

Negocios Internacionales en LATAM

ENNEG740		3 Créditos
Profesor (es)	Andrés Vélez Calle	
Ayudantes	-	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso intensivo de 15 horas entrega herramientas prácticas para comprender y actuar en los negocios internacionales en América Latina, con foco en los procesos de entrada a cuatro mercados clave: México, Colombia, Perú y Brasil. El curso prioriza el aprendizaje activo mediante análisis de casos, ejercicios grupales, simulaciones y diseño de estrategias reales de entrada.

I.- OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO

Desarrollar competencias prácticas para analizar oportunidades y diseñar estrategias de ingreso a los principales mercados latinoamericanos considerando factores culturales, institucionales, económicos y comerciales.

- | | |
|---|--|
| 1. Comprender el contexto económico, institucional y cultural de México, Colombia, Perú y Brasil. | |
| 2. Identificar barreras y oportunidades para empresas chilenas en esos mercados. | |
| 3. Evaluar modos de entrada y estrategias de internacionalización adaptadas a la región. | |
| 4. Aplicar marcos prácticos (CAGE, PESTEL, redes) a decisiones reales. | |
| 5. Desarrollar habilidades de negociación intercultural. | |
| 6. Diseñar e implementar una estrategia de entrada para un mercado objetivo. | |

II.- CONTENIDOS

Tema	Contenido	Lectura Obligatoria
1	Ecosistema de negocios en Latinoamérica. Panorama general: similitudes y diferencias clave entre México, Colombia, Perú y Brasil. Factores económicos, regulatorios y culturales. Introducción a los marcos CAGE, WIKLUND y PESTEL.	Ghemawat, P. (2001). Distance Still Matters. Harvard Business Review. https://hbr.org/2001/09/distance-still-matters-the-hard-reality-of-global-expansion Cuervo-Cazurra, A. (2016). Multilatinas as sources of new research insights: The learning and escape drivers of international expansion. Journal of Business Research, 69(6), 1963-1972.
2	Barreras, riesgos y socios estratégicos. Identificación de barreras típicas para empresas extranjeras. Tipos de alianzas locales. Herramientas para mitigar riesgos	BID. Latin American Economic Outlook 2023 https://www.oecd.org/en/publications/2023/12/latin-american-economic-outlook-2023_3f49ef87.html Casanova, L., & Miroux, A. (2019). Emerging Market Multinationals Report 2019: Emerging Markets: Building Constructive Engagement. Emerging Markets Institute, Cornell University. De Villa, M. A. (2016). From Multilatina to Global Latina: Unveiling the corporate-level international strategy choices of Grupo Nutresa. AD-minister, (29), 23–57. https://doi.org/10.17230/ad-minister.29.2 Khanna, T., Palepu, K. (2010). Winning in Emerging Markets. Cap. 2. https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=36902
3	Estrategias de entrada y negociación intercultural. Modelos de entrada: gradual, agresivo, alianzas, adquisiciones. Claves de negociación en los tres países. Rol de redes y cámaras binacionales.	Ramírez, E., & González, A. (2021). Rappi: The Latin American Super App? Ivey Publishing. https://www.ieseipublishing.com/rappi-the-latin-american-super-app-english.html Hofstede Insights. Country Comparison: https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/
4	Taller de diseño y presentación de estrategias. Equipos trabajan sobre un caso de entrada real. Diseño de una estrategia viable. Presentación y feedback.	Caso práctico entregado en clase. Salacuse, J. (2005). The Global Negotiator. Cap. sobre LATAM.

III.- METODOLOGÍA, EVALUACIÓN Y NORMATIVA BÁSICA

3.1.- Metodología: El curso se basa en metodología activa con fuerte énfasis en el aprendizaje experiencial. Se utilizan estudios de caso breves, simulaciones, trabajo en equipo y debates para favorecer el pensamiento crítico y la aplicación de marcos prácticos a problemas reales.

3.2.- Evaluación:

- Participación activa en clase y ejercicios prácticos: 30%
- Trabajo grupal de diseño de estrategia de entrada: 40%
- Presentación final grupal con feedback: 30%

3.3.- Normativa Básica

1. Los/las estudiantes deberán tener al menos un 75% de asistencia en el curso para poder aprobarlo.
2. Las clases serán los días y horas indicados por la dirección del programa.
3. Para cada clase los/las estudiantes deberán haber leído y estudiado anticipadamente la bibliografía correspondiente.
4. La calificación de todas las evaluaciones se hará con nota de 1 a 7.
5. El/la profesor/a se reserva el derecho de agregar, eliminar o reemplazar bibliografía durante el transcurso del programa si así lo estimara conveniente para la buena marcha de la asignatura.
6. La ausencia injustificada de un/a estudiante a una exigencia será calificada con nota 1.
7. Es importante enfatizar que cada estudiante debe asumir su propia responsabilidad en el cumplimiento del programa, especialmente en lo relativo a:
 - a. Estar al día en el desarrollo de la materia y de las diversas indicaciones que entregue tanto el/la profesor/a como la coordinación del curso. Por ejemplo, la ausencia a una sesión de clases no lo exime de las obligaciones académicas señaladas ese día.
 - b. Velar por el fiel cumplimiento de las fechas y plazos establecidos para las distintas actividades de evaluación. Una vez fijadas y conocidas no se procederá a modificarlas.
 - c. Obtener el material de apoyo indicado para la cátedra cuando corresponda.
8. Todos los trabajos que se presenten en el transcurso del programa solo tendrán valor en la medida en que su autor sea capaz de explicar y respaldarlos personalmente. No se aceptan entregas que contradigan lo anterior. Toda justificación médica correspondiente a la inasistencia a una exigencia debe ser presentada a través de los canales regulares establecidos por la Universidad.
9. Toda forma de **copia y/o plagio** está penalizada y en caso de identificarse esta situación, se seguirá el [procedimiento disciplinario respectivo](#).

IV.- BIBLIOGRAFÍA

Lecturas Obligatorias

- Casanova, L., & Miroux, A. (2019). Emerging market multinationals report 2019: Emerging markets—Building constructive engagement. Emerging Markets Institute, Cornell University. <https://ecommons.cornell.edu/items/9320f71a-f62f-4ec3-8fcb-b32f7ea34ccf>
- Cuervo-Cazurra, A. (2016). Multilatinas as sources of new research insights: The learning and escape drivers of international expansion. *Journal of Business Research*, 69(6), 1963–1972. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.142>
- De Villa, M. A. (2016). From multilatina to global latina: Unveiling the corporate-level international strategy choices of Grupo Nutresa. *AD-minister*, (29), 23–57. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.29.2>
- Ghemawat, P. (2001). Distance still matters: The hard reality of global expansion. *Harvard Business Review*, 79(8), 137–147. <https://hbr.org/2001/09/distance-still-matters-the-hard-reality-of-global-expansion>
- Hofstede Insights. (n.d.). Country comparison. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>
- Khanna, T., & Palepu, K. (2010). *Winning in emerging markets: A road map for strategy and execution*. Harvard Business Press.
- Ramírez, E., & González, A. (2021). *Rappi: The Latin American super app?* Ivey Publishing. <https://www.iesepublishing.com/rappi-the-latin-american-super-app-english.html>
- Salacuse, J. W. (2005). *The global negotiator: Making, managing, and mending deals around the world in the twenty-first century*. Palgrave Macmillan.
- Secretaría General de la OCDE, CAF, CEPAL & BID. (2023). *Latin American economic outlook 2023: Investing in sustainable development*.

Lecturas Recomendadas

- Bethell, L. (Ed.). (1991). *The Cambridge history of Latin America (Vols. I–XI)*. Cambridge University Press.
- Clawson, D. L., & Lee, J. H. (2016). *Latin America and the Caribbean: Lands and peoples*. Oxford University Press.
- IBGE. (2022). *Atlas geográfico escolar*. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. <https://www.ibge.gov.br>
- IGAC. (2022). *Atlas de Colombia*. Instituto Geográfico Agustín Codazzi. <https://www.igac.gov.co>
- INEGI. (2022). *Anuario estadístico y geográfico de los Estados Unidos Mexicanos*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. <https://www.inegi.org.mx>
- INEI. (2022). *Compendio estadístico del Perú*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. <https://www.inei.gob.pe>
- Kacowicz, A. M. (2005). *The impact of norms in international society: The Latin American experience, 1881–2001*. University of Notre Dame Press.

- Skidmore, T. E., & Smith, P. H. (2005). Modern Latin America (6th ed.). Oxford University Press.