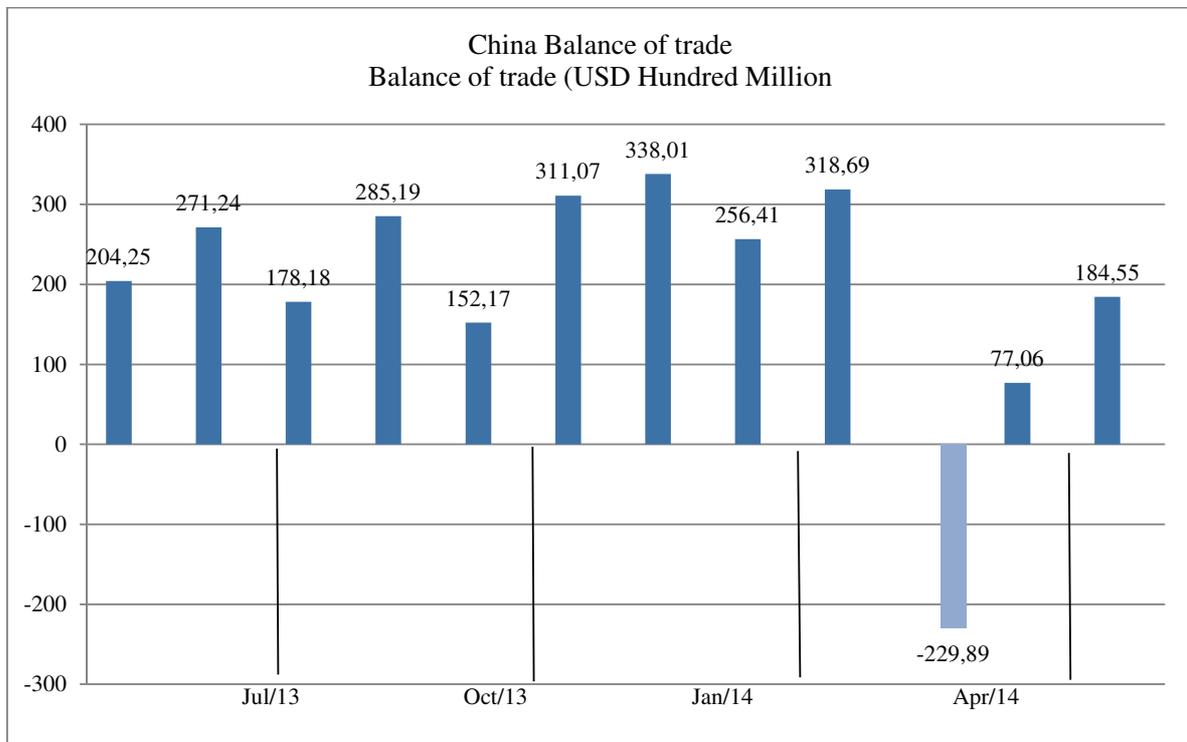
<sup>14</sup> Esta figura ha sido tomado de la fuente: *Euro monitor Internacional de las estadísticas nacionales* .por *Fondo de Eurostat OCDE ONU Monetario Internacional (FMI), Estadísticas Financieras Internacionales (IFS)*

Figura 11 Indicadores de Desarrollo Humano <sup>15</sup>*Balanza comercial.*

Trading economics (2014) Registra un superávit comercial de China de 184,55 mil millones de dólares. En el periodo de 1983 al 2014 China tuvo un promedio 57.70 USD mil millones, alcanzando un máximo histórico de 404 mil millones de dólares en noviembre de 2008 y un mínimo histórico de. 319.71 mil millones de dólares en febrero de 2012.

En la figura 11 aparece el comportamiento de la balanza comercial desde Julio del 2013 hasta Abril del 2014, A partir de Enero del 2014 se puede ver una disminución e incluso una cifra negativa en donde se muestra parte la desaceleración del crecimiento que China ha tenido durante este año.

<sup>15</sup> Esta figura ha sido tomado de la fuente: [hdr.undp.org/en/countries/profiles](http://hdr.undp.org/en/countries/profiles)

Figura12 Balanza comercial de China en el periodo Jul-Abril <sup>16</sup>

### *Tasa de desempleo.*

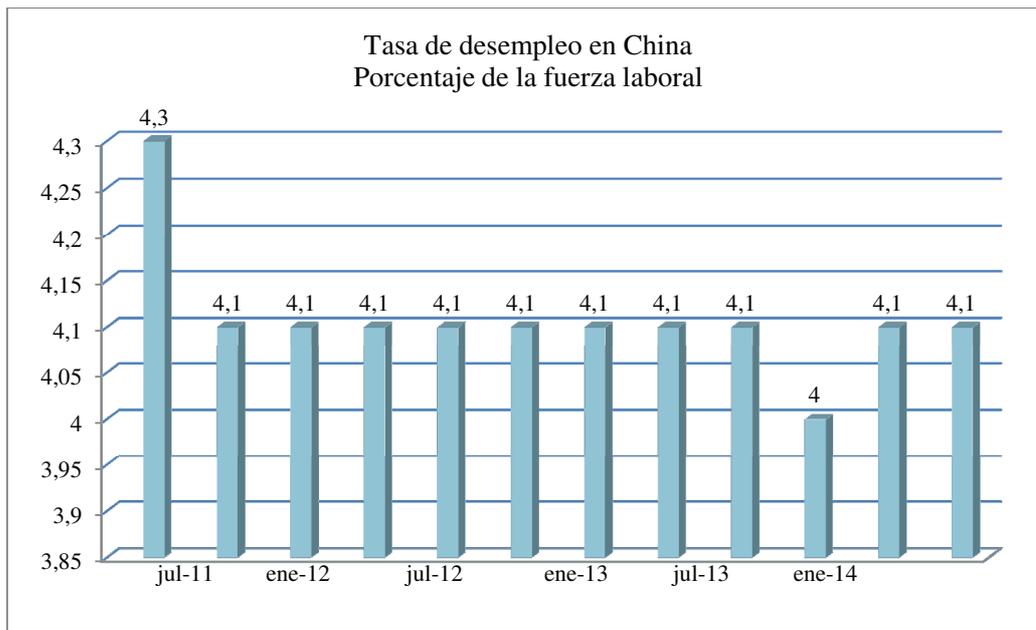
Trading economics (2014) La Tasa de desempleo en China se mantuvo en un 4.1% en el primer trimestre de 2014, en promedio esta tasa es del 4.14 % desde el 2002, la tasa más alta se registró en el cuarto trimestre del 2003 y en el segundo del 2011 la cual fue de 4,3% y la tasa más baja ha sido de 3.9 % en el tercer trimestre del 2002, esta tasa es reportada por el “Ministerio de Recursos Humanos y Seguridad Social de la República Popular China”.

La figura 12 muestra el comportamiento de la tasa de desempleo en China desde el 2011 hasta el 2014, en donde se puede ver una relativa estabilidad y solo dos picos contrarios en Julio del 2011 y a inicios del 2014, este año China viene bajando su ritmo de crecimiento, algo que se ve reflejado en la gráfica, pero es importante entender que China está dejando de ser un país de

<sup>16</sup> Esta figura fue tomada de la fuente: [undp.org/en/countries/profiles](http://undp.org/en/countries/profiles)

mano de obra barata y dependiente de las exportaciones, para llegar a ser un país con mano de obra calificada y consumista.

Figura 13 Tasa de desempleo China <sup>17</sup>



#### *Finanzas gobierno.*

Euromonitor (2014) El déficit fiscal fue del 1,7% del PIB en 2012 y se elevó al 1,9% en 2013. La desaceleración que se ha venido haciendo efectiva en los últimos años se piensa enfrentar por parte del gobierno al aumentar el gasto público en el 2014.

Euromonitor (2014) La deuda corporativa también aumentó alrededor del 85% del PIB en 2008 a casi el 120% en el año 2014. Además, los gobiernos locales han aumentado su endeudamiento. Oficina de Auditoría Nacional de China estima que las deudas de los gobiernos locales aumentaron casi un 70% entre finales de 2012 y mediados de 2013.

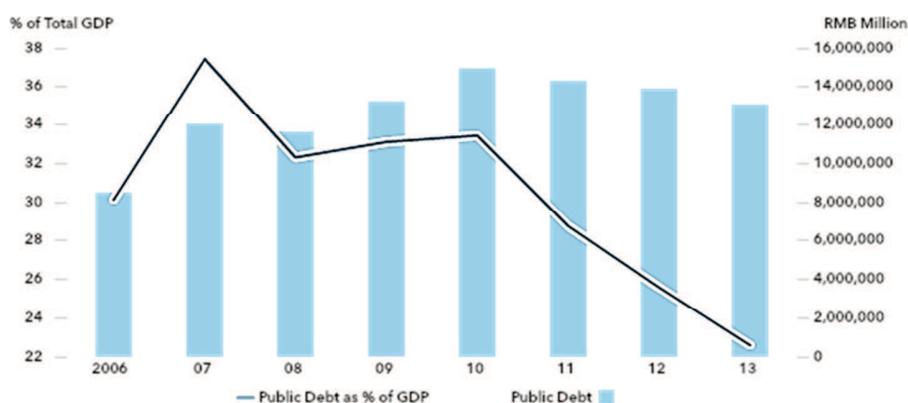
<sup>17</sup> Esta figura ha sido tomada de la fuente: *trading economics* por trading economics

La deuda pública de China en 2013 ascendió a RMB13, 095 mil millones, equivalente al 22,6% del PIB. En términos reales, la deuda pública se redujo en un 5,8% en 2013.

En 2013, el gasto en servicios económicos absorbe el 30,8% del gasto del gobierno, seguido por el gasto en seguridad social y asistencia social (22,4%).

En la figura 13 se muestra la deuda pública y se traza el porcentaje del PIB, siendo para este año casi el 23% del PIB total, la deuda viene disminuyendo, pero no significa que se esté dejando de invertir, sino que tal vez se está dando el adecuado manejo a este rubro, a pesar de la corrupción que existe en la cabeza del partido.

Figura 14 Deuda Pública: 2006-2013<sup>18</sup>



Nota: Los datos corresponden a precios constantes 2013.

### *Inversión Extranjera.*

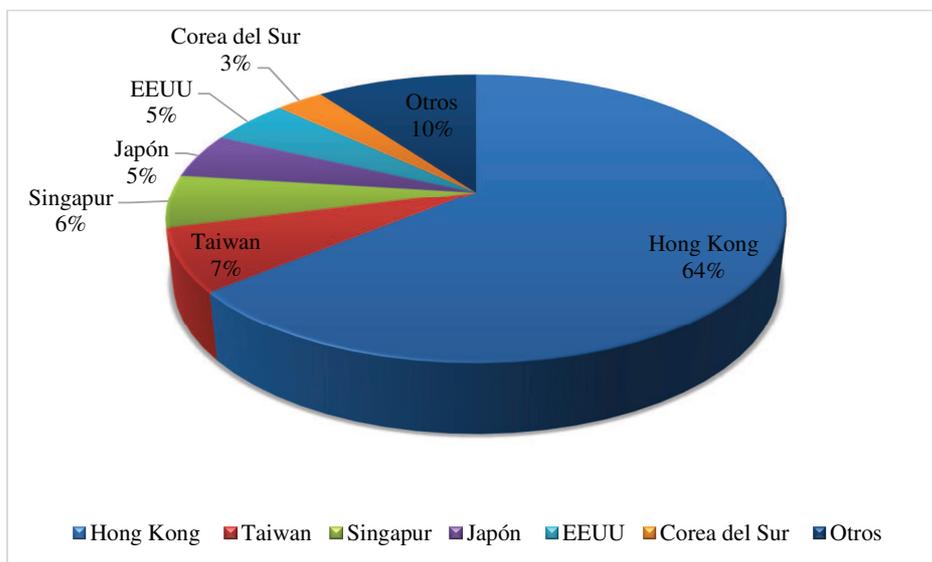
La inversión extranjera muestra el capital que diferentes países han llevado a China para la creación de empresas o para invertir en los negocios existentes.

Legiscomex (2014) “Entre enero y mayo del 2010, los países y regiones que más invirtieron en China fueron Hong Kong con USD23.475 billones; Taiwán, USD2.698 billones; Singapur, USD2.269 billones; Japón, USD1.773 billones; EE UU, USD1.693 billones y Corea del Sur,

<sup>18</sup> Esta figura ha sido tomada de la fuente: *Euromonitor Internacional*

USD1.039 billones”, esta misma distribución se puede ver en términos de porcentajes en la figura 14. Todos ellos representan cerca del 90% del total de la inversión extranjera directa se debe aclarar que aunque Hong Kong hace parte de China, tiene un sistema de gobierno más occidentalizado y menos corrupto, lo que lleva a que muchas empresas primero se establezcan en esta zona y luego si entren a China continental es por esta razón que Hong Kong tiene más de la mitad de la torta.

Figura 15 Distribución de la inversión extranjera en China<sup>19</sup>



### ***Moneda Yuan chino o Renminbi.***

Trading economics (2014) El Yuan o Renminbi (RMB) es la moneda oficial de la República Popular China, en Mayo del 2014 hubo un descenso del 6.24, con respecto al 6,26 de Abril. El promedio del Yuan chino entre 1981 hasta el 2014 fue del 6,99 “alcanzando un máximo histórico

<sup>19</sup> Esta figura ha sido tomada de la fuente: *Legiscomex* Ministerio de Comercio de China, cálculos

de 8,73 en enero de 1994 y un mínimo histórico de 1,53 en enero de 1981”. A continuación en la Figura 15 se mostrará la gráfica donde indica el comportamiento histórico del Yuan de los últimos dos años, esta moneda aún no ha logrado posicionarse como una moneda fuerte y el país aún es considerado un país en vía de desarrollo, lo cual demuestra que es un país que aún tiene camino por recorrer.

Figura 16 Comportamiento del Yuan<sup>20</sup>



### *Canales de distribución de China.*

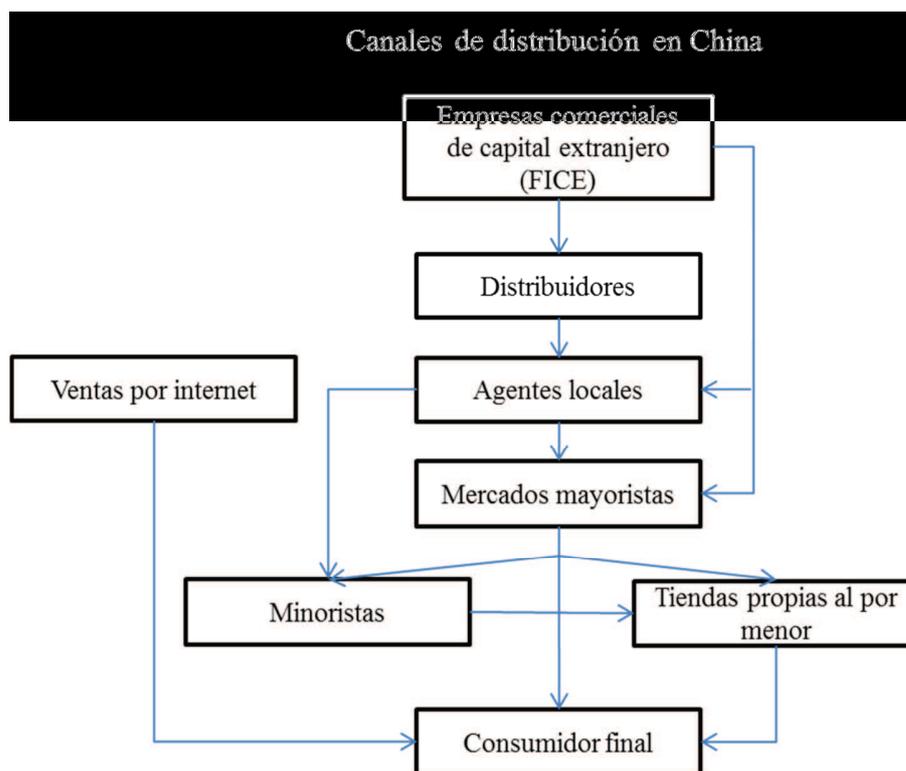
Los canales muestran el camino que se debe cruzar para que el producto llegue del fabricante al consumidor o cliente final, entendiendo que China es un país peculiar y que su cosmovisión del universo es diferente a la occidental, pues no se rigen por principios cristianos sino por la filosofía confuciana en donde el honor y la virtud son dos elementos inigualables que todo ser humano debe poseer, es por ello que no solo importa la jerarquía sino los contactos que tienes, esto se conoce como Guanxi, es por ello que los canales de distribución en China casi siempre inician con un agente local quien sirve de intermediador entre la empresa extranjera y la empresa nacional o quien puede ayudar a operar por cuenta propia.

<sup>20</sup> Esta figura ha sido tomada de la fuente: *trading economics* por trading economics.

Legiscomex (2014) “El país ha tenido que trabajar fuertemente por la liberalización progresiva de los canales de distribución de tal manera que facilite tanto a las compañías locales como extranjeras los procesos de comercialización de mercancías” (Párr. 4).

La figura 16 muestra el esquema de distribución en China y las diferentes formas que hay para alcanzar al consumidor final, aunque el esquema es general no se debe olvidar que cada sector tiene su particularidad y por ello se hace necesario que el empresario identifique un contacto en China que le ayude a comprender cuales son las particularidades del sector.

Figura 17 Canales de distribución en China <sup>21</sup>



<sup>21</sup> Esta figura ha sido tomada de la fuente: *Legiscomex*

***Principales puertos en China.***

Es importante conocer los Principales Puertos Ubicados en China y entender cuál puerto por infraestructura ubicación o “especialización” puede ser más conveniente para un producto específico, lo que permite obtener un ahorro en tiempo y dinero, teniendo al final una negociación efectiva

Casi siempre cuando se realizan negocios con proveedores Chinos, en la cotización indican las condiciones comerciales y el puerto o aeropuerto de embarque de la mercancía.

A continuación se ubicarán y describirán brevemente los principales puertos en China.

- A. El Puerto de Shanghai, uno de los más importantes del Mundo y es considerado la puerta de ingreso de mercadería a China estableciendo un record histórico en 2013 manejando 33.6 millones de TEUs.<sup>22</sup>
- B. El puerto de Ningbo ubicado en el centro de la costa de China. Posee unas condiciones naturales únicas que le permite ser uno de los puertos más importantes chinos, con rutas a prácticamente todos los principales puertos del mundo. A septiembre de 2013, manejó 17 millones de TEUs.
- C. El Puerto de Dalian, ubicado en el Noroeste de China. Su infraestructura es ideal para el Transporte Internacional entre el sudeste Asiático, Norte América y Europa.
- D. El Puerto de Guangzhou, considerado el más importante de la zona sur de China. Es uno de los Puertos que ha experimentado un alto crecimiento durante los últimos años.

---

<sup>22</sup> SHANGHAI.GOV <http://www.shanghai.gov.cn/shanghai/node2314/node2315/node18454/u21ai704030.html>

- E. El puerto de Tianjin Es uno de los puertos comerciales más importantes del norte de China. Es el puerto artificial más grande de China. Es la puerta de entrada a Beijing y a Tianjin manejando 500 millones de toneladas en carga y 13 millones de TEUs a 2013<sup>23</sup>
- F. El Puerto de Yantian: ubicado en la bahía de Dapeng, es uno de los pocos puertos en China que puede competir con Hong Kong.
- G. El Puerto de Xiamen, ubicado en el río de Jiulong, punto de trasbordo para carga comercial, es uno de los dos puertos comerciales más grandes de la región de Fujian.

### ***Negociaciones de China con el mundo.***

En los últimos años, China ha estado concluyendo activamente TLC con varios países. Hasta ahora, el país cuenta con 16 socios en TLC que comprenden 28 economías, entre las cuales 10 han firmado ya acuerdos; ellos son:

China-ANSA TLC

China-Pakistán TLC

China-Nueva Zelanda TLC

China-Singapur TLC

China-Chile TLC

China-Perú TLC

China-Costa Rica TLC

---

<sup>23</sup> TIANJIN PORT GROUP CO., LTD *El movimiento de contenedores superó los 13 millones de TEUs*

<http://www.ptacn.com/News1View.asp?ID=2022&SortID=123> (citado el 20 de octubre de 2014)

Acuerdo para una Asociación Económica más Estrecha entre China continental y Hong Kong.

Acuerdo para una Asociación Económica más Estrecha entre China continental y Macao.

Acuerdo Marco para la estrecha Cooperación Económica con Taiwán.

TLC en proceso de negociación:

China-CCG (Consejo de Cooperación para los Estados Árabes del Golfo) TLC

China-Australia TLC

China-Islandia TLC

China-Noruega TLC

China-UAAA (Unión Aduanera de África Austral)

China-Corea TLC

China-Suiza TLC

China-Japón-Corea TLC

El TLC entre China y ANSA configura la mayor área de libre comercio del mundo en términos poblacionales y el tercero en términos de PIB nominal. En 2011, el comercio bilateral entre estas dos regiones supuso una cifra de 362.9 billones de dólares, un 23.9% más con respecto al año anterior, y se espera que llegue a los 500 billones en 2015.

Además, las negociaciones entre China, Japón y Corea, se iniciaron el 20 de Noviembre de 2012. Cada uno de estos países goza de economías globales y dinámicas, con un PIB conjunto de 14 trillones de dólares en 2011, que supone prácticamente un quinto de la producción mundial total. Por lo tanto, cuando el TLC sea finalmente implementado, su impacto seguramente se extenderá más allá la relevancia de los tres países involucrados.

**República de Colombia.**

Colombia está organizado en dos ramas una es el poder público y la otra los organismos del Estado. Las ramas del poder público son: Legislativo, ejecutiva y judicial.

Euro monitor ( 2014) “Colombia cuenta con un presidente ejecutivo que responde a un Senado de 102 miembros y una Cámara de Representantes con 164 miembros, ambos elegidos a través de un sistema de representación proporcional para un mandato de cuatro años”. (Párr. 8).

***Perfil general de Colombia.***

Capital: Bogotá

Idioma oficial: español

Pér Cápita: USD 7.748

Inflación: Portafolio ( 2013) 1.94%

Presidente: Juan Manuel Santos

***Mapa de Colombia.***

Colombia tiene 32 departamentos y aunque cada uno tiene autoridades locales o gobernadores, todas las políticas, leyes o dictámenes vienen de la capital, Bogotá, es un país capitalista y en vía de desarrollo.

Figura 18 Mapa Colombiano<sup>24</sup>

### **El mercado colombiano.**

Se estudia el mercado Colombiano porque es necesario conocer la situación del país, y en qué aspectos puede entrar a competir al mercado Chino.

### ***Colombia, indicadores económicos.***

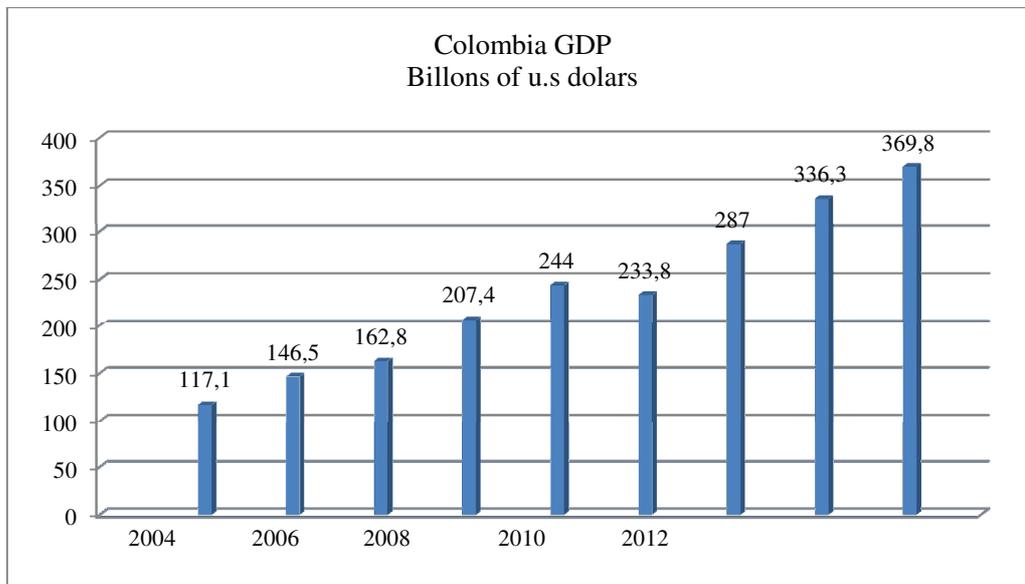
Estos indicadores permiten entender la situación actual de país y ver cómo avanza en los diferentes aspectos económicos, en las siguientes líneas se presentarán los mismos indicadores que se tomaron para China, para al final poder hacer un cuadro comparativo.

<sup>24</sup> Este mapa es de la página web <http://www.bc-maps.com/mapa-vectorial-eps/mapa-vectorizado-municipios-colombia-eps-illustrator/>

*El PIB de Colombia.*

Trading economics (2014) El Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia era de 369,80 millones de dólares en 2012. El valor del PIB de Colombia representa un 0,60 por ciento de la economía mundial. El promedio del PIB en Colombia entre 1960 hasta 2012 fue de 71,97 millones de dólares, alcanzando un máximo histórico de 369,80 mil millones de dólares en 2012 y un mínimo récord de 4 mil millones de dólares en 1960.

En la figura 18 está el comportamiento del PIB en los últimos diez años en términos de dólares, se puede afirmar que Colombia ha ido mejorando este índice con el correr de los años.

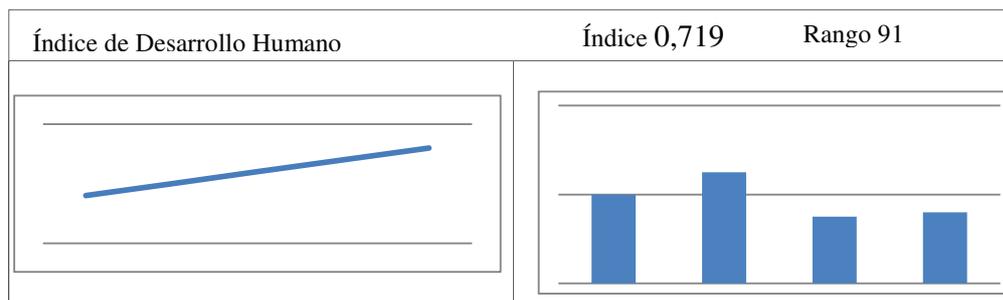
Figura 19 PIB de Colombia<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Esta figura fue tomada de la Fuente : *trading economics* por trading economics

*Indicador de desarrollo humano.*

Este índice se basa en la mejora de la calidad de vida de los habitantes de un país, en el caso de Colombia su índice es de 0.719 y está en el puesto 91, lo cual es una mejor ubicación de la que presenta China, las cuatro barras que aparecen en la figura 19, muestran un elemento importante para el desarrollo, la primera barra es el promedio total, la segunda es la de Salud la cual es bastante superior a las demás, le sigue la barra de educación e ingresos que están casi al mismo nivel, esta descripción sigue un orden de izquierda a derecha.

Figura 20 Índice de desarrollo Humano Colombia<sup>26</sup>

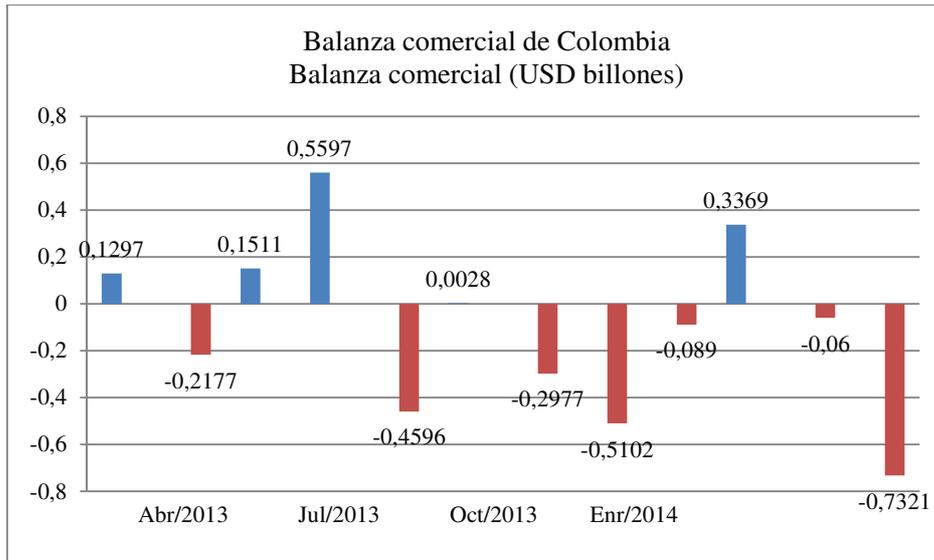
*Balanza Comercial.*

Trading economics (2014) Colombia registró un déficit comercial de 0,73 mil millones de dólares en febrero del 2014., en promedio la balanza comercial entre 1980 hasta 2014 fue de 0.07 USD mil millones, alcanzando un máximo histórico de 0,81 millones de dólares en diciembre de 2011 y un mínimo histórico de -1.02 USD Miles de millones en noviembre de 2008. La Balanza de Comercio de Colombia es informada por el Dane, Colombia.

<sup>26</sup> : Esta imagen fue tomada de la fuente: *trading economics*

En la figura 21 se puede ver el comportamiento de la balanza comercial de Colombia entre el 2013 e inicios del 2014, mostrando la mayor parte del tiempo un déficit comercial.

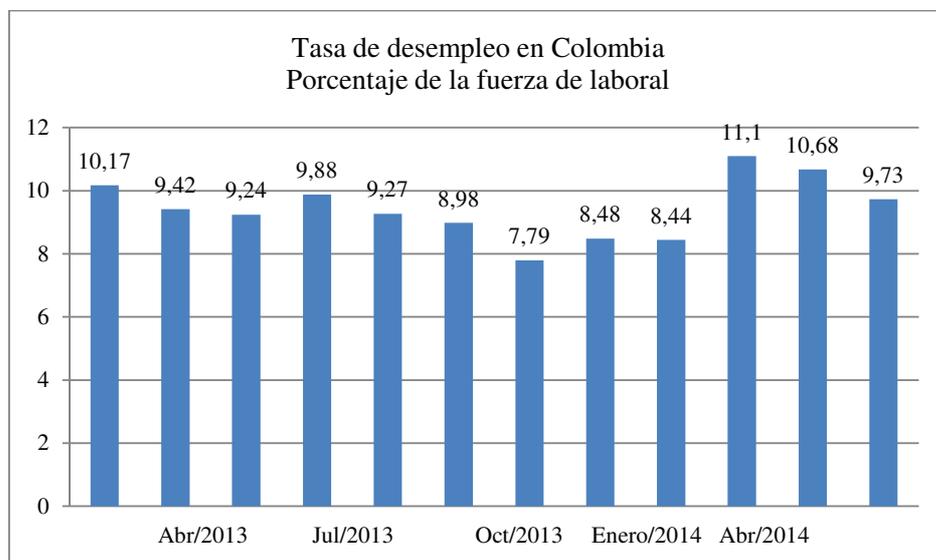
Figura 21 Balanza Comercial Colombia<sup>27</sup>



#### *Tasa de desempleo.*

Trading economics (2014) la Tasa de desempleo en Colombia se redujo a 9,73% en marzo de 2014. El promedio entre el 2001 hasta el 2014 fue del 12,20%, “alcanzando un máximo histórico de 17,87 % en enero de 2002 y un mínimo histórico de 7,79 % en octubre de 2013”. Dane, Colombia.

<sup>27</sup> : Esta imagen fue tomada de la fuente: *trading economics*

Figura 22 Tasa de desempleo en Colombia<sup>28</sup>

### **Moneda.**

Trading economics (2014) “El comportamiento del peso colombiano aunque se encuentra en las tres últimas fechas en declive se puede apreciar que su tendencia es a la alza, tomando en cuenta el periodo comprendido desde el 2011 hasta la fecha” como lo indica la figura 23.

<sup>28</sup> Esta imagen fue tomada de la fuente: *trading economics*

Figura 23 Comportamiento de la moneda<sup>29</sup>

### ***Puertos marítimos de Colombia.***

Colombia cuenta con nueve zonas portuarias, siete de ellas en la Costa Caribe: la Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá y San Andrés, y dos en el Pacífico: Buenaventura y Tumaco.

---

<sup>29</sup> Esta imagen fue tomada de la fuente: *trading economics*

Figura 24 Principales puertos de Colombia<sup>30</sup>

Mientras Cartagena, Barranquilla y Santa Marta, son los principales puertos del Caribe colombiano, en el Pacífico, Buenaventura se ha consolidado como el principal puerto multipropósito del país, epicentro de buena parte de las exportaciones e importaciones<sup>31</sup>

Entre Julio y diciembre de 2013, el 96.8% de la carga total arribada al país y el 98.8% de la carga enviada fue vía marítima por las cuatro principales direcciones seccionales: Buenaventura, Cartagena, Barranquilla y Santa Marta.

El mayor volumen de contenedores movilizados en el 2013 fue a través de Cartagena, que representa el 66.8% (241.867 unidades); Buenaventura aportó en el mismo período un 24.6%

En el período de análisis 2013, la carga ingresada por las cuatro principales direcciones seccionales, sumó 19,7 millones de toneladas. En primer lugar se encuentra aduanas de Cartagena

<sup>30</sup> Esta figura ha sido tomada de la fuente: *Talento logístico globered*.

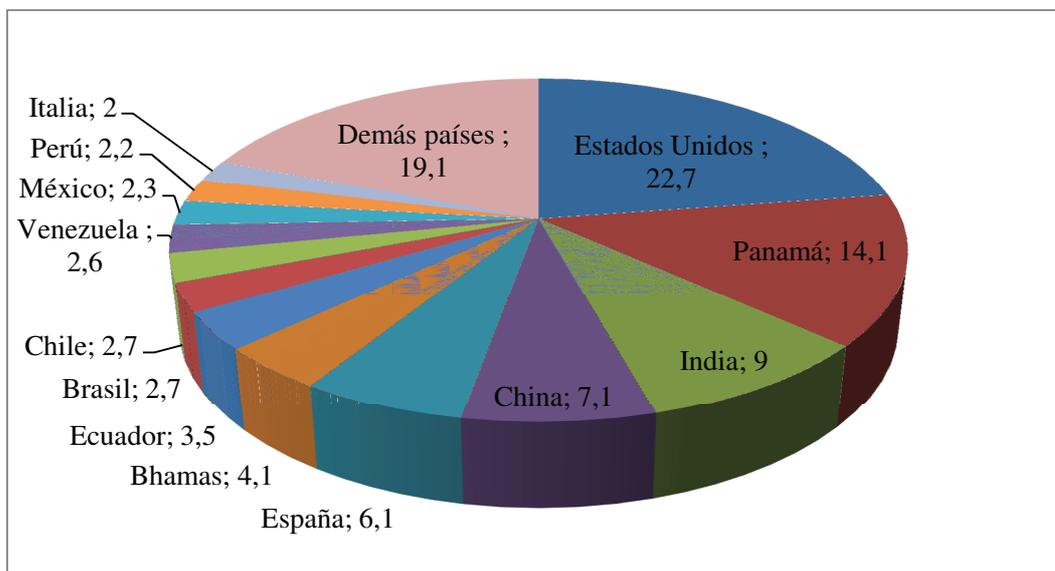
<sup>31</sup> Revista de Logística. *Los puertos marítimos colombianos se la juegan por la infraestructura*

(35,1%), seguida de impuestos y aduanas de Buenaventura (27,7%), impuestos y aduanas de Santa Marta (16,8%) y aduanas de Barranquilla (15,5%).<sup>32</sup>

### *Negociaciones de Colombia con el mundo.*

Legiscomex (2014) “En el mes de marzo del 2014, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas, con una participación de 22,7% en el valor FOB total exportado; le siguen en su orden, Panamá, India, China, España y Bahamas” esto se puede observar en la figura 24 en donde se muestran todos los países de destino a los cuales Colombia exporto.

Figura 25 Participación porcentual del valor FOB de las exportaciones, según país de destino.<sup>33</sup>

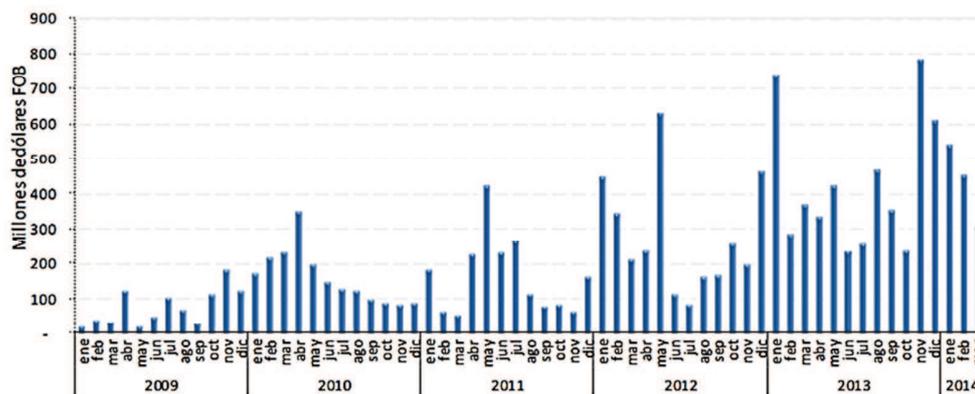


<sup>32</sup> GRANADA A., SIERRA P., ZÁRATE R. *Estadísticas de carga de las importaciones y exportaciones en Colombia*. Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, Subdirección de Gestión de Análisis Operacional, Coordinación de Estudios Económicos. Febrero de 2014 (citado el 20 de octubre de 2014)

<sup>33</sup>Fuente: DANE, DIAN. Cálculos: DANE – COMEX Cifra preliminar

Legiscomex (2014) La figura 24 muestra que: “En el mes de marzo del 2014, La República Popular de China obtuvo una participación del 7.1% de las exportaciones colombianas, en el valor FOB total exportado”.

Figura 26 Exportaciones mensuales a China 2009 – 2014 (Marzo) <sup>34</sup>



### Análisis del entorno.

Por medio de los indicadores y demás datos sobre los mercados objeto de estudio, se pudo entender con mayor claridad la importancia y características de cada uno, pero para seguir ahondando en estos mercados es necesario hacer un análisis del entorno en especial del mercado que resulta más desconocido para los autores, es decir China, este análisis se realizará desde cuatro aspectos básicos: Político- Legal, económico, socio-cultural y tecnológico, brindando una nueva perspectiva de este mercado, entrando en mayores detalles con respecto a gustos y preferencias, a porcentaje de uso de nuevas tecnologías, a la distribución del poder político entre otros aspectos.

<sup>34</sup> Fuente: DANE, DIAN. Cálculos: DANE - COMEX Cifra preliminar

La tabla 4 presentada en este análisis del entorno fue elaborada por los investigadores y los datos se tomaron de las fuentes allí citadas.

Tabla 4 PESTEL China<sup>35</sup>

Político - Legal	Económico
<p>En la base de datos Legiscomex (2009) se encuentra una breve descripción de la estructura de gobierno Chino el cual se conforma así “el Partido Comunista de China (PCCH) y su función es ejecutar su política. Los primeros órganos del poder estatal son la Asamblea Popular Nacional (APN), el Presidente (jefe de estado) y el Consejo de Estado”(Párr.1).</p>	<p>Euromonitor (2014) En el 2014 el PIB creció al 7,4% en el primer semestre lo que significaría el crecimiento más lento en una década (Párr 4). Artículo: China: Country profile</p>
<p>Euromonitor (2014) “Con 56 grupos étnicos oficialmente reconocidos en el país, el malestar de algunas minorías es un problema constante. (Parr. 9). Artículo: China: Country profile</p>	<p>Euromonitor (2014) Alentado por un gasto social más alto, el consumo debe ser un conductor más importante de la economía. La ayuda adicional debe venir de exportaciones. El crecimiento de la inversión debe decelerar mientras que Beijing aprieta saldos acreedores y los gobiernos locales se fuerzan para contener en sus planes de inversión.</p>
<p>El sistema de toma de decisiones es el de centralismo democrático el señor Caballero (2005) explica que las decisiones se toman en la cúpula y se ejecutan en el gobierno, esto permite que se representen los intereses de las mesas populares (Pag 17)</p>	<p>Euromonitor (2014) "La agricultura emplea a 32,6% de la fuerza de trabajo. Se espera que la producción agrícola aumente durante esta década, pero la inminente escasez de agua podría llegar a ser un serio cuello de botella. A nivel nacional, el sector de la agricultura consume cerca del 70% de las aguas superficiales de China, pero más de una quinta parte de los recursos hídricos no son aptos incluso para la agricultura". ( Parr16) Artículo: China: Country profile</p>

<sup>35</sup> Fuente: Realizado por los autores

Legicomex (2009) "En total existen más de 26 tipos diferentes de impuestos en China, la aplicación depende de muchos factores, sectores o clases de empresas. Estos a su vez, de acuerdo con su naturaleza se agrupan en 8 categorías" (Parr 3). "Los 5 impuestos que son los más aplicables para las empresas extranjeras en China: Impuesto de renta (corporate income tax), IVA, impuesto a los negocios (Business tax), impuesto sobre el consumo (consumption tax) e impuesto de timbre" (Parr 4).

<http://www.legiscomex.com.ezproxy.eafit.edu.co/BancoConocimiento/C/china-2009-conozca-china-impuestos/china-2009-conozca-china-impuestos.asp>

Según el bando de la Republica (2014) La tasa de cambio en dólares estadounidenses por un Yuan Renminbi Yuan es de 0,16054.

---

Euromonitor (2014) "Toda potestad legislativa reside en los 2.989 miembros del Congreso Nacional del Pueblo, que es elegido cada cinco años. El Congreso, sin embargo, sólo se reúne una vez al año, y el Partido Comunista se compromete más decisiones políticas" (Par 7).

Artículo: China: Country profile

---

El periódico El país informó en Enero del 2014 que la Tasa de Inflación de China en el 2013 fue de 2,6

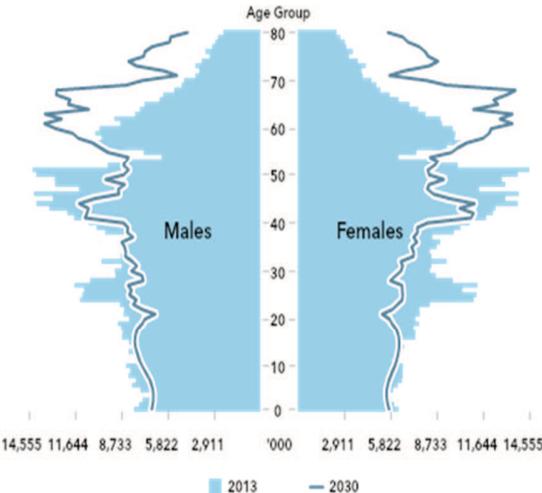
---

En noviembre de 2012, Xi Jinping fue elegido Presidente. Al mismo tiempo, Li Keqiang fue elevado a jefe de gobierno. El Sr. Xi asumió el cargo en 2013 y está previsto su retiro como jefe del Partido Comunista en el 2022 y como presidente en el 2023.

---

Euromonitor (2014) En 2013, el gasto de consumidor per cápita ascendió a RMB15,609 (US\$2,519). En términos verdaderos, el indicador crecerá por 8.2% de 2014.

---

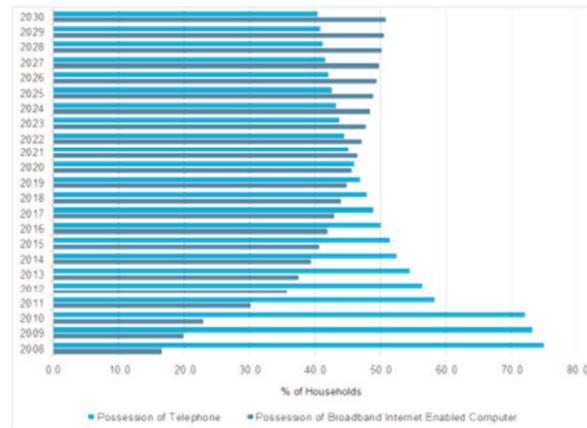
Socio - Cultural	Tecnológico
<p>Los chinos son ahorradores ávidos. El cociente de los ahorros se ha guardado los años recientes del excedente inferior justo del 40%, y mira para bajar solamente levemente antes de 2015. La salud y la asistencia médica es la preocupación más grande de la población, y los ahorros son una forma de asegurar el tratamiento médico necesario en el caso de emergencia. El aumento del costo de la educación es otra de las razones por las que los chinos ahorran desde una temprana edad.</p>	<p>Euromonitor (2014) El gasto total en la investigación y el desarrollo (I+D) ascendió a RMB1.2 trillón (US\$186 mil millones) en 2013 y aumentó antes de 118% en términos verdaderos en el período 2008-2013, indicativo de la impulsión de China para consolidar la inversión de negocio a las nuevas industrias de alta tecnología.</p> <p>Se están dando a nivel fiscal incentivos de reducción de impuestos hasta del 15.0% para las compañías de alta tecnología en 2013, así como la disponibilidad del pre-tax 150% “deducción estupenda” cambiable en costos I+D asociados.</p> <p>Publicación de Consumidor Chino 2020</p>
<p>La agencia de noticias Reuters divulga que el salario mínimo mensual en tres ciudades (Beijing, Shanghai y Tianjin) se levantará cerca entre 11.4% y 12.3%. Las autoridades esperan que este movimiento alce el consumo y haga a dependiente chino del desarrollo económico menos en la inversión.</p>	<p>Euromonitor (2014) China ha tenido una afluencia de inversiones en tecnología que computaba de la nube sobre 2013 y principios de 2014, con las firmas Amazon, IBM y Intel de los E.E.U.U. partnering todo con las firmas chinas (que es un requisito previo para hacer negocio en China) a las soluciones de la nube del rollout a los clientes (Párr 6)</p> <p>Artículo: Technology, Communications and Media: China</p>
<p>Carta 6 Pirámide de edad en 2013 y 2030</p> 	<p>Euromonitor (2014) En 2013, 92.9% de casas totales en China poseyeron un teléfono móvil, encima a partir del 84.9% de 2008 (Pag 4).</p> <p>Entre 2008 y 2013, el número de negocios usando el Internet creciente substancialmente a partir el 64.5% a 77.0% de negocios totales, como los negocios abrazaron el Internet. Mientras tanto 46.2% de la población total utilizaron el Internet en 2013 contra 22.6% de 2008.</p>

Socio - Cultural	Tecnológico
------------------	-------------

Euromonitor (2014) " El sistema de la pensión de China es caótico y el gobierno debe encontrar un remedio antes de que la población adulta que está envejeciendo rápidamente lleve al país a una crisis. Antes de 2015, el país tendrá aproximadamente 149 millones de personas mayores a 65 años y a este hechos se suma la evasión desenfrenada de las contribuciones de la pensión" (Parr 10).

El sistema del healthcare en China está experimentando un período del cambio substancial, no sólo estructural, pero también en tener que hacer frente a un cambio económico y social más amplio. El gobierno, en los últimos cuatro años, ha bombeado US\$125 excesivo mil millones en el sistema público del healthcare en un intento por mejorar el acceso al healthcare de la calidad y ampliar cobertura hasta el 95% de la población.

La posesión de la casa del Internet de banda ancha permitió la computadora y el teléfono 2008.



Fuente: Euromonitor internacional de las fuentes comerciales y de la estadística nacional. Nota: Los datos para 2014-2030 refieren a pronósticos. Artículo: Technology, Communications and Media: China

Euromonitor (2014) El auge de los consumidores chinos en las últimas décadas ha sido notable y no se prevé un impacto negativo o una disminución para los próximos años a pesar de la desaceleración económica del país. Ahora los consumidores son más sofisticados, muchos se preocupan sobre los nuevos temas como la incertidumbre sobre la calidad de su comida, el agua y al menos entre los consumidores más jóvenes, hay preocupación por el medio ambiente. Los consumidores están viajando cada vez más para satisfacer sus ansias de productos de marca. (Parr. 8) lifestyles –in-China/report

Consumo de Energía Primaria (% del total ): 2013



Fuente: Euromonitor internacional Artículo: China: Country profile

---

<p>Euromonitor (2014) Las cuatro principales tendencias de consumo en China son:          Lujo como una forma de vida          La seguridad ante todo          La conciencia cultural a la fase digital          La sociedad de consumo se inicia en línea          (Parr 5) lifestyles –in-China/report</p>	<p>Euromonitor (2014) "Los usuarios chinos de Internet pasan más tiempo en las compras en línea que los de cualquier otro país, según un estudio publicado en octubre de 2013 por la empresa de análisis de TI commScore usuarios de internet chinos gastan aproximadamente 150 minutos de compras en línea, en promedio, cada mes, que es un 187% por encima del promedio global. Según Euromonitor Internacional, hay casi 626 millones de usuarios de Internet en China el mayor número en el mundo. En cuanto al sitio de compras más popular, el estudio muestra que commScore Alibaba acercó tops. Cuando no están de compras, los consumidores les encanta ver videos en línea, con el número nacional estimado en un promedio de 30 mil millones de clips de vídeo en línea cada mes" (Par. 5).          Publicación de Consumidor Chino 2020</p>
--	---

---

### **Caracterización de los procesos de negociación.**

Al momento de negociar es importante saber qué papeles necesito y el tiempo que se demora el trámite, en cuánto tiempo una empresa puede iniciar actividades y así poder estimar el capital que debo invertir antes de alcanzar el punto de equilibrio, algunos de estos datos se encuentran en las tablas 5 y 6 la cuales presentan una series de indicadores relevantes que permiten de una manera general identificar el proceso de negociación de cada país (Colombia-China), y partiendo de lo general cada empresa podrá realizar una planeación acertada, para luego ejecutar, verificar y plantear una nueva actividad de acuerdo a cómo se desarrolle el proyecto de internacionalización, esta planeación de procesos se conoce como PHVA y resulta difícil hacerla de manera genérica, porque cada industria, tiene particularidades que solo ella puede resolver, como que puerto está más cercano al lugar en donde están concentrados los consumidores, o si resulta más rentable invertir en Hong Kong antes de ingresar a China, es por eso que solo se darán datos generales pero importantes sobre el entorno de cada país.

Las tablas 5 y 6 fueron tomadas de un artículo de Euromonitor en donde se hace el perfil de China y Colombia, estas publicaciones están en inglés por lo tanto las tablas fueron traducidas por los investigadores.

Tabla 5 Indicadores del entorno empresarial China 2014

Indicadores de entorno empresarial: 2014	
Facilidad para hacer negocios (de 189).	96
<u>Apertura de un negocio.</u>	
Tiempo días	33
Procedimiento (Numero)	13
<u>Manejo de permisos de construcción.</u>	
Tiempo días	270
Procedimiento (Numero)	25
<u>Obtención de electricidad</u>	
Tiempo días	145
Procedimiento (Numero)	5
<u>Registro de la propiedad</u>	
Tiempo días	29
Procedimiento (Numero)	4
<u>Empleo de trabajadores</u>	
Jornada de trabajo estándar en la industria manufacturera (Horas	8
Vacaciones anuales pagadas para un trabajador con 1 año de antigüedad (En días laborales)	5
<u>Tipo impositivo</u>	
Tasa de impuesto total (% de ganancia)	63,7
Impuesto de trabajo y contribuciones (% de utilidades comerciales).	49,6
Tiempo (Horas por año)	318
Pagos (Numero por año)	7
Iva (%)	17
<u>Exportador</u>	
Documento para exportar (Numero)	8
Tiempo para exportar (Días)	21
Costos de exportación ( EE.UU \$ por contenedor)	620

Importador	
Documento para importar (Numero)	5
Tiempo para importar (Días)	24
Costos de importación ( EE.UU \$ por contenedor)	615
La protección de los inversores	
Índice de fortaleza de protección de inversores ( 0*10)	5
Cierre de una empresa	
Tiempo (Años).	1.7
Costo (% de los bienes)	22

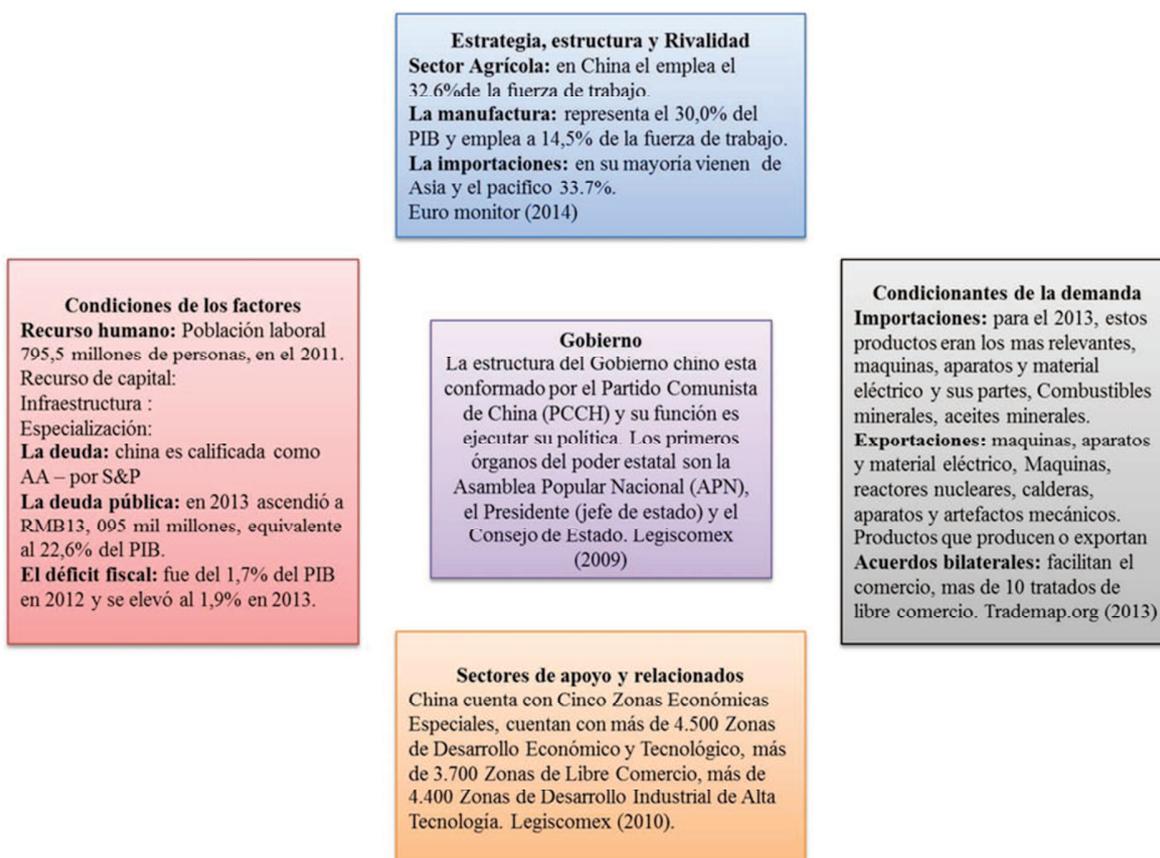
Tabla 6 Indicadores del entorno empresarial Colombia 2014

Indicadores de entorno empresarial: 2014	
Facilidad para hacer negocios (de 189).	43
Apertura de un negocio.	
Tiempo días	15
Procedimiento (Numero)	9
Manejo de permisos de construcción.	
Tiempo días	54
Procedimiento (Numero)	8
Obtención de electricidad	
Tiempo días	105
Procedimiento (Numero)	5
Registro de la propiedad	
Tiempo días	13
Procedimiento (Numero)	7
Empleo de trabajadores	
Jornada de trabajo estándar en la industria manufacturera (Horas	8
Vacaciones anuales pagadas para un trabajador con 1 año de antigüedad (En días laborales)	15
Tipo impositivo	
Tasa de impuesto total (% de ganancia)	76
Impuesto de trabajo y contribuciones (% de utilidades comerciales).	28.8
Tiempo (Horas por año)	203
Pagos (Numero por año)	10
Iva (%)	16.0
Exportador	
Documento para exportar (Numero)	4
Tiempo para exportar (Días)	14
Costos de exportación ( EE.UU \$ por contenedor)	2355

<b>Importador</b>	
Documento para importar (Numero)	6
Tiempo para importar (Días)	13
Costos de importación ( EE.UU \$ por contenedor)	2470
<b>La protección de los inversores</b>	
Índice de fortaleza de protección de inversores ( 0*10)	8.3
<b>Resolución de la insolvencia</b>	
Tiempo (Años).	1.7
Costo (% de los bienes)	6

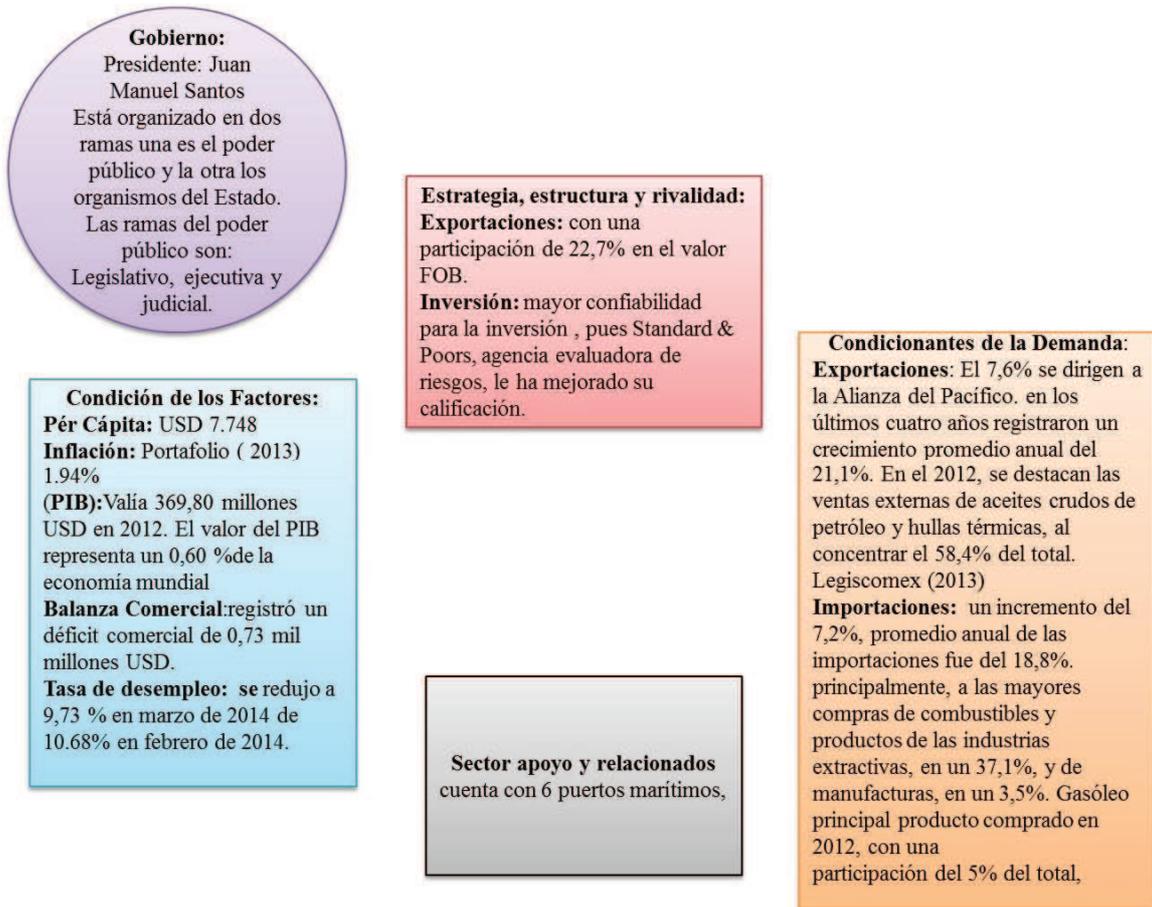
**Análisis a las fuerzas del mercado.**

Figura 27 Diamante de China<sup>36</sup>



<sup>36</sup> Realizado por los autores

Figura 28 Diamante de Colombia<sup>37</sup>



<sup>37</sup> Realizado por los autores

**Caracterización final de los mercados.**

En la siguiente tabla se hace una comparación del comportamiento entre los indicadores más relevantes de los países Colombia y China.

Tabla 7 Caracterización de los mercados.<sup>38</sup>

Indicador	Colombia					China				
	Ultimo	Anterior	Promedio	Unidad	Referencia	Ultimo	Anterior	Promedio	Unidad	Referencia
PIB	369.80	336.30	71.97	USD mil	31/12/2012	8230.00	7320.00	1102.08	USD mil	31/12/2014
Inflación	2.72	2.51	15.00	Por ciento	30/04/2014	1.80	2.40	5.74	Por ciento	04/15/2014
Población	47.10	46.93	31.07	Millón	31/12/2012	1360.72	1354.04	991.05	Millón	31/12/2013
Índice de desarrollo humano	0,719					0,699				
Balanza comercial	0.73	0.06	0.07	USD mil	02/15/2014	184.55	77.06	57.70	UDS	04/15/2014
Tasa de desempleo	9.73	10.68	12.20	Por ciento	15/03/2014	4.10	4.10	4.14	Por ciento	31/03/2014
Inversión extranjera	4157.60	4967.40	1725.56	Millones de	15/11/2013	403.00	315.49	372.49	USD	30/04/2014
Per capital	4252.38	4143.00	2622.04	USD	31/12/2012	7957.62	7417.89	2705.77	USD	31/12/2012
Tasa de interés	3.50	3.25	8.81	Por ciento	04/25/2014	6.00	6.00	6.42	Por ciento	30/04/2014

<sup>38</sup> Fuente: Los autores. Datos extraídos de Trade Map y Euromonitor en Abril 18 de 2014

### **Caracterización de los simuladores, juegos y softwares existentes**

Durante mucho tiempo y dadas las condiciones de guerra que se producían entre los países, se fueron desarrollando juegos de guerra con un mayor componente de estrategia que apoyaran decisiones de tipo militar, pero es en el siglo XIX donde los juegos de guerra toman un carácter sin precedentes, llegando a aplicarse en la preparación para la guerra mundial por parte de los japoneses, con la ayuda del Total War Research Institute y el Naval War Collage; desarrollando diferentes herramientas que fueron usadas por los británicos y americanos como simuladores para probar estrategias de guerra (Mesa, 1995, citado por Plata, 2008 retomado por Plata, Morales, Arias, 2009).

Luego de la Segunda Guerra Mundial donde los militares americanos tuvieron contacto en sus entrenamientos con las simulaciones y juegos de guerra, se empezaron a ver las posibilidades de aprendizaje a partir de estas herramientas como estrategia de capacitación en las empresas, con el fin de generar acciones para impulsar el desarrollo comercial que estaba en expansión después de la guerra; adicionalmente fue una época en la que se empiezan a generar grandes avances tecnológicos con la utilización de sistemas computacionales aplicados al tema de la simulación (Lane, 1995, citado por Plata, Morales, Arias, 2009). En este contexto es cuando en 1956 se crea formalmente el primer juego gerencial llamado Top Management Decisión Simulation desarrollado por la American Management Association, que en principio se fundamentó en los juegos de guerra para obtener complementos de tipo administrativo o gerencial; según Cohen y Rehenman (1961, citado por Plata, Morales, Arias, 2009) en este juego los períodos de decisión se tomaban cada trimestre, y contenía seis tipos de decisiones básicas: establecimiento del precio de venta, gastos en actividades de mercadeo, rubros para investigación y desarrollo, selección de la forma y cantidad de producción, cambio en la capacidad de producción y posibilidad de compras. De igual manera en 1957 se desarrollaron otros juegos por parte de Mckinsey and

Company para el entrenamiento de ejecutivos y otros por la Universidad de Washington para un curso de política de negocios (Mesa, 1995, citado por Plata, Morales, Arias, 2009).

Luego de los anteriores desarrollos, la creación de diferentes juegos gerenciales empezó a aumentar rápidamente año tras año. Según Raia (1966, citado por Plata, Morales, Arias, 2009) diez años más tarde del lanzamiento del Top Management Decisión Simulation, los dispositivos de juegos gerenciales se habían extendido a 64 de las 90 escuelas de negocios en Estados Unidos; la simulaciones relacionadas a los negocios estaban disponibles casi para cada actividad empresarial, así que también se desarrollaron simulaciones aplicadas a otras áreas, como la sociología y ciencia política. El anterior fenómeno se atribuye según Michelsen (2004, citado por Plata, Morales, Arias, 2009) al estándar de acreditación impuesto por la American Association of Collegiate Schools of Business (AACSB) al exigir que el plan de estudios de los MBAs debía concluir con un curso integrador de Estrategia y Política, en el que se utilizaran como herramienta de aprendizaje los simuladores de negocios para desarrollar diferentes destrezas para la toma de decisiones. A partir de esa época se dan los principales desarrollos, las simulaciones y con ello los juegos gerenciales empiezan a tener un gran crecimiento y apropiación como herramienta de aprendizaje tanto en la academia como en las empresas. Así mismo, el nivel de complejidad ha ido aumentando con las virtudes del avance tecnológico relacionado con la computación y las comunicaciones, permitiendo modelar juegos con mayor interacción y con amplias posibilidades para la toma de decisiones (TORRES, 2012).

### ***La teoría de la simulación.***

Simulación. Definida por R.E. Shannon como “el proceso de diseñar un modelo de un sistema real y llevar a término experiencias con él, con la finalidad de comprender el comportamiento del

sistema o evaluar nuevas estrategias (dentro de los límites impuestos por un cierto criterio o un conjunto de ellos) para el funcionamiento del sistema”. (TORRES, 2012)

Como antecedentes de la teoría de la simulación podríamos mencionar la teoría de la dinámica de sistemas. A su vez, la teoría de la dinámica de sistemas se basó en la teoría de los servomecanismos (sistema electromecánico que se regula por sí mismo al detectar el error o la diferencia entre su propia actuación real y la deseada), cuya característica fundamental es la existencia en los mismos de una realimentación de información.

Se entiende por realimentación el proceso en virtud del cual, cuando se actúa sobre un determinado sistema, se obtiene continuamente información sobre los resultados de las decisiones tomadas, información que servirá para tomar las decisiones sucesivas<sup>39</sup>. La teoría de los servomecanismos tiene dos características fundamentales: El estudio sistemático del concepto de realimentación y un amplio desarrollo del estudio del comportamiento dinámico de los sistemas donde se encuentra el germen de la noción de sistema dinámico Aracil, J(1986).

En esta área de conocimiento se desarrolló la teoría de la simulación que podría definirse como un medio que experimenta con un modelo detallado de un sistema real para determinar cómo responderá el sistema a los cambios en su estructura o entorno Harley, C., Tumay, K; (2001); conllevando al desarrollo de simuladores.

Caracterizados por ser didácticos e interactivos, con los simuladores el usuario tiene a su disposición un sin número de parámetros, datos, variables que pueden ser agrupados y modificados, obteniendo un resultado que está sujeto a los cambios hechos por el usuario

---

<sup>39</sup> Carmen Fullana Belda, Elena Urquía Grande. *Los modelos de simulación: Una herramienta multidisciplinar de investigación* (citado 20/10/2014) [http://www.encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%C2%BA32/Carmen\\_Fullana\\_Belda\\_y\\_Elena\\_Urqu%C3%ADa\\_Grande.pdf](http://www.encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%C2%BA32/Carmen_Fullana_Belda_y_Elena_Urqu%C3%ADa_Grande.pdf).

reproduciendo sensaciones que en realidad no están sucediendo (físicas -velocidad, aceleración, percepción del entorno-, el comportamiento de los equipos de la máquina que se pretende simular, entre otros). Según Marrón Torres de la universidad veracruzana, “Los simuladores son objetos de aprendizaje que mediante un programa de software, intentan modelar parte de una réplica de los fenómenos de la realidad y su propósito es que el usuario construya conocimiento a partir del trabajo exploratorio, la inferencia y el aprendizaje por descubrimiento.” Torres (2012)

En la actualidad los juegos de simulación permiten reproducir de manera intuitiva y simplificada la naturaleza de procesos tecnológicos, situacionales e históricos que, en ocasiones, resultan de difícil comprensión empleando herramientas didácticas convencionales. La posibilidad de explorar un entorno gráficamente atractivo, pero gobernado por reglas complejas susceptibles, hasta cierto, punto de manipulación favorece una situación de enseñanza-aprendizaje radicalmente innovadora y consecuente.

A diferencia de las aventuras gráficas, los simuladores buscan un nivel de adecuación a su correlato real mucho más estructurado y preciso; confrontando reglas, estrategias y objetos gráficos con el conjunto de características patrón que definen los elementos relevantes de la realidad emulada. Son una excelente herramienta para la construcción social del conocimiento pues los participantes, a menudo, deberán asumir papeles que requieren un alto grado de cooperación instrumental o estratégica para cumplir una serie de objetivos especificados a priori y cuyo grado de dificultad se podrá ir modulando de manera dinámica. (Manzano, 2007)

En el área de la electrónica se han desarrollados programas gratuitos y/o con licencia que permiten simular circuitos eléctricos y electrónicos basados en algoritmos comunes, tales como ASCO tool, GEDA (GPL), MacSpice, Qucs, TclSpice (gratuitos), PSpice/OrCAD, HSpice (para estaciones de trabajo), MicroCad, Dr. Spice, Proteus, Intusoft, Spice-It!, SIMetrix Intro, TopSPICE, NG-spice (next generation spice) (GPL), Spice Opus, LTSPICE, Electronic

Workbench, CircuitMaker (software con licencia) los cuales, mediante modelos matemáticos, consiguen reproducir sensaciones de velocidad y aceleración usando proyecciones de bases de datos de terreno. A este entorno se le conoce como "Entorno Sintético".

En general en un simulador el repertorio de tareas, habilidades y procesos cognitivos pueden acomodarse a siguientes cinco categorías<sup>40</sup>:

1) *Búsqueda y representación de la información*: El punto de partida es siempre el conocimiento de los elementos esenciales del modelo; interface gráfica, variables, objetivos, recursos, personajes, repertorio de acciones.

2) *Comprensión e integración del conocimiento*. Desde finales del siglo pasado, existen numerosas evidencias (Laveault, 1990, Moral, 1996) sobre el papel de los videojuegos -y, en particular, de los simuladores- en la producción de aprendizajes significativos mediante la manipulación directa y exploración del modelo virtual.

3) *Procesos de toma de decisiones*. Planificación y estrategia. Una de las grandes ventajas de los simuladores radica en el hecho de poder someter a prueba y comprobar casi en tiempo real el resultado de nuestras decisiones. Algunos de los más recientes simuladores incorporan auténticos sistemas expertos capaces de responder de manera adaptativa al nivel de destreza mostrado por el usuario. Esto incrementa de manera notable el potencial educativo de las citadas plataformas.

4) *Trabajo cooperativo*. La mayoría de los simuladores de última generación incorporan la posibilidad de conectarse a la Red para compartir escenarios y objetivos. Esto no solo ayuda a una comprensión más profunda de los elementos clave del modelo informático, sino que también contribuye a un conocimiento más detallado de la realidad simulada.

---

<sup>40</sup> Observatorio tecnológico Gobierno de España *Software de simulación. Características y tipología*.

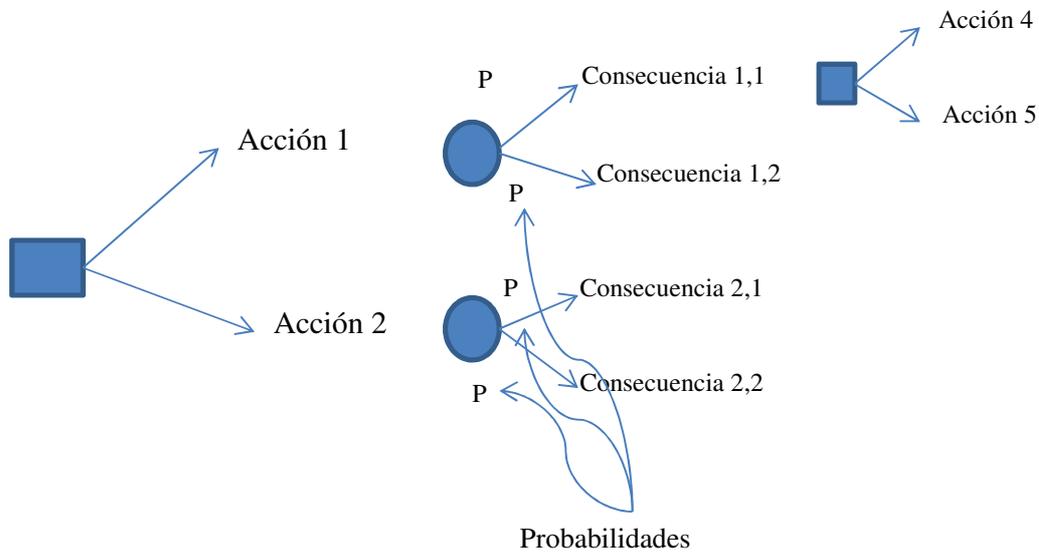
<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/cajon-de-sastre/19-monograficos/440-monografico-potencial-educativo-de-los-videojuegos-de-simulacin-y-plataformas-afines?start=1> (extraído el 20/10/2014)

5) *Interdisciplinarietà*. Muchos de los problemas abordados en los simuladores rebasan el ámbito de una materia concreta. A menudo las decisiones estratégicas de amplio espectro” requieren tomar en consideración factores sociales, económicos, tecnológicos, medioambientales.

### ***Teoría de la decisión.***

Se han desarrollado muchas técnicas para facilitar el proceso de decisión en la organización. Este desarrollo se ha producido en virtud del problema del desconocimiento del futuro, por lo menos hasta nuestros días. Una de estas técnicas de ayuda es comúnmente conocida como *árboles de decisión*. Estos son una forma gráfica y analítica de representar todos los eventos (sucesos) que pueden surgir a partir de una decisión asumida; contribuyen a tomar la decisión “más acertada” desde un punto de vista probabilístico ante un abanico de posibles decisiones, desplegando visualmente un problema y organizando el trabajo de cálculos que aplique. Esta técnica es un método conveniente para presentar y analizar una serie de decisiones que se deben tomar en diferentes puntos de tiempo teniendo como punto de referencia la ciencia del futuro o *Prospectiva*, que se enfoca a la importancia de la visión estratégica que debe servir a toda organización como parte fundamental de visión de futuro organizacional.

Figura 29 Explicación gráfica de un árbol de decisiones<sup>41</sup>



Dentro de los planteamientos y teorías de los autores previamente presentados y el concepto de árboles de decisión, se demuestra que estos últimos pueden ser una herramienta útil para visualizar las diferentes alternativas que se presentan al usuario y, además, para efectuar un mejor tratamiento probabilístico de las acciones y consecuencias

Esta clase de situaciones implica decisiones con resultados hacia el futuro que muchas empresas no han definido con claridad cómo manejarlos. La simulación y/o simuladores se pueden utilizar como herramienta que involucre conceptos y realidades ya que las organizaciones no sólo deben existir y estar suficientemente satisfechos con los éxitos del presente, sino seguir visualizando y planificando su visión hacia el futuro.

<sup>41</sup> Fuente: <http://3.bp.blogspot.com/>-

### *Metodologías para desarrollo de software.*

Un proceso de desarrollo software detallado y completo suele denominarse “Metodología”. Las metodologías se basan en una combinación de los modelos de proceso genéricos (cascada, evolutivo, incremental, espiral entre otros). Adicionalmente una metodología debería definir con precisión los artefactos, roles y actividades involucrados, junto con prácticas y técnicas recomendadas, guías de adaptación de la metodología al proyecto, guías para uso de herramientas de apoyo, entre otros. Habitualmente se utiliza el término “método” para referirse a técnicas, notaciones y guías asociadas, que son aplicables a una (o algunas) actividades del proceso de desarrollo, por ejemplo, suele hablarse de métodos de análisis y/o diseño<sup>42</sup>.

La comparación y/o clasificación de metodologías no es una tarea sencilla debido a la diversidad de propuestas y diferencias en el grado de detalle, información disponible y alcance de cada una de ellas. A grandes rasgos, si se toman como criterio las notaciones utilizadas para especificar artefactos producidos en actividades de análisis y diseño, se puede clasificar las metodologías en dos grupos: *Metodologías Estructuradas* y *Metodologías Orientadas a Objetos*. Paralelamente, considerando su filosofía de desarrollo, aquellas metodologías con mayor énfasis en la planificación y control del proyecto, en especificación precisa de requisitos y modelado, reciben el apelativo de Metodologías Tradicionales (o también denominadas Metodologías Pesadas, o Peso Pesado). Otras metodologías, denominadas Metodologías Ágiles, están más orientadas a la generación de código con ciclos muy cortos de desarrollo, se dirigen a equipos de

---

<sup>42</sup> ingeniería del software *metodologías para desarrollo de software*

desarrollo pequeños, hacen especial hincapié en aspectos humanos asociados al trabajo en equipo e involucran activamente al cliente en el proceso<sup>43</sup>.

### ***Metodologías estructuradas.***

Los métodos estructurados comenzaron a desarrollarse a fines de los 70's con la Programación Estructurada, luego a mediados de los 70's aparecieron técnicas para el Diseño (por ejemplo: el diagrama de Estructura) primero y posteriormente para el Análisis (por ejemplo: Diagramas de Flujo de Datos). Estas metodologías son particularmente apropiadas en proyectos que utilizan para la implementación lenguajes de 3ra y 4ta generación.

Hay ejemplos de metodologías estructuradas de ámbito gubernamental tales como MERISE (Francia), MÉTRICA (España), SSADM (Reino Unido); también, hay ejemplos de propuestas de métodos estructurados en el ámbito académico: Gane & Sarson, Ward & Mellor, Yourdon & DeMarco e Information Engineering.

### ***Metodologías orientadas a objetos.***

Su historia va unida a la evolución de los lenguajes de programación orientada a objeto, los más representativos: a fines de los 60's SIMULA, a fines de los 70's Smalltalk-80, la primera versión de C++ por Bjarne Stroustrup en 1981 y actualmente Java o C# de Microsoft. A fines de los 80's comenzaron a consolidarse algunos métodos Orientadas a Objeto.

En 1995 Booch y Rumbaugh proponen el Método Unificado con la ambiciosa idea de conseguir una unificación de sus métodos y notaciones, que posteriormente se reorienta a un objetivo más modesto, para dar lugar al Unified Modeling Language (UML), la notación Orientada a Objetos más popular en la actualidad.

---

<sup>43</sup> *Íbid*

Algunas metodologías orientadas a objetos que utilizan la notación UML son: Rational Unified Process (RUP), OPEN, MÉTRICA (que también soporta la notación estructurada).

### ***Metodologías tradicionales.***

Las metodologías no ágiles son aquellas que están guiadas por una fuerte planificación durante todo el proceso de desarrollo; llamadas también metodologías tradicionales o clásicas, donde se realiza una intensa etapa de análisis y diseño antes de la construcción del sistema.

Entre las metodologías ágiles identificadas son: Extreme Programming, Scrum, Familia de Metodologías Crystal, Feature Driven Development, Proceso Unificado Rational, Dynamic Systems Development Method, Adaptive Software Development, Open Source Software Development

Un proceso es ágil cuando el desarrollo de software es incremental (entregas pequeñas de software, con ciclos rápidos), cooperativo (cliente y desarrolladores trabajan juntos constantemente con una cercana comunicación), sencillo (el método en sí mismo es fácil de aprender y modificar, bien documentado), y adaptable (permite realizar cambios de último momento).

Para desarrollo de software existen metodologías como Rational Unified Process (RUP), Extreme Programming (XP), SCRUM.

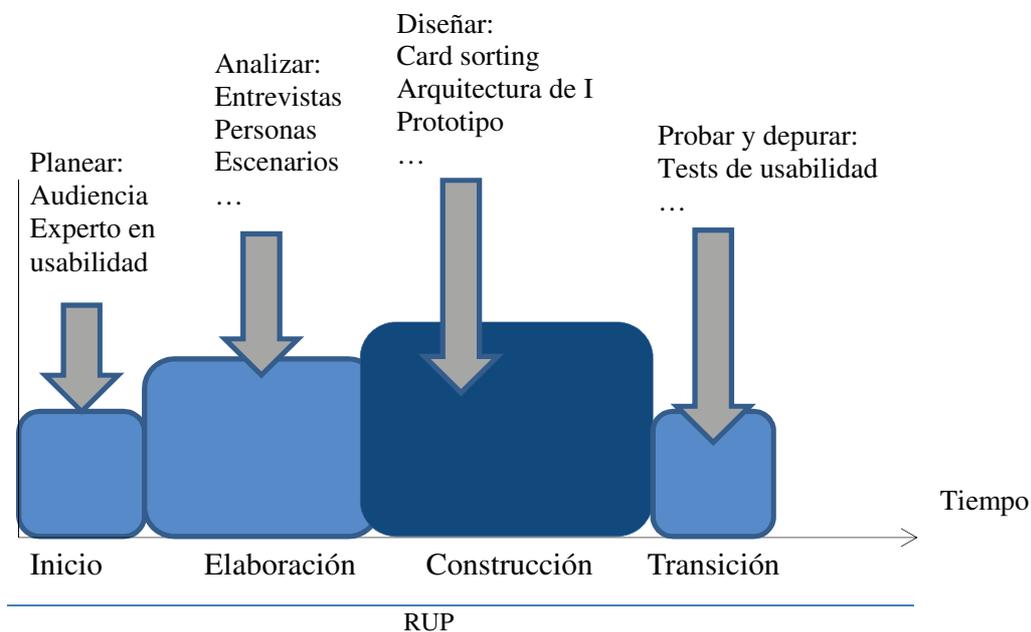
### ***Metodología Rup (Rational Unified Process).***

Es una metodología cuyo fin es entregar un producto de software. Se estructura todos los procesos y se mide la eficiencia de la organización. Utiliza el lenguaje unificado de modelado UML, constituye la técnica estándar más utilizada para el análisis, implementación y documentación de sistemas orientados a objetos.

El RUP es un conjunto de metodologías adaptables al contexto y necesidades de cada organización dado que describe cómo aplicar enfoques para el desarrollo del software, llevando a cabo unos pasos para su realización. Sus principales características son:

- Forma disciplinada de asignar tareas y responsabilidades (quién hace qué, cuándo y cómo)
- Pretende implementar las mejores prácticas en Ingeniería de Software
- Desarrollo iterativo
- Administración de requisitos
- Uso de arquitectura basada en componentes
- Control de cambios
- Modelado visual del software
- Verificación de la calidad del software

El RUP es un producto de Rational (IBM). Se caracteriza por ser iterativo e incremental, estar centrado en la arquitectura y guiado por los casos de uso. Incluye artefactos (que son los productos tangibles del proceso como por ejemplo, el modelo de casos de uso, el código fuente, etc.) y roles (papel que desempeña una persona en un determinado momento, una persona puede desempeñar distintos roles a lo largo del proceso).

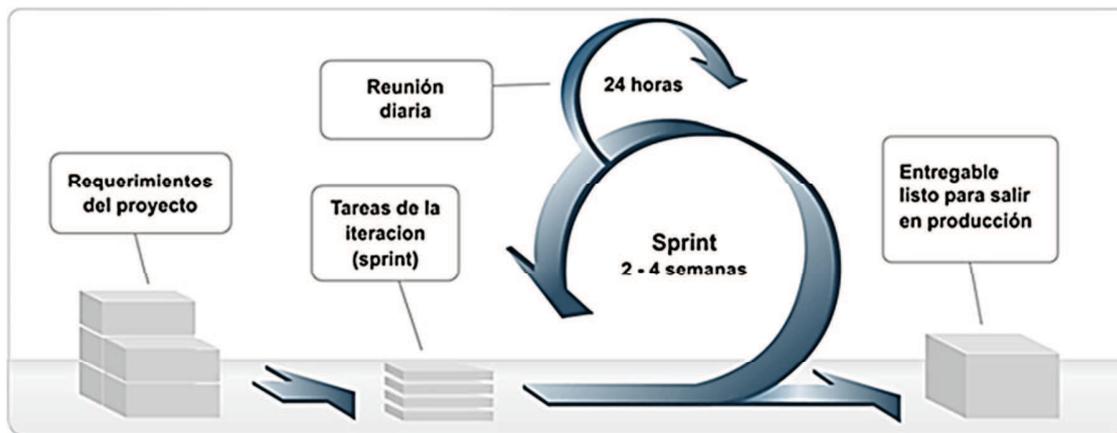
Figura 30 Explicación gráfica de la metodología RUP.<sup>44</sup>

### ***Metodología Scrum.***

Scrum es una metodología ágil de desarrollo, aunque surgió como modelo para el desarrollo de productos tecnológicos, también se emplea en entornos que trabajan con requisitos inestables y que requieren rapidez y flexibilidad; situaciones frecuentes en el desarrollo de determinados sistemas de software.

Asimismo Scrum es un framework o conjunto de herramientas, para la gestión y desarrollo de software basada en un proceso iterativo e incremental utilizado comúnmente en entornos basados en el desarrollo ágil de software.

<sup>44</sup> Fuente <http://fundamentosdeingenieriadeframework.blogspot.com/>

Figura 31 Explicación gráfica de la metodología Scrum.<sup>45</sup>

### *Metodología Extreme Programming (Xp).*

Al principio de pruebas: se tiene que establecer un período de pruebas de aceptación del programa (llamado también período de caja negra) donde se definirán las entradas al sistema y los resultados esperados de estas entradas. Es muy recomendable características del software. En lugar de crear builds (o versiones) estables de acuerdo a un cronograma establecido, los equipos de programadores XP pueden reunir su código y reconstruir el sistema varias veces al día (Anca Cisneros & Borda Navedos, 2013).

### **Teorías.**

Dentro del presente marco se presentaran algunas teorías sobre la cultura y el comercio internacional esto con el fin de tener un panorama acerca de cómo se trata el tema y que autores se han centrado en estos estudios. Se tomará como referente o se trabajara sobre una de estas para seguir en el desarrollo de la investigación, teniendo un lineamiento por el cual regirse.

Se iniciara por hablar sobre la teoría de:

<sup>45</sup> Fuente <http://www.reserv.com.ar/metodologia.php>

***Evolucionismo.***

Esta teoría es defendida por Lewis Morgan. Se preocupa por la caracterización del venir humano y precisar las causas por las cuales se atraviesa de una etapa a otra, considerando que todas las naciones han pasado por la misma secuencia de estadios de desarrollo, Lewis plantea un esquema de 7 escenarios por los que han debido de pasar las sociedades civilizadas, son los siguientes:

1. Salvajismo inferior: recolección de frutos silvestres.
2. Salvajismo medio: captura de pescado, origen del lenguaje, uso del fuego.
3. Salvajismo superior: utilización del arco y la flecha.
4. Barbarie inferior: invención de la cerámica.
5. Barbarie media: domesticación de las plantas y animales, el viejo mundo; cultivo de regadío en el nuevo mundo.
6. Barbarie superior: utilización de armas e instrumentos de metal
7. Civilización: invención de la escritura.

Esta es la secuencia por las que las generaciones han venido pasando, Morgan basa su estudio en la evolución de la humanidad sobre los factores de tecnología, parentesco, el derecho de propiedad y el sistema político. Para Morgan el paso de un estadio a otro de la evolución se debe principalmente al proceso de invención de la tecnología., tiene varias características debido a que es un proceso acumulativo, que propone un cambio nuevo, ejemplo la metalúrgica no existiría, si no se hubiera inventado el fuego. Para el caso de parentesco, el derecho de propiedad y el sistema político, tienen cambio pero es una dinámica diferente, cambian mediante la sustitución y la recombinación de gérmenes primarios de pensamiento. (Ocampo, 1992)

Esta teoría muestra que las generaciones de las sociedades han venido sufriendo un cambio, en el cual todo el aspecto del ser humano cambia, como forma de pensar, costumbres, valores y estos así mismo hacen parte de la cultura.

### *Teoría de la ventaja comparativa.*

La teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo demuestra que el comercio mutuamente beneficioso es posible aun cuando solamente existen ventajas comparativas, el punto de partida para dar explicación, se basa en su teoría del valor. Según Ricardo, la regla que rige el valor relativo de los bienes al interior de un país, no es la misma que regula el valor relativo de los productos intercambiados entre dos o más países. Es el costo (del trabajo) relativo o comparativo de las mercancías en cada país, lo que determina el valor en los intercambios internacionales. Demuestra que a partir de la noción de costo comparativo se pueden definir los patrones de especialización, tomando en cuenta dos elementos: los costos laborales y de las relaciones de intercambio entre países. Además, la teoría ricardiana implica tres supuestos simplificadores:

- Inmovilidad relativa de factores
- Estática
- Estructura del mercado. (Ecuador, s.f.)

Esta teoría se basa en que los países deben hacer comercio y negociaciones entre ellos para poder tener una especialización en los productos que exportan y poder ofrecer un servicio de mejor calidad al país que recibe, es de acá que esta teoría muestra la necesidad de establecer relaciones entre las diferentes naciones y como del uso de sus recursos pueden sacar al máximo el provecho que estos les ofrecen.

### *Teoría de las 6 dimensiones de Geert Hofstede.*

Esta teoría se centra en hacer un estudio a las diferentes culturas de hoy en día, mostrando lo relevantes que son y cómo ejercen influencia el trabajo que se desarrolla en las diferentes naciones. Consiste en “proporcionar un marco de trabajo sistemático para evaluar las diferencias entre naciones y culturas”

El profesor Geert Hofstede se convirtió en el fundador de la investigación intercultural comparativo y es reconocido internacionalmente por haber desarrollado el primer modelo empírico de "dimensiones" de la cultura nacional, estableciendo así un nuevo paradigma para el cómputo de los elementos culturales en la economía internacional, la comunicación y la cooperación.

Las dimensiones que estudia esta teoría son el

1. Poder de la distancia, en esta variable se explica que tanto se aceptan las diferencias entre las sociedades presentadas dentro del mismo país, pues de antemano se sabe que todos los miembros pertenecientes a un país presentan diferencias y es la actitud frente a las desigualdades entre los individuos. La distancia de poder se define como el grado en que los miembros menos poderosos de las instituciones y organizaciones de un país esperan y aceptan el poder que está distribuido de manera desigual.

2. Individualismo que puede mostrar una nación, explicando el grado de interdependencia presentado entre los miembros de un país, definiéndose entre sí como yo o nosotros. Si el grado de individualismo es alto se presenta una sociedad individualista donde solo cuidan de sí mismos y de sus familiares, o por el contrario el porcentaje es bajo indica que la sociedad es colectivista, que le gusta estar en grupos.

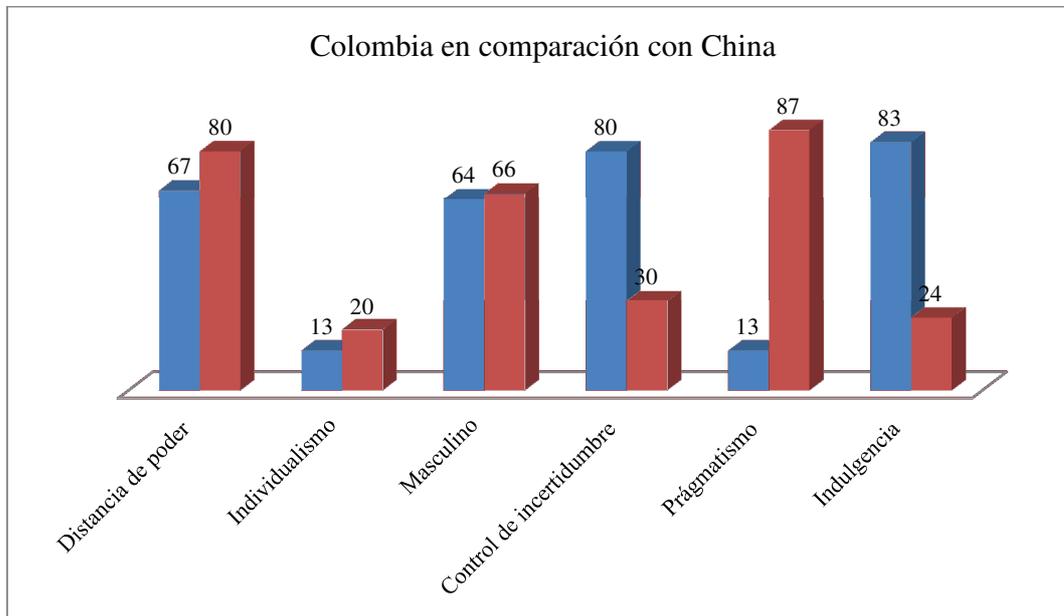
3. Masculinidad / feminidad, cuando se da una puntuación alta (masculino) en esta dimensión indica que la sociedad se verá impulsada por la competencia, el logro y el éxito,

con un éxito que se define por el ganador / mejor en el campo - un sistema de valores que comienza en la escuela y continúa a través de la conducta organizacional. Cuando la puntuación es baja (femenina) en la dimensión, significa que los valores dominantes en la sociedad están cuidando a los demás y la calidad de vida. Una sociedad femenina es aquella en la calidad de vida es el signo de éxito y sobresalir de la multitud no es admirable. La cuestión fundamental aquí es lo que motiva a la gente, con ganas de ser el mejor (masculino) o querer lo que uno hace (femenino).

4. Control de la incertidumbre, esta dimensión tiene que ver con la forma en que una sociedad trata el hecho de que el futuro nunca se puede saber: ¿hay que tratar de controlar el futuro o simplemente dejar que suceda? Es el grado en que los miembros de la cultura se sienten amenazados por situaciones ambiguas o desconocidas y han creado las creencias e instituciones que tratan de evitar o tomar riesgos.

5. Pragmatismo Vs indulgencia, es la planeación de vida que presenta la sociedad sea corto plazo, que esperan resultados en menos tiempo o muy corto, En las sociedades con una orientación pragmática la mayoría de la gente no tiene la necesidad de explicarlo todo, ya que creen que es imposible comprender plenamente la complejidad de la vida. El desafío no es saber la verdad, sino para vivir una vida virtuosa. o por el contrario sus planeaciones las hacen a largo plazo. (Hofstede, s.f.)

A continuación se presentara la gráfica donde estará Colombia y China para el análisis de las seis dimensiones y así tener un panorama de las diferencias y similitudes que presenta cada nación. Para esta teoría se tomara a Colombia y china para analizar las diferencias y el comportamiento que tiene cada uno.

Figura 32 Colombia vs China<sup>46</sup>

Como se puede observar en la gráfica tanto China como Colombia tienen similitudes que están muy afines y que se presentan por el mismo rango de porcentaje en las primeras 3 dimensiones, en las últimas tres se presenta una diferencia muy significativa, que se debe tener en cuenta a la hora de establecer negociaciones Colombia – China.

A continuación se presentará un cuadro comparativo entre los dos países.

<sup>46</sup> Esta figura ha sido tomada de la fuente: *la página web the Hofstede center* por the Hofstede center

Tabla 8 Comparativo Colombia – China <sup>47</sup>

Colombia	China	Semejanzas vs Diferencias
Tiene un 67% en la dimensión de distancia del poder, este porcentaje muestra que es una sociedad que acepta las desigualdades entre las personas y se da en todas las capas de la sociedad.	Esta puntuación muestra un 80% de aceptación de las desigualdades entre las personas. La relación de subordinados y superiores tiende a polarizarse y no hay defensa contra el abuso de poder por parte de los superiores. Las personas se ven influidas por la autoridad formal y las sanciones. Se cree que la gente no debería tener aspiraciones más allá a su rango	Esta dimensión refleja que tanto Colombia y China tiene una aceptación alta a la distancia del poder, lo que lleva a que sean sociedades altamente polarizadas y que no se haga nada para cambiar la situación, aunque es interesante notar que China siendo un país más grande y desarrollado presente una puntuación más alta que Colombia.
El 13% que saca Colombia en esta dimensión muestra que es una sociedad poco individualista y muy colectivista, en donde pertenecer a un grupo interno (familia, amigos etc.) es importante y el individuo busca la aceptación o aprobación del grupo en muchos aspectos.	El 20% en esta dimensión refleja una cultura altamente colectivista donde la gente actúa en interés del grupo y no necesariamente de sí mismos. Mientras que las relaciones con los compañeros son cooperativas dentro del grupo, la tendencia es a ser frío e incluso hostiles con los grupos externos. Las relaciones personales prevalecen sobre la tarea y empresa	Las dos sociedades son colectivistas pero la diferencia se da en que los colombianos buscan la aceptación de un grupo y tratan de sentirse cómodos dentro de uno (status), mientras que los chinos trabajan y actúan en interés del grupo
El 64% refleja una sociedad altamente masculina, son competitivos, sin embargo son colectivistas y no individualistas. Esto significa que la competencia se dirige a miembros de otros grupos (o clases sociales), no hacia aquellos que son percibidos como miembros de su propio grupo interno.	66% esta sociedad está orientada y dirigida hacia el éxito, siendo muy masculina, es a tal punto que muchos chinos sacrifican sus prioridades familiares y de ocio, para dedicarse al trabajo	Los dos países son de tendencia masculina es decir hay son sociedades muy competitivas y se busca el éxito como fin máximo, pero al mismo tiempo se maneja una dependencia de otros que hace que los individuos no compitan solo por el éxito individual sino también por el éxito del grupo al que pertenecen.

<sup>47</sup> Realizado por los autores.

Colombia	China	Semejanzas vs Diferencias
80% Este valor refleja a una sociedad que trata de evitar al máximo la incertidumbre y buscan mecanismos para evitar la ambigüedad.	Tienen un 30% en aceptación de la incertidumbre es decir los chinos se sienten cómodos con la ambigüedad, son adaptables y emprendedores.	En esta dimensión se observa una de las mayores diferencias entre Colombia y China debido a que mientras los primeros buscan evitar la ambigüedad e ir a paso seguro, los segundos se arriesgan y aun cuando no sepan cómo va a ser el resultado se arriesgan por un proyecto o trabajo.
13% Presentan un gran respeto por las tradiciones, una propensión relativamente pequeña para ahorrar para el futuro, y un enfoque en el logro de resultados rápidos.	87% Es una cultura muy pragmática, la gente cree que la verdad depende de la situación, el contexto y el tiempo. Hay una fuerte propensión a ahorrar e invertir, son perseverantes en la consecución de resultados.	Lo que busca analizar esta dimensión es como una sociedad mantiene vínculos con su pasado pero al mismo tiempo que actitud tiene hacia el futuro, aquí también se puede observar otra gran diferencia entre estos dos países, mientras que Colombia busca establecer verdades absolutas, respetar las tradiciones y resultados de corto plazo; China tiende al relativismo, ahorrar mucho y tienen planes de largo plazo.
El 83% significa que los colombianos poseen una actitud positiva y tiene una tendencia hacia el optimismo, además ponen en un mayor grado de importancia en el tiempo de ocio, actuar como les plazca y gastan dinero como deseen.	24% en indulgencia, significa que los chinos tienen tendencia al cinismo y al pesimismo, existe la percepción que sus acciones se ven limitadas por las normas sociales sienten que entregarse a sí mismos no es correcto	Otra diferencia que hay entre China y Colombia es que, los chinos controlan más sus impulsos con respecto a divertirse y tienden a ser pesimistas, mientras que los colombianos reprimen poco sus impulsos y son positivistas, dándole mucha importancia al tiempo de ocio y diversión.

Esta teoría nos muestra el comportamiento que tienen los individuos de un país y como estos influyen a la hora de establecer negociaciones, es de ahí la importancia comprender el efecto de la cultura.

**Base del Proyecto.**

Esta investigación es descriptiva, documental, relacional no concluyente, dado que tendrá como foco la indagación de la estructura y el comportamiento de las variables principales en la elaboración de un prototipo de simulador para negocios internacionales donde tomará parte fundamental la técnica de árbol de decisiones y la metodología para el desarrollo de programas, priorizando la interacción que tendrá el usuario del simulador con los diferentes escenarios de intercambio comercial y negocios internacionales entre Colombia y China, lo que permitirá ampliar y sustentar sus conocimientos, acciones a ejecutar y consecuencias de estas.

**Marco institucional**

El proyecto consta de varias etapas, la primera consiste en buscar y analizar las variables determinantes en la negociación, la segunda etapa es el modelo que será la base para la continuidad del proyecto a futuro, esta segunda etapa beneficia a la UNAC, porque permitirá tener una base más sólida sobre las negociaciones Colombia-China, además el objetivo es que se dé continuidad al proyecto por medio de otra carrera como ingeniería de sistemas, quienes estarán capacitados para el desarrollo del software y montar la aplicación para comprobar los procesos del software y este producto final es el que permitirá que los usuarios adquieran conocimiento práctico, ampliando el panorama de cómo realizar una negociación con otro país, en este caso con China y tal vez si las pruebas pilotos demuestran resultados positivos en los estudiantes y empresarios, poder ampliar la aplicación para que se estudien otros países de interés.

**Marco legal**

Las exportaciones realizadas en el territorio aduanero nacional se rigen por el Estatuto Aduanero Colombiano (Decreto 2685 de 1999 y Resolución DIAN 4240 de 2000) en el cual se

enmarca las disposiciones legales aduaneras para los trámites y operaciones portuarias. Sumado a esto, a continuación se presenta una breve reseña de las principales normas establecidas por el Gobierno Nacional para la comercialización a nivel internacional de bienes en Colombia, a modo general, de acuerdo al tipo de producto.

El INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos), en su página tiene las normas y regulaciones para el comercio o intercambio de bienes que requieran su visto bueno tales como: alimentos, bienes de higiene doméstica y absorbentes de higiene personal, bancos de sangre y componentes, banco de tejidos y médula ósea, bebidas alcohólicas, unidades de medicina biomedicina reproductiva, cosméticos, dispositivos médicos, medicamentos, medicamentos oficiales, visto previo bueno de importación, homeopáticos, plaguicidas de uso doméstico, productos Fito terapéuticos, productos suplementos dietarios, reactivos de diagnóstico INVITRO, proyectos normativos, conceptos y unificación de criterios.

El ICA (Instituto Colombiano Agropecuario) dentro de su normatividad está constituida por tres grupos; Normas nacionales (leyes, decretos, resoluciones, circulares, conpes), Normas ICA (resoluciones gerenciales seccionales, resoluciones, acuerdos), Normas internacionales dentro de esta última se encuentran las normas andinas (CAN), con decisiones y resoluciones; las normas de referencia internacional conformada por la OMC (Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio), OIE (Normas de la Organización Mundial de Sanidad Animal), ALIMENTARIUS.

MinCIT (Ministerio de comercio Industria y Turismo), rige con las siguientes normas y regulaciones que se deben cumplir para un intercambio internacional, estas son: Circulares conjuntas, Decretos, Proyectos, Jurisprudencia, Resoluciones, Leyes, Base de Datos y Normas SIG del MinCIT.

Para el territorio chino, según SPANISH.CHINA.ORG.CN (2014) la entidad que rige los asuntos de comercio es el Ministerio de Comercio y Cooperación Económica con el Exterior de la República Popular China.

En los Acuerdos comerciales, acuerdos para la promoción y protección recíproca de las inversiones y acuerdos de doble tributación suscritos o en negociación por Colombia se tiene el APPRI China entrada en vigencia en el 2012, ley aprobatoria Ley 1462 de 2011. El estado del tratado entró en vigor Sentencia de Constitucionalidad C-199 de 2012.

### **Capítulo Tres-Diseño Metodológico**

El presente capítulo pretende describir el procedimiento metodológico que se llevará a cabo en la investigación. Este está compuesto por siete apartados: (1) Diseño metodológico, (2) Tipo de Investigación, (3) Población y Muestra, (4) Instrumentos De Recolección de Datos (5) Procedimiento para la Obtención de la Información (6) Gráfica integradora con la caracterización de la metodología.

#### **Diseño Metodológico**

La presente investigación utiliza método deductivo, se pretende pasar de lo más general a lo particular para poder realizar un análisis de las variables claves que influyen en los procesos de negociación internacional Colombia - China. Por su parte, el proyecto apoyará la creación de las bases que permitan modelar, en un futuro, un simulador de negocios Colombia-China para que los usuarios puedan interactuar en una experiencia empresarial y académica.

Por otro lado, la investigación se basará en la orientación filosófica conocida como fenomenología *-phenomenology-* debido a que se enfoca en la experiencia de expertos según su perspectiva. Debido a lo anterior la investigación será de carácter cualitativo.

#### **Tipo de Investigación**

La presente investigación será exploratoria, descriptiva y no concluyente. Se escoge este tipo de investigación ya que se pretende caracterizar un fenómeno o situación concreta, en este caso, la definición de las variables que son relevantes en los procesos de negociación Colombia-China e indicar sus rasgos, interdependencia y grado de importancia. De esta manera, los resultados permitirán, en futuras investigaciones, diseñar y modelar un simulador de negocios realizados entre los dos mercados seleccionados.

La investigación buscará conocer en qué consisten las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de las culturas colombiana y china, los procesos de negociación y comercialización internacional a través de la descripción de las actividades, objetos, procesos y personas.

La investigación por lo tanto, no se limitará a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre las variables seleccionadas para el simulador.

Para lograr lo anteriormente expuesto, se elegirán temas y fuentes apropiados para la investigación, así mismo se seleccionarán técnicas para la recolección de datos y poder hacer una descripción final de categorías que se adecuen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas de las variables de negociación internacional Colombia-China detectadas; generando como producto parcial una caracterización detallada y relacionada con el entorno de estas variables.

Además, se elaborarán matrices para comparar la caracterización de los mercados con las variables seleccionadas, las cuales luego se priorizarán y analizarán para concluir con el cumplimiento del objetivo general de la investigación.

### **Población y Muestra**

Para resolver la pregunta de investigación: ¿Cuáles son las variables y aspectos requeridos para diseñar un modelo de simulador, para las negociaciones Colombia-China? Se utilizará recolección de información primaria a través de expertos y recolección de información secundaria basada en teorías que apliquen al estudio.

### **Procedimiento para la Obtención de la Información**

Es importante resaltar que aunque las variables serán descritas de manera cualitativa, se analizarán valoraciones de carácter cuantitativo en diversas ocasiones, especialmente en el momento de realizar cruce de variables, para ello se van a usar unas herramientas de prospectiva que permiten extraer la información necesaria, estas herramientas serán explicadas en el instrumento de recolección de datos.

Las perspectivas de los expertos se valoraron y cruzaron con los informes recolectados sobre el comportamiento de variables y los estudios del entorno previamente realizados a través de fuentes secundarias. Es importante aclarar que la presente investigación no se enfocará en el positivismo lógico y no se establecerá hipótesis a probar. En contraposición, se enfocará en determinar las variables de negociación internacional que tiene impacto en los procesos comerciales entre Colombia y China, y no en la cantidad encontrada de la misma.

### **Instrumentos de Recolección de Datos**

Los métodos utilizados para el Endurecimiento de Datos (uso de expertos), fueron, lograr un primer acercamiento por medio de una entrevista semi estructurada, que se aplicó a expertos y a empresarios que exportan e importan desde China, estas entrevistas permitieron identificar cuáles son las variables de mayor influencia, luego de identificarlas, se organizaron en forma de Ábaco de Regnier la cual es una herramienta que desde la perspectiva de Godet & Durance, (2011) permite reducir la incertidumbre y en cierto modo confrontar las opiniones de expertos y empresarios, de una forma sencilla pues lo único que ellos hicieron fue elegir según una escala de colores (verde, amarillo y rojo) la importancia o influencia de esa variable en una negociación Colombia – China y por último se aplicó el MIC MAC que también es una herramienta de prospectiva y permite ver la relación que tienen las variables entre sí.

### Gráfica Integradora con la Caracterización de la Metodología

En la Figura 33 se puede observar cada uno de los pasos de la metodología, reflejando el procedimiento a realizar para la investigación, lo primero que se define es un marco general dado por el método deductivo, teniendo en cuenta la orientación filosófica fenomenología, que se basa en la experiencia de los expertos, siendo una investigación cualitativa, de enfoque descriptivo y relacional no concluyente y usando fuentes primarias y secundarias para recolectar la información.

Figura 33 Caracterización metodológica<sup>48</sup>



<sup>48</sup> Realizado por los autores

En este capítulo se habló sobre la metodología a usar para el desarrollo de la investigación, el cual se compone de 7 apartados, que son el diseño metodológico, el Tipo de Investigación, la Población y Muestra a la que está dirigida la investigación, los Instrumentos De Recolección de Datos, medio por el cual se obtendrá la información necesaria y relevante, el Procedimiento para la Obtención de la Información y por último la gráfica integradora con la caracterización de la metodología, donde se muestra el desglose metodológico.

En este capítulo se planteó el problema de la investigación y los objetivos a alcanzar, también se justificó la pertinencia y delimitaciones del proyecto, más adelante se identificó a las personas e instituciones que se van a impactar y se mostró el presupuesto y cronograma que se desarrollará en los meses siguientes, mostrando así el avance logrado hasta el momento.

## **Capítulo Cuatro-Definición de las Variables que son Relevantes en los Procesos de Negociación Colombia – China**

En el presente capítulo se presentarán los hallazgos y las variables de negociación encontradas por los investigadores y el modo en que fueron validadas ante los expertos, pues son ellos los que tienen la experiencia en el tema, también se hablará sobre la herramienta de prospectiva que permitió hallar las variables relevantes de la negociación Colombia-China, y el instrumento usado para la primera recolección de datos.

Este capítulo se compone de seis ítems específicos, el primero es un análisis exploratorio y descriptivo de la negociación internacional siendo este punto el marco general del desarrollo del tema, luego de entender el marco internacional de la negociación se hace necesario elegir los factores de mayor influencia en el caso Colombia – China, estos factores se componen de variables, las cuales se deben priorizar y analizar para poder hacer una correcta elección y con esta decisión tomada, se podrá proceder a exponer los hallazgos de la investigación. El sexto ítem es reunirse con el experto en sistemas para verificar la organización y pertinencia de la información.

### **Análisis Exploratorio y Descriptivo de las Variables que se tienen en cuenta en una Negociación Internacional**

El análisis exploratorio permite establecer el contexto de lo que ha de venir, da el marco general de la negociación internacional, mientras que el análisis descriptivo, especifica los puntos claves de las negociaciones entre colombianos y chinos, dando las características distintivas de estas.

La metodología de la investigación es deductiva, esto quiere decir que parte de lo general a lo particular, por ello el marco inicial del presente capítulo es definir la negociación internacional,

la cual se puede entender como la acción de lograr que dos o mas partes de diferentes nacionalidades se pongan de acuerdo sobre alguna transacción comercial, este acuerdo se puede dar tanto para comercializar productos, como para comercializar servicios.

El consultorio de comercio internacional de la Universidad ICESI ( 2008) menciona algunos puntos importantes que se deben tener en cuenta al momento de hacer una negociación internacional, los cuales son: primero entender que el marco legal de cada país es diferente y para lograr negociar en igualdad de términos se hace necesario recurrir a entes internacionales que tengan regulaciones específicas, el segundo punto clave es identificar las diferencias de los entornos económicos, no es lo mismo negociar con países iguales o en vía de desarrollo a negociar con países desarrollados, pues este aspecto ya marca una ventaja comparativa que le dá mayor poder de negociación a una parte y pone en desventaja a la otra, y por último el entorno comercial, que afecta tres puntos clave: toma de contacto, adaptación de la propuesta y el margen de negociación, sin olvidar que es necesario tener un enfoque ganar – ganar. (párr.5).

Toda negociación sin importar en que ámbito se dé, tiene tres etapas las cuales son: prenegociación, negociación y posnegociación, este trabajo esta enfocado en las primeras dos etapas, las cuales claramente se verán reflejadas en el prototipo del simulador y contendrá los aspectos mencionados por el consultorio de comercio internacional de la Universidad ICESI.

Aunque se definen tres etapas generales, en la negociación internacional se identifican seis etapas claves, dadas por el observatorio de ICEX, el cual es una entidad pública empresarial que busca promover la internacionalización de las empresas españolas y para ello utiliza diferentes mecanismos, entre ellos está la revista ICEX Panorama Internacional, en donde se encuentra un artículo del señor Olegario (2012), director de global marketing strategies quien define cada una de las etapas de la negociación internacional, las cuales se van a explicar a continuación:

Lo primero que se debe realizar es la toma de contacto, pues en esta etapa se debe identificar a la empresa y a la persona a quien se le va a hacer la propuesta, es importante que la persona que se elija tenga poder de decisión, en el caso de China se recomienda que sea el dueño de la empresa, pues no todas las organizaciones son lo suficientemente estructuradas como para identificar un departamento que se encargue de este tipo de negociaciones, esta etapa concluye cuando se logra una entrevista.

La siguiente etapa la cual es la preparación, aquí se debe definir los objetivos que se desean alcanzar, los que en casos normales se pueden alcanzar y los mínimos, que si no se logran indican que lo mejor es terminar la negociación.

La tercer etapa es clave, pues en esta se realiza el primer encuentro, aquí se deben identificar las necesidades de la otra empresa, sin entrar en compromisos y dando una buen impresión pues la persona que va a negociar está representando a toda una organización, también hay que entender el contexto del país y saber cuales son los atributos o ventajas competitivas que ellos más valoran (precio, calidad, forma de pago etc).

Después de conocerse los negociadores, se da el siguiente paso que es presentar la propuesta, está debe ser clara y fácil de llevar a cabo, para evitar confusiones, al principio es mejor ser exigente sin olvidar el margen de negociación de cada país y la competencia directa en ese mercado.

Quinta etapa discusión es la más larga e intensa, la parte a quien se le presenta la propuesta plantea sus objeciones y a partir de allí se inicia el intercambio de posiciones, en las negociaciones con China es útil hacer un (*memorandums of understanding*) se recolecta un informe del avance de la negociación y los objetivos que se han logrado

La última etapa es la del cierre, aunque es un momento crítico se debe tener claro como se va hacer, es más importante saber el como que determinar el momento adecuado del cierre, pues

esto significa poner una presión extra en la negociación. En caso de no lograrse un acuerdo, no se debe ver el asunto como un fracaso, sino que se debe dejar la puerta abierta para otra oportunidad. En el caso de China este punto se debe tener muy en cuenta, pues ellos son de pensamiento a largo plazo, es decir si hoy la negociación no se cerró exitosamente puede ser que más adelante si se logra cerrar exitosamente, es allí la importancia del Guanxi, el cual será explicado más adelante.

Para terminar de entender las generalidades de la negociación internacional, no se debe olvidar que en la negociación internacional hay contextos inmediatos y ambientales, los primeros son los que están más cercanos a los negociadores y se pueden modificar (protocolos, el desarrollo de la negociación etc), y los segundos son los que se encuentran inmersos en el concepto de globalización y están lejos de ser controlados (Entornos económicos y comerciales, TLC, la fluctuación del dólar, el desarrollo económico de las naciones etc).

En el caso de las negociaciones Colombia – China, los elementos mencionados para una negociación internacional se dan, pero no se debe olvidar que la forma de negociar varía según la cultura y la filosofía de cada país, esto se comprueba por medio de un estudio realizado por el Ph.D Enrique Ogliastri (2010), quien fue profesor e investigador de la Universidad de los Andes y escribió un libro titulado: “¿Cómo negocian los colombianos?” en donde concluye que los colombianos personalizan demasiado las negociaciones, piensan a corto plazo, hay una marcada jerarquía y desigualdad ( lo que conlleva a que se tenga que acudir al amigo del amigo o lo comúnmente llamado “rosca” y a querer ganarse a la persona de mayor influencia o poder), también se llega a no cumplir con lo acordado porque son muy arriesgados, no existe un orden y preparación adecuados para la negociación, el regateo se usa excesivamente y existe la cultura del vivo, en donde no se busca un ganar – ganar, a grande rasgos está es la forma de negociar del colombiano en cualquier situación.

Por su parte los chinos, se comportarán según la situación, en otras palabras si ellos son los que van a vender y los colombianos u otros los que van a comprar (importar), ellos harán todo lo posible para que la negociación sea fácil, buscarán un traductor que hable español o inglés según el caso, romanizarán su nombre para que sea más fácil de recordar y no escatimarán esfuerzos para lograr venderle algo. Los chinos también regatean pero lo hacen desde una perspectiva diferente, pues no bajan solo precio sino que también disminuyen calidad.

El profesor McBride Quiroz (2014) de ESAN, señala que si por el contrario se desea exportar a China lo mejor es negociar cara a cara, en algunas ocasiones las empresas chinas crean paginas de internet muy buenas, pero al ir a visitar las fabricas no son exactamente lo que se mostraba, el traductor en esta ocasión si debe correr por cuenta del vendedor o exportador, toda la documentación debe estar en mandarín, se debe intercambiar tarjetas de presentación personal que estén traducidas al mandarín, llevar regalos que no sean tan ostentosos y tomarse fotos con ellos.

Las primeras reuniones tienen como principal objetivo crear lazos de amistad y de confianza mutua (Guanxi), en estos encuentros es importante evitar los temas sobre política o religión, mostrar respeto por las personas mayores y evitar expresiones de cariño, como abrazos, palmadas etc. Los gestos también se deben minimizar pues ellos tienen en cuenta el contexto y procuran mostrar una actitud de humildad, pues esta cualidad se considera una virtud en su cultura.

Cuando se presente la propuesta se debe tener claros los objetivos y entender que ellos piensan a largo plazo, así que no se debe procurar un cierre a corto plazo. A los chinos les resulta difícil decir que no, por lo tanto tan pronto se perciban expresiones de dudas es mejor prepararse para un posible no.

Al entender la forma de negociar de los chinos y colombianos se puede deducir que las principales diferencias en los procesos de negociación, son: proyección o visión de corto y largo

plazo de la negociación, el idioma, la concepción de regateo (calidad –precio), en el caso colombiano se debe evitar mezclar lo personal con lo profesional y entender que el chino trata de crear relaciones de largo plazo, proporcionando espacios diferentes para hablar de negocios y de asuntos personales, la concepción de regalos y las formas de actuar, los chinos se comportan casi siempre de forma calmada y paciente, mientras que los colombianos quieren las cosas ya y desean ser ganadores en la negociación.

Si se tienen en cuenta estos detalles es probable que los procesos de negociación entre colombianos y chinos puedan llegar a mejores conclusiones.

### **Elección de Factores Influyentes en la Negociación Colombia – China**

Las diferencias que existen en la forma de negociar entre Colombianos y chinos, no queda en duda, es por ello que se deben identificar los factores de mayor influencia en este tipo de negociación, para que las probabilidades de éxito aumenten.

Los factores no tienen un gran peso por sí solos pues su valor se determina por la contribución que hagan a un todo o a un resultado, es por eso que en la negociación internacional y específicamente entre colombianos y chinos. No se debe olvidar que esta negociación está enfocada en ayudar a los colombianos a mejorar su proceso de negociación con China, es por eso que los factores o macro variable influyentes se eligieron desde esa perspectiva, y teniendo en cuenta los análisis realizados por instituciones especialistas en el tema, como los son la cámara colombo china y el instituto Asia – Pacífico, los factores influyentes son:

La Cultura: El diccionario de la Real Academia define la cultura como: “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc” este factor contribuye a la buena negociación porque es insuficiente saber que hay seis etapas en la negociación internacional, sino que se

hace necesario conocer las costumbres, valores, protocolos, gastronomía, religión-filosofía, historia, idioma, entre otros elementos que podrían percibirse como cultura general ejemplo, saber cual es la capital, las regiones, los principales puertos, las diferencias culturales que existen dentro del país.

Una forma clara, fácil y holística de comprender las culturas, es por medio de la teoría de Hofstede, quien toma seis dimensiones claves para el análisis. La primera dimensión es la distancia de poder y se refiere a que tan aceptable es un país las desigualdades sociales, China tiene una puntuación de 80 lo que muestra la aceptación de las desigualdades, son optimistas al creer que los que están en el poder tienen la capacidad y el liderazgo correcto y en terminos generales la gente no debería tener aspiraciones más allá de su rango.

En la dimensión colectivista vs individualista, China tiene una calificación de 20 mostrando que es una sociedad altamente colectivista en donde se actúa en interés de todos, pero el compromiso de los empleados para con las organizaciones son bajas, prevaleciendo las relaciones personales sobre la tarea y la empresa.

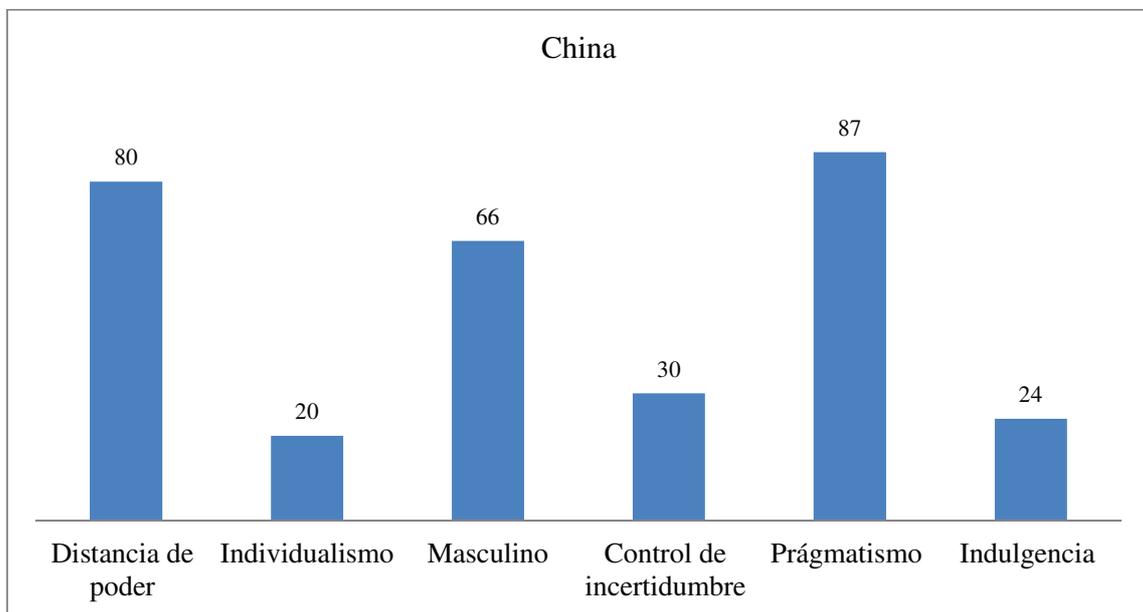
La segunda dimensión la de las sociedad masculinas vs femeninas, indica que tanta competitividad hay en la sociedad, en este caso de China la puntuación es del 66 lo que indica una sociedad masculina en donde se busca alcanzar el éxito, así sea sacrificando la familia o el tiempo libre. Se trabaja duramente para alcanzar el éxito, hasta los estudiantes se preocupan por sacar notas altas.

China tiene una nota de 30 en la dimensión de control de la incertidumbre, es decir ellos no están muy preocupados por tener el control de las cosas, se tiene el concepto de la verdad relativa y las leyes se pueden interpretar según la situación lo demande, a ellos no les disgusta la ambigüedad pues es algo común en su idioma, se adaptan fácilmente.

Los chinos son muy pragmáticos, es decir se tienen vínculos con el pasado para enfrentarse al presente y al futuro; así lo demuestra el 87 que obtuvieron en esta dimensión y que refleja la variabilidad de la verdad pues depende mucho de la situación, contexto y tiempo, en que se den las cosas, no tienen problemas para adaptarse, tienden al ahorro o la inversión y son perseverantes en el logro de resultados

La última dimensión es la de la indulgencia, se puede entender como el grado en que las personas pueden controlar sus impulsos y deseos, si tienen suficiente control son sociedades restringidas lo contrario es la indulgencia, el valor es de 24 osea una tendencia al cinismo y el pesimismo, no hay énfasis en el tiempo de ocio y gratificación, sienten que sus acciones se limitan por las normas sociales y se ve como algo equivocado entregar así mismo.

Figura 34 Dimensiones culturales de China según Hofstede.<sup>49</sup>



<sup>49</sup> Esta gráfica fue tomada del centro Hofstede, en una consulta realizada sobre el perfil cultural de china

Entonces China es una cultura de contrastes pero de costumbres milenarias, las cuales son importante conocer para no afectar una negociación.

Otro factor es el Desarrollo económico, el cual el Banco de la República lo define como “toda la producción que tenga como resultado mejorar el volumen de bienes y servicios”, en el caso internacional es bueno saber las diferencias económicas que existen entre los países, pues algunos tienen ventajas comparativas que posicionan un “ganador” antes de la negociación, en el caso de China es importante entender que ellos son una economía de Mercado, pero con un sistema político socialista, lo que los hace un país particular, el ingreso per cápita va en aumento, pues el gobierno esta incentivando el consumo interno, en este punto también se debe tener en cuenta la tasa cambiaría, el PIB, el desempleo, la inflación entre otras.

China es un país de contraste, sus áreas rurales tienen poco o nada que ver con sus metrópolis y en su Política también tiene sus particularidades, por eso es importante conocer sobre el Partido Comunista China, leyes, restricciones del gobierno en la vida diaria, estabilidad etc.

El último factor es el Desarrollo comercial y el suceso más importante en ese elemento es la unión de China a la OMC, la cual tiene estandarizadas ciertas acciones comerciales, lo que se debe saber aquí es: conocer la balanza comercial de estos dos países, identificar los sectores de mayor dinamismo y cuales se pueden explotar, conocer cuales son las regulaciones especiales existentes para realizar exportaciones e importaciones, informarse sobre las ferias de exportaciones e importaciones, tratados comerciales, demanda de productos, perfil del consumidor chino, perfil del consumidor colombiano, aranceles e IVA.

### **Priorización y Análisis de las Variables**

Dentro de los factores influyentes se encuentran variables que son relevantes y aplicables especialmente en la negociación con China y por eso en los párrafos que siguen se hará un desglose por factor y un análisis o explicación por variable.

1. Cultura, para priorizar las variables de este factor, se tomaron en cuenta varias fuentes secundarias, como libros, bases de datos y artículos, pero las variables que aparecen a continuación son de *Global Negotiator* una empresa que proporciona documentos (contratos, descripción de perfiles, guías, libros etc), que facilitan las negociaciones internacionales.

- 1.1 *Guanxi* (conexiones personales): Esta es una red que usan los chinos y está compuesta por familiares, compañeros de colegio o universidad, amigos, conocidos y compañeros de trabajo, en este país las personas dependen de su red de conexión, ya sea para resolver problemas o alcanzar objetivos. Este tipo de relaciones son esenciales, y con el tiempo pueden llegar a ser más estables y sólidas.

El *Guanxi* funciona en base a un principio de reciprocidad, lo que los chinos denominan *hui bao*. Cuando se hace un favor a alguien se espera que éste lo devuelva, aunque no de forma inmediata sino a lo largo de la relación personal. (Llamazares, s.f.)

Pr4

- 1.2 *Zhongjian Ren* (El Intermediario): Debido a las numerosas invasiones que han experimentado, los chinos son muy desconfiados y sospechan de todo lo que viene del exterior; es fundamental a la hora de realizar negocios, tener un intermediario para establecer relaciones con empresas Chinas.

“La elección de un buen intermediario - bien sea un chino con buenas conexiones (en el sector de actividad de la empresa) o bien un occidental que lleve años

establecido en China y tenga un buen *Guanxi* - es decisiva para tener éxito”.

(Llamazares, s.f.) (párr.5).

- 1.3 Shehui Dengji (Jerarquía): El respeto y la obediencia a los superiores son valores esenciales en la cultura china. Este elemento tiene tres implicaciones en la negociación en primer lugar, las empresas extranjeras debe enviar a China representantes del nivel apropiado al acuerdo que se quiere lograr; además, durante las negociaciones hay que mostrar un trato deferente, reconociendo su posición jerárquica a los principales ejecutivos de la empresa china; finalmente, hay que tener en cuenta que, durante las negociaciones, los ejecutivos de mayor rango nunca se enfrentan a la otra parte, ni entrar a discutir temas importantes. (Llamazares, s.f.)Pr 6
- 1.4 Renji Hexie (Armonía en las Relaciones): Para el logro de acuerdos las partes deben desarrollar relaciones personales basadas en el respeto, la amistad y los sentimientos positivos. Crear estas relaciones lleva tiempo y para ello, será necesario viajar varias veces al país y mantener numerosas reuniones. (Llamazares, s.f.)
- 1.5 Zhengti Guannian (Razonamiento Global): los chinos tienen un enfoque global de los temas a tratar y no negocian uno por uno de forma secuencial; es decir tratan todos los temas (precios, cantidades, condiciones de entrega, etc.) conjuntamente, de tal forma que el acuerdo que se logre tiene que ser global, no tema por tema.
- 1.6 Jiejian (Ahorro): De entre los grandes países, China es el que tiene una tasa de ahorro más elevada, por encima del 50% del PIB. Para conseguir estos ahorros recurren, tanto en la vida profesional como en la personal, a tácticas extremas de regateo: se muestran muy agresivos cuando negocian precios, llegando a dar precios extremadamente bajos y muy alejados de lo que realmente están dispuestos a aceptar, simplemente como táctica para debilitar a la otra parte. (Llamazares, s.f.)

1.7 Mianzi (Reputación o "perder la cara"): Algunas acciones que pueden hacer "perder la cara" a un negociador chino son: interrumpirle mientras está hablando, enfrentarse a él directamente o hacerle ver que está equivocado. Si durante las negociaciones se hace "perder la cara" delante de sus compañeros a algún miembro del equipo negociador chino éste reaccionará muy negativamente y será muy difícil llegar a un acuerdo ya que las decisiones se toman en grupo y él presionará para que fracase la negociación. (Llamazares, s.f.)

1.8 Chiku Nailao (Resistencia en el trabajo): en su cultura la capacidad y resistencia en el trabajo se valora más que el talento o la creatividad. Esta resistencia se refleja de distintas formas durante las negociaciones: en primer lugar, trabajan duro en la preparación, analizando todos los temas que se van a negociar; prefieren largas sesiones en las que las partes se intercambian muchas preguntas, en ocasiones, repetitivas; son muy pacientes durante la negociación y retrasan al máximo la toma de decisiones como técnica de presión; finalmente, nunca pierden la calma ya que se considera un signo de debilidad.

1.9 Lunlixue (Ética): Para entender el concepto de ética en China hay que recurrir a la filosofía de Confucio, una de cuyas máximas es que "la moralidad se basa en las circunstancias del momento y no en principios universales". Esta declaración abre la puerta a continuos cambios en las condiciones pactadas, que en la cultura occidental se consideran malas prácticas e incluso son causa para iniciar procedimientos judiciales, mientras que en China son perfectamente asumibles.

1.10 Idioma: El idioma chino consiste en signos (ideogramas) que significan palabras o conceptos, y no en una secuencia de letras como en los idiomas occidentales. (Llamazares, s.f.)

### 1.11 Protocolo y etiqueta:

1.11.1 Puntualidad: Los chinos suelen ser muy puntuales. Por su forma de ser y su cultura, llegar tarde puede expresar poca formalidad y poco compromiso.

1.11.2 Tarjetas de presentación: El acto de intercambiar tarjetas es lo primero que se hace antes de iniciar cualquier conversación. La tarjeta se entrega y se recibe siempre con las dos manos. Al recibirla, intenta mostrar interés en su contenido, y leerla detalladamente antes de guardarla.

1.11.3 Forma de vestir: debe ser conservadora, elegante y poco llamativa. (Toro, 2009) P. 157

1.11.4 Los banquetes: Los negocios están íntimamente ligados a las comidas, prefieren comidas exquisitas y exóticas. (Toro, 2009) P. 160

1.11.5 Regalos: Es adecuado llevar un regalo algo representativo de su ciudad o región de origen.

2. Desarrollo económico: Las variables fueron tomadas de un artículo que sale en la revista MAP, del centro de estudios Asia pacifico de EAFIT principalmente y del libro del señor Pablo Echavarría Toro, titulado “Aproximación a China”.

### 2.1 Aspectos generales del mercado chino:

2.1.1 Tiene una clase media que va en aumento, pues China está haciendo grandes esfuerzos para ser una sociedad de consumo y concentrarse en las industrias de valor agregado, este cambio de perspectiva obliga a que se mejoren los salarios, y se requiere más obra de mano calificada.

2.1.2 Mercado: El señor Palo Echavarría Toro (2009) lo describe así: “Existen entre las regiones del país, diferencias geográficas, históricas, culturales y económicas que hacen que cada una tenga su propia identidad, por lo tanto, las

políticas y programas de mercadeo en China deben ajustarse a cada región en particular” (p.148).

2.1.3 La competencia: Palo Echavarría Toro (2009) “La competencia se encuentra en las compañías extranjeras en China, es muy fuerte. Las grandes empresas quieren ubicarse en el país, el mercado en crecimiento más grande del mundo” (p. 148).

2.1.4 Indicadores macroeconómicos.

3. Aspecto Político Este factor hace parte de los contextos ambientales, en otras palabras está lejos de ser controlado o modificado por los negociadores, el gobierno promueve el desarrollo comercial y permite la propiedad privada, lo que hace que China sea casi como cualquier otra sociedad de mercado, pero con un sistema político complejo, que el negociador debería conocer.

Las variables o aspectos que son importantes en este factor son:

3.1 Partido comunista China: El partido está por encima del gobierno y fue el fundador de la república popular de China y promueve la democracia al interior del mismo. Es el encargado de tomar las decisiones políticas importantes y el gobierno es quien las administra y el partido cuenta con más de ochenta millones de miembros.

3.2 Gobierno: En China el medio se encuentra intensamente regulado, la influencia del gobierno en las actividades de los negocios es mucho mayor de lo que sucede en otros países. Por lo tanto es fundamental que las compañías extranjeras mantenga buenas relaciones con los funcionarios del gobierno a todos los niveles: Central, provincial y local

3.3 Regulación del medio: “El control por parte del gobierno es un aspecto fundamental de la sociedad China. Permisos y licencias se requieren para todo. Las normas cambian

continuamente y son interpretadas en forma diferente por los funcionarios provinciales y locales”. (Toro, 2009) P. 149

4. Desarrollo comercial este factor se puede definir como la implementación de acciones que ayuden a ciertos productos o servicios a posicionarse. Las variables que se deberían tener en cuenta son:

- 4.1 Balanza comercial: La cual en el caso de China tiene un superávit comercial de 184,55 mil millones de dólares, mientras que Colombia registra un déficit comercial de 0,73 mil millones de dólares, esto ya nos da un indicio de cuáles son los países que tienen una participación significativa en los mercados internacionales.

- 4.2 El perfil del consumidor chino en términos generales está cambiando, pues se está volviendo más exigente y busca alcanzar estatus al comprar cosas que sean de marcas reconocidas a nivel mundial, esto lleva a que aprecie en mayor medida lo auténtico, aunque como lo sugiere Proexport “Es importante analizar la región, tipo de ciudad, características culturales y niveles de ingreso del nicho objetivo”

- 4.3 Ferias de exportación e importación: Una de las mejores formas de promover un producto o de conseguir un buen proveedor en China, es por medio de las ferias, entre las que se destacan:

- 4.3.1 Feria Cantón: Tiene lugar cada año en la primavera y el otoño y más de 56 años de existencia, es actualmente un gran encuentro general de comercio internacional de China, está orientada principalmente al comercio de la importación y exportación. Sus formas de comercio son múltiples y flexibles. (Online, s.f.)

- 4.3.2 Feria en línea (Online): Se desarrollan las actividades económicas tales como las diversas formas del intercambio y la cooperación en la económica y la

técnica, la inspección de mercancías, los seguros, el transporte, la publicidad y la consulta, (Online, s.f.)

### **Elección de las Variables y Argumentación de la Elección**

La priorización se realizó con base en fuentes secundarias, pero para la elección preliminar se acudió a los empresarios que negocian con este país, para que desde su experiencia y conocimiento evaluaran cuáles son las variables que se ponen de manifiesto o que influyen en la negociación.

Para tener una idea general de cuantos empresarios colombianos tienen negociaciones con China, la Cámara Colombo China de Inversión y Comercio dio a los investigadores los siguientes datos, se tienen registros de 283 empresas que exportan a China, pero de este número la mayoría se ubican en los productos tradicionales o *commodities*, sectores que no poseen productos de valor agregados, estos últimos productos son más competitivos y con menor impacto ambiental, por eso esta investigación no se interesó en el segmento de los *commodities*, aunque es el que más dinero moviliza.

El resto de empresas exportadoras se ubican en diferentes sectores económicos y están geográficamente en las ciudades de: Bogotá, Bucaramanga, Buenaventura, Cartagena, Rio Hacha y Santa Marta; pero también, se registran exportaciones desde las aduanas de Barranquilla, Cali, Cúcuta y Medellín.

En la aduana de Medellín se registran las empresas de Haceb, Terpel, Industria Colombiana de Confecciones, Global Eco Renta, Calcetines Crystal, Colcafe, Chevron y CI Jeans, estas son las empresas que aparecen en la base de datos dada por la Cámara Colombo China de Inversión y Comercio. Pero lograr una entrevista con estas organizaciones fue un poco complicado, además

en el caso de Haceb, Calcetines Crystal e Industria Colombiana de Confecciones, ellos exportan temporalmente para perfeccionamiento o ensamblaje y luego poder importarlo.

Por las dificultades antes mencionadas, la mayoría de entrevistas semi estructuradas se aplicaron a los empresarios del sector importador. El anexo 1 es el formato de la entrevista que se aplicó y el anexo 2 son las tablas de los empresarios elegidos para realizarles la entrevista, como con todos no fue posible establecer un cita, pues algunos estaban fuera del país o las empresas no eran muy dadas a dar información sobre este tipo de negociación, al final aparece una tabla con los datos de las personas a las que finalmente se pudo entrevistar y están de acuerdo con que sus nombres aparezcan en esta tesis.

Hallazgo No 1: Lo primero que los empresarios destacaron fue, que hay variables que pesan más en la importación que en la exportación, tal como el señor Jaime Hernández ingeniero de producción de Haceb lo menciona, al afirmar que la cultura es importante pero es probable que si se va en calidad de cliente sea el chino el que ceda en ciertos asuntos de protocolo; sin embargo el señor Diego Yepes otro empresario y el señor Pablo Echavarría director del Instituto Confucio colombiano resalta que se debe tener en cuenta las diez primeras variables que se mencionaron (guanxi, Zhongjian Ren etc) y resalta el hecho de cómo se reciben y guardan las tarjetas de presentación pues este simple gesto si se hace de forma inadecuada puede molestar a la contraparte.

Hallazgo No 2.: En los aspectos económicos es necesario conocer la competencia sobre todo si se va a exportar, y aunque es una variable relevante no entrará en el simulador, pues es una variable subjetiva y varía de sector a sector. De este factor se eligió la variable de indicadores macroeconómicos, pues los empresarios expresaban que conocer las condiciones económicas del país es importante y puede dar un panorama general de la economía nacional.

En el ámbito político al ser un marco general y tan fuera del control se destaca que lo importante es relacionarse bien con los líderes del Estado, evitar hacer comentarios en contra del gobierno y tener una idea general de la política del país.

En el factor comercial se tendrá en cuenta aspectos generales del consumidor chino y se incluirá como variable lo relacionado con las ferias que se desarrollan.

Hallazgo No 3: Los cuatro factores en los que se pueden clasificar las variables son: el económico, el cultural, el político y el comercial, es posible que existan otras categorías y otras variables que no estén comprendidas en esta clasificación pero estas son las que se destacaron como relevantes.

Hallazgo No 4: Teniendo en cuenta las variables encontradas en las fuentes secundarias de información y las entrevistas realizadas (Anexos 1 y 2) y para la elección final de las variables de una manera fiable, se decidió aplicar la herramienta de prospectiva del semáforo o “Ábaco de François Régnier”, a los empresarios entrevistados.

Esta herramienta pretende por medio de colores (amarillo, rojo y verde) establecer cuáles son los factores más influyentes que se presentan a la hora de una negociación internacional con China. Dentro de este ejercicio se tomaron en cuenta los escenarios de exportación e importación.

En la figura 33 está la paleta de colores que facilitó la elección de las variables.

Figura 35 Propuesta de Ábaco de François Régnier<sup>50</sup>

	Variable muy importante
	Variable importante
	Más o menos importante
	Variable poco importante
	Nada sin importancia

La Tabla 9 que viene a continuación muestra las calificaciones dadas por los expertos y empresarios, las cuales permitirán elegir las variables que son determinantes en la negociación Colombia – China.

Tabla 9 Resultado de la calificación dada por los expertos y empresarios<sup>51</sup>.

<i>Guanxi</i> (Conexiones personales)								
<i>Zhongjian Ren</i> (El Intermediario)								
<i>Shehui Dengji</i> (Jerarquía):								
<i>Zhengti Guannian</i> (Razonamiento global)								
Puntualidad								
Tarjeta presentación								
Traje								
Banquetes								
Regalos								
Sector agrícola								
Mercado								
Partido comunista China								
Gobierno								
Regulaciones del Medio								
Feria Canton								
Renji Hexie (Armonía en las Relaciones)								
Jiejian (Ahorro)								
Mianzi (Reputación o "perder la cara")								

<sup>50</sup> Realizado por los autores, tomando como referente la Propuesta de Ábaco de François Régnier.

<sup>51</sup> Realizado por los expertos.

Chiku Nailao (Resistencia en el trabajo)	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Yellow	Red
Lunlixue (Ética)	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
Idioma	Green	Green	Red	Yellow	Red	Green	Green	Green
La competencia	Yellow	Red	Yellow	Yellow	Red	Green	Green	Red
Balanza comercial	Red	Red	Red	Yellow	Yellow	Red	Green	Yellow
Ferias en línea (Online)	Red	Red	Red	Yellow	Yellow	Yellow	Green	Green

Para que las probabilidades de éxito de los empresarios colombianos aumenten en las negociaciones con China, es necesario cumplir las seis etapas de la negociación que están establecidas en cualquier tipo de negociación internacional, pero como indica la tabla 9 se debe poner énfasis en el Guanxi, que como se explicó en el presente capítulo, es la facilidad de conseguir o hacer las relaciones correctas de largo plazo que le ayudarán a tener un aliado en las negociaciones, pero mientras el negociador afianza esas relaciones, se hace indispensable un intermediario que le ayude a hacer contactos y le sirva si es posible de traductor.

Los aspectos y variables que siguen en importancia es la jerarquía, enviar negociadores del mismo nivel de importancia y respetar a las personas de mayor rango durante la negociación y el razonamiento global, por eso es importante ir bien preparados pues ellos no negocian uno por uno los temas, sino que mezclan todos.

Es de mucha importancia tener tarjetas de presentación en inglés y mandarín, se deben saber entregar y recibir pues si ni siquiera se mira la tarjeta esto será mal visto, la puntualidad es otro aspecto de vital importancia, pues a ellos les disgusta la impuntualidad.

La forma en que se van vestidos, los banquetes, regalos, conocer el mercado, la política y el partido comunista, son variables de segundo nivel pero que se deben tener en cuenta pues no conocer aspectos generales en estas áreas puede llevar a mal entendidos o incluso problemas legales, una de las aclaraciones que realizaba el señor de Haceb es la importancia de valorar y

aceptar la cultura China, hay comportamientos que a los ojos del colombiano pueden resultar extraños, como el hecho de escupir en la calle o el de comer con la boca abierta, pero son comportamientos propios de la cultura.

La Feria de Canton es uno de los eventos empresariales más importante de China, se realiza dos veces al año y dura casi un mes, cada sesión se divide en tres periodos, en los cuales se rota a los expositores, permitiendo que una cantidad mayor de empresas pueden participar, es por esta razón que la Feria de Canton se considera una variable importante pues este evento busca incentivar la importación y la exportación de China.

La barrera del idioma es un aspecto importante a la hora de negociar, por eso los empresarios de Colombia necesitan tener como mínimo un buen nivel de inglés y entender, conocer algo del chino Mandarín, esto es con el fin de tener una comunicación asertiva, pues ninguna de las dos partes está negociando en su idioma materno y este hecho puede generar ruido en el proceso de negociación, otra razón importante para aprender este idioma es que la papelería se debe diligenciar en mandarín.

Se deben quitar los prejuicios que existen, como que las mujeres no pueden estar en los negocios, o solo los hombre mayores son los que se encargan de los asuntos empresariales, también se debe entender que las negociaciones son a largo plazo y al principio se requerirá de una gran inversión pero si se negocia desde un gana- gana y de una manera ética, se podrán ver los resultados más pronto de lo esperado.

El ahorro, la reputación y la resistencia en el trabajo son variables de poca importancia según los entrevistados, la competencia es importante estudiarla en el caso de hacer una exportación,

pero si se va a importar lo más recomendable es visitar las fábricas proveedoras, conocer la balanza comercial y las ferias online, son otras variables poco relevantes.

Hallazgo No 5: Los productos chinos no deben ser sinónimo de productos malos, sino que a veces por llevar el regateo a términos extremos, se termina pidiendo productos de baja calidad, pues al bajar el precio, también se está bajando la calidad, por eso se hace necesario que antes de firmar un acuerdo con un proveedor, el importador debe visitar varias empresas pues habrá organizaciones con buenas instalaciones y precios justos, como habrá otras con infraestructura defectuosa o poco adecuada y precios inflados.

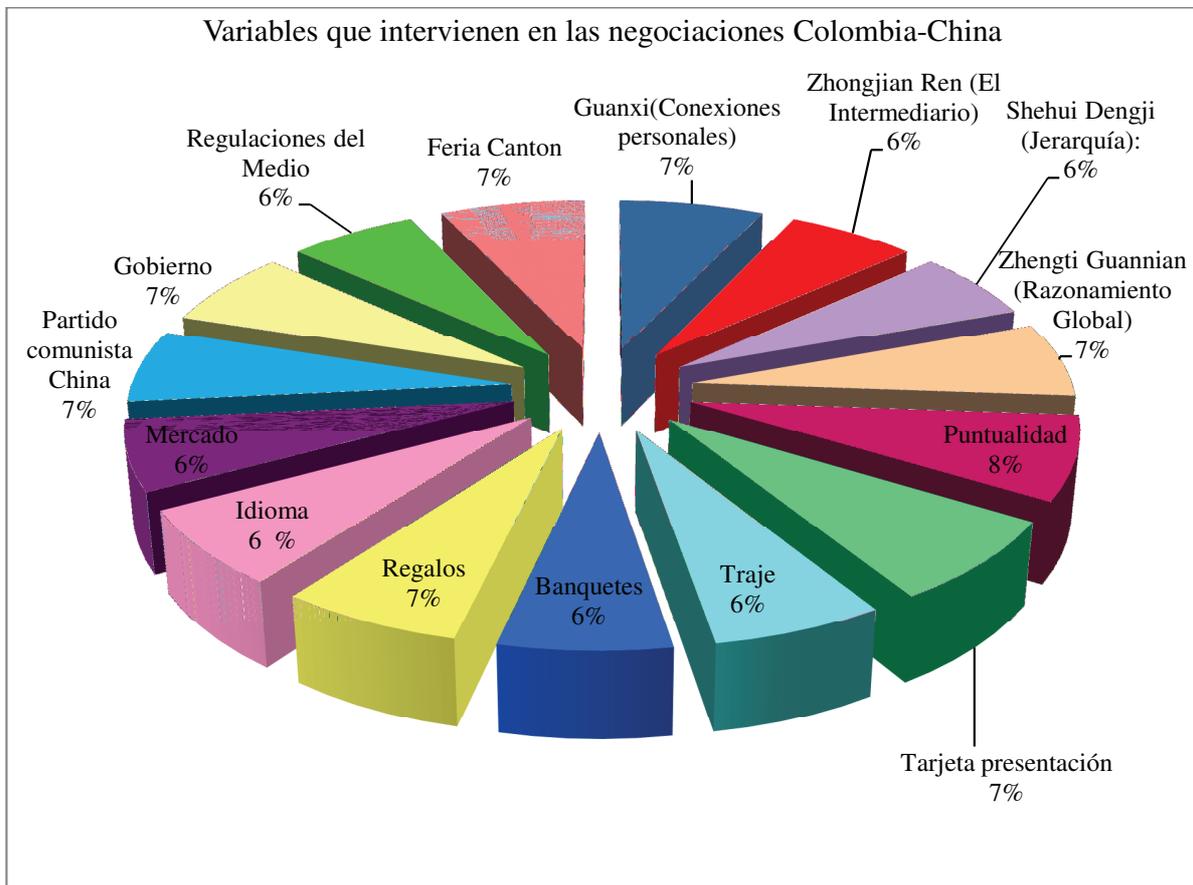
Hallazgo No 6: Para el chino es de mucha importancia realizar su trabajo bien y le da mayor prioridad a este hecho antes que a la creatividad y la innovación, por eso los índices de innovación de China no son tan altos, a comparación de otros países emergente o desarrollados, y esta es una de las razones por la que China se convirtió en la fábrica del mundo, pero en los últimos años se ha estado tratando de emigrar a un nuevo modelo económico que esté basado en el consumo y no en la inversión directa extranjera, pero este nuevo enfoque también demanda una mayor inversión en investigación, desarrollo e innovación, que a su vez exige un aumento del valor agregado en la mano de obra, teniendo como resultado final una China menos agrícola, menos manufacturera y con una clase media con mayor poder adquisitivo.

Hallazgo No 7: Los rasgos distintivos entre la forma de negociar de los chinos y los colombianos se enmarcan principalmente en el entorno cultural que predomina en los negocios, es decir si se va a exportar, el *guanxi*, el respeto por las jerarquías y la explotación del sector agrícola colombiano van a determinar las probabilidades de éxito o ventaja comparativa en la negociación, es importante que Colombia explote el sector agroindustrial para que se especialice en productos alimenticios de valor agregado que puedan tener un mercado potencial en China, pues la demanda de alimentos extranjeros y confiables es alta en este país .

En el caso de la importación la feria de Cantón será una de las mejores actividades que el empresario podrá realizar para conseguir un buen proveedor, luego debe aplicar el *guanxi* y por medio de un mediador, profundizar la relación aunque en este caso el colombiano tiene una ventaja al ser el cliente.

La puntualidad y la tarjeta personal son variables transversales, que se deben cumplir en cualquier tipo de negociación, por ello se convierten en variables importantes.

Las variables que se tendrán en cuenta para el simulador son las que aparecen en la figura 34, esta gráfica se hizo con base a la prueba del semáforo aplicada a los expertos pero los porcentajes se tuvieron que calcular de manera manual, pues no hay una herramienta que permita pasar la información del semáforo a la gráfica, en ella se pudo observar una repartición casi igual en todas las variables escogidas o que tienen en mayor proporción el verde, pero entre todas resalta la puntualidad como variable principal.

Figura 36 Variables que intervienen en las negociaciones Colombia - China<sup>52</sup>

Hallazgo No 8: Otros descubrimientos que las entrevistas arrojaron fueron: Colombia tiene problemas de infraestructura y logística, lo que encarece los productos y hace que los productos de exportación sean menos competitivos, además la mayoría de las empresas no tienen la capacidad de producir a gran escala para atender la demanda de China, al costo del transporte se suma el hecho de que la mano de obra de Colombia no es competitiva y encarece los productos de exportación, las PYMES que son la mayoría de empresas colombianas, no están interesadas en

<sup>52</sup> Realizado por los autores. Estas variables se tomaron del semáforo.

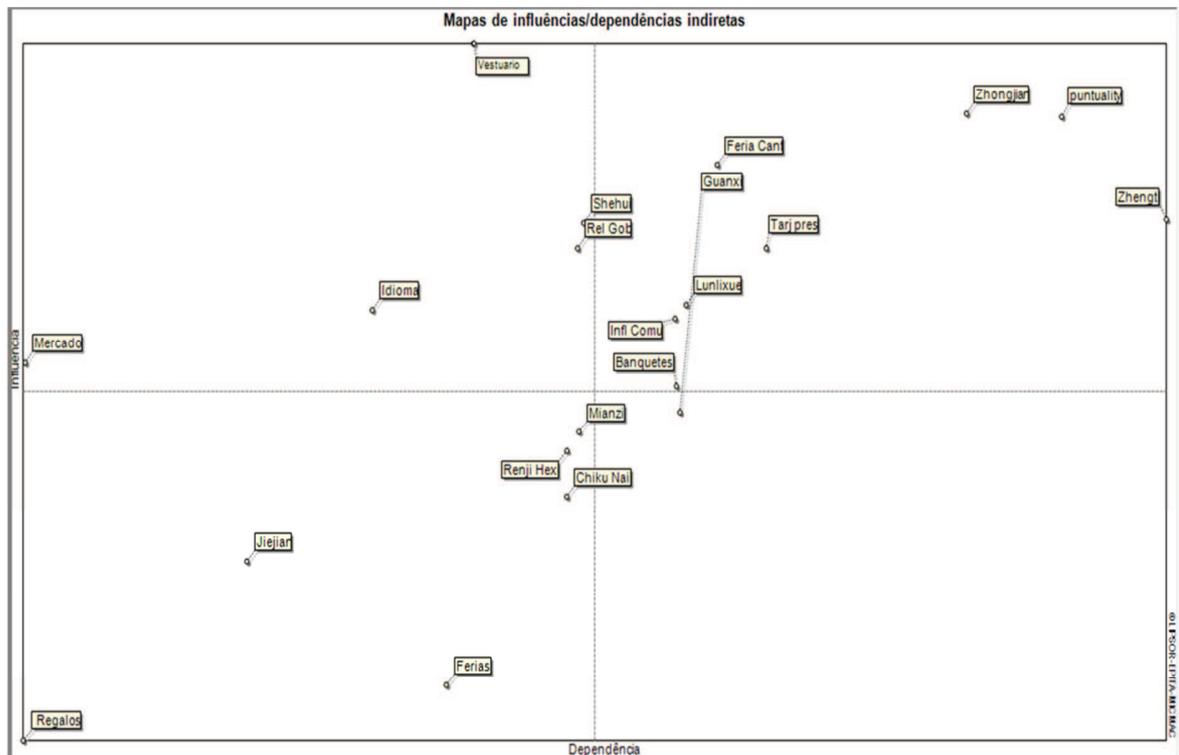
diversificar lo que deja a Colombia con una oferta de valor agregada muy baja, la industria nacional no habla el idioma internacional.

Es importante entender toda la cadena de valor pues no se trata de vender o comprar un producto sino también el servicio, a los empresarios chinos que se encargan de proveer a la industria colombiana no se deben ver solo como proveedores sino como parte del equipo, por ellos es importante buscar un crecimiento mutuo, desarrollar confianza, entendimiento cultural y flexibilidad.

En Colombia hay una gran indiferencia hacia China, son pocos los que se interesan en su idioma, cultura y filosofía, así lo expresa el señor Diego Yepes quien lleva nueve años negociando con China y por un tiempo tuvo una empresa dedicada a promover negocios con China, él dice que este fenómeno se da porque en Colombia existe una gran desconfianza hacia los productos chinos y aún no se ha comprendido la importancia de China en la economía mundial, pero desde su punto de vista, pronto Colombia tendrá que despertar pues cada año las importaciones y exportaciones van en aumento.

Hallazgo No 9: Para crear el modelo del simulador se hace necesario saber la relación e importancia que tienen las variables escogidas, para ello se realizó un análisis estructural de estas, esta clase de análisis permite dejar un poco la intuición y dar mayor claridad sobre cuáles son las variables relevantes recordando que no es la realidad sino una forma de verla, para lograr esta clase de análisis se usó una herramienta de prospectiva llamada MIC MAC, la cual tiene como objetivo hacer aflorar las variables principales, influyentes y dependientes, ósea las variables esenciales para la creación de un sistema.

Se construyó la matriz de relaciones de las variables, y se ingresaron los datos en el MICMAC, arrojando el resultado que se presenta en la figura 37.

Figura 37 Resultados de la matriz de cruce de variables<sup>53</sup>

La puntualidad, el Zhengt o razonamiento global y el intermediario son las variables que están en el cuadrante superior y a la cabeza de las demás, las otras variables como el Guanxi, la Feria de Cantón, la influencia del gobierno comunista en los negocios, la tarjeta de presentación y la ética de Confucio, son las otras variables que componen el cuadrante derecho superior y según el sistema y la relación entre ellas son las que deberían tenerse en cuenta al momento de modelar el simulador.

Hallazgo No 10: Después de elegir las variables, es necesario recomendar el tipo de simulador que se debería emplear. En el capítulo dos se hizo un breve recorrido por los diferentes programas de computador que existen, pero como el propósito de esta investigación es lograr una herramienta didáctica y útil para el aprendizaje, se decidió que el software ideal es un

<sup>53</sup> Fuente: Realizado por los autores.

simulador de negocios que permita reproducir las variables reales necesarias para la negociación Colombia-China.

El equipo que desarrolla esta investigación no posee el conocimiento ni la formación para desarrollar un software, es por ello que se hizo necesaria una reunión con un experto que tuviera conocimiento en el tema y que pudiera realizar el prototipo del simulador que se desea construir.

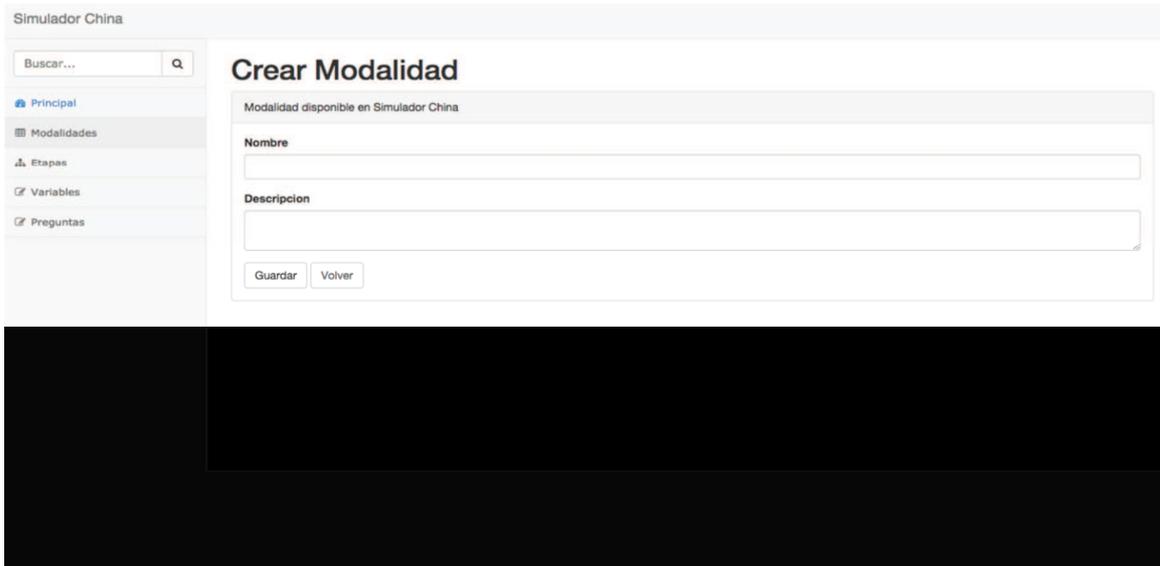
La idea de esta herramienta es que sea didáctica y atractiva para empresarios y estudiantes que tienen poco o ningún conocimiento sobre las negociaciones Colombia – China, así que en las reuniones realizadas con el experto se decidió que el simulador se desarrollará en una plataforma tecnológica construida sobre *Ruby on rails*, donde *Ruby* es el lenguaje de programación del *framework* utilizado, este lenguaje es un código relativamente simple el cual permite la metaprogramación, es decir programas que describen otros programas; adicionalmente la interfaz gráfica del usuario se recomienda construirla con html 5 css3 y con Javascript, como técnicas de programación de las funcionalidades del back end, se debería aplicar el scaffolding y el motor de base de datos utilizados podría ser MySQL.

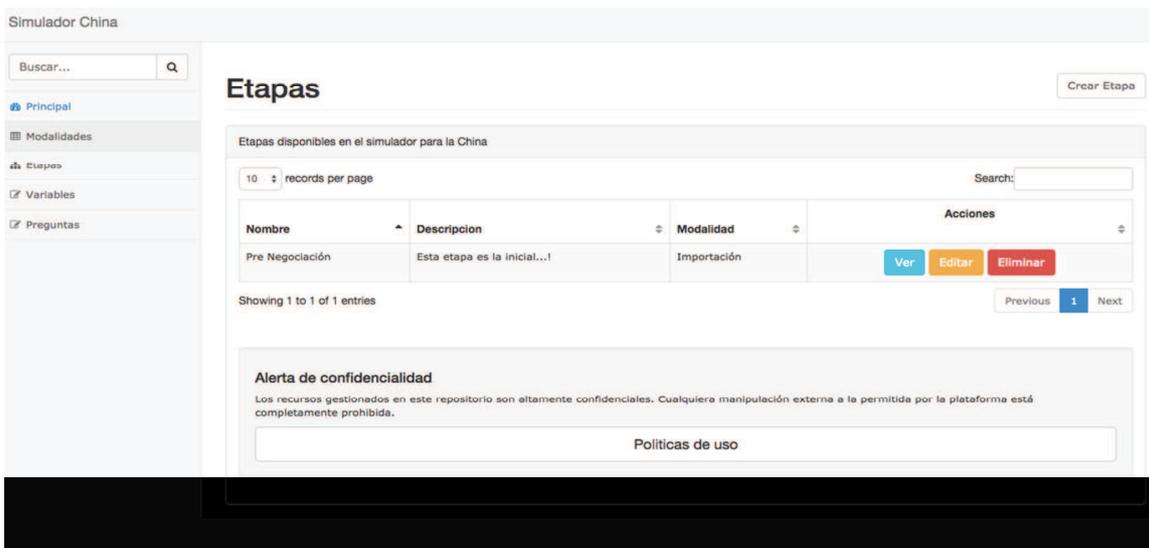
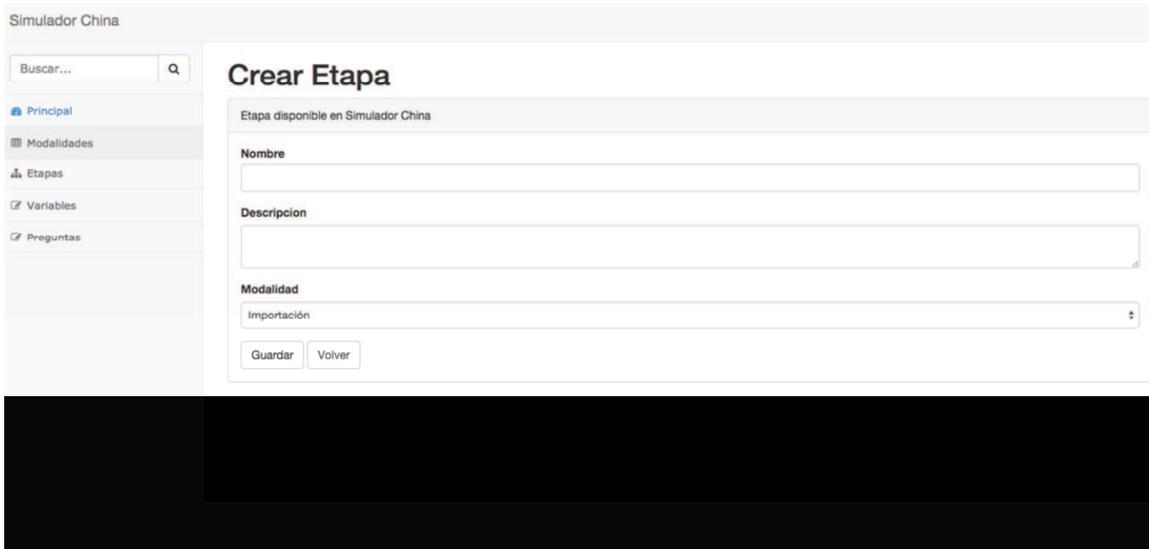
Este simulador tendrá dos niveles de dificultad el primero es de pre negociación y el segundo es de la negociación como tal, dentro de estos niveles estarán cuatro categorías que vendrían a ser los factores mencionados en el presente capítulo y al final de cada etapa aparecerá una retroalimentación de las elecciones correctas e incorrectas que se hicieron durante ese nivel, se debe aclarar que las categorías no serán visibles para el usuario pero si se debe tener en cuenta en el código de fuente.

Las preguntas que se harán en el simulador serán de dos tipos, las primeras de opción múltiple y única respuesta, y las segundas serán preguntas no excluyentes en donde cada respuesta tendrá un valor acordado y al final se dará un perfil según la ponderación total de las respuestas dadas.

A continuación se presentaran un modelo de cómo puede ser la interfaz final con la cual el usuario va a interactuar y como se crearían las categorías y los niveles:

Figura 38 Modelo interfaz final.





Simulador China

Buscar...

- Principal
- Modalidades
- Etapas
- Variables
- Preguntas

## Editar Variable

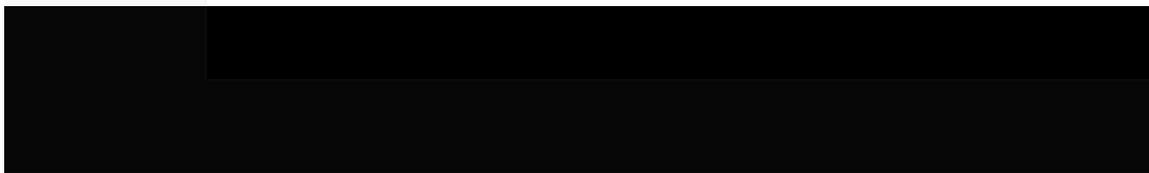
Variable disponible en Simulador China

**Nombre**  
Cultura

**Descripción**  
Analiza el conocimiento en cultura de los participantes

**Modalidad**  
Importación

Guardar Ver Volver



Simulador China

Buscar...

- Principal
- Modalidades
- Etapas
- Variables
- Preguntas

## Variables

Crear Variable

Variables disponibles en el simulador para la China

10 records per page Search:

Nombre	Descripción	Modalidad	Acciones
Cultura	Analiza el conocimiento en cultura de los participantes	Importación	Ver Editar Eliminar

Showing 1 to 1 of 1 entries Previous 1 Next

**Alerta de confidencialidad**  
Los recursos gestionados en este repositorio son altamente confidenciales. Cualquiera manipulación externa a la permitida por la plataforma está completamente prohibida.

Políticas de uso



Inicio | [INICIAR SESIÓN](#) | [ADMINISTRACIÓN](#)

## SIMULADOR PARA LA CHINA

Mejora tus conocimientos y prepárate para hacer mejores negocios.

PROGRESO



**Ingresa tu información personal**

<input type="text" value="Primer nombre"/>	<input type="text" value="Selecciona tu país"/>
<input type="text" value="Segundo nombre"/>	<input type="text" value="Edad"/>
<input type="text" value="Tu Email"/>	<input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino

Acepta nuestros [términos y condiciones](#)?  
No SI

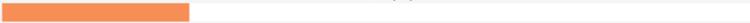
◀ ANTERIOR
SIGUIENTE ▶

Inicio | [INICIAR SESIÓN](#) | [ADMINISTRACIÓN](#)

## SIMULADOR PARA LA CHINA

Mejora tus conocimientos y prepárate para hacer mejores negocios.

PROGRESO (1/4)



**¿Cuál es el idioma oficial de china?**

- Canton
- Inglés
- Mandarín
- Hindi

◀ ANTERIOR
SIGUIENTE ▶

INICIAR SESIÓN ADMINISTRACIÓN

## SIMULADOR PARA LA CHINA

Mejora tus conocimientos y prepárate para hacer mejores negocios.

PROGRESO (2/4)

¿Cuál es la capital de China?

- Hong Kong
- Shenzun
- Taiwan
- Beijing
- Peidn

◀ ANTERIOR SIGUIENTE ▶

INICIAR SESIÓN ADMINISTRACIÓN

## SIMULADOR PARA LA CHINA

Mejora tus conocimientos y prepárate para hacer mejores negocios.

PROGRESO (4/4)

Has finalizado con éxito la etapa de Pre Negociación!

ENVIAR RESULTADOS...

◀ ANTERIOR SIGUIENTE ▶

En estos pantallazos se puede observar el aspecto final que tendría el simulador, como se ingresaría la categoría o el factor, luego la variable y por último las preguntas que corresponden a una variable o factor específico.

### **Capítulo Cinco-Conclusiones y Recomendaciones**

Este capítulo es el final de la investigación y en él se presentan las conclusiones y recomendaciones a las cuales los investigadores han llegado.

#### **Conclusiones**

Las principales conclusiones de este trabajo son:

1. Hay material bibliográfico y entidades en Colombia que procuran dar a conocer más sobre China, para que las relaciones bilaterales crezcan, pero no existe una herramienta en el medio que los empresarios y estudiantes puedan usar y les permite tener una experiencia de negociación con China sin correr riesgos financieros.
2. Para modelar un simulador de negocios Colombia – China, se hace necesario investigar cuales son las variables y aspectos que se deben tener en cuenta al momento de crear esta herramienta.
3. Para poder establecer un punto de partida, fue necesario investigar los antecedentes de las relaciones Colombia – China, hacer una vigilancia tecnológica por las diferentes bases de datos para saber que estudios hay en el tema y si existen esta clase de simuladores.
4. Caracterizar y estudiar el mercado chino y colombiano, teniendo en cuenta indicadores duros como el PIB, el índice de desarrollo humano, la balanza comercial etc. Para establecer las primeras diferencias, para poder modelar el simulador fue necesario identificar las clases de software que hay, antes de elegir el más adecuado para el caso.
5. La negociación internacional tiene 6 etapas básicas, que se deben cumplir a cabalidad si se desea tener una mayor probabilidad de llegar a un acuerdo gana – gana.

6. En el caso de las negociaciones Colombia – China se identificó que los cuatro factores que más afectan la negociación son: Cultura, desarrollo económico, desarrollo comercial y la política, de estos factores se desagregan unas variables que son las que van a ir en el simulador.

7. Para validar los datos encontrados en las fuentes secundarias, se realizaron entrevistas semi estructuradas a empresarios y expertos, el ábaco de Regnier permitió priorizar las variables encontradas en los textos y a lo largo de la investigación, al dar una asignación de colores por cada una de las variables y mostrar cuales son las que para los expertos son más importantes, y la otra herramienta utilizada fue la matriz de cruces de variables (MIC MAC), la cual muestra no solo cuales son las variables relevantes sino la relación que hay entre ellas, estos dos últimos métodos se adaptan a la orientación filosófica – fenomenología del presente trabajo, además de ser usados en proyectos de prospectiva en donde se busca influir en el futuro para alcanzar el escenario deseado.

8. El modelo del prototipo de simulador se realizó en una plataforma tecnológica construida con un lenguaje de programación llamado Ruby on rails, no es el producto final de la investigación es solo una idea de cómo podría lucir la herramienta, pues este trabajo le pertenece a los expertos en software y hay que desarrollar otros aspectos del programa para que alcance el objetivo final, pues este modelo funciona de manera transversal, pero al herramienta final debería simular toda la negociación (primera reunión hasta el cierre), en un sector y con un producto específico para que se acerca aún más a la realidad.

### Recomendaciones

Al diseñador del software se le recomienda que el simulador de negocios no sea una aplicación móvil, sino una página web que tenga dos módulos o niveles de dificultad, los cuales son la pre negociación y la negociación, dentro de cada módulo se encontraran las siguientes categorías cultura, desarrollo económico, aspecto político y desarrollo comercial, enfocando las preguntas por cada categoría a las variables relevantes escogidas por expertos y empresarios, este simulador debería ser en línea y accesible desde cualquier navegador, los usuarios deben registrarse para que puedan saber en qué nivel están y el sistema les pueda hacer un seguimiento de sus avances, las preguntas son de selección múltiple con única respuesta y excluyentes. A continuación se anexa tabla con los puntos específicos para que el experto de la facultad de Ingeniería de la Corporación universitaria adventista o de otra entidad, tenga en cuenta para el desarrollo de la aplicación:

Tabla 10 Puntos específicos para el desarrollo de la aplicación<sup>54</sup>

Producto final prototipo sencilla	Pre negociación	Cultura	Idioma		
			Guaxi	Ferías	
			Historia		
		Mercado	Geografía	Puertos	
				Distritos especiales	
			Productos demandados		
				Balanza comercial	
		Política	PPCH	Conforma	
				Máximo dirigente	
			Leyes de negocios	Hong kong	
		Formas de entrar	TLC o acuerdos		
			Joint venture		
			Independiente		
		Por medio de un contacto			

<sup>54</sup> Realizado por los autores.

	Negociación formal	Cultura	Protocolo	
		Mercado	Ciudades claves para hacer negocios	
		Política comercial	Leyes fitosanitarias	
		Conservación de la relación		

La negociación Colombia- China tiene las misma seis etapas de la negociación internacional, pero es posible agruparlas en las primeras dos etapas de toda negociación las cuales son pre negociación y negociación, es de vital importancia que el colombiano se prepare adecuadamente y haga memorandos o actas de seguimiento de avances.

Aunque hay diferencias en las formas de negociar de los colombianos y los chinos, con una buena preparación y una inmersión en aspectos claves de la cultura se podrán solucionar las diferencias, es bueno tener una mentalidad ganar – ganar, la cual ayuda a crear relaciones de largo plazo.

Se priorizaron las variables que desde las fuentes secundarias se consideraban relevantes, pero al final se eligieron aquellas que estaban acorde a las experiencias de los empresarios.

### **Futuras investigaciones.**

Las recomendaciones dadas en este capítulo son para la primera fase del simulador, el ideal es que el sistema logre recrear una negociación completa entre empresarios colombianos y chinos, pero para lograr eso es necesario que se hagan investigaciones por sector económico y delimitando áreas específicas, pues China es un país con una gran diversidad y cuenta con distritos especiales en donde la legislación comercial es diferente, por ello se hace necesario que se desarrollen investigaciones más específicas que permitan colaborar directamente a los

sectores que tienen mayor probabilidad de exportación e importación a China; este proyecto fue certificado por Ruta N (Anexo #3) entidad que podría aportar en la investigación.

También se debería investigar sobre la agroindustria en Colombia y como se puede mejorar la vida de los campesinos por medio de la exportación de productos agrícolas, cada TLC que se firma es visto por los campesinos como una amenaza pero por ello se hace necesario que este sector se dinamice y comience a participar en mercados internacionales, pero para ello Colombia tiene que ser un país competitivo y así podría convertirse en un proveedor de alimentos para China.

### Bibliografía

- Adriana Roldan, M. C. (s.f.). *asiapacifico.utadeo.edu.co/*. Recuperado el 18 de 03 de 2014, de <http://asiapacifico.utadeo.edu.co/wp-content/uploads/2013/07/TLC-entre-china-y-Latinoamerica-Experiencias-y-perspectivas-para-Colombia.pdf>
- Anca Cisneros, W., & Borda Navedos, W. (8 de Octubre de 2013). *Procesos de Software*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de <http://procesosdesoftware.wikispaces.com/METODOLOGIAS+PARA+DESARROLLO+DE+SOFTWARE>
- Banco de la Republica. (s.f.). *banrepcultural*. Recuperado el 16 de 09 de 2014, de [banrepcultural: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ciencias/sena/economia/el-desarrollo-economico-y-la-organizacion-del-trabajo/desarrollo2.htm](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ciencias/sena/economia/el-desarrollo-economico-y-la-organizacion-del-trabajo/desarrollo2.htm)
- Cortés, L. (06 de Junio de 2008). Patrones Culturales en Asia y Mercados. <https://www.youtube.com/watch?v=0xUj1HiCw4I>.
- Creutzfeldt, B. (2012). China en América Latina: reflexiones sobre las relaciones transpacíficas.
- cuesta, R. E. (2008). *Interculturalidad*. Bogota: Fondo de publicaciones Universidad de Publicaciones.
- Cuesta, R. E. (2008). *Interculturalidad y Negociación*. Bogota D,C: Fondo publicaciones Sergio Arboleda.
- EAFIT. (13 de 03 de 2013). *Biblioteca EAFIT*. Recuperado el 10 de 04 de 2014, de [Biblioteca EAFIT: http://www.eafit.edu.co/biblioteca/recursos-electronicos/bases-datos/Paginas/bases-datos-administracion.aspx](http://www.eafit.edu.co/biblioteca/recursos-electronicos/bases-datos/Paginas/bases-datos-administracion.aspx)

- Echavarría Toro, P. (2012). La transformación económica y el sistema político de la República Popular China. En E. Viera Posada, *La transformación de China y su impacto para Colombia* (págs. 82-86). Bogotá: CESA.
- Ecuador, P. u. (s.f.). Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de Economía y finanzas internacionales: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/2-uncategorised/91-david-ricardo-ventajas-comparativas>
- España, U. (24 de 10 de 2012). *Universia*. Recuperado el 18 de 03 de 2014, de <http://noticias.universia.es/empleo/noticia/2012/10/24/976736/69-universitarios-considera-practicas-profesionales-fundamentales-adquirir-experiencia.html>
- Fernández Castaner, M. (11 de 12 de 2012). *Blog de mar traducciones*. Recuperado el 18 de 08 de 2014, de <http://blog.mar-traducciones.com/2012/12/11/las-seis-etapas-de-la-negociacion-internacional/>
- Godet, M., & Durance, P. (2011). La prospectiva estratégica, para las empresas y los territorios. En P. Durance, & M. Godet, *La prospectiva estratégica, para las empresas y los territorios* (pág. 151). UNESCO.
- Gutierrez, L. (03 de Julio de 2013). *Suite*. Recuperado el 18 de Marzo de 2014, de Economía de China: <http://suite101.net/article/economia-de-china-a60061>
- Hofstede, G. (s.f.). *The Hofstede Centre*. Obtenido de <http://geert-hofstede.com/angola.html>
- La prospective. (2010). *es.lapropective.fr*. Recuperado el 17 de 08 de 2014, de <http://es.lapropective.fr/Metodos-de-prospectiva/Los-programas/67-MICMAC.html>
- Llamazares, O. (s.f.). *Global Negotiator*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2014, de <http://www.globalnegotiator.com/blog/wp-content/uploads/2012/11/Cultura-de-negocios-en-China-10-elementos.pdf>

Manzano, A. G. (12 de Marzo de 2007). *OBSERVATORIO TECNOLÓGICO - GOBIERNO DE ESPAÑA*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/equipamiento-tecnologico/aulas-digitales/440-monografico-potencial-educativo-de-los-videojuegos-de-simulacion-y-plataformas-afines?start=1>

McBride Quiroz, E. (13 de 02 de 2014). *esan business*. Recuperado el 15 de 09 de 2014, de esan business: <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/02/13/como-negociar-con-china/>

Ocampo, B. (1992). *Principales teorías antropológicas*. Buenos Aires: EUDEBA. Fragmentos.

Ogliastri, E. (6 de 2 de 2010). <http://santisteban.wordpress.com/>. Recuperado el 05 de 09 de 2014, de [http://santisteban.files.wordpress.com/2010/02/como\\_negocian\\_los\\_colombianos.pdf](http://santisteban.files.wordpress.com/2010/02/como_negocian_los_colombianos.pdf)

OLEGARIO , L. (01 de 09 de 2012). *España Exportaciones e Inversiones* . Recuperado el 17 de 08 de 2014, de ICEX: <http://www.el-exportador.es/icex/es/navegacion-superior/panoramaglobal/observatorio2/REP2014293158.html?>

Online, C. F. (s.f.). *Canton Fair Online*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2014, de [http://www.cantonfair.org.cn/spanish/detail\\_about.aspx?oid=507](http://www.cantonfair.org.cn/spanish/detail_about.aspx?oid=507)

Portafolio. (02 de Septiembre de 2013). Cancelan primer encuentro para negociar TLC con china. *Portafolio*.

Portafolio. (02 de Septiembre de 2013). Cancelan primer encuentro para negociar TLC con China. *Portafolio*.

Ratliff, W. (2012). *China en el futuro de america latina*. Bogota: Externado de Colombia.

Republica. (01 de 02 de 2012). *La republica* .

- Roldan, A., & Moreno, M. C. (s.f.). *asiapacifico.utadeo.edu.co/*. Recuperado el 18 de 03 de 2014, de <http://asiapacifico.utadeo.edu.co/wp-content/uploads/2013/07/TLC-entre-china-y-Latinoamerica-Experiencias-y-perspectivas-para-Colombia.pdf>
- S., R. (06 de Agosto de 2012). *Pressman*, 6a Ed. Obtenido de Ingeniería del software: un enfoque practico.: <http://defreq.blogspot.com/2012/08/ciclo-de-vida-del-software.html>
- Solomon, S. (10 de 03 de 2014). *Riesgos y vulnerabilidades:China*. Recuperado el 15 de 03 de 2014, de Euromonitor International :  
[file:///D:/Users/jhon/Downloads/Risks\\_and\\_Vulnerabilities\\_China.pdf](file:///D:/Users/jhon/Downloads/Risks_and_Vulnerabilities_China.pdf)
- Solomon, S. (s.f.). Riesgos y vulnerabilidades:China. *Euro monitor*.
- SPANISH.CHINA.ORG.CN. (2014). *SPANISH.CHINA.ORG.CN*. Recuperado el 01 de 10 de 2014, de SPANISH.CHINA.ORG.CN: <http://spanish.china.org.cn/spanish/60928.htm>
- Sull, D. N., & Yong, W. (2006). *Made in China*. Bogota: Grupo editorial Norma.
- Sull, Donal N. y Yong, Wang. (2006). *Made in China*. Bogota: Grupo editorial Norma.
- Toro, P. E. (2009). *Aproximación a China*. Medellín: Fondo editorial universidad Eafit.
- Torres, A. G. (18 de Noviembre de 2012). *cdigital.uv.mx*. Recuperado el 21 de Abril de 2014, de <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/31652/1/marontorresagustin.pdf>
- TORRES, A. G. (18 de Noviembre de 2012). *Repositorio Institucional de la Universidad Veracruzana*. Recuperado el 20 de Mayo de 2014, de <http://cdigital.uv.mx>:  
<http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/31652/1/marontorresagustin.pdf>
- Universia, E. (24 de 10 de 2012). *Universia*. Recuperado el 18 de 03 de 2014, de <http://noticias.universia.es/empleo/noticia/2012/10/24/976736/69-universitarios-considera-practicas-profesionales-fundamentales-adquirir-experiencia.html>
- Universidad ICESI. (3 de 10 de 2008). *Consultorio de comercio internacional* . Recuperado el 07 de 09 de 2014, de <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/10/03/27/>

**Anexo 1**

## Protocolo de Indagación de la Información

“Variables para el desarrollo de un modelo de simulador de negociaciones Colombia China”

Septiembre 2014

Objetivo general de la Investigación: Analizar las variables y aspectos que permitirán modelar un simulador de negociación Colombia China que posibilitará a los usuarios interactuar en una experiencia enmarcada en el ámbito empresarial y académico de modo que se genere una integración de conocimiento.

Objetivo de la indagación: Identificar los aspectos y variables más importantes de la negociación Colombia China.

Acuerdo de confidencialidad: Se garantiza que la información obtenida mediante este protocolo de indagación sólo será usada para efectos académicos.

**1. Información Demográfica**

Fecha de la entrevista                      Mes (    ) Día (    ) 2014

Nombre del entrevistado \_\_\_\_\_

Profesión del entrevistado \_\_\_\_\_

**Preguntas Empresarios****2. Contexto del empresario:**

- A qué se dedica la empresa
- Hace cuánto tiempo trabaja en ella

- Desde que año iniciaron negociaciones con China
- ¿Cómo lograron el primer contacto en ese gran país?
- Ustedes se identifican así mismo como: una multinacional, transnacional, internacional

### 3. Contexto de la negociación

- Que medios utilizan para la negociación (video conferencias, viajes, intermediarios etc.)
- ¿Cuáles son los principales productos que exportan a China?
- ¿Cuánto tiempo se demoraron en hacer un socio Chino?
- ¿Cuáles fueron los errores que cometieron en ese primer contacto?
- ¿Qué es lo más importante al momento de negociar con los chinos?
- Que aspectos de la personalidad cree que se deben tener en cuenta en una negociación

con la cultura China

- Según su experiencia, que nunca haría en el momento de establecer una negociación con chinos.

### 4. Variables

- ¿Qué los motivo a negociar con China?
- ¿Qué dificultades legales tuvieron?
- Desde su experiencia cual es el mejor método para entrar a China (Joint venture, franquicia etc.)

- Tenía un plan de acción para la negociación
- ¿Cómo se contextualizó de la cultura?
- ¿Cuáles son los hechos económicos que más afectan su negociación?
- ¿Cómo hizo con el idioma?
- ¿Quién lo asesoro?

- ¿SI pudiera cambiar algo (situación, lugar, tiempo etc.) de su primer encuentro que cambiaría?
- ¿Cree que Colombia tiene productos o servicios que necesite China? ¿Cuáles?
- ¿Qué debería mejorar Colombia para ser más competitivo?
- ¿Qué sector tiene potencial para exportar a China?
- Tuvo que hacerle alguna modificación a su producto
- ¿Cuál es el nombre Chino de su producto?
- Aspectos legales
- A que puerto de China llega su producto
- ¿Qué ciudad de China es mejor para hacer negocios?
- Cuanto mercado tienen sus productos en China
- Que estrategias están planteando para aumentar su presencia en este gran país.
- Usted sabe que la mayoría de las empresas colombianas están en la clasificación PYME

¿Qué podrían hacer ellas para ser más globales? ¿Podrían llegar a China?

- Díganos por favor cuales son los aspectos más importantes al momento de negociar con China

##### 5. Proyecto

- ¿Cuál es la mejor forma de aprender sobre negociación con China?
- Si usted necesitará una herramienta tecnológica para negociar con China cual escogería (simulador de negocios, una calculadora de aranceles, etc)
- Que le gustaría que tuviera esa herramienta
- Si este producto existiera en el mercado lo compraría

**Anexo 2**

## Empresarios y Expertos

Según la base de datos de la Cámara Colombo- China de Inversión y Comercio, el instituto de Asia pacifico de la universidad EAFIT y referencias de libros que han servido como base a este proyecto, se han seleccionado para hacer parte de las entrevistas, a 10 empresarios y 8 expertos en negociaciones Colombia-China

## 10 Empresarios

N°	Nombre de Empresa	Ubicación	Teléfono
1	IND COLOMBIANA DE CONFECCIONES S A VO5	Pereira	2485395
2	INDS HACEB S A	Copacabana	4005000
3	CORBETA (Miguel Londoño)	Bogotá	Correo
4	CHEVRON	Medellín	2672001
5	GLOBAL ECO RENTA S A S	Medellín	3132272
6	ENCAJES S A COLOMBIA	Bogotá	2942888
7	FCA D CALCETINES CRYSTAL S A	Medellín	3788333
8	C I JEANS S A - CONF LONDONO TORO N Y CIA LTDA	Medellín	3095551
9	CURTS DE ITAGUI S A	Medellín	3720666
10	CEMENTO ARGOS	Medellín	3198700

## 8 Expertos

Nº	Nombre	Contacto	Ocupación	Ciudad
1	Pablo Echavarría Toro	<a href="mailto:pechavar@eafit.edu.co">pechavar@eafit.edu.co</a>	Director de Asia - Pacífico	Medellín
2	Daniela Sánchez	<a href="mailto:daniela.sanchez@camaracolombochina.com">daniela.sanchez@camaracolombochina.com</a>	Directora Ejecutiva de la Cámara Colombo China	Bogotá
3	Alejandra Ossa	<a href="mailto:alejossa@hotmail.com">alejossa@hotmail.com</a>	Ex directora de la oficina Proexport-Beijing	Bogotá
4	Benjamin Creutzfeldt			Bogotá
5	Cardozo, Gustavo Alejandro	<a href="mailto:gac38@hotmail.com">gac38@hotmail.com</a>	Licenciado en Relaciones Internacionales	Buenos Aires
6	Patricia Mendoza de Galofre		Economista de la Pontificia Universidad Javeriana (Investigaciones económicas y de mercado)	Bogotá
7	Edgar Viera Posada		Economista de la Universidad de Medellín	Bogotá
8	Diego Yepes,		gerente general	SULINK

Con algunos de estos empresarios y expertos no fue posible realizar la respectiva entrevista por factores externos, como lo son: disponibilidad de tiempo, distancia, de algunos no se recibió respuesta entre otros; las personas que se lograron contactar, figuran en el siguiente cuadro.

Nº	Nombre de Empresarios	NOMBRE ENTREVISTADO	Ubicación	Teléfono
1	IMPORTACIONES TREBOL	Alexander Morales Cifuentes	Medellín	3013682040
2	INDS HACEB S A	Jaime Hernandez	Copacabana	4005000
3		Jose Jaime Baena	Medellín	3405555
4	DIRECTOR DE ASIA PASIFICO	Pablo Echavarría	Medellín	2619500ext 9832
5	SULINK	Diego Yepes	Medellín	3104073821

Anexo 3



Medellín, 10 de octubre de 2014

**ACORDEN INTERESE**

Medellín

Cordial Saludo,

La corporación RutaN, el lugar donde se potencia la innovación, hace constar que el proyecto denominado Variables para Modelo de Simulador de Negociaciones Colombia-China, realizado por Didier Alejandro Vanegas Morales Identificado con C.C.1128402804, Jessica Jhoana Franco Díaz Identificada con C.C. 1152445978, Nalleth Ariza Barrera Identificada con C.C. 116248227. Facilitando por experiencia nacional e internacional.

El proyecto Variables para modelo de simulador de negociaciones Colombia-China, Fue evaluado teniendo en cuenta estándares internacionales de metodología de investigación de contribución.

Durante el periodo de seguimiento y evaluación se encontraron problemas de redacción en la propuesta, los cuales fueron superados. Sin embargo los resultados obtenidos han sido muy satisfactorios. La investigación obtuvo un puntaje de 923, en un rango de 71 a 1000 siendo así la calificación más alta. Por ser una excelente e innovadora propuesta que busca crear las bases para el desarrollo de una herramienta que facilita la proyección de negociaciones enmarcadas en el contexto de un mundo Globalizado y en mercados altamente relevantes.

Respetuosamente,

Akihi Kayaba, cocreador corporación rutaN

Apoya,

Ruth Chen, cofundadora de Virtual Reality Massive.

