



Universidad Santo Tomás de Colombia  
Facultad de Administración de Empresas

## LA EXPANSIÓN DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO GLOBAL

Presentado Por.

Cristiam Camilo Calderón Martínez

Víctor Iván Niño Peñaloza

Miguel Angel Rey Espinosa

Tutor: Héctor Horacio Murcia

Bogotá D.C Diciembre de 2018

## TABLA DE CONTENIDOS

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| □ Resumen y palabras claves .....                   | 4  |
| □ Abstract y keywords .....                         | 5  |
| □ Introducción .....                                | 6  |
| □ Objetivo General y Metodología.....               | 7  |
| □ Fundamentación teórica y referentes teóricos..... | 8  |
| □ Análisis y discusión de Resultados.....           | 15 |
| □ Conclusiones.....                                 | 26 |
| □ Referencias bibliográficas.....                   | 27 |
| □ Diario de campo.....                              | 29 |

Tema de Investigación:  
Interculturalidad y organizaciones. Ventajas locales para la apertura a mercados globales.  
LA EXPANSIÓN DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO GLOBAL  
Cristiam C Calderón. Víctor I Niño. Miguel A Rey  
Universidad Santo Tomás de Colombia – Facultad de Administración de Empresas

## **Resumen**

Este trabajo se realiza con base en la experiencia académica, que se obtuvo en el periplo realizado entre el 10 de noviembre y el 17 de noviembre de 2018, el cual se llevó a cabo en las ciudades de Buenos Aires y Montevideo. Allí se tuvo lugar a diferentes visitas empresariales, lo cual permitió adentrarse en el funcionamiento administrativo, operativo y logístico de cada organización y/o puerto. Poder entender cómo fueron sus comienzos, cómo operan y cuál ha sido su evolución en el mundo empresarial, es parte fundamental para conocer desde su estrategia organizacional, cómo interactúan con la interculturalidad en un mundo cada vez más globalizado y cómo ésta les ha generado ventajas locales, para la apertura de mercados al mundo al que se hace mención. Al describir y analizar cada una de las vistas empresariales, en el presente documento se pretende contribuir al conocimiento en materia intercultural y organizacional, aportando análisis basado en la experiencia académica internacional y lo aprendido en el aula de clase durante la carrera de Administración de Empresas.

## **Palabras Clave**

Globalización, interculturalidad, comunicación, Innovación, Organización, Exportación, Importación, Comercio.

### **Abstract**

This work is based on the academic experience obtained in the journey made from November 10 to November 17, 2018, which took place in the cities of Buenos Aires and Montevideo. There, different business visits were made, which allowed us to get into the administrative, operational and logistical functioning of each organization. Being able to understand their beginnings, how they operate and what their evolution has been in the business world, is fundamental to know their organizational strategy, how they interact with interculturalism in an increasingly globalized world and how it has given them local advantages for opening markets to the world we mention. By describing and analyzing each of the business views, this document aims to contribute to knowledge in multicultural and organizational matters, providing analysis based on international academic experience and what was learned in the classroom during the course of Business Management.

### **Keywords**

Globalization, interculturality, communication, Innovation, Organization, Exports, Imports, Trade.

## **Introducción**

La interacción entre culturas, costumbres, hábitos y formas de vivir de personas de diferentes partes del mundo cada vez se hace más común, y la globalización ha servido como vehículo para que la interculturalidad que es “un intercambio recíproco de comunicación desde el reconocimiento “(Jiménez, 2013, p. 219). Se adentre cada vez más en la sociedad actual. Esto les permite saber comprender y tolerar el pensamiento de una persona extranjera y aún más la manera en la cual se entiende su forma de vivir.

Esta situación que se vive actualmente les abre las puertas para enriquecer su conocimiento sobre nuevas culturas y además diversificar el mismo, el mundo cada vez avanza más rápido, sus cambios son tan repentinos que es mejor estar preparados y dispuestos al cambio en vez de que los sorprenda, lo cual puede hacer que sean reacios al mismo cambio. En el ámbito organizacional es un plus contar con una diversificación de conocimiento, tener colaboradores en la empresa de diferentes partes del mundo que puedan aportar nuevas ideas gracias a sus experiencias y costumbres autóctonas le permite a la organización tener una visión más amplia frente al mundo, como ejemplo conocer los gustos y preferencias de un nicho de mercado en específico, cómo se procesan ciertas materias primas, o como son los procesos logísticos en tal región.

La organización estará en condición de sacar provecho de todo ello y así obtener ventajas competitivas frente a las demás empresas. Lo anterior es fundamental para que las organizaciones incursionen en nuevos mercados globales, ya que la investigación de mercados puede ser más eficaz a la hora de querer llegar a nuevas culturas y países.

## **Objetivo General**

Destacar el rol de la multiculturalidad en el ámbito organizacional e identificar las herramientas que otorga a una empresa a la hora de diseñar estrategias competitivas con el propósito de sortear las situaciones que genera un mundo globalizado como lo es la expansión a nuevos mercados.

## **Metodología**

Se generará este informe realizando un acercamiento físico a las ciudades de Buenos Aires y Montevideo, donde se tuvo la oportunidad de conocer empresas como Super Bol, Campari, una entidad gubernamental como la Asociación Latinoamericana de Integración ALADI, una de las mejores zonas francas de Latinoamérica como lo es ZONAMERICA, la experiencia en la Universidad de Buenos Aires al conocer la historia de grandes emprendedores y a su vez los retos que sortearon desde sus comienzos , además los puertos de Buenos Aires y Montevideo.

En las diferentes visitas empresariales se hizo un trabajo de campo el cual consistió en la recopilación de la información proveniente directamente de los protagonistas, como fundadores, gerentes y colaboradores de las organizaciones. Allí se indagó acerca del papel de la interculturalidad en sus organizaciones y las ventajas locales que les podrían generar la apertura de nuevos mercados. Para complementar este informe técnico se hace necesario realizar una investigación en las bases de datos de la Universidad Santo Tomás, para encontrar autores en los cuales se pueda apoyar la temática y a su vez sustentar con información verídica.

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y REFERENTES TEÓRICOS**

### **Interculturalidad y organizaciones. Ventajas locales para la apertura a mercados globales**

El mundo ha atravesado diferentes épocas y ha tenido una gran cantidad de sucesos que han significado cambios importantes en cómo vive el hombre, pues una manera era en la cual vivió hace 200 años cuando apenas empezaba a dominar el hierro y el acero y con ello empezaba a realizar construcciones que servían como medio de transporte como las vías férreas; otra época fue la aparición de la electricidad que sin duda generó un impacto de cómo el hombre realizaba sus labores y cómo se relacionaba entre sí. Por nombrar algunos sucesos importantes, al día de hoy el más importante es el impacto que ha generado la tecnología en la existencia del ser humano; esto sin lugar a duda generó un cambio no solo en el actuar del hombre sino en el pensar.

La tecnología revolucionó la manera en la que ven al mundo, y la información no fue ajena a ello, debido a que está al alcance de todos, ya no es de unos pocos, ahora es abundante, precisa, actual y completa, lo contrario a hace unas décadas, donde se carecía de un buen acceso a la misma. Esto resulta ser pertinente en el marco de la interculturalidad, ya que conlleva a una interacción fluida entre las personas.

En la actualidad existe una fuente sumamente importante de información y es el internet, principal protagonista que genera un impacto en la sociedad a modo de vivir, actuar o pensar. La llegada de la internet cambió la manera en la cual interactúan con los demás, y es gracias al impacto que ha tenido en la comunicación, con el auge de las redes sociales, la interacción

con personas que se encuentran en otro país se hace cada vez más constante; esto conlleva al intercambio de conceptos autóctonos y a la aceptación de los mismos en un proceso de comunicación. Lo anterior da paso para hablar de la interculturalidad; al respecto Jiménez (2013) afirma:

“La comunicación intercultural estudia las interacciones que se dan en personas de culturas diferentes; desde el punto de vista de cómo la cultura a la que pertenecen influye en aquello que la persona es, en cómo actúa, piensa y se manifiesta desde un punto de vista verbal y no verbal”. (p.214)

La interculturalidad como un proceso de comunicación empieza a ganar terreno en el mundo actual, y esto es gracias a la tecnología, ya que la conectividad del mundo entero es un hecho inminente, cada vez se establecen mayores contactos a grandes distancias entre las personas de diferentes partes del mundo en donde el intercambio de conceptos, costumbres, hábitos y aspectos culturales entre las personas se hace cada vez más frecuente.

Este concepto de interculturalidad también toma fuerza en el mundo de las organizaciones, debido a la globalización que se ha generado en los últimos tiempos. Las empresas de hoy en día deben estar en capacidad para adaptarse a los cambios que se generan en el entorno, y es por tal motivo que las organizaciones que logren lo anterior perdurarán en el tiempo y a su vez podrán ser competitivas.

La interculturalidad dentro de las empresas es un elemento para no perder de vista, ya que es pertinente mencionar que este fenómeno se puede ver involucrado en la selección y contratación de personal; por este motivo las empresas que posean colaboradores de

diferentes partes del mundo tienen una ventaja frente a las demás al aprovechar un conocimiento diversificado de sus empleados.

Aunque las organizaciones poseen una cultura establecida y unos códigos de trabajo, el conocimiento que le puede aportar una persona extranjera será interesante, ya que desde su conocimiento y prácticas autóctonas podrá enriquecer de conocimiento a la organización; esto repercute en el funcionamiento y operación de la misma. La estrategia empresarial tendrá más elementos para ser elaborada y a su vez ejecutada, teniendo ventaja frente a las demás debido a su grado de diversificación y aporte de diferentes culturas y tradiciones; lo anterior fundamentado en un proceso claro de interacción entre la organización y el colaborador y por supuesto la aceptación de cada posición.

La interculturalidad estaría vista después de la multiculturalidad la cual se caracteriza por culturas que habitan en un mismo espacio, para cada uno está en el lugar que le corresponde sin tener contacto ni comunicación, como en sus inicios cuando comenzaron a haber emigrantes en diferentes países del mundo donde la comunicación era muy difícil ya sea por cultura, por idioma, entre otras causas.

A medida que va pasando el tiempo estos emigrantes comienzan a tener su espacio en el ámbito laboral debido a empleos que rechazaban las personas del país que estuvieran generando así una multiculturalidad, pero a cada momento que pasa esta persona migrante en un país extranjero empieza a asimilar la cultura, el idioma y empezar a adquirir un espacio en esa cultura es donde ya va a haber comunicación generando así una interculturalidad. (

[Escarbajal Frutos, Andrés Narcea Ediciones](#) (2011) P.26. E-LIBRO: Interculturalidad, mediación y trabajo colaborativo. Narcea, S.A. de ediciones. Madrid.:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaustasp/reader.action?docID=4507851&query=interculturalidad#>

Inicialmente cuando hablan de interculturalidad, están hablando sobre la integración a nivel internacional por medio de diálogos ya sea dentro un Estado Soberano o interactuando entre distintas naciones y sus diferencias. En estos diálogos es fundamental tener en cuenta que la comunicación y la tolerancia son lo más importante ya que tienen como fin enriquecerse mutuamente y contribuir a una mayor plenitud humana. ( [Beltrán Antolín, Joaquín](#) [Editorial UOC](#) 2015).

La interculturalidad no se aleja mucho de los procesos de la aceptación de nuevas culturas y de adaptación de ella con pérdida de la propia cultura. El objetivo es postular un nuevo modelo de relación de los grupos humanos con personalidades totalmente distintas entre ellas. Y ahora entendiendo un poco más sobre la interculturalidad

Por otro lado es válido informarse sobre la investigación de mercados y qué papel juega en las negociaciones internacionales; por tal motivo es válido tener en cuenta la definición más acertada a lo largo del tiempo definida por la Asociación Americana de Marketing (AMA) “La investigación de mercados es la función que relaciona al consumidor, al cliente y al público general con los responsables de marketing a través de información que sirve para identificar y definir oportunidades y problemas de marketing; generar, refinar y evaluar acciones de marketing; hacer un seguimiento de la eficacia de las acciones de marketing e impulsar la comprensión del marketing como proceso. la investigación de mercados determina la información necesaria para alcanzar estos fines, diseña los métodos de recogida de información, gestiona e implementa los procesos de análisis de datos, analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus consecuencias” ([López Bonilla, Jesús Manuel](#); [López Bonilla, Luis Miguel](#) [Difusora Larousse - Ediciones Pirámide](#) (2012 p. 17). E-LIBRO: Investigación

de Mercados turísticos. Ediciones Piramide, Sevilla.:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaustasp/reader.action?docID=3428949&query=mercados#>

Existe una serie de aspectos que son esenciales para entender la interculturalidad, estos son: colectivismo e individualismo, poder, distancia, geografía, la masculinidad, la femineidad, la concepción de largo y corto plazo (Maldonado, 2006). Lo que hace que las empresas siempre deben estar al tanto de las tendencias y características del nicho de mercado en el cual están incluyendo sus y servicios para poder tener una ventaja local y así poder aperturar mas mercados a nivel global.

Según García (1999), la globalización se define como un conjunto de procesos homogenizados y articulados entre las diferentes sociedades del mundo que permite llevar a cabo diferentes actividades simplificando las diferencias y desigualdades existentes en cada una de ellas sin que desaparezcan. Esto se puede ver en las organizaciones gubernamentales como ALADI, La ONU, Comunidad del Pacífico, etc. los cuales hacen tratados y se apoyan entre estos para poder generar economías más duraderas y prosperas pues entre más organizaciones se unan harán un bloque económico mejor y así mejorar su mercado global.

Según Morin (1994), la cultura de cada sociedad está dada por el capital cognitivo colectivo de los conocimientos adquiridos, de las experiencias vividas, de las habilidades aprendidas, de las creencias y de las memorias históricas. La cultura da lugar a la generación de las reglas y de las normas por las que se rige la sociedad y el comportamiento de los individuos, y esto hace que dependiendo sus necesidades puedan encontrar más productos y servicios que cubra

sus propias necesidades; pero si encuentran, países o mercados con necesidades iguales o similares pueden ampliar su mercado y expandir su solución.

Hofstede (1991), plantea que las decisiones de compra, de consumo, de relación entre diferentes empresas e individuos, están sujetas al comportamiento, las normas, las tradiciones y los valores sociales que se desarrollan en ese entorno, las cuales lo diferencian y le distinguen de los demás. Por lo tanto, es casi una obligación de las organizaciones realizar estudios de mercado, para así llevar a cabo estrategias y ser más fácilmente aceptados en el nicho al cual quieren entrar.

Martenson (1987), afirma que es claro que las diferencias culturales a su vez hacen diferentes los mercados, por lo cual es imprescindible que los líderes negociadores tengan un amplio conocimiento del mercado en donde desean incursionar. Es casi obligación del líder de la organización tener un amplio conocimiento del terreno y de negociación y así podrá ser mucho más exitoso en su gestión de penetración del mercado global.

Las distintas etapas por las que pasan estos nuevos productos determinarán las decisiones sobre localización de la producción de las empresas y, por ende, tendrán efectos sobre la internacionalización de las mismas (Plá Barber y Suárez Ortega, 2001), lo que a su vez se traduce en un análisis de los costos de transacción relacionados con la inversión y operación de la empresa en el exterior.

Teniendo en cuenta estas dos definiciones como la que es de interculturalidad e investigación de mercados ya se puede analizar ¿Qué ventaja genera valor agregado a una organización el momento de incursionar en un mercado global?

Desde el punto de vista a medida que van pasando los tiempos se puede decir que en comparación a épocas antiguas hoy en día son muy importantes las negociaciones internacionales debido a que estas ayudan al progreso de todo un país. Cuando se logra incursionar en los mercados globales se considera que las mayores ventajas son para ambos países o naciones debido a que aparte de crecer económicamente también está sirviendo desde un punto de vista cultural el igual ayuda a la unión de diferentes culturas y así evitar guerras por diferencias económicas o culturales que han pasado como las guerras mundiales, entre otras.

## **Análisis y discusión de Resultados**

### **SUPER BOL SOLUCIONES DE PACKAGING SUSTENTABLE**

Es una empresa fundada en 1978 enfocada en diseñar, desarrollar y producir soluciones de packaging sustentable a través del uso de recursos y tecnologías de menor impacto ambiental. Esta es una empresa familiar que actualmente está siendo liderada por la tercera generación y ha sido ejemplo de que si es posible realizar una empresa familiar, ya que solo el 5% de las conocidas supera la tercera generación.

Es una PYME la cual se caracteriza por ser eco amigable ya que todos los procesos que se realizan dentro de la organización se basan en el reciclaje, tienen un desarrollo bioplástico el cual reduce el impacto sobre el medio ambiente y adicionalmente se destaca por su gestión ambiental la cual se basa en las 3R (Reducir-Reciclar-Reutilizar). Se caracteriza por su área de producción ya que está compuesta por extrusoras de polietileno de alta y baja densidad; impresoras de 5 o 6 colores, alta definición en imágenes, refiladoras de alta velocidad con controlador digital y confeccionadoras de última generación.

Super Bol es una empresa con un enfoque multidisciplinario que se caracteriza por el trabajo en equipo donde se generan espacios de escucha abierta, transparencia y sinceridad. La organización se basa por tener una mejora continua en busca de óptimos resultados, desarrollo de las personas, cuidado con el medio ambiente ya que tiene la política de RSE, confianza, respeto por el prójimo y sobre todo en la calidad del servicio ya que consideran que los clientes se merecen lo mejor de ellos respetando la palabra de estos a pesar de que la competencia lo ofrezcan más económico y gracias esto hoy en día trabajan con grandes empresas como Mercado Libre, Coca-Cola, Movistar, Avon, entre otros.

Desde otro punto de vista se considera que es una empresa con mucha proyección internacional y la cual se puede expandir a muchos mercados tanto en América como Europa o Asia. Se considera que tienen muchas ventajas en cuanto al ahorro de costos a pesar de que la parte del almacenamiento puede mejorar mucho más y así disminuir mucho más los tiempos de entrega. Al ser una empresa con 0 desperdicios es una empresa que puede incursionar en los mercados globales ya que sería rentable invertir en esta organización y adicionalmente que con las empresas que trabaja actualmente le ayuda a ampliar su portafolio de mercado.

Al realizar la visita en esta organización encontraron cómo se trabaja según las 5 funciones de la administración de Henry Fayol: En cuanto a la planificación ya que la empresa siempre está en una visión hacia el futuro teniendo persistencia en cada objetivo planteado y buscando el crecimiento en general de ella; respecto a la organización se denota la función que tiene cada uno y cómo se organizan para realizar un trabajo más eficiente ya que es una empresa con enfoque multidisciplinario como le mencionamos anteriormente; en referencia a la dirección encontraron dar cuenta que tienen sus líderes y sus cabezas de área los cuales hacen que se cumplan las funciones que desempeña cada empleado en la organización adicional que se basan en el trabajo en equipo y tienen un porcentaje de incentivo.

Lo que más se resalta en Super Bol es el tema de la coordinación debido a cada proceso que manejan para poder terminar el producto final tal como lo desean los clientes y más cuando aplican la gestión ambiental al reducir, reciclar y reutilizar y finalmente tienen un control permanente tanto al proceso que realizan los empleados como a la maquinaria ya que alguna falla en estas puede generar pérdidas ya sea por diseño o por demora de entrega.

## **PUERTO DE BUENOS AIRES**

El puerto de Buenos Aires se creó el 3 de febrero de 1536 por Don Pedro de Mendoza; se caracteriza por tener tres grandes sectores o 3 terminales de carga principales como son: el sector denominado Puerto Nuevo la cual es el área concesionada a la operatoria portuaria y la atención de Buques de ultramar y cabotaje, en el segundo se encuentra la Dársena Norte el cual es el sitio de atraque de los buques del ejército y posee sectores permisionados como BUQUEBUS y YACHT CLUB ARGENTINO y en tercer lugar se encuentra el Puerto Sur donde se encuentran radicadas empresas que tienen actividades relacionadas con depósitos fiscales, almacenaje de mercaderías de importación y exportación, reparaciones navales, empresas que estén relacionadas con las telecomunicaciones, plantas de residuos industriales y todos los emprendimientos agronómicos.

En el puerto de Buenos Aires se manejan contenedores de 950.000 TEUS los cuales miden entre 20 y 40 pies donde se transportan todos los productos tanto para exportación como para importación. Desde La Argentina los productos que más exportan son los cereales, pesca, algodón y petroquímicos a comparación de los productos que más importan como son todo el tema de autopartes, tecnología, textiles y productos químicos.

Según la información que se suministró se puede concluir que tienen una gran ventaja para incursionar en los mercados globales debido al contacto que tienen tanto en América como en Europa o Asia; por ejemplo, con Colombia comercian en aproximadamente 2000 contenedores. Los productos donde más importan son de Brasil y Chile y en cuanto a la comercialización con Estados Unidos es menor la cantidad debido a la ubicación geográfica y por este mismo motivo

generando un alto poder de negociación con los proveedores los cuales se deben inscribir a través de las planillas que maneja el puerto.

En la parte administrativa se ve una clara ventaja y es la cantidad de personal que manejan ya que tienen alrededor de 1.300 personas que trabajan en los puertos más unas 800 personas externas debido a que tercerizan las operaciones de equipamientos lo cual hace que este puerto tenga una competitividad sistémica a nivel meta generando una gran eficacia en sus operaciones.

### **Campari Argentina**

Campari Argentina es una compañía dedicada a la creación, producción y distribución de los principales licores con los cuales se hacen los más famosos cócteles y aperitivos a nivel mundial. Entre sus productos se encuentran el propio Campari, Aperol, Cynar, Cinzano, Wild Turkey y el famoso Bulldog.

El expositor explicó que es un aperitivo, palabra que viene del latín aperire, que significa “abre” el apetito. Es una bebida que se usa antes de los almuerzos o antes de las cenas, para poder abrir el paladar y limpiar las papilas para poder disfrutar mejor así de las comidas y cenas en sitios de alta cocina.

Mirando la trayectoria de los Bartenders en el pasado y en el presente, se observa los cambios de imagen y en tecnologías de utensilios especializados en el campo de los cócteles; esto no solo lo vemos en el interior de este arte, sino también en cómo evolucionan las redes sociales y los medios virtuales para poder expandir mercados a nivel internacional creando miles de nuevos cócteles y nuevas recetas, con nuevos sellos únicos en producción de tragos sino en su reconocimiento culinario.

Como se puede ver la tecnología de las TIC's hace un gran papel en temas de expansión de mercados, reconocimiento de calidad, y adquisición de nuevos talentos de todo el mundo; esto no solo se ve en países desarrollados, sino en países de cualquier tipo y clase social. Se realizan torneos y festivales a nivel mundial, donde todos son citados en blogs o redes sociales para poder destacar sus talentos.

### **Universidad de Buenos Aires - UBA**

En esta charla se encuentra la importancia del marketing digital en las empresas, pues el marketing digital es el que les ayuda a realizar un cambio en el cómo hacen las cosas y no en el que están haciendo.

Se presentaron 3 expositores los cuales contaron sus experiencias profesionales de creación de empresas y como han podido surgir en el mercado global:

El primer expositor es el creador de la empresa Aristei y asociados una empresa dedicada a realizar consultorías en marketing digital para empresas de todo tipo de industria. Se hizo una pregunta inicial la cual fue: ¿Están preparados para el cambio?... esta pregunta deja muchas incógnitas de cómo se comportan las mejores empresas en varios mercados a nivel global y cómo alcanzan su éxito. Respondiéndoles a esta pregunta la contestación es sencilla.

Internet como canal es el principal en las empresas en sus diferentes industrias; el internet juega el papel más importante por varios razones entre las cuales son: cobertura global, se puede segmentar el target de clientes a los cuales se quiere llegar, se pueden administrar sus propias campañas de marketing, se puede medir, se pueden hacer correcciones en tiempo real. Entre otros aspectos, de acá se puede observar que la ventaja que genera valor agregado a una

organización al momento de querer incursionar en un mercado más globalizado es el uso de las TIC's en especial el internet.

El siguiente expositor es el creador de co-working en Argentina la cual es una experiencia de 30 días en un país diferente al de origen, en el cual el empleado que puede laborar desde su PC pueda trasladarse a un país diferente y poder tener una experiencia turística sin dejar de trabajar en sus proyectos laborales. Es un espacio en varios sitios en los cuales las personas que se dedican a los mismos sectores laborales con similitudes en funciones pueden compartir y así no sentirse tan solos.

Los futuros clientes y usuarios de este servicio solo deben registrarse por la página oficial o por Facebook llenar un formulario; se les entrega una cotización del costo total de su viaje o como le llaman en la empresa experiencia laboral, se paga y el usuario puede disfrutar de los beneficios de poder trabajar en ambientes diferentes al de su rutina.

Como se ve en el anterior caso como en este, el factor principal lo enmarcan las TIC's como base de sus actividades para poder llegar más fácil a sus futuros clientes, pagando publicidad y así generar más ingresos a su empresa. Ellos han podido incursionar en mercados alternos de nuevos países en intercambios de experiencias laborales entre diferentes culturas y así generando alianzas estratégicas.

La última expositora es la CEO de la empresa Vitta Mia, una empresa que nació después de un momento de estancamiento de su carrera profesional. Esta empresa la crearon entre 2 hermanas, una contadora y otra nutricionista; la empresa se creó con ánimos de poder mitigar o reducir en lo posible la obesidad tan grande que se presenta en Argentina.

Se trata de una empresa física, pero sobre todo digital, la cual realiza consultas virtuales y físicas para poder administrar y guiar a personas en dietas personalizadas para poder disminuir de peso sin necesidad de hacer intervenciones quirúrgicas. Hasta acá la empresa se ve como cualquier otra con estos servicios.

La ventaja competitiva de esta empresa y que ha sido tan exitosa son las consultas por medio de WhatsApp y Facebook, lo cual la hace extremadamente competitiva; también generan consultas a través de video llamadas por Skype y WhatsApp. Varios famosos de Argentina han hecho sus tratamientos con esta innovadora empresa y ellos al recomendar la empresa en sus redes sociales personales incrementan los seguidores de la empresa y las consultas de forma exponencial.

El factor clave como se observa en esta empresa y en las anteriores 3 empresas es de nuevo el uso del internet como eje fundamental en su plan de mercadeo, en sus estrategias empresariales y en el éxito de surgir y penetrar el mercado global.

## **PUERTO DE MONTEVIDEO**

La primera visita académica y empresarial en la bella ciudad de Montevideo fue al puerto de la capital uruguaya que cuenta con más de 100 años de actividad portuaria, y es administrado por la empresa pública del gobierno la Administración Nacional de Puertos ANP. Este tuvo una reestructuración en 1985 luego de la restauración democrática del país charrúa; desde ese entonces han pasado diferentes directores, cuyo fin era sortear las diversas secuelas de la dictadura y los nuevos retos que traía el nuevo siglo con el objetivo de satisfacer las necesidades internas del país, que luego trascendieron a los de la región en general.

A lo largo de la historia es el puerto comercial más importante del país por el que circulan en gran cantidad contenedores de las más importantes navieras del mundo. Un dato importante del centenar de operación de la ANP es que el puerto movilizó más de 850.000 teus en el 2016, siendo este año el de mayor operación portuaria desde inicio de actividades de la ANP.

El puerto de Montevideo por su locación se convierte en el principal protagonista en materia de circulación de los diferentes productos que exporta e importa Uruguay; además no se concentra en una sola línea de negocio, y esto quiere decir que también se hace fuerte en recibir cruceros de diferentes partes del mundo, ya que Uruguay es un lugar atractivo para visitar debido a sus bellos paisajes, por su rica cultura y por la historia con el Río de la Plata; a esto se le suma el transporte de pasajeros, de automóviles y tecnología.

Es pertinente mencionar el régimen de puerto libre, y esto quiere decir que existe un llamado beneficio en materia de tributos y aduanas, ya que en los diferentes negocios y operaciones portuarias existe exoneración de cargas impositivas, lo cual da un valor agregado a las diferentes importadoras y exportadoras, además de permitirle un libre almacenaje de la mercancía sin límite de tiempo y permitiéndole la operación y manipulación de las mismas.

Un puerto sin lugar a duda es un vehículo para el intercambio de culturas entre distintos países, ya que por allí salen e ingresan mercancías, productos alimenticios, tecnológicos entre otros, con los cuales se satisface una demanda específica en un país determinado, se comparten productos y materias autóctonas que brindan y enriquecen un conocimiento cultural.

Como ejemplo se puede tomar el caso de Uruguay en materia de ganadería, que es su principal producto de exportación, aprender todo lo que tiene que ver con sus procesos ganaderos, no solo eso además permite hacer un benchmarking frente a la ganadería de Argentina, sacando provecho de dicha situación para adquirir buenas prácticas y aplicar los aspectos positivos en la ganadería colombiana.

### **ALADI - Asociación Latinoamericana de Integración**

La entidad gubernamental conocida como ALADI es la entidad latinoamericana en la cual se reúnen todos los países de habla hispana para tratar y hablar temas relacionados con el apoyo mutuo en comercios abiertos entre los países latinos para así generar alianzas estratégicas y apoyarse mutuamente.

El expositor fue el secretario general de ALADI el cual explicó que hay unas reglas generales que deben existir entre todos los países como lo son: reducción de restricciones de comercio, regulación del mercado de materias primas, convertibilidad monetaria, equilibrio en empleo, capital para el desarrollo, asistencia en transferencia de conocimiento, educación y regulación de migración; de las cuales solo se cumple la primera la cual es la reducción de restricciones de comercio, y no entre todos los países. El tratado de Montevideo se creó en 1980 para los países de América Latina.

La entidad está enfocada en apoyar a los países miembros facilitar negociaciones y así atender a sus necesidades de poder realizar alianzas estratégicas para poder mejorar la situación económica de todos los países latinoamericanos logrando más importaciones y exportaciones libres de impuestos y aranceles. Es una entidad que sin duda alguna facilita las relaciones comerciales entre los países latinoamericanos, a mejorar sus ingresos en

importaciones y exportaciones entre ellos como una sólida unidad económica, cooperando entre todos ellos mejorando las relaciones comerciales y personales para poder prosperar en un mundo tan competitivo.

## **ZONAMERICA**

Al llegar a esta zona franca privada es notorio ver el ambiente natural que se refleja a sus alrededores; una vez adentro, se puede determinar que es un lugar el cual refleja un diseño sin igual que contiene muchas zonas verdes y que permite apreciar el mundo organizacional desde una perspectiva diferente a lo que normalmente están acostumbrados. Es un parque de negocios y tecnología en donde su infraestructura se asemeja a un parque natural, y cuyas edificaciones están enfocadas a lo que desee el cliente; en pocas palabras ZONAMERICA adapta de manera personalizada el espacio geográfico a gusto del cliente con el objetivo de potencializar el performance de la empresa.

Esta zona franca tiene como trayectoria más de 25 años. Allí en Montevideo cuenta con 92 hectáreas de las cuales 300 mil metros cuadrados son parques y áreas verdes, 250 mil metros cuadrados corresponden a oficinas y depósitos en donde se han construido 30 edificios y se han instalado más de 350 empresas con una fuerza laboral de más de 10 mil personas; el restante espacio está a disposición para ser ejecutado con futuros clientes, además aporta el 1.8 del Producto Interno Bruto de Uruguay.

Esta zona franca además de ofrecer los beneficios en temas tributarios y aduaneros, pretende brindar herramientas innovadoras a aquellas empresas que desean instalarse allí. Una de ellas es la colaboración en la consecución de mano de obra calificada, con un portal en el cual recibe las hojas de vida para después cederlas a su cliente acorde al previo requerimiento.

Su ambiente natural a campus busca ofrecerles a los trabajadores de las empresas que se sientan en el mejor lugar para laborar al potencializar su talento y hacer que los mismos sean más competitivos sintiéndose en un lugar no sólo cómodo sino tranquilo. El paisaje natural a campus y su impacto que genera en temas ecológicos hace que este lugar sea un destino especial para llevar a cabo negocios en materia empresarial; tal ambiente lleva a la consecución de reuniones de grandes inversionistas de todo el mundo, en donde se cierran importantes negocios, lo cual hace que ZONAMERICA sea reconocida por tener algunos de los mejores indicadores de clima de negocios en la región. Al ser un parque de negocios y tecnología cuenta con la mejor conectividad de la región, y ello lo confirma el premio *Latin Business Chronicle* de 2015 herramienta fundamental que hace mella en el mejor lugar para hacer negocios.

Es importante describir este tipo de características y ventajas locales que ofrece ZONAMERICA para la apertura de mercados globales, con los reconocimientos hechos por medio de los premios obtenidos en el último tiempo; esto hace que las empresas radicadas allí puedan expandir sus operaciones en otras regiones y así obtengan mayor crecimiento a nivel global y organizacional. Sin embargo más allá de las ventajas que implica el pertenecer a ZONAMERICA, es importante recalcar su proceso de expansión, debido al éxito que ha tenido este parque de tecnología y negocios, con su ambiente natural a campus y su relación con el medio ambiente en Uruguay el cual ha revolucionado el mundo de las zonas francas, se ha logrado acentuar en países como Colombia y China, en este último generando una plataforma de negocios para empresas latinoamericanas y chinas haciendo de puente comercial que permita un intercambio de bienes y servicios.

## Conclusiones

- A pesar de las dificultades económicas que puede enfrentar un país una empresa puede sobresalir realizando una buena gestión y haciendo buenas relaciones laborales entre la misma nación o internacionalmente para lograr expandir las empresas en el mercado global.
- Para lograr incursionar en un mercado global lo más importante es la adaptación al cambio, hacer uso de la tecnología y desarrollar una estrategia de comunicación la cual va a servir para crecer y para expandir los negocios que pretenden emprender y expandir el mercado.
- Es importante siempre prever las posibles situaciones negativas que se puedan generar a nivel global o local para así poder estar preparados y poder reaccionar a tiempo; esto se hace estando actualizados en noticias y en las redes sociales gracias a las TIC's, y gracias a la apertura de mercados se pueden implementar diferentes accesos de información.
- Una de las fórmulas en general de las empresas para poder alcanzar su éxito a nivel global es estar también al día en tendencias de todo tipo y poder innovar en sus productos y servicios de acuerdo a estos nuevos tipos de necesidades que se crean a diario y que se vean que son necesarias de implementar en diferentes mercados.
- En el momento de entrar en un mercado global es importante tener en cuenta las culturas y las costumbres de las naciones para poder tener un buen poder de negociación y para que esto sea rentable siempre hay que recalcar la comunicación y la adaptación a los cambios a pesar de no estar de acuerdo con estas costumbres para la apertura de mercados.
- Al emprender en negocios nuevos o crecer en negocios existentes siempre va a ser importante el trabajo en equipo y la escucha de todos los miembros de este, desde el

presidente hasta la persona que recibe a los clientes, ya que al estar todos día a día trabajando en la organización se dan cuenta de los cambios que pueden hacer para crecer y expandir el mercado.

### **Referencias Bibliográficas**

- Cabeza, D. Corella, P. Jimenez, P. (2013). Negociación Intercultural, (Ed) Marge Books (p. 214). Barcelona
- Escarbajal Frutos, Andrés Narcea Ediciones (2011). E-LIBRO: Interculturalidad, mediación y trabajo colaborativo. Narcea, S.A. de ediciones. Madrid.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaustasp/reader.action?docID=4507851&query=interculturalidad#>
- García, N. (1999). La globalización imaginada. En: <http://lit.polylog.org/3/sngngm-es.htm>. Consultado: 8 de febrero de 2014.
- Hofstede, G. (1991). Cultures and Organizations. Software of the mind. McGraw-Hill.
- López Bonilla, Jesús Manuel; López Bonilla, Luis Miguel. Difusora Larousse - Ediciones Pirámide (2012 p. 17). E-LIBRO: Investigación de Mercados turísticos. Ediciones Piramide, Sevilla.:  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaustasp/reader.action?docID=3428949&query=mercados#>
- Maldonado, K. (2006). Aproximación a un marco conceptual y teórico sobre la Interculturalidad de los negocios internacionales. Documentos de Investigación. Universidad del Rosario.

- Martenson, R. (1987). Is Standardization of Marketing Feasible in Culture-Bound Industries? International Marketing.(p. 7, 17).
- MORIN, E. (1994). Cultura y Conocimiento, El ojo del observador. Contribuciones al constructivismo. Barcelona: Gedisa, pp.73-81.
- Plá Barber, J. y Suárez Ortega, S.M. (2001): “¿Cómo se explica la internacionalización de la empresa? Una perspectiva teórica integradora”, ICADE Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, vol. 52 (enero-abril), México.
- República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional. (2018). Expediente: EX-2017-22081559-APN-MEG#AGP - Resolución - Reglamento para el Registro de Empresas de Servicios Portuarios. <https://www.argentina.gob.ar/transporte/puerto-ba/comercial/registro-de-empresas-prestadoras>
- Super-Bol S.R.L.(2017). LA EMPRESA. <https://super-bol.com.ar/la-empresa.html>

## Diario de Campo

**10 DE NOVIEMBRE DE 2018**

Llegamos al aeropuerto de la ciudad de Buenos Aires a las 11:00 pm donde nos recogió una van y nos llevó al hotel el cual se llama Silver Park y se encuentra ubicado en el centro de la ciudad al lado de una de las infraestructuras más bonitas y famosas de Buenos Aires como es el Obelisco. Apenas llegamos al hotel nos hicieron a la entrega de la habitación y debido a la ventaja de que es una ciudad 24 horas desierta pudimos salir con el grupo y caminar un poco por el centro admirando la infraestructura.



**11 DE NOVIEMBRE DE 2018**

Salimos 8:00 am del hotel para realizar un City Tour donde tuvimos la oportunidad de conocer inicialmente la casa rosada lugar donde trabaja el presidente de Argentina Mauricio Macri, al lado estaba la Catedral Metropolitana la cual tuvimos la fortuna de entrar y conocer esta hermosa infraestructura, después salimos para el barrio la Boca donde estuvimos en uno de los lugares más turísticos de Buenos Aires como es Caminito el cual es un lugar donde los turistas pueden tomarse fotos con los bailarines de tango (género musical muy característico de Argentina), también tenían una feria donde pudimos adquirir algunos productos característicos de este hermoso país, después nos dirigimos a almorzar en el centro de la ciudad y finalmente tuvimos la tarde libre la cual aprovechamos para ir a conocer uno de los barrios más famosos como es Palermo donde adicionalmente miramos un partido de fútbol siendo este el deporte más representativo de Argentina y apenas finalizó llegamos al hotel a descansar



**12 DE NOVIEMBRE DE 2018**

Salimos del hotel a nuestra primera experiencia académica la cual fue en la empresa Super Bol donde nos dieron una charla explicando la historia de la empresa, a que se dedica y finalmente nos mostraron los procesos, al finalizar la charla fuimos a almorzar al centro de la ciudad y después fuimos a la siguiente visita la cual fue el Estadio Alberto J. Armando más conocido como la Bombonera donde tuvimos la experiencia de conocer el museo, y tomarnos fotos en la cancha, en los camerinos y en las tribunas adicional de poder traer recuerdos en la tienda que hay dentro del estadio de fútbol, al llegar al hotel con el grupo decidimos ir a conocer Puerto Madero por la noche ya que es un lugar muy hermoso en Buenos Aires y finalmente llegamos al hotel a descansar.



**13 DE NOVIEMBRE DE 2018**

Hoy visitamos la empresa Campari nos enseñaron sobre el significado de la palabra aperitivo que significa abre el apetito en latín nos explicaron sobre los diversos licores que ellos fabrican nos comentaron que los aperitivos con el licor campari son las bebidas alcohólicas número uno en ventas del mundo, también nos explicaron la receta original de cómo realizar un aperitivo, nos explicaron que los consumidores no desean aprender cosas nuevas y complejas, nos mostraron cómo eran las personas que atendían en los bares antes y como son ahora.

Nos comentaron un poco sobre la historia del trago llamado Garibaldi este se realiza con una parte del licor Campari y dos partes de jugo de naranja. Garibaldi fue uno de los conquistadores de Italia y su trago se creó gracias a que en el norte de Italia Hacían el campari, pero al sur de Italia tenían la cosecha más grande de naranjas

También nos comentaron sobre la masificación de estos tragos en todo el mundo. Se Están haciendo virales en periódicos y revistas digitales.

En mi opinión la estrategia de mercadeo de ellos es muy fuerte y hace que su expansión sea global Con el nuevo esquema de tragos que se están creando a nivel mundial.

Por la noche nos llevaron al restaurante bar más conocido de tango de buenos aires el cual se llamar Señor Tango, en el cual disfrutamos de un buen vino, un excelente show de tango y la mejor música de Buenos Aires



### **14 de noviembre de 2018**

El miércoles 14 en la universidad de Buenos Aires tuvimos tres conferencistas; el primero es el representante de la empresa el cual nos enseñó y nos habló sobre la importancia del marketing digital. El cual da importancia del cambio en las empresas nos enseñó sobre los beneficios que tiene hacer marketing digital cómo los cuales son la cobertura global, segmentación de clientes, administrar campañas de marketing, Es más barato, se puede hacer correcciones en tiempo real, es fundamental en el rol de las decisiones, y el crecimiento es sostenido y proyectable.

No se enseñó como el Internet es un canal comercial o de comunicación. El marketing digital se divide en dos grupos el primero que está compuesto por la comunicación, interacción, contenidos, y aplicaciones el segundo compuesto es el e-commerce. Nos mostró cómo el

crecimiento y la proyección de la tecnología evoluciona más junto con los dispositivos y que las culturas y generaciones venideras cada día más se desenvuelven en estos espacios

Explicó algunos ejemplos de cómo la innovación ha hecho sepultar alguno de las empresas como por ejemplo Netflix que hizo obsoleta a Starbucks. Nos enseñó los modelos de entrada que son empresa a consumidor, empresa a empresa y consumidor a consumidor. Nos mostró algunos de las principales métricas de cómo se paga en Internet Dependiendo los clicks, impresiones, adquisiciones, visualizaciones, y publicidad

Otro de los exponentes nos explicó cómo son los espacios de trabajo dinámicos para las personas que trabajan en el exterior Es lo que llamamos co-working. Los cuales son espacios de trabajo para el desarrollo de negocios en los cuales las personas pueden tener ambientes productivos de trabajo y poder vivir una experiencia local de dispersión

La última exponente nos explicó sobre su empresa la cual trata de asesorar a personas con obesidad brindándoles dieta en conjunto con las personas que tengan el mismo problema. Nos comentó sobre algunos de las características que debe tener una empresa para poder surgir como los son trabajo en equipo, motivar al equipo, enseñar y aprender de todos

En mi opinión todos estos casos empresariales son muy buenos para aplicar en la vida real pues nos comentó sobre lo que se necesita para poder afrontar las dificultades como enfrentarlas y cómo actuar en varios casos

Nos trasladamos en la tarde-noche en buque bus atravesando el río de la plata desde el 'puerto de buenos aires hasta el puerto de colonia en Uruguay, después realizamos un viaje de 2 horas

en bus por carretera para poder llegar al hotel de Montevideo en el centro de la ciudad, para poder llegar y descansar para el otro día ir a nuestra siguiente visita.



### **15 de noviembre de 2018**

El jueves 15 visitamos el puerto de Uruguay en el cual nos explicaron sobre los trámites que se hacen en aduana para importaciones y exportaciones de productos y servicios. Por la tarde de este mismo día visitamos la entidad gubernamental llamada Alada La cual significa asociación latinoamericana de integración En la cual nos explicaron sobre cómo Los países tienen relaciones comerciales en importaciones y exportaciones las cuales benefician el comercio entre países latinoamericanos Generando mejores ingresos en cada uno de los acuerdos que se crea entre países

Nos mostraron las cifras que maneja Colombia dentro organización gubernamental y los tratados que actualmente tiene con otros países. Nos explicaron sobre la ecuación de indicadores de desarrollo sustentable del país

También nos explicó sobre la categorización de los países latinoamericanos en los cuales encabezando se encuentra Brasil México y Argentina por sus recursos naturales y sus industrias de primer mundo en la segunda categoría se encuentra Colombia Panamá Chile y Perú por su trabajo abundante territorio y su recurso humano avanzado Y en el tercer grupo se encuentran los restantes países que desean ingresar al grupo aladi

Nos explicó sobre los dos tipos de acuerdos los cuales son acuerdos de alcance regional en los cuales participan todos los países miembros de la aladi Y los acuerdos de alcance parcial en los cuales algunos países participan dentro de la aladi

Nos enseñó algunas cifras desde 1980 hasta el 2018 como ha sido la evolución del comercio interno regional de todos los países en el cual se observa que el 2002 se ha incrementado de un 40 hasta un 27% más de importaciones y exportaciones los cuales benefician a la región

En Colombia los importaciones y exportaciones un 20% Y 27% respectivamente de su 100% en el cual otro 80% y 73% está repartido en el resto del mundo por lo cual nos hace ser un país bastante diverso y competitivo.

Por la noche pudimos visitar la playa positos, reconocida por su alto flujo de turistas y pudimos recorrer parte de esta hermosa playa a pie, poder sentir el verano de Montevideo y poder disfrutar un muy buen tiempo entre compañeros.



### **16 de noviembre de 2018**

El viernes 16 Nos llevaron A la empresa zona América la cual es una zona franca para empresas más un campus con performance. En esta empresa de más de 10,000 personas trabajando, más de 30 edificios construidos, otorgando más del 1.8% al PIB de Uruguay, y más de 350 empresas instaladas hacen de esta zona franca una de las más grandes de Latinoamérica.

Dentro de los servicios globales que ofrece zona América son: servicios financieros, servicios de centros compartidos, oficinas comerciales, desarrollo de software, call Center, servicios profesionales, y biotecnología. Dentro de la logística y manufactura de zona médica se encuentran: los operadores logísticos, centros de distribución el regionales, bueno factura y ensamblaje, acondicionamiento primario y secundario de servicios farmacéuticos

Por la tarde nos dieron un recorrido turístico en la van donde pudimos conocer más de las playas de Uruguay Montevideo y por la noche realizamos el traslado de nuevo por buquebus de regreso a Buenos aires para poder alistar maletas y poder regresar a Colombia.

