



**EFFECTOS E INCIDENCIAS CULTURALES EN LOS NEGOCIOS
INTERNACIONALES ENTRE COLOMBIA Y BRASIL**

**JUAN DAVID GIRALDO CARDONA
YHOANA MEJIA PACHECO
CAMILA RIOS MONSALVE**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
MEDELLÍN, COLOMBIA**

2013

**EFFECTOS E INCIDENCIAS CULTURALES EN LOS NEGOCIOS
INTERNACIONALES ENTRE COLOMBIA Y BRASIL**

**JUAN DAVID GIRALDO CARDONA
YHOANA MEJIA PACHECO
CAMILA RIOS MONSALVE**

**Trabajo de investigación presentado para optar al título de Profesional en Negocios
Internacionales**

Director (a):

Nombre del director(a) y título (Ph.D, MSc., Doctor, Químico.)

Codirector (a):

Nombre de asesor Yasmin Alexandra Vásquez Suárez

Línea de Investigación:

Multilateralismo y Regionalismo abierto

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
MEDELLÍN, COLOMBIA**

2013

Nota de aceptación:

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellín, mayo 20 de 2013

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a los docentes, asesores y familiares que hicieron parte de nuestro proceso de formación profesional, la cual demostramos por medio de este trabajo.

ÍNDICE

	pág.
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12
1. FORMULACIÓN DEL PROYECTO	13
<i>1.1 Antecedentes</i>	13
<i>1.1.1 Estado del Arte</i>	16
<i>1.2 Planteamiento del problema</i>	16
<i>1.3 Justificación</i>	17
<i>1.4 Objetivos</i>	18
<i>1.4.1 Objetivo general</i>	18
<i>1.4.2 Objetivos específicos</i>	18
<i>1.5 Marco metodológico</i>	19
<i>1.5.1 Método</i>	19
<i>1.5.2 Metodología</i>	19
<i>1.6 Alcances</i>	20
2. EJECUCIÓN DEL PROYECTO	21
<i>2.1 Regiones de negocios Internacionales entre Colombia y Brasil</i>	21
<i>2.1.1 Rio de Janeiro</i>	22
<i>2.1.2 Oportunidades de negocio</i>	23
<i>2.2 Caso Petrobras</i>	23
<i>2.3 Minas Gerais</i>	24
<i>2.3.1 Oportunidades de negocio</i>	25
<i>2.4 Caso Vale</i>	25
<i>2.5 Sao Paulo</i>	26
<i>2.5.1 Oportunidades de negocio</i>	28
<i>2.6 Caso Votorantin</i>	28

2.7 <i>Análisis del entorno Colombia y Brasil</i>	34
2.7.1 <i>Aspectos Sociales</i>	34
2.7.2 <i>Aspectos Políticos</i>	41
2.7.3 <i>Aspectos Económicos</i>	46
2.7.4 <i>Aspectos Geográficos</i>	52
2.8 <i>Análisis cultural Colombia y Brasil</i>	59
2.8.1 <i>La cultura</i>	59
2.9 <i>Gráficos y Tablas</i>	70
3. HALLAZGOS	78
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
4.1 <i>Conclusiones</i>	81
4.2 <i>Recomendaciones</i>	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83

ÍNDICE DE TABLAS

		pág.
Tabla 1.	Exportaciones - importaciones totales	70
Tabla 2.	Indicadores regionales de Brasil	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	pág.
Grafico 1. Brasil	71
Grafico 2. Comparación de Rio con los países Bric	72
Grafico 3. Ciudad Rio	72
Grafico 4. Vale	73
Grafico 5. Brasil	73
Grafico 6. Nivel de producción de industrias	74
Gráfico 7. Colombia	74
Grafico 8. Baile tradicional Colombia	75
Grafico 9. Colombia	75
Grafico 10. Brasil	76
Grafico 11. Baile capoeira	76
Grafico 12. Escudo Brasil	77

LISTA DE SÍMBOLOS Y ABREVIATURAS

Lista de abreviaturas

- ERP. Indica el sistema de planificación de requerimiento de materiales.
- BRICS. Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica, Todas estas naciones tienen en común una gran población
- IBGE. Instituto Brasileño de Geografía y Estadística
- ONU. Organización de las naciones unidas
- ONG. Organización no gubernamental
- UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

RESUMEN

Esta investigación se basa en el proceso cultural que requieren los negocios internacionales entre Colombia y Brasil, identificando estrategias y técnicas que se pueden implementar a la hora de negociar con estos países y las empresas que se encuentran en ellos, tomando como base de análisis y referencia las dificultades que se generan a partir de los conflictos dados por la diversidad cultural, considerando el estudio a fondo de estas naciones, determinando que es cultura y que aspectos de esta tienen incidencia positiva o negativa en los procesos de concertación, y a través de esto concretar que estrategias y técnicas pueden usarse tomando en cuenta semejanzas y diferencias con la cultura de los dos países para lograr una negociación exitosa. Teniendo en cuenta que Colombia en su proceso de apertura hacia el mundo e inserción en el proceso de globalización y mundialización ha iniciado la búsqueda de otros mercados en otros países entre ellos Brasil lo que hace necesario conocer todo lo relacionado con esta nación incluyendo su cultura, pues el desconocimiento de la misma puede llevar a conjeturas lo que al final ha de afectar negativamente cualquier acuerdo comercial. De ahí la importancia de este trabajo, mediante el cual se buscara lograr conocimientos claros y precisos de la cultura brasileña, comparándola con la de Colombia para poder establecer semejanzas y diferencias entre las mismas y luego de reconocer estas, constituir las posibles estrategias y técnicas que lleven a una exitosa negociación.

Palabras claves: Brasil, Colombia, costumbres, cultura, negocios internacionales, país, proceso cultural, estrategias.

ABSTRACT

This research is based on the cultural process that require international businesses between Colombia and Brazil, identifying strategies and techniques that can be deployed to the time to negotiate with these countries and the companies that are found in them Taking as a basis for analysis and reference the difficulties that are generated from the given conflicts by the cultural diversity, considering the in-depth study of these nations determining what is culture and what aspects of this have an impact positive or negative in processes of consultation And through this realize what strategies and techniques can be used taking into account both similarities and differences with the culture of the two countries to achieve a successful negotiation. In light of these is compatible with Colombia in its process of openness toward the world and insertion in the process of globalization has launched a search for other markets in other countries, including Brazil which makes it necessary to know everything related to this nation including its culture Because the ignorance of the same can lead to misunderstanding what at the end has to negatively affect any trade agreement.

From that point is the importance of this work, through which it will seek to achieve clear and precise knowledge of the Brazilian culture, with Colombia in order to establish similarities and differences between the same and then to recognize these, set using the knowledge acquired the possible strategies and techniques that identify these similarities and differences can be set to achieve a better negotiation with this nation.

Keywords: Brasil, Colombia, manners, culture, international business, country.

INTRODUCCIÓN

La cultura va más allá de los límites nacionales que avanza día a día y ha tenido repercusiones políticas, económicas y sociales. Algunos países han visto la cultura como una amenaza mientras que otros lo han visto como una oportunidad dependiendo de las políticas económicas por ellos definidas o bien si se abraza una filosofía nacionalista o global. Sin embargo, los negocios internacionales van en aumento dado que ningún país puede ser autosuficiente completamente, esta integración se va dando por regiones o bloques comerciales dependiendo de las necesidades e intereses particulares de cada nación. Es por ello necesario comprender las dimensiones internacionales para lograr un mejor acercamiento a una relación comercial efectiva. Bajo este punto de vista, cualquier alianza entre dos organizaciones comienza por un proceso de negociación donde cada una de las partes establece los objetivos a ser alcanzados. Sin embargo, una negociación internacional entre empresas es un fenómeno complejo donde intervienen múltiples factores que de acuerdo a nuestra experiencia implica fundamentalmente el conocimiento de la cultura extranjera, el desarrollo de una inteligencia cultural y el proceso de negociación en sí mismo.

Revista Journal (2009) Consideraciones culturales y personales en torno a las negociaciones internacionales, de (http://gcg.universia.net/pdfs_revistas/articulo_137_1260809790200.pdf)

El mundo en la actualidad orientado a la economía presenta infinidad de transacciones y negociaciones comerciales lo que hace necesario que sepa negociar para lo cual es necesario tomar en cuenta todos los aspectos importantes de las partes que negocian para poder lograr un buen entendimiento. Con gran frecuencia, quienes conocen un solo patrón cultural creen que tienen conocimientos de las características culturales de otros lugares, cuando en realidad no es así. A menos que hayan podido hacer comparaciones con otras culturas, tal vez ni siquiera conozcan las características más importantes de la suya. Puede considerarse inadvertido el hecho de que cada sociedad considera que su cultura es superior al de los demás y que sus intentos por introducir su estilo encuentren una resistencia. Cuando se trata de establecer negociaciones internacionales lo primero es comprender que existen culturas diferentes a la propia, al tener esto en mente se estudia y se aprende sobre las características de esta cultura con el fin de adaptarse a

ellas y sobre todo hacer negociaciones considerando dichas características, buscando así lograr el objetivo de estos.

1. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes

La cultura es un aspecto que se ha reflejado históricamente en todos los ámbitos. En nuestro estudio logramos visualizar el inicio de los negocios internacionales en la época de la conquista en el siglo XIII, pues fue una etapa geopolítica donde los estados se dividen, todo esto debido a la lucha por el poder, la tierra y los recursos. Esta división logró la desintegración total, por esto cada estado sintió la necesidad de buscar en otros lo que les hacía falta para subsistir, sin dejar atrás la búsqueda de nuevas rutas, de ahí empezaron a expandirse y a mezclarse unos con otros, pues necesitaban encontrar relaciones y de esta manera facilitar intercambios de recursos, generando así una diversidad de razas que trajo consigo nuevos conocimientos, costumbres, religiones y rasgos.

Cultura en los negocios Internacionales.

En vista de la evolución de los negocios, las nuevas técnicas de los empresarios, y los grandes estudios que se realizan para disminuir los riesgos en cualquier actividad empresarial, es de anotar, que un factor clave en el éxito de cualquier negocio, es la cultura. A pesar de que la globalización, intenta agrupar a los países, no quiere decir que los empresarios deben dejar a un lado aquellas tradiciones ancestrales que mantienen vivas esas culturas, pues aunque la globalización, intenta cada vez más unir a los países logrando así el expandimiento de los mercados, esas culturas a las cuales un empresario desea llegar, aún mantiene un estigma vivo, que muchas veces si no se sabe manejar, puede conllevar a la pérdida de grandes negocios.

La cultura determina la forma en la cual se debe llegar a negociar, en diferentes culturas. Variables como el idioma, religión, costumbres, entre otras, son factores determinantes que de alguna u otra forma afectan, las negociaciones que se hacen en el extranjero.

Empresarismo Integral (2009). La cultura de los negocios Internacionales, de <http://empresariointegral.blogspot.com/2009/05/la-cultura-de-los-negocios.html>

Si queremos tener éxito en los negocios multinacionales, debemos entender las culturas de otros países y aprender a adaptarnos a ellas. En cierto modo, todos los hombres están orientados a su patria; el reto de los negocios internacionales es aprender a ampliar la perspectiva personal para no tomar decisiones basadas en ideas equivocadas

Buenas tareas.com (2010). Cultura En Los Negocios Internacionales, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Cultura-En-Los-Negocios-Internacionales/134931.html>

La revolución industrial, la producción en serie y los grandes negocios:

Hasta finales del siglo XVIII, las ciudades islámicas (Bagdad, Damasco, Basora, Samarcanda, Estambul) eran más importantes y con comercios más amplios que las occidentales. Pero al llegar la máquina de vapor y con ella su mayor expresión, el tren, las condiciones cambiaron radicalmente. Con las máquinas se impuso la tecnología occidental sobre la oriental y los excedentes de producción se multiplicaron a consecuencia de la producción en serie que había tenido sus primeros inicios en los principios económicos de “La riqueza de las naciones” de Adam Smith. Esta producción en serie cambió las condiciones del mercado y los negocios porque los productos se hicieron más baratos, así como el transporte que ahora cargaba mercancía por toneladas y se desplazaba sin necesidad de postas y por encima de carrileras. Y como es natural, las operaciones mercantiles se hicieron mayores y los efectos contables más detallados (lo que cuesta hacer algo y lo que cuesta venderlo), pues ya no sólo estaban los costes fijos y los diferidos sino que a la producción y el comercio se le agregaban ahora bienes de capital y bienes inmuebles. Y también oficios nuevos: jefes de bodega, logística de transporte, vagones especiales etc.

Con la revolución industrial apareció una clase media en capacidad de consumir regularmente, lo que obligó a atender los mercados de manera estable y a competir con conceptos de calidad, confort, duración, justo a tiempo, financiación e innovación permanente.

Tecana american university. (2006). Business intelligence en la industria de consumo masivo, de http://www.tauniversity.org/tesis/Tesis_Ivan_Vera.pdf

Monografias.com (2011). Algo sobre la historia del comercio y los negocios, de <http://www.monografias.com/trabajos32/comercio-negocios/comercio-negocios.shtml>

Además aparecieron las aseguradoras, los grandes empréstitos bancarios y la bolsa. Y si bien se dieron los monopolios, también se dieron los pequeños negocios que se movían con mayor agilidad y lograban innovaciones en poco tiempo. La utopía de Francis Bacon, (1926) “La nueva Atlantis”, que cifraba la felicidad del hombre en el desarrollo que tuviera la idea de progreso, pareció cumplirse al fin con la revolución industrial. Y si bien es cierto que no cubrió más que a una parte pequeña de la humanidad, la que controla y amplía los comercios, si generó la idea del Estado del bienestar que tiene su punto más alto en el intercambio de bienes útiles entre los seres humanos y en la circulación constante de dinero, lo que permite tasas altas de impuestos que se revierten en la calidad de vida de los ciudadanos y en las mejoras constante de eso que consumen.

Los grandes negocios nacieron de la calidad del mercado y de los consumidores y de la amplitud de la clase media que fue la que puso a circular dinero en cantidades nunca vistas y que no sólo gastó en lo que necesitaba para vivir sino en diversión, viajes, salud y cultura, lo que permitió el nacimiento de las empresas de servicios.

Los mercados modernos:

Estos ya los conocemos. Son mercados que se amplían y se contraen de acuerdo a lo que aparece en los medios de comunicación, a las jugadas de bolsa y al optimismo de las personas. Sin embargo, existe una premisa que los japoneses y los chinos han entendido muy bien: hay que tomar un maestro, aprenderle, igualarlo y luego superarlo. Esta idea, que aparece en Buda y en Confucio, los ha hecho competitivos e innovadores.

En occidente Emmanuel Kant decía en el “Discurso sobre la Ilustración”, que nada estaba completo y por eso todo admitía mejoras. De igual manera Benjamín Franklin llamaba a ahorrar el 25 por ciento de toda intención de consumo (si voy a comprar cuatro, compro tres) para mantener siempre dinero en el bolsillo. Pero ni a Kant ni a Franklin les hemos hecho caso y el

mercado comienza a ser de los que practican las ideas de Buda y de Confucio. Se dirá que es la posmodernidad, que legitima la crisis y el desorden.

Monografias.com (2011). Algo sobre la historia del comercio y los negocios, de <http://www.monografias.com/trabajos32/comercio-negocios/comercio-negocios.shtml>

1.1.1 Estado del Arte. La cultura es un factor que puede utilizarse a favor o en contra en una negociación, pues influye en la forma como las personas perciben visualizan y actúan en el mundo, y por lo tanto como hacen negocios. Brasil es la tercera potencia económica emergente después de la China e India, un aspecto que atrae la atención de otros países para generar nexos comerciales. Podemos reflejar en la actualidad la importancia de la cultura en los negocios, pues se generan muchos puntos de vista. Un ejemplo claro de esto es, en países de Norteamérica el saltamontes se considera una peste, en países como China son mascotas y en Tailandia bocadillos, así vemos como en la actualidad nos sentimos influenciados por nuestros mismos rasgos que a la vez nos hacen diferentes formando paradigmas.

Aprendizaje cultural

Componentes socioculturales: Debe quedar claro que, para tener éxito en las relaciones personales en otras naciones, los empresarios internacionales deben estudiar la cultura. Es preciso que adquiera conocimientos con base en hechos, cuya obtención es relativamente sencilla, pero también deben ser sensibles a las diferencias culturales, lo que es más difícil. La mayoría de los recién llegados a los negocios internacionales no tienen siquiera la oportunidad de recibir una orientación local. Sin embargo, pueden dar el primer paso al entender que existen otras culturas. Mientras más conozca sobre la cultura de otra persona, se predecirá con mayor precisión el comportamiento de ella. El concepto de cultura es tan amplio que aún los etnólogos (antropólogos culturales) deben desglosarlo en temas para facilitar su estudio. Los puntos de vista de los expertos (Daniels, 2000) sobre los componentes de la cultura varían considerablemente, pero la siguiente lista es representativa de la forma de pensar.

Logística y transporte in log (2010). Cultura y Negocios Internacionales, de http://logisticaytransporteinlog.com/wp-content/files/Cultura_y_Negocios_Internacionales.pdf

1.2 Planteamiento del problema

La siguiente investigación busca ofrecer, reconocer la importancia, causa y consecuencia del estudio de la variable “cultura” dentro del ámbito de los negocios internacionales entre Colombia y Brasil. No solo basta con que estos países se enfoquen en el hecho de exportar o importar sus productos, sino, que realmente se sientan preparadas para hacerlo, abordando las grandes diferencias culturales que enfrentan a la hora de negociar. De esta manera, este trabajo busca brindar un panorama acerca de la cultura como herramienta principal para conocer y saber cómo penetrar un nuevo mercado.

1.3 Justificación

Las empresas colombianas y brasileras requieren procesos de investigación para abarcar mercados potenciales a través de las relaciones internacionales donde se incluya el estudio sobre sus rasgos costumbres, y puntos de vista y así fortalecer o crear exitosas relaciones comerciales. Esta investigación se realiza para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se utilizara como instrumento de investigación la observación el análisis y el estudio que ayudara a ver los aspectos culturales que intervienen en las relaciones internacionales entre Colombia y Brasil

Justificación Teórica

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural a nivel mundial es primordial hoy día para el logro del desarrollo integral de las naciones.

No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente así misma y que no necesite del apoyo de los demás países, aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos suplen sus necesidades y carencias en otras zonas, Brasil es una economía emergente, con grandes oportunidades y canales de acceso, y Colombia es un país integral con muchos recursos, estas características son oportunidades para destacar de ambos países y así generar crecimiento en futuras negociaciones.

Justificación Social

La cultura se adquiere generalmente por medio de la interacción social, que se forja a través de experiencias personales, educación recibida en la familia, colegio o universidad o por creencias, todos estos rasgos se perciben a través de las relaciones que se generan al realizar investigaciones en el área de mercadeo.

Cuando las personas trabajan en sociedades y culturas que difieren de las suyas propias, se multiplican los problemas que enfrentan al abarcar un solo conjunto de culturas por el número de conjuntos culturales que encuentran en cada mercado extranjero.

Justificación Personal

Dado que el mercadeo es el tema que el autor ha escogido como objeto de conocimiento para su carrera profesional y entendiendo que una de los principios del autor es ayudar a la sociedad, este trabajo es importante ya que es posible ayudar a las empresas a realizar mejores procesos de toma de decisiones en inversiones en el lanzamiento de nuevos productos. Además, el autor tiene el interés de generar una empresa en el futuro, en la cual estos elementos serán de gran impacto para el éxito de la misma.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general. Investigar el concepto de cultura y su incidencia en las Negociaciones internacionales entre Colombia y Brasil.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Analizar los diferentes aspectos sociales, políticos, económicos, educativos, y geográficos que hacen parte de las Negociaciones entre Colombia y Brasil

- Identificar los principales problemas que se pueden originar por desconocimiento de la cultura en las negociaciones entre Colombia y Brasil.
- Identificar las principales regiones donde se desarrollan en una mayor proporción las negociaciones entre Colombia y Brasil

1.5 Marco metodológico

El análisis metodológico está ubicado en la investigación profunda en cuanto a la importancia de los objetivos basada en los aspectos que se han visto a través de diferentes situaciones de la realidad, investigación con empresas de las formas de la negociación, análisis de información estadística, el desarrollo de una sociedad y su cultura de negociación aspectos geográficos, la historia de las instituciones políticas, el desarrollo económico y la estructura social que permiten establecer soluciones con propósitos y metas de cumplimiento.

1.5.1 Método.

A pesar de que la globalización, intenta cada vez más unir a los países logrando así el expandimiento de los mercados, esas culturas a las cuales un empresario desea llegar, aún mantiene un estigma vivo, que muchas veces si no se sabe manejar, puede conllevar a la pérdida de grandes negocios. Se expondrá por medio de la investigación que la cultura es una pieza clave de los negocios internacionales. Se describe la consecución de los objetivos previamente determinados, se selecciona la población y muestra y se describe las técnicas de recolección de datos utilizando el método de investigación analítico.

1.5.2 Metodología. Las culturas en el mundo tienden a estar interconectadas, y por esta razón los negocios internacionales se van convirtiendo en negocios globales, sin embargo cuando las culturas entran en contacto pueden coincidir en algunos aspectos, pero en otros la diferente idiosincrasia puede amplificarse, por eso debemos mostrar por medio de investigaciones, los distintos elementos que componen la cultura, la naturaleza o esencia del fenómeno u objeto investigado, las causas y los efectos y de esta forma comprender que el estudio de la cultura es una estrategia para el éxito de una negociación.

Metodología

Recolección de información Primaria: Se hicieron investigaciones a través de libros, consultas en la web, análisis profundo de argumentos generados por personajes públicos revistas, y reportajes en televisión.

Validez y confiabilidad de las herramientas. Se hará mediante la evaluación y revisión por parte del docente. Se describirán las tareas a realizar para obtener resultados específicos. Se indicará un orden para realizarlas, se servirá de documentación a desarrollar para completar informes y relevamientos, se dará un marco general para el desarrollo del proyecto de aseguramiento del entorno en estudio.

1.6 Alcances

La relevancia de la cultura en los negocios internacionales entre Colombia y Brasil trasciende los aspectos visibles como la comida, la ropa y los saludos, también influye la forma de pensar y opiniones diferentes, podemos detectar que falencias o dificultades tienen las empresas a investigar, y de esto partir a la creación y tácticas que generen éxito en una negociación, pues el tema cultural está tomando gran importancia para la relación de negocios internacionales. En esta investigación se pretenden identificar los factores fundamentales de la cultura que intervienen a la hora de las negociaciones, así como sus recursos necesarios para la creación e implementación. De igual forma se identificarán los modelos existentes de negociación. El lapso de tiempo para el desarrollo de esta investigación será la propuesta aplicada en 6 meses.

2. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

2.1 Regiones de negocios Internacionales entre Colombia y Brasil

Brasil es un país de dimensiones continentales, que todavía presenta grandes contrastes entre sus diferentes regiones. Lejos de ser un problema para los suministradores externos, la gran diversidad económica, social y cultural significa un conjunto casi ilimitado de oportunidades de negocios.

Las regiones Sudeste y Sur son las más ricas y desarrolladas, con nivel de consumo más diversificado, lo que las convierte en un mercado de interés prioritario, principalmente para las empresas colombianas que desean vender productos de mayor valor unitario. Por contar con industrias bastante desarrolladas, representan también un gran mercado para la venta de insumos industriales y bienes de capital.

Brasil global. (2010). Como Exportar a Brasil, de <http://www.brasilglobalnet.gov.br/ARQUIVOS/Publicacoes/Manuais/PUBCEXBrasilE.pdf>

Con casi un 40% del volumen de negocio total en la región, Brasil es el mercado más importante de América Latina y la novena economía mundial. No obstante, la existencia de un fuerte proteccionismo comercial y una solvencia a veces incierta dificultan en cierta medida el desarrollo de la actividad comercial. Brasil es un país típicamente emergente. Fabricante muy competitivo en ciertos productos (café y zumos, ropa deportiva, metalurgia, tecnología, Aeronáutica, equipos de transporte, etc.), además en infraestructuras y tecnológicamente han tenido buen desarrollo. Por lo general, las empresas brasileñas evidencian profesionalidad y seriedad. Muy lejos del tópico “carnaval y samba” por el que es conocido el país. El ritmo en el trabajo y la toma de decisiones es muy diferente de un estado a otro. Mientras los paulistas se aproximan más al arquetipo anglosajón, los cariocas tienen un comportamiento más acorde con lo que cabe esperar de un ejecutivo en América Latina. Además de São Paulo y Rio de Janeiro, destacan otras grandes ciudades. Brasilia, creada en 1960 como centro administrativo y político del país. Salvador de Bahía, principal centro de negocios y puerto de la zona norte. Porto Alegre, su equivalente en la zona sur, actualmente capital oficiosa de los movimientos antiglobalización.

Cuando estime el potencial de mercado tenga muy en cuenta la llamada “economía informal”, importante sobre todo en el sector servicios (detallistas, autónomos, etc.). Aunque no se incluye en las estadísticas oficiales, “se estima que representa aproximadamente el 10% del PIB (2012).” “Según el Gobierno Brasileño la distribución de la renta es muy desigual. Se estima que un 25% de la población tiene una capacidad adquisitiva alta o media alta, con hábitos de compra más propios de un país desarrollado”. Este segmento de la población manifiesta una marcada preferencia por productos de importación, asociada a una percepción de calidad.

En este marco ubicamos las negociaciones comerciales entre Colombia y Brasil, nos orientaremos en cuáles son las tres principales ciudades del país, que se pueden tener oportunidad de negocio y donde la cultura no influye demasiado al momento de llevar a cabo negociaciones entre los dos países.

2.1.1 Rio de Janeiro. Rio de Janeiro es uno de los centros económicos y comerciales más importantes de todo el hemisferio sur. Con un total de habitantes de 6 millones de personas, es la 2ª mayor ciudad del Brasil (por detrás de Sao Paulo) y la 3ª de la América Latina. Constituye el 2º mayor PIB de Brasil y el 30º mayor del mundo (según datos de FIRJAN, la economía del Estado de Río de Janeiro equivale a la de países como Chile)

“El 56% del PIB brasileño se encuentran en un radio de 500 km de Río de Janeiro.”

“La Ciudad de Río de Janeiro constituye el 50% del PIB del Estado de Rio (60 Billones USD) y atrae el 25% de la inversión externa directa (IED) en Brasil - Según el Financial Times, Rio ocupa la 1ª posición en América latina en captación de IED.” (Financial Times, 2011)

Río de Janeiro tiene la más pequeña tasa de desempleo y la mayor tasa de Inversión de la región. “El 50% de la capitalización de mercado de la BOVESPA pertenece a empresas ubicadas en Río.” (Financial Times, 2011)

Es también un importante centro Logístico internacional, con 5 puertos y 3 aeropuertos. Rio tiene 2 importantes puertos para exportaciones e importaciones: el de Río de Janeiro, que se ubica en la bahía de Guanabara, al este de Río de Janeiro, y el puerto de Itaguaí, en la bahía de Sepetiba, al oeste de la metrópolis.

La principal actividad económica del Estado del Río de Janeiro está relacionada con el Sector servicios y esencialmente a la prestación de servicios.

La economía del Estado Río de Janeiro está muy diversificada, el parque industrial está compuesto por industrias metalúrgicas, siderúrgicas, químicas, de alimentos, mecánicas, editorial y de celulosa. Posee Hubs Tecnológicos en las áreas de Telecomunicaciones, Energía, Salud, Tecnología, Innovación, Multimedia y Entretenimiento.

Límites del Estado de Rio de Janeiro: Minas Gerais (N y NO), Espírito Santo (NE), océano Atlántico (L y S), y São Paulo (SO).

FIRJAN (Federación de las Industrias del Estado de Rio de Janeiro) representa la industria fluminense en el mercado regional y brasileño.

2.1.2 Oportunidades de negocio. Principales oportunidades Rio de Janeiro:

Telecomunicaciones, Petróleo, Energía, Salud, Tecnología, turismo, Innovación, Multimedia y Entretenimiento.

2.2 Caso Petrobras

Entre las oportunidades cabe resaltar la inversión de Petrobras en el mercado colombiano ya que fue incluido en el plan de negocio de esta multinacional entre el 2012 - 2015. Este fue el primer país al que llegamos en nuestro proceso de internacionalización en 1972. Posteriormente buscamos oportunidades de negocio en Medio Oriente y regresamos al país en 1986. Desde entonces, hace 25 años, hemos venido creciendo en las áreas de exploración y producción,

comercialización y distribución. Es por este motivo que la multinacional invertirá 30 millones USD en exploraciones y producción de crudo.

Además de este cabe resaltar el turismo es una de las industrias con mayor desarrollo, Cada año miles de personas de todo el mundo viajan a Río para disfrutar del buen clima y las hermosas playas, así como las grandes fiestas del carnaval más grande del mundo. El sector de servicios que soporta la gran demanda de turistas está en constante crecimiento y ofrece nuevas oportunidades de negocio cada año.

2.3 Minas Gerais.

Minas Gerais es la 3^a economía del Brasil, ocupa el 2^o lugar entre los estados más industrializados del Brasil, Genera el 44% del valor de la producción mineral de todo Brasil, así como el 35,5% de la producción total brasileña de acero bruto.

Minas Gerais es el 2^o mayor centro automotriz de Brasil y produce el 24,4% de la producción brasileña de coches.

Reingex (2011). Negocios en Minas Gerais Belo Horizonte (Brasil), de <http://www.reingex.com/Brasil-Minas-Gerais-Negocios.shtml>

El Estado de Minas Gerais tiene un 14,1% de la capacidad de generación de energía de todo Brasil. En 2010, se registró un crecimiento real medio del 10,9% del PIB brasileiro, en relación a 2009, superando en 3,4 puntos porcentuales el resultado brasileño del 7,5%. La economía de Minas Gerais equivale a las economías de países como Israel, Chile y República Checa. Entre los 184 países miembros del FMI, el estado ocuparía a 46^a posición.

Belo Horizonte está clasificada como una de las 10 mejores ciudades de América Latina para hacer negocios (América Economía, 2009) y la 2^a en Brasil

El Instituto de Desenvolvimento Integrado de Minas Gerais es el organismo responsable de atraer inversiones y asistir al inversor.

El Estado de Minas Gerais se encuentra en la región sudeste de Brasil. Limita al norte y al nordeste con Bahía, al este con el estado de Espírito Santo, al sudeste con Río de Janeiro, al sur y sudoeste con São Paulo, al oeste con Mato Grosso do Sul y al noroeste con Goiás.

2.3.1 Oportunidades de negocio. Principales oportunidades de negocio en Minas Gerais:

Industria

Posee un parque industrial moderno y bastante diversificado, con empresas de tecnología de punta, en condiciones de atender la creciente demanda del mercado interno y externo.

Automotriz y piezas automotoras

Goza del segundo parque automotriz más grande de Brasil, siendo responsable por 24,4% de la producción nacional de vehículos.

Siderúrgica

Es el responsable por el 35% de la producción total de acero bruto, además de esto es el mayor productor de cemento con un 28% lo cual lo hace atractivo para las compañías de construcción colombiana.

Helicópteros: Único fabricante en toda América del Sur. 50% del mercado civil brasileño y 67% de todo el mercado militar. El 10% es exportado para países latino-americanos.

Productos agroalimentarios: 14.000 empresas y 151.000 trabajadores.

Una de las grandes ventajas de esta región es la abundancia de insumos para diversos sectores industriales, esta territorio es el mayor productor mundial de Niobio, y minerales de hierro, acero y cemento, además de esto posee el polo nacional de biotecnología y el segundo mayor productor automotriz nacional.

Estas condiciones favorables, sumadas al desarrollo sustentado en los últimos años, es lo que indican que Minas Gerais es una de las principales regiones para concretar negocios.

2.4 Caso Vale

Vale es la 2ª mayor empresa de Mineralización del mundo y la mayor empresa privada de América Latina. Con sede en Brasil y presencia en 38 países, en Colombia con su filial (Natural Resources), la empresa emplea en la actualidad más de 126.000 personas, entre profesionales propios y externos. Vale es el mayor productor mundial de mineral de hierro y el 2º mayor productor de níquel. Producen también cobre, carbón, manganeso, aleaciones de hierro, fertilizantes, cobalto, etc. También actúan en el sector de Logística Internacional, Siderurgia y Energía.

Colombia.- Brasileña Vale concluyo venta de activos de carbón en Colombia La empresa minera brasileña Vale, primera productora mundial de hierro, concluyó la venta por 407 millones de dólares de sus operaciones en carbón térmico en Colombia la filial de la Colombian Natural Resources.

Portafolio. (2012). Vale concluyó venta de activos de carbón en Colombia, de <http://www.portafolio.co/negocios/vale-concluyo-venta-activos-carbon>

Brasil comienza a ver a Colombia como un valioso aliado político y comercial, y quiere estrechar unas relaciones que se auguran van a ser muy fructíferas para ambos.

Michael Scheffer, presidente del Diálogo Interamericano en Washington DC, afirma **(Colombia y Brasil buscan ser las potencias del futuro)**

La aproximación entre los países va a ser muy fácil ya que ambos tienen unas **agendas nacionales muy parecidas con crecimiento económico y reformas sociales dentro de marcos democráticos.**

2.5 Sao Paulo

El estado de Sao Paulo tiene 42 millones de personas, el 22% de la población brasileña. Es el estado brasileño con:

- La población más grande de Brasil

- El complejo industrial más grande
- La producción económica más alta Que recibe el número más grande de inmigrantes
- La mejor infraestructura de Brasil y una mano de obra altamente experta

Por todo ello se habla de Sao Paulo como la "locomotora del Brasil".

Exporto en el 2010 cerca de US\$ 52 millones, respondiendo por el 26% de las exportaciones brasileras, alrededor del 38% de ese valor fue generado por 15 productos entre ellos azucares, aviones, automóviles, alcohol, carnes, jugo de naranja y terminales de telefonía celular.

“De total de productos exportados, el 89% fueron industrializados y destinados para el MERCOSUR (el 19%), unión europea (17%), Asociación latinoamericana de integración -Aladi, (16%), Asia (12%), y estados unidos (10%).”

La importancia de los productos manufacturados también se ve en las importaciones, el 39% de las compras externas brasileñas de manufacturas fueron realizadas en el estado de Sao Paulo.

Para los productos básicos, la participación paulista fue dl 24% del total importado por el país, los estados unidos fueron los principales proveedores externos del estado de Sao Paulo, respondiendo por el 19% del valor de las importaciones paulistas, seguidos por china (13%) Alemania (10%).

En 2010, la balanza comercial del estado presento un crecimiento de cerca del 23% en las exportaciones y 34% en las importaciones, con relación al año anterior confirmando la recuperación de las ventas externas y la recuperación de la economía, después de la crisis económica global de 2008.

La Agencia Paulista de Promoción de Inversiones y Competitividad - INVESTE SÃO PAULO - fue creada por el Gobierno del Estado de San Pablo con el objetivo de atraer

inversiones para el estado y aumentar la competitividad de la economía paulista, promoviendo la generación de puesto de trabajo, ingresos e innovación tecnológica.

El Estado de São Paulo, ubicado en la Región Sudeste, tiene fronteras con los Estados de Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Paraná y Rio de Janeiro. Ocupa una superficie de 248.000 km² (3% de la superficie brasileña).

2.5.1 Oportunidades de negocio. Principales oportunidades de negocio Sao Paulo:

Agro negocios, automotor, plásticos, Bienes de Capital, Farmacéutico, Petróleo y Gas, Tecnología de la Información, Biotecnología, producción de alcohol, Servicios Financieros (Bovespa).

Proexport. (2010). Oportunidades de negocio, de <http://www.proexport.com.co/>

2.6 Caso Votorantin

Empresa 100% brasileña, y establecida en Sao Paulo, con actuación en 24 países, y con mucho incursión en el mercado colombiano el Grupo Votorantim concentra operaciones en sectores de base de la economía que demandan un capital intensivo y alta escala de producción, tales como cemento, minería y metalúrgica (aluminio, níquel y zinc), siderúrgica, celulosa, jugo concentrado de naranja y autogeneración de energía. Fundado en 1988 como distribuidor de valores mobiliarios, el Banco Votorantim se convirtió en una de las diez mayores Instituciones financieras del Brasil.

Votoratin Brasil. (2010). Informe sostenibilidad, de http://www.votorantim.com.br/informesostenibilidad/informe_sostenibilidad_votorantim_2010.pdf

En el 2010 obtuvo un ingreso neto de 29,5 mil millones US\$ millones de los cuales 5,4 en exportaciones, la generación de caja fue 6,6 millones y las inversiones fueron de 5,8 mil millones de reales siendo destinados a proyectos de expansión de capacidad, mejoras operacionales y adquisiciones de empresa, de las cuales fueron adquiridas en Colombia Acerías Paz del Río, S.A. dedicada a la producción de acero y ubicada en Boyacá hasta el día de hoy.

Dentro del desarrollo del proceso de internacionalización, Colombia se constituyó en un país de interés para el grupo brasileño Votorantim por la oportunidad de desarrollo que ofrecía en el campo de los metales. El 16 de marzo de 2007, mediante una operación en la Bolsa de Valores de Colombia, Votorantim adquirió 52.1% de las acciones de Acerías Paz del Río, siderúrgica que entró a formar parte de la unidad Votorantim Metais. En Colombia, VS posee 72,67% de participación en la siderúrgica Acerías Paz del Río, con capacidad de 450 mil t/a, y en Argentina participa con 62,3% del capital de AcerBrag, que produce 290 mil t/a de aceros largos. Ambas fueron adquiridas en el 2007.

Después de analizar las tres principales ciudades para hacer negocios en Brasil, y en las cuales se puede notar gran oportunidad de operación para las organizaciones colombianas.

Se determina que Sao Paulo, puede definirse como el camino de las grandes oportunidades para hacer negocios sin que la cultura influya demasiado al momento de hacer negocios. Ahora bien la cultura en los negocios no es gran obstáculo debido a que hay una gran mezcla cultural de rasas hombres y mujeres de más de 60 países se establecieron en São Paulo en busca de oportunidades. Fueron recibidos porque la provincia Paulista necesitaba mano de obra para la industria del café, y las estimaciones actuales que São Paulo es la tercera mayor ciudad italiana del mundo, la mayor ciudad japonesa fuera de Japón, la tercera mayor ciudad libanesa fuera de Líbano, la mayor ciudad portuguesa fuera de Portugal y la mayor ciudad española fuera de España. La mezcla de razas, etnias y culturas se profundizó con el paso del tiempo y ha marcado profundamente la ciudad cultural, social y económica.

Entre las empresas colombianas que lograron incursionar fuerte en SAO PAULO

ISA COLOMBIA

Es el resultado de la apertura de negocios y visión renovada que se inició en el 2007, cuando la compañía redefinió sus objetivos. “A partir de ello, se decidió ingresar a los proyectos de concesiones viales, tras el entendido de que este es un negocio con lógica económica y unas características contractuales, muy semejantes a las de la transmisión eléctrica”, indica Alarcón.

Desde entonces, se identificaron cinco frentes de negocios, que desarrollan las empresas del grupo: transporte de energía eléctrica, transporte de telecomunicaciones, concesiones viales, operación y administración de mercados y construcción de proyectos de infraestructura.

ISA es el mayor transportador de energía de Colombia y tiene el 81 por ciento de la red con 12.000 kilómetros de extensión.

Inter eléctricas Ltda. (2011). ingresos totales de ISA, de

<http://www.ie.com.co/NOTICIAS/imprimir.php?idnoticiasn=4896¬tip=1>

En Brasil, “se adquirió el control de la empresa de transmisión del estado de Sao Paulo (CTEEP) y, posteriormente, lo hemos utilizado como plataforma para seguir creciendo en esa nación. Este es un país muy grande, que si lo medimos por ingresos generados, controlamos aproximadamente el 16 por ciento del sistema total, con la particularidad de que ese porcentaje se concentra en el sistema de Sao Paulo. Para tener una idea en número de kilómetros de circuitos, estos son del orden de los 19.000 kilómetros, cerca del doble de los activos que tenemos en Colombia”, dice Alarcón.

A partir de esa primera negociación en el 2006, se han realizado otras con el aval de Aneel, regulador brasileño de energía, por lo que, en la actualidad, su presencia no está ligada sólo a esa ciudad, sino que sus activos están presentes en 12 estados brasileños.

Asimismo esta gran metrópolis se convierte en la ciudad número uno para hacer negocios en Latinoamérica y brinda diferentes tipos de acontecimientos.

1 evento a cada 6 minutos

Ese es el promedio de eventos realizados en São Paulo, la ciudad que no para. Son congresos, ferias, convenciones, conciertos internacionales, grandes fiestas, encuentros, entre otros, en un total de 90000 al año.

75% de las grandes ferias de Brasil

En general, São Paulo tiene una feria de negocios a cada tres días y recibe el 75% de las grandes ferias del país. Salón del Automóvil, Couromoda, Francal, Hospitalar, Automec, Fenatec, Telexpo, Expofarma, Fenit son solo algunas de las referencias de excelentes oportunidades y negocios. Este mercado mueve R\$ 2,4 mil millones por año – R\$ 700 millones en alquiler de espacio, R\$700 millones en equipos para servicios y R\$ 8 mil millones en viajes, alojamiento y transporte aéreo y terrestre. 400000 m² de espacios equipados, hermosos y diferenciados.

Una diversidad de centros de ferias y congresos, el mayor conjunto de hoteles de Brasil, con 42000 habitaciones, espacios exclusivos. Son más de 400000 m² diarios para realización de ferias, exposiciones y convenciones. Hoteles lujosos, hoteles boutiques, veinte grandes centros de convenciones – entre ellos, el Parque Anhembi, el mayor de América Latina -, restaurantes con áreas especiales, museos, todo para que su evento sea inolvidable.

El mayor centro económico del continente

Aquí se concentra el 15% del Producto Interno del Producto Interno Bruto (PIB) y el 6% de la población total del país. Sede de algunas de las mayores corporaciones globales, ofrece toda la infraestructura de tecnología y servicios. Una de las ciudades de mayor movimiento con turismo de negocios del mundo; de cada US\$ 100 dólares de riqueza generada en Brasil, US\$ 10 se producen en la ciudad. La renta Per capita en la capital es el 70% mayor que la de los brasileños en general. Es decir, el poder de compra de la gente hace de São Paulo un gran mercado para todo tipo de evento.

Ciudad de sao paulo. (2010), de <http://www.cidadedesao paulo.com/sp/es/capital-dos-negocios/o-melhor-destino-para-seus-eventos-e-negocios>

Grandes hechos forman parte de la rutina

São Paulo es la única ciudad de Latinoamérica a recibir un Gran Premio (GP) de Fórmula 1 y también organiza la Carrera de San Silvestre, el 31 de diciembre, y la mayor Parada Gay del mundo. Después de organizar una de las grandes fiestas de ‘reveillon’ del mundo, São Paulo empieza el año con la Couromoda, feria con más de 65000 profesionales internacionales,

mientras prepara la primera edición de SP Fashion Week, que tiene lugar otra vez en julio.

La primera de las Américas

Según la Internacional Congress & Convention Association – ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Eventos) que organiza el ranking de los mayores centros de eventos del mundo, la ciudad de São Paulo es el mayor destino de eventos internacionales de las Américas. Entre los Top 20 destinos de eventos del mundo, São Paulo ha dejado atrás destinos como Madrid, Sídney, Atenas y Vancouver.

Destino de negocios de América Latina

Por segunda vez, São Paulo ha sido elegida el mejor destino en Latinoamérica para negocios, de acuerdo con el estudio anual de la América Economía Intelligence, unidad de investigación de la América Economía. La investigación muestra las 42 mejores ciudades latinoamericanas para los negocios, al considerar el potencial innovador, capacidad de generar nuevos emprendimientos, telecomunicaciones, seguridad, calidad y costo de vida.

Cadenas de hoteles internacionales

¿Conoce un hotel boutique? ¿Quiere un SPA dentro de su hotel? ¿Una opción cercana a la oficina, a una casa de espectáculos, a un centro comercial? Siempre hay alojamiento de calidad al lado de las principales atracciones de la ciudad. São Paulo tiene también la mayor y más calificada oferta de hoteles del país. Grandes cadenas internacionales, como Hyatt, Hilton, Marriott, Accor Meliá y Radisson, disputan los huéspedes junto a opciones locales exclusivas, como Fasano, Emiliano o Unique, y flats por todas las regiones de la ciudad. Son 410 hoteles y 42000 habitaciones.

Eficiente red de transportes

São Paulo ofrece también el servicio de metro, considerado uno de los más modernos y confortables del mundo, 33000 taxis y más de 200 plataformas para helicópteros – para atender a una flota de 500 helicópteros, la segunda del planeta. São Paulo tiene también el segundo movimiento de jets privados del mundo.

Los dos aeropuertos más llenos

Para el tráfico aéreo, São Paulo saca provecho de los dos aeropuertos más transitados del país: el Aeropuerto Internacional de São Paulo, en Guarulhos, y el Aeropuerto de Congonhas. Para aviones menores y helicópteros, se puede utilizar el aeropuerto de Campo de Marte. Más de 40 ciudades en 23 países se conectan a São Paulo regularmente por vuelos comerciales.

El aeropuerto de Congonhas, recién modernizado, hay conexiones a 70 ciudades de casi todos los estados brasileños.

Sao Paulo. (2010). Destino para eventos y negocios, de <http://www.cidadedesapaulo.com/sp/es/capital-dos-negocios/o-melhor-destino-para-seus-eventos-e-negocios>

Servicio de última generación

Uno de los puntos más dinámicos de la ciudad está en el sector de servicios, en áreas de telecomunicación, transmisión de datos digitales, bancos, sistemas financieros, investigación y desarrollo, consultoría de negocios y gestión empresarial, además de actividades relacionadas a la alta tecnología. La conexión inalámbrica (Wi-Fi) es una realidad en hot spots en los aeropuertos de Congonhas y Guarulhos, hoteles, bares, librerías, cibercafés y centros empresariales.

Centro de vanguardia y conocimiento

Ciudad conectada, siempre en la vanguardia de los grandes movimientos culturales que cambiaron comportamientos y costumbres del país. En la enseñanza superior, la Universidad de São Paulo (USP) está entre las 100 mejores universidades públicas del mundo y recién ha ingresado en el ranking anual del periódico inglés The Times, como la primera universidad de Sudamérica. Hay también una gran oferta de cursos rápidos, ponencias, seminarios, discusiones literarias y un amplio rango de universidades y centros culturales con aprendizajes desde artesanías a tecnología.

En el circuito de las grandes metrópolis mundiales

Según la revista *Travel Leisure*, una de las más conceptuadas publicaciones mundiales de viajes, la ciudad “está más para capital del mundo que de Latinoamérica, por su mosaico de culturas y estilo de vida”. São Paulo recibió un artículo de destaque como una ciudad creativa, donde “la moda es moda, la comida es noticia y el arte alcanza un nuevo territorio”. Entre los destaques: arquitectura, gastronomía y arte. São Paulo ha recién ganado las páginas de *New York Times* que destacó la sofisticación y el buen gusto y la ingresa definitivamente en el circuito de las grandes metrópolis mundiales.

Además, está prevista la ocurrencia de eventos internacionales in lo Brasil, de los cuales la Copa del Mundo 2014 FIFA (que se celebrará en Belo Horizonte, Brasilia, Cuiabá, Curitiba, Fortaleza, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo, ciudades donde están previstas grandes inversiones en infraestructura), e incluso será la sede de los Juegos Olímpicos de 2016 en Río de Janeiro.

Es una gran realidad y enseñanza que si estas multinacionales pueden llegar a a este tipo de mercado y concretar negocios, Cualquier organización Colombo-Brasileira lo puede hacer en el ámbito de negociaciones. Solo se deben tener en cuenta las diferencias y similitudes culturales a la hora de abrir nuevos mercados y de esta forma romper las barreras culturales y poder llevar a cabo grandes negocios.

2.7 Análisis del entorno Colombia y Brasil

2.7.1 Aspectos Sociales.

Demografía

La Demografía de Colombia es estudiada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). El país tiene una población de 45 millones de habitantes (proyectado 2008), lo que lo constituye en el cuarto país más poblado en América después de los Estados Unidos, Brasil y México. Se estima que para 2015 la población colombiana será mayor a 53 millones de habitantes.

Noticias impacto. (2013). Población de Colombia por Ciudades, de <http://noticiasimpacto.bligoo.com.co/?page=2>

Actualmente, la composición de la población está dada en 51,4 % mujeres y 48,6 % hombres. La mayor parte de la población se concentra en la zona centro-occidente del país cercana a las costas atlánticas y pacíficas (región andina), mientras que la zona sur-oriental del país presenta grandes vacíos demográficos. Los diez departamentos de tierras bajas del Oriente (aproximadamente 54% del área total) tienen menos de 3% de la población y una densidad de menos de una persona por kilómetro cuadrado.

El movimiento de población rural hacia áreas urbanas y la migración fuera del país han sido significativos. La población urbana aumentó de 28% de la población total en 1938, a 76% en 2005. Sin embargo, en términos absolutos, la población rural aumentó de 6 a 10 millones en ese período. En cuanto a la migración, el DANE estima que alrededor de 3.331.107 colombianos viven en el exterior, principalmente en los Estados Unidos, España y Venezuela. Los más propensos a emigrar son los originarios del interior del país y de algunos centros urbanos, destacándose un contingente importante de intelectuales y talentosos que hacen parte del fenómeno llamado "fuga de cerebros". Las principales causas de esta situación son las dificultades económicas y los problemas de orden público, que han generado que Colombia sea uno de los países latinoamericanos con mayor flujo de emigrantes, así como el segundo de mayor desplazamiento forzado interno a nivel mundial con 3 millones, según un reporte de ACNUR.

De acuerdo con el Índice de Desarrollo Humano, Colombia se ubicó en el 2007 en el puesto 75 a nivel mundial con un IDH de 0,791. Sin embargo, no todas las regiones de Colombia presentan el mismo nivel de desarrollo. La principal zona de alto desarrollo corresponde a la región andina en ciudades tales como Bogotá, Medellín y Cali, que constituyen el denominado "Triángulo de Oro."

Brasil

En el censo de 2010, cerca del 25,6% de la población tenía menos de 15 años; el 67,6% tenía entre 15 y 64 años; y el 6,8% tenía 65 o más años. La tasa de crecimiento demográfica en el

período de 2001 a 2010 fue del 1,17% al año; 84% de la población se sitúa en áreas urbanas; y para cada 100 mujeres, existen 95,9 hombres; la tasa de mortalidad infantil (en 2008) fue de 23,3 por 1000 nacimientos. La expectativa de vida de la población (en 2008) es de 72,9 años; de los hombres, 69,1 años; y de las mujeres, 76,7 años.

En territorio brasileño, el área conformada por el Plan se constituye en uno de los puntos de poblamiento más antiguos del Amazonas particularmente en la parte sur del perímetro. La ciudad de Tabatinga, por ejemplo derivada del poblado de San Francisco Javier de Tabatinga, fue fundada en la primera mitad del siglo XVIII estableciéndose allí un puesto de guardia de fronteras entre dominios del Reino de Portugal y el de España. También, como puestos militares de frontera, fueron creados a partir de la década poblacional de mayor importancia. La dinámica reciente de este proceso de colonización en la zona del Plan, puede apreciarse a través del comportamiento de las cifras registradas en los censos de población.

La información estadística sobre población se obtuvo de los censos realizados en 1980 para Brasil y en 1985 para Colombia; la zona del Plan tenía una población de 23 736 brasileños y 21 845 colombianos.

La población infantil es proporcionalmente más numerosa en la zona brasileña que en la colombiana. Se observa que en los primeros tres grupos de edad es mayor el porcentaje de brasileños (51%) que los colombianos con 39% (cuadro 16).

Caso contrario es la población de los grupos de edad pertenecientes a la categoría de 15 hasta los 59 años, que corresponde a la población económicamente activa, muestra 42% para los grupos de edad brasileños frente al 58% de colombianos. Mientras que la proporción en los grupos de población mayor de 60 años es muy similar para ambas áreas nacionales en la zona del Plan.

Los datos de la zona del Taraira son relativos al censo de 1985 y a la observación local en 1988, cuando se inició un importante proceso migratorio a esta zona por la presencia de oro. Las proyecciones para los años de 1990, 1995 y 2000 no fueron calculadas por la falta de una serie histórica como base del cálculo.

En las localidades de Tabatinga, Ipiranga y Vila Bittencourt, las tasas acumuladas de crecimiento fueron de 3,3%, -1,02% y 1,39%. Se destaca Vila Ipiranga con tasa negativa; comparativamente, esta localidad, situada en las márgenes del río Içá (Putumayo), próxima a Tarapacá (que presentó la menor tasa de crecimiento del lado colombiano), sufre entre otros problemas, los efectos de la reducción del tráfico a lo largo de este río.

En las márgenes del río Solimões, Santa Rita do Weil, que está distante de la línea de frontera, presentó la mayor tasa de crecimiento de las poblaciones de la región con 5,6%.

Salud.

Colombia

El sistema de salud en Colombia hace parte del Sistema de Seguridad social de Colombia regulado por el gobierno nacional, por intermedio del Ministerio de la Salud y Protección Social (Colombia) y del Ministerio de Trabajo, bajo mandato constitucional y delegado en parte al sector privado.

El sistema general de seguridad social de Colombia integral vigente en Colombia está reglamentado por la Ley 100, expedida en 1993.¹ Colombia para el año 2000 se encontraba en el puesto 41 de 191 países, por su desempeño general del sistema de salud según un informe de la Organización Mundial de la Salud.

Antecedentes: A grandes rasgos el sistema de salud en Colombia que precedió al actual se puede distribuir en tres etapas.

La primera de ellas vio sus inicios tras la promulgación de la Constitución de 1886 hasta mediados de la década de 1950 y en donde prevaleció lo que se ha denominado «modelo higienista». Bajo este modelo, las acciones de salubridad pública se limitaba a atender aspectos de carácter sanitario, mientras que la atención preventiva y curativa en salud venían a ser

financiadas por los usuarios y por algunas instituciones de caridad.⁷ En 1950 se crea la Caja Nacional de Previsión que se encargaba de atender la salud de los empleados públicos y en 1950, se crea el Instituto Colombiano de Seguros Sociales (después Instituto de Seguros Sociales) que atendía a los empleados del sector privado con empleo formal.

La segunda etapa, que inicio en la década de 1970 hasta 1989, se desarrolla bajo la creación del Sistema Nacional de Salud bajo el esquema de «subsidios a la oferta». Bajo este régimen los recursos del gobierno central para salud eran transferidos directamente a la red de hospitales públicos del país. Sin embargo, este sistema no era suficiente para proporcionar una atención integral en salud a la población de bajos recursos.

La tercera y última etapa se inicia en 1990, con la expedición de la Ley 10.8 Este periodo se prorrogó hasta 1993 con la expedición de la Ley 100 de 1993, bajo los principios de la Constitución Política de 1991.

Plan Obligatorio de Salud (POS)

Artículo principal: Plan Obligatorio de Salud.

El Plan Obligatorio de Salud, es el conjunto de servicios de atención en salud a los que tiene derecho un usuario, cuya finalidad es la protección de la salud, la prevención y curación de enfermedades, incluye el suministro de medicamentos para el afiliado y su grupo familiar junto al reconocimiento de indemnizaciones en caso de incapacidad por enfermedad y maternidad.¹⁴ La definición del POS estaba a cargo de la Comisión de Regulación en Salud (CRES) hasta diciembre de 2012 cuando dicha entidad fue liquidada y sus funciones fueron asumidas por el Ministerio de Salud y Protección Social.

Beneficios del Sistema

Procedimiento quirúrgico de la especialidad de ortopedia.

Están organizados en planes de beneficios:

Plan de Atención Básica: denominado posteriormente Plan Nacional de Salud Pública configurado por acciones gratuitas y primordialmente colectivas de promoción de la salud,

prevención de la enfermedad y en algunos casos acciones individuales de diagnóstico y tratamiento de algunas enfermedades de interés en salud pública, provistas por la red pública de prestadores y administrado por las entidades territoriales.

Plan Obligatorio de Salud:

Del régimen contributivo y del régimen subsidiado, compuesto principalmente por acciones individuales de prevención primaria, secundaria y terciaria. Están a cargo de las EPS.

Planes Adicionales de Salud: financiados voluntariamente por los usuarios que deben complementar en el POS con prestaciones suntuarias o de mayor tecnología. Son los planes de medicina prepagada, planes complementarios y pólizas de hospitalización y cirugía, provistos por empresas registradas para ese propósito.

Seguro Obligatorio de accidentes de tránsito -SOAT-: Cubre eventos de origen en accidentes de tránsito hasta un monto determinado y en forma complementaria al POS. Provistos por compañías de seguros autorizadas hasta un monto definido después del cual son financiados por la subcuenta específica de atención de Eventos Catastróficos y Accidentes de tránsito -ECAT- del Fosyga.

Cobertura de riesgos laborales: Cubre todo evento o enfermedad de origen ocupacional sin los límites del POS. Son garantizados por las Administradoras de Riesgos Laborales-ARL-. Atención de eventos catastróficos: cubre eventos definidos como catastróficos (inundaciones, terremotos, etc.) con recursos específicos para tal fin y en forma complementaria al POS. Son financiados por el Fosyga mediante la subcuenta ECAT.

Otros: planes de cobertura provistos a la población víctima de desplazamiento forzado y la población internada en establecimientos carcelarios que usualmente son suplementarios al POS. Aquí también se deben considerar las acciones de atención con tecnología en salud no cubierta por el POS y la atención de personas no afiliadas a un régimen de seguridad social en salud, que son provistas en la red pública a cargo de las entidades territoriales (distritos, departamentos y municipios) y financiadas con los denominados recursos de subsidio a la demanda.

Brasil

Sistema único y direccionado

La Tarjeta Nacional de Salud, o Tarjeta SUS, dibuja el perfil del usuario y de los servicios de salud en Brasil y ayuda a racionalizar los recursos del Sistema Único de Salud (SUS).

Actualmente, 144 millones de personas ya poseen el documento y la previsión es extenderlo a toda la población. Además de eso, el Ministerio de Salud tiene como objetivo informatizar todas las unidades del SUS para ayudar en obtener turnos para exámenes y de procedimientos de alta complejidad, distribución de medicamentos y acompañamiento de portadores de enfermedades crónicas y de embarazadas. Las informaciones forman un banco de datos nacional.

Tasa de mortalidad infantil en 2009

22,5 muertes de niños por cada mil nacidos vivos

Domicilios con acceso al abastecimiento de agua, red colectora de aguas servidas y recolección de basura directa 2009

62,6% de los domicilios

Tasa de natalidad 2009

15,77 (por mil habitantes)

Establecimientos de salud 2009

Públicos: 50.253

Privados: 24.523

Camas para internación disponible en el SUS 2009

Establecimientos públicos: 146.177

Establecimientos privados (con y sin fines lucrativos): 168.793

Camas por habitante 2009

Tasa de 2,3 camas por cada 1.000 habitantes

Número de camas recomendado por el Ministerio de Salud 2009

Tasa entre 2,5 y 3 camas por cada 1.000 habitantes

Camas en establecimientos de salud por región 2009

Región Sudeste: 189.874

Región Nordeste: 108.147

Región Sur: 73.405

Región Norte: 28.295

Región Centro Oeste: 32.275

Donantes de órganos 2010

963 donantes efectivos en el primer semestre

Trasplantes realizados 2010

2.367 trasplantes en el primer semestre

Mortalidad

En Colombia la Tasa de mortalidad: 5,29 muertes/1.000 habitantes (July 2011 est.)
Los mayores de 45 años mueren por males cardiacos o cáncer. La causa más frecuente de muerte en los menores de 4 años es la asfixia y el trauma al nacer. A los adultos menores de 45 los aquejan el cáncer y el sida.

Brasil.gov (2010). Brasil en números, de http://www.brasil.gov.br/sobre/brasil-1/brasil-en-numeros/salud/br_model1?set_language=es

200 mil colombianos, la mitad hombres y la mitad mujeres, mueren cada año en el país por enfermedades. Las patologías más comunes dependen del grupo de edad en el que se encuentren. Según el Ministerio de Protección Social en los menores de un año mueren por asfixia, o cardiopatías congénitas. En los niños entre 1 y 5 años, el motivo más común de fallecimiento por enfermedad son las infecciones respiratorias y diarreicas. En los mayores de 5 años y adolescentes, la tasa de mortalidad por enfermedades baja, pues generalmente mueren por accidentes. En los adultos jóvenes, las causas de deceso son diferentes de acuerdo con el sexo.

En las mujeres es alto el diagnóstico mortal de cáncer de cuello uterino, mientras en los hombres menores de 44 años, mueren en actos de violencia, por suicidio o por otras razones de salud. Sin embargo, a partir de los 45 años, tanto en hombres como en mujeres, los motivos más frecuentes de muerte por enfermedad son los mismos. Se trata de las llamadas enfermedades crónicas: los problemas del corazón se encuentran en primer lugar, seguidos del cáncer y de la diabetes. En el caso brasileño las enfermedades más recurrentes son las endémicas como la malaria - aproximadamente 500 000 casos por año en el país, de los cuales más del 95% se originan en la Amazonia, y la fiebre amarilla que está expandiéndose de manera extraordinaria, llegando al punto de obstaculizar la implementación y el desarrollo de proyectos económicos (cuadro 21). El agente transmisor de la fiebre amarilla y del dengue (*Aedes-Aegypti*), tiende a expandirse en las zonas urbanas cuando se da una movilización continua y numerosa de personas hacia las áreas de selva.

Otras dolencias transmisibles de elevada prevalencia en el área del Plan son: hanseníasis, tuberculosis, hepatitis, sarampión, helmintosis, fiebre tifoidea y coqueluche. Otros tres aspectos que merecen destacarse son: la vigilancia de fronteras; la salud de las poblaciones indígenas que está a cargo de la FUNAI; y, la salud de comunidades antes dispersas y hoy cada vez más numerosas de mineros y desbravadores localizados en proyectos de colonización.

2.7.2 Aspectos Políticos

Colombia

Los Aspectos políticos de Colombia, entendidos como los sistemas de gobierno, y las estructuras de la administración pública, poseen un carácter de República unitaria y descentralizada. En la constitución política de Colombia se establece que nuestra Nación es gobernada por un Presidente, quien es el jefe de estado, y su periodo de mandato son cuatro años.

Ramas del Poder Público Las ramas del poder público permiten la orientación, y la administración que desempeña el Gobierno, estas decisiones se verán implicadas en la vida de todos los colombianos. Las ramas del poder público son tres: la legislativa, la judicial, y la ejecutiva.

Rama legislativa La rama legislativa se encuentra conformada por el Congreso, y a su vez, se divide en dos, Senado y Cámara de Representantes. Su objetivo principal es que las leyes establecidas en la Constitución política de Colombia, se cumplan.

Rama Judicial La rama judicial se encuentra conformada por la Corte Constitucional, Corte Suprema de Justicia, Consejo Superior de la Judicatura, y la Fiscalía General de la Nación. Estas Cortes se presentan ante la sociedad, como un factor determinante para el Gobierno Colombiano, ya que se encargan de la regulación y de las investigaciones, para que se cumplan a cabalidad con todos los procesos políticos, económicos, y sociales. A su vez, dictan y establecen normas promoviendo, y aprobando reformas a la Constitución política de Colombia que se lleven a cabo por parte del Congreso.

Rama Ejecutiva La rama ejecutiva se conforma por el Presidente de la República, por el Vicepresidente, y por los Ministros a nivel Nacional, y son estos quienes representan al Gobierno Colombiano, sus labores deben estar siempre orientadas hacia el beneficio de la sociedad, donde se prevalezcan sus derechos, y se proteja la vida.

Brasil

Brasil es una República Federativa de régimen presidencialista, dividido administrativamente en 26 Estados y un Distrito Federal, con un total de 5.024 municipios distribuidos en los Estados. El Gobierno del Estado es ejercido por la acción de tres poderes constituidos: Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Los miembros de los poderes Ejecutivo y Legislativo son electos directamente por la población y los miembros del Judicial nombrados según procedimientos específicos, expresados en la Constitución. Por la Constitución vigente, promulgada el 5 de octubre de 1988, la séptima desde la Independencia del país en 1822, el Presidente de la República, jefe de Estado y de Gobierno, es electo para un mandato de cuatro años, con derecho a reelección. Por tratarse de un régimen presidencialista, aprobado en un plebiscito realizado el 21 de abril de 1993, el presidente no depende de la confianza del Legislativo para permanecer en el cargo. Las elecciones presidenciales son realizadas en dos

turnos, en caso de que uno de los candidatos no obtenga el 50% y más uno de los votos válidos en el primer turno.

Poder Ejecutivo El Poder Ejecutivo es compuesto por Ministerios, Secretarías Especiales y por las Fuerzas Armadas. Los Ministerios tienen la atribución de elaborar y ejecutar políticas públicas en sus respectivas áreas de actuación, que corresponden a los Ministerios de Hacienda; de Planificación y Presupuesto; de Relaciones Exteriores; de Justicia; de Educación; de Minas y Energía; de Comunicaciones; de Agricultura; de Transportes; de Industria, Comercio y Turismo; de Medio Ambiente; de los Recursos Hidrológicos y de la Amazonia Legal; de Ciencia y Tecnología; del Trabajo; de la Salud; de la Previsión Social; de Cultura; y de la Administración Federal.

Poder Legislativo Está en vigor en el país el pluripartidismo, con un Poder Legislativo compuesto por dos cámaras: el Senado, con 81 miembros, y la Cámara de los Diputados, con 513 miembros. Todos son electos por voto directo, para mandatos de 8 y 4 años respectivamente. Existen 20 partidos políticos registrados en el Tribunal Superior Electoral. Entre los principales partidos políticos brasileños se encuentran el Partido del Movimiento Democrático Brasileño (PMDB), el Partido de los Trabajadores (PT), el Partido de la Frente Liberal (PFL), el Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB), el Partido Democrático Trabajista (PDT), el Partido Socialista Brasileño (PSB), el Partido Popular Socialista (PPS), el Partido Popular Renovador (PPR).

Poder Judicial El Poder Judicial es el árbitro que juzga los conflictos de intereses existentes en la sociedad, ya que corresponde al Estado decidir quién tiene razón en los casos en que tales conflictos no sean superados por negociaciones y acuerdos directos entre las partes involucradas. Las decisiones son tomadas a través de procesos judiciales basados en la Constitución, en las leyes, normas y costumbres, adaptando reglas genéricas a las situaciones específicas y atribuyendo el derecho a quien se juzgue que lo merece. El Poder Judicial está organizado a nivel federal y a nivel de los Estados. Los municipios no tienen Justicia propia, y pueden recorrer, en ciertos casos, a la Justicia de los Estados o de la Unión. Los cargos en el Poder Judicial son ocupados a través de concursos públicos y los jueces tienen cargos vitalicios,

por lo que no pueden ser destituidos por decisión administrativa. No pueden dedicarse a actividades político-partidistas y es prohibido que ejerzan otro cargo o función a no ser el magisterio.

Organización de la Sociedad

Paralelamente a la organización político-partidista existen otras formas de organización de la sociedad brasileña, entre las cuales se destacan las organizaciones comunitarias, las organizaciones sindicales y las organizaciones no gubernamentales (ONGs). Las primeras son generalmente formadas por los habitantes de determinada región, que deciden unirse en torno de un conjunto de reivindicaciones comunes, que van desde el derecho a la habitación hasta la mejora de las condiciones de vida urbana, relacionadas con el transporte, el agua, el saneamiento y la seguridad pública. Las entidades creadas teniendo en cuenta el local de habitación constituyen una de las formas más comunes y difundidas de organización de la población urbana y representan la lucha por la ampliación de la ciudadanía, a partir de derechos individuales y colectivos garantizados en la Constitución.

Las organizaciones sindicales representan categorías profesionales en la defensa de sus intereses corporativos, en las negociaciones salariales y frente al gobierno. La estructura sindical brasileña se apoya en la Consolidación de las Leyes del Trabajo (CLT), editada en 1943. Es formalmente igual para trabajadores y empleadores, con una articulación vertical entre sindicatos y organizado a niveles municipal, de federaciones de Estados y de confederaciones nacionales. Datos del censo de 1990 de la Fundación Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), registran la existencia de 10.075 sindicatos en el país, de los cuales el 56,3% son urbanos y el 43,7% rurales. Entre los sindicatos urbanos, 1.566 (27,5%) son de empleadores y 3.367 (59,3%) son de empleados. Los demás son de trabajadores autónomos y de profesionales liberales.

Hay cuatro centrales sindicales en el País, siendo la Central Única de los Trabajadores (CUT) la que cuenta con mayor número de sindicatos afiliados. De acuerdo con datos suministrados por las propias centrales sindicales, con base en sus respectivas relaciones de contribuyentes, la CUT posee 2.041 sindicatos afiliados; la Fuerza Sindical, segunda mayor

central sindical del país, tiene un total de 978 sindicatos afiliados; la Central General de los Trabajadores posee 811; y la Confederación General de los Trabajadores tiene 128 sindicatos afiliados en todo el país. La organización de las centrales sindicales no está prevista en la CLT, habiéndose tornado un complemento de la estructura sindical existente, a partir del proceso de apertura política iniciado al final de la década del 70. La filiación de un sindicato a una central sindical no es obligatoria en el Brasil, como lo es su filiación a la federación del Estado y a la confederación de la categoría a nivel nacional.

Las organizaciones no gubernamentales comenzaron a surgir en la década del 80, habiendo aumentado mucho su importancia en el país durante la década del 90. Son entidades de derecho civil, sin fines lucrativos o vínculos con sindicatos, partidos políticos o con el gobierno, aunque puedan recibir financiamientos de fondos gubernamentales y de otras entidades brasileñas o extranjeras. Aunque no tengan carácter asociativo y representativo, las ONGs también se dedican a luchar por la defensa de los derechos específicos de la población. Se calcula que existen más de 3 mil entidades de ese tipo en el Brasil, que emplean cerca de 80 mil personas. Una investigación realizada por el Instituto Superior de Estudios Religiosos (ISER) con 132 ONGs brasileñas concluyó que 40% de esas instituciones tratan sobre ecología, aunque otras también se dedican a temas específicos ligados a los derechos de la mujer, del niño carente y a la cuestión racial

2.7.3 Aspectos Económicos.

Colombia

La economía de Colombia, es uno de muchas economías salientes, que está en desarrollo, y una en las cuales el mundo ha puesto su mirada, ya sean por sus recursos naturales, o los campos de los cuales se forja esta, y sobre todo, porque se indica que esta ha logrado atraer inversión extranjera al país, aumentado cada año gradualmente, puesto que se ha dado a la tarea

de cambiar su cara ante el mundo, y no mostrarse como un país que está afectado por los grupos al margen de la ley, sino por el contrario, un país que lucha contra esto.

Colombia se categoriza, además, y dentro de su economía, como la cuarta más grande de América Latina, atrás de Brasil, México y Argentina, y ubicándose en toda América en la posición sexta de la economía, y así mismo, convirtiéndose esta en la trigésimo cuarta más grande del mundo, con miras y estimación a convertirse dicha economía en la cuarta más grande, afirmado esto por el Banco Mundial y el FMI, y todo esto, en consecuencia de que la economía venezolana ha sufrido grandes contrariedades con su PIB (Producto Interno Bruto).

Entrando más en materia, la economía colombiana, se sostiene y subdivide en sectores de producción nacional, y exponiendo como uno de sus principales y mayores productos, el café, y posicionando este a Colombia como uno de los mayores exportadores mundiales de este producto, y por ende, el primero en los sectores económicos del país.

Igualmente, este y dentro de sus producciones, se destaca la petrolífera es una de las más importantes del continente. Y todos sus sectores económicos, como lo son: la producción de esmeraldas y la floricultura, y los sectores de la agricultura, industria automotriz, textiles, etc. A su vez, hace participación en varias organizaciones mundiales y en comunidades económicas, en busca de que la economía nacional se desarrolle, organizaciones importantes como el Mercosur, el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), la Comunidad Andina y la UNASUR, también, hace parte de la organización económica más importante en la (OMC) Organización Mundial del Comercio.

Colombia en el mundo

Al encontrar las bases principales económicas de Colombia, se ha estado incrementándose en los últimos años, desde una mirada económica del PIB, contribuyendo al desarrollo social y del Estado, dando soluciones contundentes al país en materia de desarrollo, no tanto, en forma abundante, pero si importante. Colombia en contraste de América Latina ha estado fructificando la economía, por lo que predomina el desarrollo y el pensamiento colombiano en la forma de salir de su estado preocupante, o de estancamiento, aportando ideas,

las cuales también, en unos países las toman para así mismo también salir de esa situación, creando ventajas para todo el territorio colombiano.

Las generalidades de una economía se adoptan con un buen producto, no como un bien, sino a la hora de hablar de manejo de ideas, planes económicos y un propósito de la economía para un enfoque organizativo y no volver a caer en las falencias que se llegan, y la verdad hay formas que quizás se mencionen o no, como el aprovechamiento de los incrementos de los precios en la mayoría de las materias primas que los países industriales utilizan en sus creación de bienes, como el petróleo como principal materia prima.

A la verdad quizás el principal problema de América Latina sea el desempleo, y así mismo en Colombia, que lo tiene que evitar o solucionar, para tratar uno de los problemas, ya que Latinoamérica tiene más que unas cuantas dificultades en lo que se habla económicamente, y uno de los problemas es la falta de tecnología y su estudio o desarrollo que lo tiene que adquirir para estar al día en lo que se llama la renovación informática, adquiriendo más tecnología para conseguir estabilidad nacional e internacional, pero por la falta de una transformación ideológica profunda, como por ejemplo, la mirada no solo en el cambio de la política, sino también en otras áreas necesarias para un cambio verdadero social y económico, y dejar atrás la desventura de tener que comprar cosas o bienes que se pueden crear en América Latina.

Y describiendo acerca de una unión o comunión latinoamericana que se refleje en la unificación de moneda propia de la región así como Europa, contemplar ese momento, para una mejor salida de organización y administración económica y política con un ambiente general en todo lo que se refiere a la sociedad latinoamericana, para así una dinámica comercial y competitiva en comparación con otros mercados del mundo con ventajas en la región y la Unión Latinoamericana (UL) que quizás se logre un futuro próximo.

La economía Latinoamericana está cambiando durante los últimos años con mira a un surgimiento, de crecimientos positivos con un aumento del PIB en Latinoamérica y así mismo manteniendo la inflación sin incrementarla, pero superando el superávit anualmente con fórmulas ideológicas y ventajas en el desarrollo nacional y regional. La demostración de estas teorías es ya

sea para un desarrollo eficaz o para el dinamismo de principios económicos en América Latina no con obligatorias definiciones sino ideas para contrarrestar complicaciones económicas y sociales.

Brasil

El Brasil es un país continente, tanto por su dimensión geográfica y el tamaño de su población, como por la riqueza (PNB) que genera periódicamente. Como puede ser comprobado con los datos que aparecen a continuación. El Brasil es el 5° a nivel mundial en población y superficie, el 12° en PNB y el 6° en la producción de vehículos automotrices.

Así es, el Brasil es uno de los países más grandes del mundo y como tal su papel y desempeño debe ser examinado con cuidado y sumo interés por todos aquellos que analizan el desarrollo de la economía mundial. Es digno de destacar cómo en el año 2008 todos los países del mundo fueron afectados en mayor o menor medida por la crisis ya conocida, pero en el caso del Brasil esto no fue tan grave como se temía; por el contrario, en el caso de vehículos por ejemplo, la producción aumentó en más de 200 mil unidades (a la inversa del mundo, donde esto disminuyó casi para todos), haciendo que ahora el Brasil ocupe el 6° lugar en este rubro.

La economía de Brasil depende completamente del mercado de Brasil. La mayor parte de la economía de Brasil depende de la exportación de mercancías a otros países. La economía de Brasil adquiere el noveno lugar en el mundo y el primer lugar en América Latina. La economía de Brasil también es dependiente de las industrias y agricultura de Brasil. El sector industrial en Brasil es responsable de la mayor parte de la producción industrial en Brasil. Brasil es el mayor país productor en América Latina en el campo de la agricultura. La producción excesiva ha llevado también a la exportación de productos agrícolas a otros países y por lo tanto, obteniendo ingresos de buena cantidad de dinero. También ha habido un gran desarrollo en el campo de la ciencia y la tecnología en Brasil debido a la inversión extranjera en el país.

La economía de Brasil es compatible con las instituciones de la economía diversa como SACN, Mercosur y el grupo de Cairns. El área tecnológica de Brasil consiste en la fabricación de aviones y submarinos. Brasil también desempeña un papel importante en el campo de la

investigación espacial. Brasil es famoso por el etanol que se produce en grandes cantidades en el país. Brasil es el país más grande que tiene empresas de montaje de carros dentro de sí misma. También se ha destacado en el campo de la investigación de aceite de agua y avances científicos en varios otros campos.

Brasil tiene un sector de gran servicio que comprende el 66% de la economía de Brasil. El sector industrial compone el 20% del total de la economía de Brasil. Agricultura representa el 14% de la economía de Brasil. La fuerza de trabajo en Brasil comprende la mayor parte de la economía de Brasil.

Banco Central: El Banco Central del Brasil fue creado por la Ley 4595 del 31 de diciembre de 1964. Es una agencia federal que depende del Ministerio de Hacienda, cuyo objetivo es garantizar la estabilidad del poder adquisitivo del dinero a través del control de la inflación y de un sistema financiero sólido y eficiente.

Entre las principales funciones del Banco Central se destacan la conducción de la política monetaria, de divisas, del crédito y de las relaciones financieras con el mundo exterior. Además, es responsable por la regulación y la supervisión de las instituciones que conforman el Sistema Financiero Nacional (SFN), por la administración del sistema de pagos y por el activo circulante (dinero que circula en la economía).

Educación

Colombia

La educación en Colombia se conforma por los niveles de educación preescolar, educación básica, educación media y de nivel superior. La entidad encargada de la coordinación de la misma es el Ministerio de Educación Nacional, que delega en las 78 secretarías de educación la gestión y organización según las regiones. La educación estatal es generalmente

más económica que la educación privada. La educación está reglamentada por la ley 115 de 1994 o ley general de educación. La política pública en educación se define a través del plan decenal de educación y los planes sectoriales de educación en los niveles nacional, departamental, distrital y municipal.

Educación para el trabajo y el desarrollo humano y educación informal

La educación para el trabajo y el desarrollo humano y la educación informal están regidos en Colombia por la ley 1064 de 2006 que la titula educación para el trabajo y el desarrollo humano. Está regulada por el Ministerio de Educación Nacional y tiene carácter de educación continua conforme al decreto 2020 de 2006. Se reglamenta por medio del Decreto 2888 de 2007, derogado y reemplazado por el Decreto 4904 de 2009.

Se considera Educación Informal a todas aquellas actividades que representen algún tipo de estudio o entrenamiento que no conducen a ningún tipo de grado. Esto incluye el entrenamiento a sus empleados que ocurre al interior de las empresas. Esta educación, según el número de horas y el objetivo conducente, no exige una regulación por parte del Ministerio de Educación Nacional o de las Secretarías de Educación departamentales o distritales.

También hay Educación para el Trabajo, antes llamada Educación No formal, ofrecida generalmente por instituciones educativas oficiales y privadas, conducentes a títulos en experticias que tratan de niveles técnicos en áreas específicas y que se enfocan principalmente a la capacitación para generar formas de subsistencia de primera mano; este tipo de educación, requiere del cumplimiento de unos parámetros mínimos exigidos por parte de las Secretarías de Educación locales de cada ciudad o departamento.

La Ley permite que un egresado pueda terminar sus estudios en una entidad de Educación para el Trabajo y Desarrollo Humano debidamente certificada y poder hacer reconocer sus saberes en la Educación Superior.

Sistema educativo brasileño

La actual estructura del sistema educativo regular comprende la educación básica - formada por la educación infantil, la enseñanza primaria y la enseñanza media - y la educación superior. De acuerdo con la legislación vigente, es competencia de los municipios proporcionar la enseñanza primaria y la educación infantil, y de los estados y el Distrito federal proporcionar la enseñanza primaria y media.

La educación superior comprende los cursos de graduación de las distintas áreas profesionales, abiertos a candidatos que hayan finalizado la enseñanza media o equivalente y que hayan pasado el corte en los procesos selectivos. También se incluye en este nivel de enseñanza el posgrado, que comprende programas de master y doctorado, así como cursos de especialización.

Enseñanza superior La enseñanza media es obligatoria para aquellos que desean proseguir con sus estudios universitarios. Asimismo, los estudiantes deben pasar por un proceso selectivo para su curso específico de estudio. Desde 2009, los estudiantes pueden utilizar la nota obtenida en el Examen Nacional de Enseñanza Media (Enem) para acceder a algunas universidades del país.

El número de candidatos por plaza en las universidades puede superar los 30 o 40 para los cursos más solicitados en las instituciones públicas. En algunos cursos con pocas plazas disponibles, este número puede llegar a los 200.

El sistema federal de enseñanza superior comprende las instituciones federales de educación superior y las instituciones de educación superior creada y mantenida por iniciativas privadas.

Las universidades gozan de autonomía didáctico-científica, administrativa y de gestión financiera y patrimonial, y obedecen al principio de indisociabilidad entre enseñanza, investigación y extensión.

La enseñanza superior en Brasil es ofrecida por universidades, centros universitarios, facultades, institutos superiores y centros de formación tecnológica. Los ciudadanos pueden

optar por tres tipos de titulación: diplomatura, licenciatura y formación tecnológica. Los cursos de posgrado están divididos entre *lato sensu* (especializaciones y MBA) y *strictu sensu* (master y doctorados).

La norma brasileña para el grado de licenciatura o diplomatura se aplica en la mayoría de las áreas de las artes, humanidades, ciencias sociales, ciencias exactas o ciencias naturales, y requiere normalmente cuatro años de estudio en una universidad certificada. Los grados de cinco años en los que se obtiene un diploma profesional se conceden a los que eligen carreras reguladas como arquitectura, ingeniería, medicina veterinaria, psicología y derecho. El profesional licenciado en medicina requiere, por su parte, seis años de estudios superiores: residencia y cinco años de prácticas en un hospital de enseñanza.

2.7.4 Aspectos Geográficos.

Geografía colombiana

Localización. Situada en el extremo noroccidental de Suramérica, Colombia es el único país del subcontinente con costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico, con una superficie terrestre de 1'141.748 km² y 928.660 km² de dominios marítimos. Comparte fronteras con Panamá, Venezuela, Brasil, Perú y Ecuador y límites marítimos con Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, República Dominicana y Haití.

Ubicada entre los 4° de latitud sur, 12° de latitud norte y entre los 67° y 79° de longitud oeste, es una nación ecuatorial cuyo clima está determinado por los vientos alisios, la humedad y la altitud sobre el nivel del mar: a mayor altitud la temperatura es más baja.

El régimen de estaciones es bimodal y en casi todo el territorio se presentan dos períodos de lluvia —de abril a junio y de agosto a noviembre— y dos de verano. El país disfruta de una luminosidad constante durante todo el año, con igual cantidad de horas diurnas y nocturnas.

Regiones naturales: cinco universos

El Caribe, Los Andes, El Pacífico, La Orinoquia, La Amazonia.

Recursos naturales: Colombia, una tierra generosa

Los grandes ríos, que aportan sus aguas a las cuencas del Caribe, el Pacífico, el Amazonas y el Orinoco y una geografía quebrada, facilitan la construcción de represas que aumentan la capacidad de generación de energía y agua potable.

El amplio rango de pisos térmicos permite un gran desarrollo agropecuario, cuya variada producción de alimentos es parte importante de su economía. En las regiones bajas y cálidas del Caribe, los valles interandinos y las sabanas de la Orinoquía, hay inmensos sembrados de banano, plátano, caña de azúcar, arroz, algodón, soya y sorgo. También se han establecido grandes hatos para la producción de cárnicos y lácteos.

El café, importante renglón de la economía, se cultiva en las cordilleras entre los 1.000 y 1.600 metros sobre el nivel del mar; las flores, otro producto de exportación, en los altiplanos; la papa, el frijol, cereales y hortalizas, entre los 2.000 y 3.300 metros; las frutas tropicales, el aceite de palma, los bosques maderables, el camarón, el palmito y el espárrago, cuya producción aumenta notablemente, también representan un gran potencial para las exportaciones.

Así mismo, el subsuelo es fuente de riqueza. Ejemplo de ello es la mina de carbón de cielo abierto más grande del mundo que se explota en La Guajira, con una producción anual cercana a los 50 millones de toneladas que convierte a Colombia en el quinto productor mundial de carbón y en el exportador más grande de carbón térmico. En la actualidad se han realizado inversiones para aumentar esta capacidad de producción y se proyecta llegar, en 2010, a 70 millones de toneladas.

En el país, hay varias cuencas sedimentarias que contienen yacimientos de hidrocarburos. Se han encontrado reservas de petróleo de 1.8 billones de barriles en el valle del río Magdalena y en el piedemonte de la Cordillera Oriental, donde se extraen crudos que están entre los más livianos del mundo. En la actualidad, hay una producción de 540.000 barriles diarios que además de suplir la demanda nacional alcanzan para exportar. Las reservas de gas natural, fuente de energía limpia y barata para el consumo doméstico e industrial, ascienden a 6.8 gigapies cúbicos.

Como fuentes alternas de energía se empiezan a utilizar el aceite de la palma africana y el bagazo de la caña de azúcar para la fabricación de biocombustible, así como la energía solar y eólica. Una de los mayores potenciales del país es su biodiversidad. Colombia ocupa el segundo lugar en el mundo después de Brasil, con tan sólo una cuarta parte de su territorio. Ello le permitirá en el futuro un gran desarrollo en los campos de la medicina y la producción de alimentos.

Infraestructura

Para aprovechar sus recursos naturales y las ventajas de su estratégica posición, el país ha construido una moderna infraestructura que le permite tener un desarrollo sostenido y comenzar a competir eficientemente en los mercados internacionales, de acuerdo con las tecnologías del siglo XXI.

Transporte aéreo: Colombia cuenta con ocho modernos aeropuertos internacionales que reciben aerolíneas de América Latina, Norteamérica y Europa. La accidentada topografía ha impulsado el desarrollo del transporte aéreo doméstico, con una de las redes de rutas más densas de América Latina, a través de más de 587 aeropuertos que comunican las regiones apartadas con el resto del país.

Transporte marítimo: Como parte de la política de apertura hacia los mercados internacionales se han privatizado y modernizado los cuatro puertos principales: Buenaventura en la costa Pacífica y Barranquilla, Cartagena y Santa Marta en el litoral Caribe. Hay otros puertos especializados en la exportación de carbón, banano y petróleo y un muelle turístico para cruceros en Cartagena de Indias.

Transporte terrestre: La red de carreteras hoy cuenta con más de 145.000 km de vías que conectan las principales ciudades con los puertos marítimos, Venezuela y Ecuador, hacia donde se desplazan líneas de buses y de carga. También se proyecta la Vía Panamericana que uniría a Colombia con Panamá y se construye la Marginal de la Selva que conectará a Colombia con Venezuela, Ecuador y Perú por el piedemonte de los Andes. Hay 3.140 km de vías férreas en reconstrucción y dos líneas que transportan carbón a puertos privados.

Telecomunicaciones: Colombia ha modernizado sus telecomunicaciones. Hoy posee una moderna red digital de telefonía satelital y microondas y troncales de fibra óptica que cubren el país con millones de líneas fijas, servidas por 29 operadores locales y tres operadores nacionales de larga distancia. El país tiene cinco redes de telefonía celular con 28,5 millones de móviles y más de 7 millones de usuarios de Internet a junio de 2007.

Energía eléctrica: Con una capacidad de generación de 13.6 Gwh., tanto hidroeléctrica como termoeléctrica, cubre más del 90% de la población, con un sistema de interconexión de redes que le permite utilizar plenamente su capacidad de generación para asegurar un fluido eléctrico estable y un excedente para exportar.

Gas natural: Se ha fomentado el uso de una fuente económica de energía mediante la explotación de las gigantescas reservas de gas natural y la construcción de una red de gasoductos que ha permitido un incremento en el consumo a un ritmo de 10% anual y cubre el 77% del mercado residencial potencial.

Geografía Brasileña

Brasil se sitúa en la costa este de América del Sur, junto al Océano Atlántico. Con su área de 8.515.692,27 km², constituye el 5º más grande país del mundo en extensión territorial. Tiene amplias reservas naturales de agua; el bosque más grande de la Tierra; una flora, fauna, aire, tierra, minerales y aguas de inestimable valor para el planeta. Tiene cerca de 190,7 millones de habitantes, distribuidos en 26 Estados y un Distrito Federal, donde se localiza su capital Brasilia.

La meseta Brasileña es un altiplano erosionado que ocupa la mayor parte del país. Con una altitud media que varía entre los 300 y los 900 m, está surcada irregularmente por cadenas montañosas y por numerosos valles fluviales. Su borde sureste, por lo general paralelo a la costa, se eleva escarpadamente desde el océano en varias áreas, concretamente al norte de los 10° de latitud y al sur de los 20° de latitud del hemisferio sur. Entre las principales cordilleras de la meseta Brasileña están la serra da Mantiqueira, la serra do Mar y la serra Geral. En la zona central destaca el planalto del Mato Grosso. Entre las cumbres más elevadas destacan el pico da

Bandeira (2.890 m), en la serra da Mantiqueira, y el Pedra Açú (2.232 m), en la serra do Mar. Gran parte del terreno de la meseta es una llanura ondulada y herbácea, denominada cerrado. La cuenca del río Amazonas ocupa más de un tercio de la superficie del país. En ella predominan las tierras bajas, con altitudes que raramente superan los 150 m, los pantanos y las llanuras inundadas. Grandes zonas de la cuenca están cubiertas por selva lluviosa ecuatorial. Debido a la impenetrabilidad de este territorio, amplias áreas de las tierras bajas brasileñas sólo han sido exploradas recientemente. En el borde norte de la cuenca del Amazonas destaca otra zona montañosa, que forma parte del macizo de las Guayanas y en la que sobresalen la serra de Tumucumaque, la serra de Acaráí (con una altitud máxima de 906 m) y la sierra de Parima. El pico da Neblina (2.994 m), en la frontera con Venezuela, es la cima más elevada de Brasil. La línea de costa brasileña, con una longitud total de 7.491 km, tiene un contorno excepcionalmente regular, sobre todo en el norte, pero varias hendiduras profundas proporcionan unos excelentes puertos naturales. Son importantes los puertos de Río de Janeiro, Salvador y Recife. El litoral cuenta con estrechas llanuras costeras, excepto en algunas zonas en las que la meseta Brasileña se introduce en el océano

Suelo: Hay diferentes tipos de suelo en las áreas tropical y subtropical. La Amazonia, el valle del Amazonas y sus afluentes, es una amplia llanura aluvial en la que la inundación continuada limpia y rellena la capa superficial del suelo. Algunas mesetas aluviales bajas, sin embargo, sobresalen en el relieve. En el interior de la región Nordeste predomina el sertão semiárido. En las áreas de tierras bajas, el suelo soporta una densa vegetación selvática. El estado de São Paulo se caracteriza por la terra rosa fértil, casi púrpura, debido a la descomposición del basalto, acelerada por el calor y la humedad.

En este trabajo plantearemos el problema actual que sufre la nación vecina, Brasil. Todos sabemos que la energía de Brasil depende directamente de su hidrografía, es decir de sus complejos hidroeléctricos. A continuación una breve reseña sobre la energía del país.

Infraestructura

Base para el crecimiento

Las inversiones en las áreas de transporte, energía, saneamiento, viviendas y recursos hídricos son fundamentales para el desarrollo de Brasil. Con el Programa de Aceleración del Crecimiento (PAC), las obras de infraestructura han beneficiado a todo el país, ya sea por sus impactos económicos o sociales. Si por un lado los recientes descubrimientos del pre sal y de reservas de gas natural y las inversiones en biocombustibles y etanol apuntan hacia el enorme potencial energético del país, se percibe que aún hay mucho por hacer para superar desigualdades. Con respecto a la colección de aguas servidas, por ejemplo, solamente un 43,2% de la población cuenta con el servicio.

Las inversiones en infraestructura en Brasil aún son pequeñas oscilando entre un 2% y 2,5% del PBI. El sector público aplica poco más del 1% del PBI en infraestructura y el sector privado, un 2%.

Red de rutas 2010

62.351,4 km de red de rutas federales pavimentada

212.738,0 km de red de rutas totales pavimentada

Red Ferroviaria 2009

29.637 km

Aeropuertos 67 aeropuertos con capacidad total para 128,1 millones de pasajeros/año.

Puertos 216

Hidrovías 58

Saneamiento básico *

Abastecimiento total de agua – 81,2%

Abastecimiento de agua urbana – 94,7%

Abastecimiento de recolección de aguas servidas total – 43,2%

Abastecimiento de recolección de aguas servidas urbana – 50,6 %

Tratamiento de aguas servidas total – 34,6 %

Matriz energética

Producción de petróleo 2010

2,18 millones de barriles por día

Energía eléctrica 2010

Consumo total de 505.684 GWh.

Gas natural 2010 69 millones de metros cúbicos por día

Pre sal

65,2 mil bbl/d y 2,312 millones m³/d de gas natural

Biodiesel 2010 2,4 mil millones de litros

Etanol 2010 27,9 mil millones de litros

Usinas: Hidroeléctrica - 887

Gas - 129

Biomasa - 389

Petróleo - 866

Nuclear - 2

Carbón Mineral - 9

Eólica - 50

Solar – 4

2.8 Análisis cultural Colombia y Brasil

2.8.1 La cultura

La cultura puede definirse como la identidad de las regiones del mundo, las cuales son totalmente diversificadas, por esto es importante estudiar cada una de ellas en el ámbito de los negocios, pues el desconocimiento de esto puede generar el deterioro de las negociaciones lo que conllevaría a la pérdida de las relaciones internacionales.

La cultura es un medio de expansión de mercados, su estudio puede mostrar grandes oportunidades de negocio, con el desarrollo de estrategias al instante, pues mientras se negocia se analiza el entorno comercial.

Colombia y Brasil a pesar de ser países americanos, cuentan con una gran diversidad cultural, muy diferente, aunque pueden existir similitudes pero son pocas, y es ahí donde no se puede tomar la total confianza a la hora de cerrar un acuerdo entre estos países, por eso hacemos un

comparativo de las formas de negociación y estudiamos su cultura donde se dan a conocer las características culturales a tener en cuenta para llegar a una negociación exitosa también para identificar aquellos obstáculos que deterioran las relaciones comerciales,

Se entiende por cultura un sistema de valores que consiste en conocimientos, modos de pensar, obrar, sentir; en creencias, arte, moralidad, leyes, costumbre y otras facultades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad.

Lo que llamamos cultura es el conjunto complejo de los objetos que el hombre crea, transforma, humaniza y que se despliega en las creaciones del lenguaje, la literatura, el arte, la ciencia, la moral, la política y el derecho, etc., gracias a los cuales se alza sobre el estado de naturaleza: es el mundo propio del hombre. Los términos cultura y civilización son semejantes pero al hablar de la primera se acentúa lo espiritual, el proceso de creación.

Cultura es pues toda una serie de valores, costumbres y creencias que a la hora de relacionarse con otra religión o país deben ser tomados en cuenta pues son de gran influencia en el actuar de los individuos tanto nivel individual como colectivo.

Este término, por su misma amplitud, ha dado origen a las más diversas definiciones, siendo para algunos lo cultural el resultado de la acción del hombre para satisfacer sus necesidades vitales, mientras que según otros autores es precisamente una defensa de la sociedad frente a los instintos vitales del hombre que pueden poner en peligro la vida social.

Otros afirman que la cultura se opone a lo masivo y que su finalidad es evitar, por medio de una acción crítica constante, la integración masiva del hombre al sistema social, situándose así en el polo opuesto de los que consideran que la cultura es el conjunto de normas y arquetipos que rigen la conducta de los individuos, y que en su adquisición un proceso deseable de integración social. Sin embargo, puede afirmarse que la consideración de la cultura como un producto más del trabajo humano, ha hecho posible el análisis de sus formas de producción (quienes la producen y como lo hacen) y de reproducción o transmisión. La cultura tiene un sinnúmero de definiciones, pero no son muy claras. Hablar de cultura es hablar de diversas etapas de

evolución, progreso y desarrollo de la humanidad. En la historia de la humanidad nos habla de los procesos de plenitud y decadencia.

La cultura es un proceso consciente del ser humano y es un producto que afecta todas sus actividades, y que posee una organización o marco de normatividad en tanto permite diferenciar una cultura de otra.

El proceso de transición de la cultura se aprende en cuanto se transmite y esa cultura es heredada. La cultura es eficiente en cuanto satisface las necesidades de un individuo o una sociedad. También es compartida, está por encima de los individuos; es compartida por un grupo humano que le permite identificarse y posee realidad.

Según Robert M. Mclver, la cultura corresponde a las expresiones de la vida, mientras que la civilización designa las creaciones de la sociedad destinadas a seguir su control sobre sus condiciones de vida. Esta concepción, bastante extendida por los sociólogos alemanes. No deja de tener cierta relación con la distinción marxista entre superestructura e infraestructura. De la misma manera, el antropólogo Alfred Kroeber relaciona la cultura con el valor y la civilización con la realidad.

Otros autores llegaron a concepciones bastantes parecidas partiendo de la oposición entre el espíritu subjetivo (cultural) y el espíritu objetivo (civilización). Según Laloup y Nelis, la cultura correspondería a los esfuerzos que el hombre dirige sobre sí mismo para perfeccionarse y la civilización a sus acciones tendientes a modificar el mundo y que se concretan en sus obras. Las personas se definen así mismas en cuanto a la forma o clase de necesidades y esto determina la forma de actuar de la misma para satisfacer dichas necesidades.

De esta manera, existen factores culturales, sociales, personales, y psicológicos que juegan un rol determinante en todas las decisiones de las personas y que por ende hay que tomar en cuenta en las negociaciones.

Dentro de cada cultura hay grupos de personas que constituyen un sistema de valores compartidos, basados en experiencias de vida y situaciones comunes, como compartir creencias, orígenes geográficos comunes, o edades más o menos iguales, todo lo cual crea pequeñas subculturas que pueden ser nichos de mercado interesantes.

La mayoría de las sociedades y grupos suponen de su propia cultura, reacción conocida como etnocentrismo. Algunos grupos sociales, en su obsesión por imitar otras culturas, desprecian la identidad de su cultura propia. Las ideas y costumbres acerca de las cuales las personas son etnocéntricas varían de sociedad en sociedad, pero todas las sociedades conocidas y todos los grupos dentro de la misma sociedad denotan cierto etnocentrismo. Los negocios internacionales han cobrado mucha importancia a raíz del surgimiento de la globalización y todo país que quiera ser competitivo debe por supuesto incursionar en este campo. Pero una cosa es participar y otra triunfar en dichas negociaciones, pues para esto último es necesario tener toda una serie de factores a favor y uno de ellos es sin lugar a dudas con el cual se quiere negociar. Es preciso comprender que toda cultura tiene una serie de actitudes y creencias que influyen en casi todos los aspectos del comportamiento y ayudan a ordenar una sociedad y sus miembros. Mientras más aprenden los directivos sobre ciertas actitudes claves, estarán mejor preparados para entender por qué las personas se comportan en la forma en lo que lo hacen, en particular cuando sus reacciones difieren de aquellas que los ejecutivos esperan del trato con sus propios conciudadanos.

Algunos de los aspectos más importantes a considerar en esto de la cultura están las actitudes hacia el tiempo, los resultados, el trabajo y el cambio.

Las festividades y los ritos religiosos pueden afectar el desempeño y el programa de trabajo. Cuando miembros de distintos grupos religiosos trabajan juntos, es posible que surjan luchas, divisiones e inestabilidad en la fuerza de trabajo. Los directivos deben respetar las creencias religiosas existentes en otras culturas. Por supuesto, para poder hacerlo, primero es preciso conocer dichas restricciones y creencias.

Otro aspecto a considerar es la tecnología y el uso, la visión y el avance que en esta materia se tiene en determinado país. Los aspectos culturales de la tecnología son importantes para los ejecutivos internacionales, porque los nuevos métodos y productos muchas veces exigen que las personas cambien sus creencias y su manera de vivir. En términos generales, mientras mayor sea la diferencia entre los métodos o productos anterior y nuevo, más difícil le será a la empresa implantar un cambio.

Ahora uno de los elementos más importantes a considerar es el idioma, pues por ejemplo en el caso que nos ocupa de entablar posibles negocios entre Colombia y Brasil, es claro que el idioma puede ser una barrera tomando en cuenta que en Colombia se habla español, mientras que en Brasil se habla portugués. Por eso para muchos expertos en estas negociaciones internacionales es imprescindible hablar el idioma local o el inglés que es considerado el universal.

Otros elementos que deben de ser tomados en cuenta como el folklore, la música, la forma de acercarse a las personas, etc.

Todo negocio que tiene previsto iniciar su funcionamiento en un lugar internacional primero debe estudiar a fondo la ubicación. Se debe entender por completo el mercado local y también hacer un análisis cultural a través del lugar.

Es por eso que a la hora de buscar realizar negocios con otra nación el análisis cultural debe de ayudar a:

- Una toma de decisiones adecuada en cuanto a bienes y productos a ofrecer
- Adaptarse a las nuevas necesidades de acuerdo a la cultura de la otra nación o negociador.

No se debe considerar la ejecución de un negocio tomando en cuenta la cultura como algo fácil, todo lo contrario es sumamente difícil ya que cada país tiene necesidades culturales individualizadas y esto puede incidir en el hecho de si el bien o servicio tiene o no posibilidades de lograr un buen mercado en dicho lugar. Por eso se debe tener claro que los empresarios que

no estén alertas a las diferencias culturales, simplemente no podrán funcionar eficientemente en el extranjero. De ahí la importancia de tomarse el tiempo para conocer sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo. La cultura se adquiere de diferentes formas, a través de nuestras experiencias personales, la educación recibida en la familia, el colegio, la universidad, clubes sociales, el trabajo y en general por interacción social. Es importante resaltar que como manifiesta Schein existe una parte de la cultura que está formada por las creencias profundas consientes e inconscientes que están alojadas en la mente y muchas veces no es posible observarlas directamente, sino a través de sus manifestaciones o artefactos. Estas creencias profundas se han formado principalmente durante la niñez, con información y estímulos que van a determinar qué cosa es buena o mala, aceptable o no para esa persona. Durante la vida adulta se continúa recibiendo estímulos sociales que contribuyen a la formación de estas creencias y valores de las personas.

Portal Brasil. (2013). Portal para la Internacionalización, la Empresa y la Economía en Brasil, de http://www.brasil.gov.br/?set_language=es

Colombia

Cultura y sociedad: Colombia es un país pluriétnico: es mestizo, blanco, negro, mulato e indígena, por lo que presenta a lo largo y ancho de su territorio una gran diversidad cultural, que constituye en sí misma su riqueza y marca las características de su identidad nacional. La cultura colombiana ha sido determinada tanto por factores sociales, ambientales, climáticos como por la configuración geográfica. La riqueza material y estética que predomina en las diferentes regiones del país, proviene de una añeja tradición que como parte de la vida cotidiana, ha acompañado el desarrollo de la cultura colombiana con objetos rituales, herramientas, vasijas, canastos, sombreros y muchos otros fabricados por diversos materiales como maderas, barro, fibras, metales, piedra, cuero que con el concienzudo trabajo de los artesanos, dan lugar a ricas y variadas piezas artesanales.

La extensa imaginación popular se refleja en una amplia y variada producción artesanal, responde a toda una cosmovisión cuyo espectro va desde la cultura popular de la canción y el carnaval hasta el crecimiento de movimientos artísticos, literatura, poética, cinematografía, teatro y danza que explotan desde los ángulos más opuestos de lo que se conoce como cultura. Su música mezcla ritmo e instrumentos europeos de tradición histórica propia, con danzas y ritmos africanos como son los casos de la cumbia y el vallenato en la costa atlántica, el currulao y la jota en el pacífico, el bambuco o la guasca en el interior andino y el joropo llanero, pasando por una gama enorme de ritmos propios tales como las gaitas fabricadas con cañas y cera de abejas, las marimbas, triples y bandolas o los más sofisticados y modernos instrumentos musicales.

Las artesanías típicas de Colombia son aprovechadas en el mundo entero: la mochila arahuaca de la sierra nevada de Santa Marta, el sombrero “vueltaio” de las llanuras cordobesas, la hamaca de San Jacinto, la cerámica de Raquira en Boyacá, son apenas algunos ejemplos de manufacturas vernáculas que compiten en belleza con las obras de arte llamado culto.

Normas y Costumbres

El fútbol es el deporte nacional por excelencia, al igual que en la mayoría de países de América Latina. Ver los juegos en la televisión es uno de los pasatiempos nacionales y de las actividades más populares. Las victorias de la selección nacional son celebradas de forma exuberante. Sin embargo, se considera una ocupación masculina: muchos hombres y muchachos dedican su tiempo libre a esta modalidad deportiva. Otro juego tradicional es el tejo o turmequé, heredado del patrimonio cultural de los chibchas, que consiste en lanzar pequeños discos de metal hacia un detonador de pólvora. El vencedor es aquel que logre causar el mayor número de explosiones, en relación con el número de lanzamientos. Las danzas populares constituyen una parte importante de la identidad cultural colombiana. De las decenas de ritmos y estilos de danza, uno de los más populares es el bambuko de la región andina caracterizado por diversos pasos complejos que remiten al cortejo y al enamoramiento. Hay quienes consideran éste el baile nacional, puesto que está siendo usado incluso desde la campaña libertadora, aunque compite fuertemente por este título con la cumbia caribeña y con el vallenato. (Ver imagen 9)

Negociaciones ¿Cómo hacer negocios en Colombia?

La citas deberán ser programadas por lo menos una semana antes de la llegada a Colombia; para arreglar citas se deben usar el teléfono, fax o por correo registrado.

Se recomienda llegar un día antes a la capital para acostumbrarse a la altura ya que está a 2600 mts sobre el nivel del mar.

El horario para hacer negocios es de 9 a 5 de lunes a viernes.

Los colombianos son tradicionalistas con excepción de los costeños que tienen una actitud más relajada.

Será difícil si no es que imposible tratar de negociar en Colombia sin un contacto local. Este contacto no sólo le introducirá con los empresarios colombianos sino que le esperará en el aeropuerto y reservará un hotel.

Para tratar con personas de gobierno nunca cambiar a los miembros del equipo de negociación ya que tal cambio podría parar las negociaciones. Los colombianos sienten que están negociando con personas, no con corporaciones.

Los negocios que comúnmente se pueden hacer en Estados Unidos en dos días tomarán una semana.

Los colombianos son muy orgullosos de su nación y de sus logros, para ellos es muy importante que se les pregunte sobre su cultura, literatura e historia. Evitar discutir de política, comparar a Colombia con Estados Unidos y hablar de terrorismo y narcotráfico.

El almuerzo es el menú principal del día y es una opción popular para una comida de negocio.

Los colombianos tienen una gran tradición de hospitalidad e invitan con frecuencia a los huéspedes a sus hogares.

Saludos:

El saludo estándar es el apretón de manos, también se utiliza al salir.

Entre amigos cercanos, las mujeres se pueden tomar del brazo o besarse en una mejilla, los hombres abrazan y dan una palmada en la espalda.

Después del apretón de manos (o el abrazo), los colombianos hacen numerosas preguntas de cortesía por ejemplo sobre la familia, amigos, salud.

A las personas que no tienen título profesional se les nombra como: Señor, Señora, Señorita. (Ver imagen 10.11 Gráficos 2.1)

Cultura brasilera

Brasil fascina por su mestizaje. Las raíces indígenas, europeas, asiáticas y africanas, entre muchas otras, se reflejan no sólo en la cultura, sino también en las costumbres de los brasileños.

La cocina, la música, la artesanía, la arquitectura y las fiestas populares confieren al país esa identidad multicultural. De hecho, Brasil cuenta con 17 bienes culturales y naturales reconocidos como Patrimonio Mundial de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) y una de las maravillas del mundo contemporáneo, el Cristo Redentor.

La inmigración en Brasil fue de vital importancia para la formación de la cultura nacional. Características de todos los lugares del mundo se fueron incorporando a lo largo de los siglos, desde la llegada de los portugueses en 1500. Además de las contribuciones de los indios, negros y portugueses, la gran llegada de inmigrantes de todas las partes de Europa, Oriente Medio y Asia influyó en la conformación del pueblo brasileiro.

Es necesario recordar que, pese a su gran extensión territorial, se habla el mismo idioma en todas las regiones brasileras. El portugués es la quinta lengua más hablada, y la tercera entre las occidentales, después del inglés y el español. La Constitución Brasileira garantiza el pleno ejercicio de los derechos culturales, y define que el estado debe apoyara, incentivar y valorar sus

manifestaciones, así como proteger las culturas indígenas, afrobrasileñas y de otros grupos participantes en el proceso de civilización nacional. El fútbol es realmente una tradición y una costumbre, cualquiera que sepa lo más básico y simple de este deporte sabrá el lugar que históricamente ocupa la verde amarela. Este deporte es una verdadera pasión y varios de los mejores futbolistas de la historia son brasileños. Entre otras tantas cosas, Brasil es el país que más veces ha salido campeón del mundo, en el año 2002, Brasil ganó el penta campeonato en el Mundial de Corea-Japón.

Universidades iberoamericanas. (2008). Cultura Brasileña, de <http://universidades-iberoamericanas.universia.net/brasil/vivir/cultura.html>

En lo que respecta a los bailes y las danzas tradicionales de Brasil, en primer lugar, tenemos que mencionar la capoeira, por muchos considerada como toda una obra de arte. De hecho se trata de un tipo de arte marcial muy peculiar, también conocida como “la danza de la guerra”. La capoeira mezcla diferentes elementos de las artes marciales, la danza, el deporte y la expresión corporal. Históricamente, la capoeira era practicada por los antiguos esclavos, quienes dieron origen y desarrollaron diferentes técnicas de una de las danzas tradicionales más importantes de Brasil.

Los brasileños también tienen una de las fiestas de carnaval más intensas, coloridas y populares del mundo entero, el famoso carnaval de Rio de Janeiro. En Brasil, el carnaval es una celebración que se vive como toda una verdadera fiesta nacional, en la que todos bailan al ritmo de las escolas do samba, del más pequeño al más grande.

El carnaval se desarrolla durante unos 40 días antes de la Pascua. Durante esos días, más de 2 millones de personas se reúnen en las calles, al lado del sambódromo, para observar y participar del desfile de los coloridos e inmensos carros alegóricos junto a los músicos, bailarines y vedettes con muy poca ropa. (Ver Gráfico 10, 11, 12)

¿Cómo negociar en Brasil?

Aunque en algunos casos son efusivas o temperamentales, no son rápidas y es necesario tomarse las reuniones con cierta paciencia. Cuento con que realizará varios viajes a ese país antes de llevar a buen puerto sus conversaciones.

Los brasileños no se consideran hispanos. Por ello si usted habla español debe preguntar primero si no les molesta que hablen en español. Recuerde que el idioma oficial del país es el portugués. En caso de no coincidir con el idioma se utiliza el inglés como idioma común. Es el idioma universal de los negocios. La mejor forma de dar una tarjeta de visita es en el idioma propio del país anfitrión. Por una cara en el idioma nativo de usted y por otra en el idioma del país que visita. Se entregan justo después de las presentaciones. Recuerde llevar un número suficiente de tarjetas para que todo el mundo reciba su tarjeta.

La diferencia entre empresarios y empresarias en Brasil no es tan visible como en otros países de Sur América. No habrá apenas diferencias en el trato. Ellos son muy respetuosos y admiradores de las mujeres, tanto en el campo personal como en el profesional.

Dada la importancia que los brasileños dan al componente personal, un cambio en las personas que negocian es una mala decisión pues puede retrasar e incluso poner en peligro todas las negociaciones.

Para los brasileños muchos empresarios de los Estados Unidos son demasiado arrogantes. Van directamente a los negocios y no valoran tanto como ellos las relaciones y el conocimiento personal.

No entre a un despacho a una sala de reuniones sin llamar. Pida permiso y espere a que le inviten a pasar. Saludar al entrar y al despedirse. Si está aguardando su turno en una sala de espera, ha de esperar a que alguien le atienda o le invite a pasar.

Al entrar en un despacho o sala y comenzar una conversación no es muy correcto, según el protocolo de negocios brasileño, ir directamente a charlar sobre el negocio. Se suele comenzar por temas superficiales y socorridos como el tiempo, como ha resultado el viaje o su primera noche en la ciudad, etc. Incluso alguna pregunta de tipo más familiar. Luego se irá encaminando

la conversación hacia los temas del negocio o materia en cuestión. Aunque a usted le hagan preguntas algo personales, usted no debe hacerlas. Los brasileños son muy celosos de su vida privada.

En Brasil no es muy habitual que todos los ejecutivos o directivos de una empresa tengan un despacho propio. Por eso es común que haya varias interrupciones durante sus reuniones. Los brasileños analizan de forma minuciosa sus propuestas y están dispuestos a debatir todo tipo de detalles hasta quedar conformes.

Mostrar datos, cifras, gráficos y demás sin ponerle una cierta personalidad puede que no les valga de mucho. Tiene que mostrar confianza, seguridad y una cierta cercanía. Ello no quiere decir que no se esfuerce en su presentación y en la documentación que les proporcione.

No muestre una mala cara ante la adversidad, un comentario negativo o algún tipo de discusión o debate. Tampoco muestre su lado más agresivo en un momento de acaloramiento o discusión. Siempre hay que tratar de mantener la compostura y no perder los estribos.

En toda negociación puede serle de gran ayuda contar con el asesoramiento de un abogado, consultor o profesional, que le aconseje sobre aspectos legales y otras materias que usted desconozca. A ser posible que sea del propio país, ya que hay empresarios brasileños que desconfían de consejeros o abogados no brasileños.

Aunque durante su exposición se pueden interesar por detalles, a la hora de negociar el contrato lo harán de una forma general sin entrar en demasiados detalles que dejan para sus abogados y ejecutivos.

Los brasileños utilizan los puntos para los miles y las comas para los decimales, al igual que la mayor parte de los países de su entorno.

No tenga nunca prisa para salir corriendo después de finalizar una reunión. Ellos pueden considerar que usted estaba deseando terminar. Es mejor que trate de hacer un poco de

"sobremesa" con sus colegas. Si tiene que irse debe dar una excusa por su marcha; una nueva reunión, un asunto personal urgente, etc. Lo mejor cuando la reunión es de cierta importancia es que no programa más citas para ese día pudiendo dedicar mucho más tiempo a sus compañeros de reunión.

Los mandos superiores son los que toman las decisiones finales, aunque durante el proceso no estén en las reuniones.

Los acuerdos se firman con un apretón de manos y posteriormente se redactan los documentos finales que son los que se firman.

Aunque apenas quedan empresarios a la vieja usanza, podemos encontrarnos todavía con algunos para los que los acuerdos firmados no significan demasiado y pueden solicitar cambios o renegociaciones de algunos puntos en fechas posteriores.

Si las conversaciones se alargan puede que le inviten a comer para hacer una pausa o seguir hablando de las materias que los ocupan. Los almuerzos pueden ser de negocios (ellos deben sacar el tema) pero las cenas suelen ser más encuentros sociales. Recuerde que la cuenta la paga quien invita.

Si le invitan a una casa particular no debe olvidar tener un detalle con los anfitriones. Y al día siguiente, no está demás, enviar una nota de agradecimiento con unas flores.

(colombia.travel/, Educación, salud, Geografía, Turismo, Geopolítica, Colombia).

2.9 Gráficos y Tablas

Tabla 1. Exportaciones - Importaciones totales

	USD ENERO - DICIEMBRE 2010	USD ENERO - DICIEMBRE 2011	Crecimiento 2010 - 2011
Exportaciones totales (FOB)	1.079.110.914	1.384.139.264	28,27%
Importaciones totales (FOB)	2.196.082.529	2.577.416.532	17,36%
Balanza comercial	-1.1116.971.615	-1.193.277.268	6,83%

Fuente: www.Cepal.com (2010 – 2011)

Tabla 2. Indicadores regionales de Brasil

Grandes regiones y unidades de la federación	Población en 2010	PIB en 2007 (US millones)	PIB per cápita en 2007 (US mil)	Tasa Anual de crecimiento 2004, 2007	Importaciones media 2007-2010 (US millones)
Brasil	191,4	1,571.507	8,212	4,7	140.488
Región Sudeste	80,3	770,685	9,596	5,6	81,974
Sao Paulo	41,0	463,476	11,299	5,1	55,076
Rio De Janeiro	15,8	152,356	9,659	5,5	11,876
Minas Gerais	20,0	123,876	6,180	6,2	8,112
Espirito Santo	3,5	30,978	8,922	11,1	6,910

Fuente: Datos.bancomundial.org (2004- 2010)

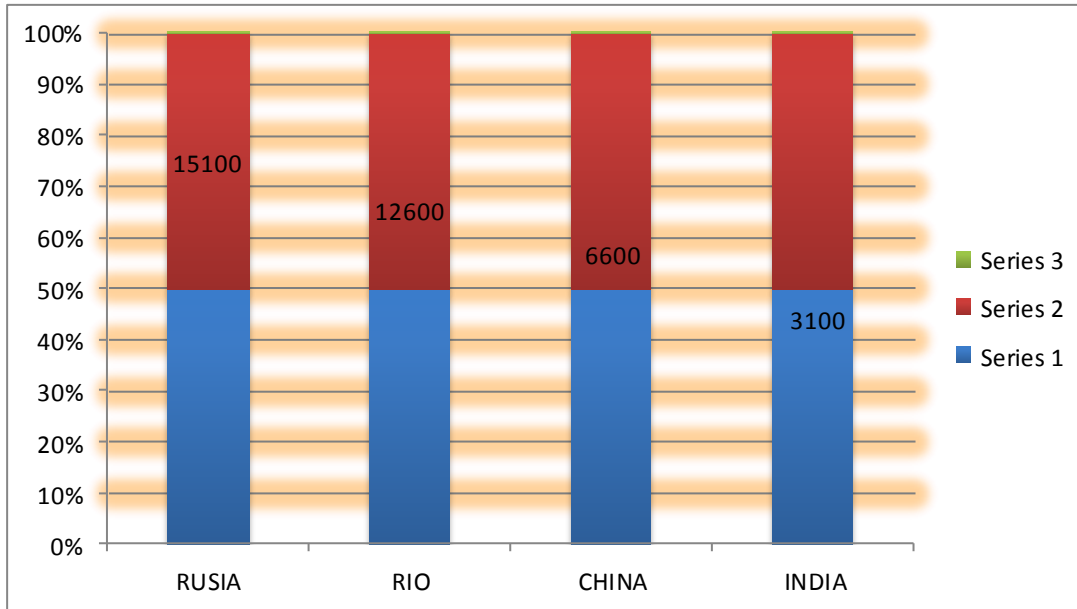
Grafico 1.

Brasil



Fuente: <http://www.google.com.co/imgres>

Grafico 2



Fuente: www.500globalbusnes.com

Grafico 3.

Ciudad Rio



Fuente: <http://www.google.com.co/imgres>

Grafico 4.

Vale



Fuente: www.vale.com.co.br

Grafico 5.

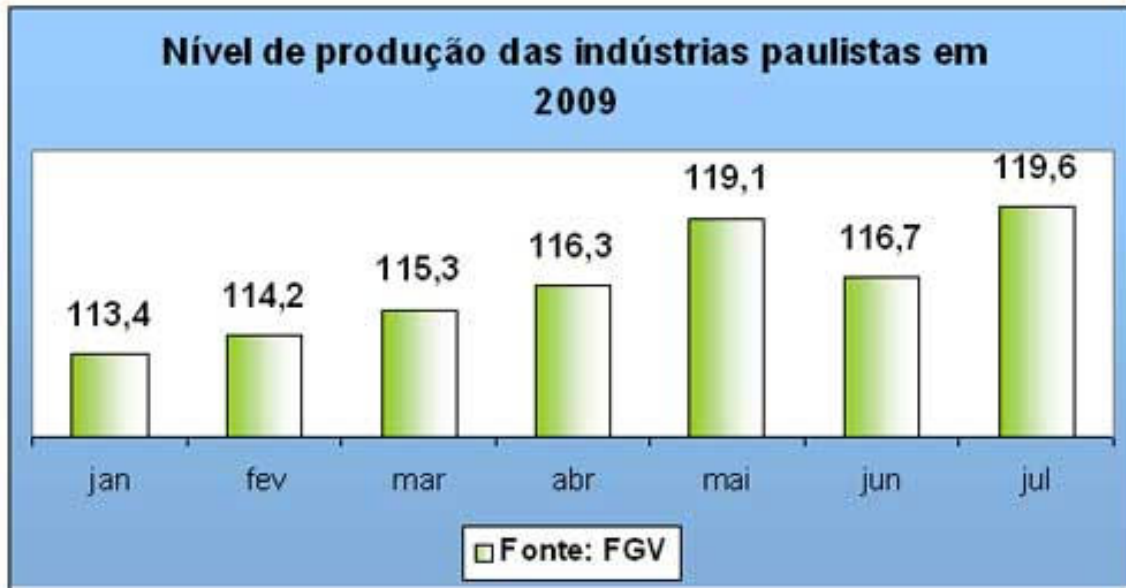
Brasil



Fuente: <http://www.google.com.co/imgres>

Grafico 6.

Nivel de producción de industrias



Fuente: Saopaulo.sp.gov.br

Gráfico 7.

Música tradicional Colombiana



Fuente: <http://www.colombia.co/>

Grafico 8.

Baile tradicional Colombia



Fuente: <http://www.colombia.co/>

*Grafico 9.
Colombia*



Fuente: <http://www.colombia.co/>

*Grafico 10.
Carnaval de Brasil*



Fuente: http://www.brasil.gov.br/?set_language=es

Grafico 11.
Baile capoeira



Fuente: http://www.brasil.gov.br/?set_language=es

Grafico 12.
Escudo Brasil



Fuente: http://www.brasil.gov.br/?set_language=es

3. HALLAZGOS

- Vivimos hoy una situación que característicamente llamamos globalización, y que frecuentemente se asocia, en forma especial con la cultura que tiene cada país y como esto influencia en el momento de llevar a cabo negociaciones internacionales e incluso se amplía a otros fenómenos económicos, financieros, jurídicos, culturales y tecnológicos.
- El país adolece de un enmarañado sistema burocrático, que torna difícil un ambiente propicio para los negocios.
- Frente a las limitaciones de la economía, la población pasa a crear sus propias fuentes de trabajo, canalizando así sus dotes emprendedoras.
- Brasil cuenta con un mundo empresarial considerable, parte del cual ya figura entre los mayores del mundo.
- Las perspectivas para el futuro del Brasil son relativamente positivas, porque todo apunta hacia una recuperación de su economía, en condiciones de igualdad o ligeramente superiores al resto de países.
- Gracias a su inmenso recurso hídrico, casi el 80% de la energía producida en Colombia es de origen hidroeléctrico.
- En las negociaciones se pueden dar choques entre culturas, cual es el caso de hacer negocios entre países que aunque cercanos geográficamente como lo son Brasil y Colombia, debido a sus periodos de historia y otros elementos influyentes, pueden presentar ciertas diferencias culturales que no ser abordadas adecuadamente pueden significar la pérdida de los negocios.
- Entre los aspectos culturales que es preciso tomar en cuenta están: la estructura o composición social, los diversos sistemas religiosos, manejo de la ética, conocer el idioma, la educación y por supuesto un aspecto importante, cultura en el trabajo y en la negociación.

- Cuando se trata de establecer negociaciones internacionales lo primero es comprender que existen culturas diferentes a la propia, al tener esto en mente se estudia y se aprende sobre las características de esta cultura con el fin de adaptarse a ellas y sobre todo hacer negociaciones considerando dichas características, buscando así lograr el objetivo de estos.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Para la negociación internacional es de suma importancia tener en cuenta el aspecto cultural, pues este representa una barrera a la hora de entrar en nuevos mercados. En muchos casos no se entiende hacia dónde va la negociación o el porqué de su fracaso y la mayoría de las veces la cultura tiene mucho que ver en las decisiones de los empresarios.
- La formación y el aprendizaje en técnicas de gestión y conocimientos interculturales de los Empresarios será cada vez más un requisito para el éxito de las empresas en sus negocios internacionales.
- El entorno actual de globalización se caracteriza principalmente por un aumento en la intensidad de la competencia en los mercados de productos y servicios, también en los mercados de capital, y por otro un gran desarrollo tecnológico que no tiene precedentes. Todo esto lleva a crear un entorno incierto y extremadamente competitivo, para lo cual las empresas principalmente las PYMES tendrán que hacer cambios radicales internos enfocados principalmente al aspecto cultural, pues es en este punto donde las empresas pueden alcanzar una gran ventaja competitiva.
- Las organizaciones colombianas deben aprovechar los múltiples acuerdos comerciales que el país ha consolidado y los que están en proceso de consolidación, algunos, como los tratados de libre comercio los cuales impulsan la economía entre los dos países. De ahí la importancia de considerar la cultura como un factor más a analizar al momento que las organizaciones pretenda internacionalizarse, buscar acuerdos comerciales o negocios con otras regiones.
- De acuerdo con lo observado en los resultados obtenidos de la Investigación se concluyó que los Objetivos planteados inicialmente en este trabajo de investigación fueron cumplidos, se tocaron varios temas importantes como son el aspecto cultural, el aspecto de negociación y los efectos sobre los procesos socioculturales que involucran las relaciones internacionales

entre Colombia y Brasil. Es importante para Los Empresarios conocer que existen diferencias entre ambos países y que muchas cosas por elementales que parezcan, pueden ser desconocidas o simplemente se manejan de forma diferente.

4.2 Recomendaciones

- Cualquier empresa que decida penetrar un mercado en un país diferente a su país de origen, debe poseer un estudio de la cultura que permita generar alianzas estratégicas, tácticas de penetración, aspectos sociales, económicos y políticos. Así mismo analizar el entorno, las tendencias de consumo y las expectativas del consumidor. De esta forma se minimiza el riesgo y existirán mayores posibilidades de éxito.
- En ocasiones Brasil por ser un país latinoamericano se piensa que las culturas son las mismas, sin embargo en el momento de hacer negocios con este país u otro país todas las variables como el idioma, idiosincrasia, religión, y demás se convierten en pieza clave la hora de realizar una negociación.
- Ampliar el uso del poder de compra del Estado para operar como inductor de inversiones en sectores intensivos en tecnología (medicamentos, informática, entre otros).
- Comprender que existen culturas diferentes a la propia. Luego necesitan avanzar un poco más e instruirse sobre las características de esas culturas con el fin de ajustarse a ellas.
- Conocer las costumbres que se siguen en los diferentes países, desde cómo es conveniente ir vestido, como comportarse en una negociación formal, como en una reunión de negocios fuera de las oficinas, los obsequios que son bien vistos y aquellos que nunca se deben de regalar
- Fortalecer la política de formación de grandes empresas nacionales (“global players”)

- Conocer el idioma del lugar en donde queremos hacer negocios. El idioma inglés se ha convertido en el idioma de los negocios. No obstante, en los últimos tiempos, es muy bien visto conocer el idioma local, lo que genera muchas primacías, ya que generará confianza entre los negociadores, dando la impresión de que estamos interesados en todos los aspectos de su país, inclusive el idioma. Además, no será necesaria la participación de traductores en el negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

500 global business, Ranking anual de las empresas más grandes del mundo.

Análisis de las exportaciones de porcelana a Brasil. Tesis Esumer, Natalia Álvarez y Vanesa Zuluaga. Páginas – 60 Año 2011

CCB.org.co. Cámara de Comercio de Bogotá. Colombia

Cepal.com, Comisión Económica para América Latina.

Cidadedesao Paulo.com. Eventos, calendario, lugares de interés, guías turísticas. Brasil

Colombiatrade.com. Viajes, Exportaciones, Importaciones, relaciones comerciales. Colombia

Dinero.com. Revista de economía y negocios en Colombia y el mundo.

Estrategias y tácticas de referencia para hacer negocios en Brasil tomando en cuenta las diferencias culturales, Karen Carvajal y Marisela Villegas. Páginas- 45 Año 2010

<http://dc.itamaraty.gov.br/publicacoes/textos/espanhol/revistaesp5.pdf>

<http://iberglobal.com>. Portal para la Internacionalización, la Empresa y la Economía, Brasil

<http://www.brasil.gov.br>. Prensa y noticias, Artículos de referencia, Educación de Brasil, Portal Brasileño

<http://www.brasil.gov.br/> Ministerio de Salud, Instituto Brasileño de Geografía y Estadística – IBGE Pnad (Investigación Nacional Por Muestra de Domicilios), SIS (Síntesis de Indicadores Sociales), Investigación de Asistencia Médico Sanitaria.

<http://www.brasil.gov.br/>, números/ infraestructura. Brasil, Gobierno Nacional

<http://www.brasil.gov.br/para/invierta/economia>. Banco central. Brasil

<http://www.canalrcnmsn.com/noticias>, política. Colombia

<http://www.colombia.travel/> Turismo, Geografía. Colombia.

http://www.indexmundi.com/es/colombia/tasa_de_mortalidad.html, Este sitio contiene estadísticas detalladas sobre los países, diagramas y mapas compilados a partir de múltiples fuentes.

http://www.mktglobal.iteso.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=375&Itemid=123 mercadotecnia global revista de mercados y negocios internacionales

<http://www.oas.org/>. Organización de los Estados América.

http://www.protocolo.org/internacional/america/negociar_en_brasil_etiqueta_en_los_negocios_consejos_y_pautas_de_comportamiento.html como negociar en Brasil

<http://www.wcams.com.br/>, Aspectos Geográficos, Brasil.

<http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=DqKbB977kAI&NR=1>

<http://www.youtube.com/watch?v=E6kNA8nZ4vY>. Negocios en Brasil

http://www.youtube.com/watch?v=E-7vcV_ogCw. Brasil cultura

Pazdelrio.com. compromiso por el bienestar. Calidad certificada en nuestros productos.
Colombia

Petrobras.com.co. mercado internacional de petróleo. Brasil

Portafolio.com. Diario líder en información y noticias de economía y negocios

Proexport.com. Entidad que promueve el turismo, la inversión extranjera y las exportaciones.
Colombia.

Saopaulo.sp.gov.br. Portal del Gobierno de Sao Paulo. Brasil

Turino, Celio. Libro Punto de Cultura 1/01/2013. *Brasil de arriba a abajo*, 245 paginas

Turismo en sao paulo. (2012) Viajes, Cultura, Ciudades. Brasil