



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

PROGRAMA DEL CURSO

DN-0507 ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE NEGOCIACION



La Escuela de Administración de Negocios

Fundada en 1943, es una de las Escuelas con mayor trayectoria en Costa Rica y Centroamérica en la formación de profesionales de alto nivel en las carreras de Dirección de Empresas y Contaduría Pública. Cuenta con un equipo docente altamente capacitado, así como un curriculum actualizado según las necesidades y cambios actuales del mercado. Actualmente ambas carreras se encuentran acreditadas por el SINAES en la Sede Rodrigo Facio.

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con ética y responsabilidad social, excelencia académica y capacidad de gestión global, mediante la docencia, la investigación y la acción social, para generar los líderes y los cambios que demanda el desarrollo del país.

Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Valores Humanistas

Ética Tolerancia Solidaridad
Perseverancia Alegría

Valores Empresariales

Innovación Liderazgo Excelencia
Trabajo en equipo Emprendedurismo
Responsabilidad Social

Una larga trayectoria de excelencia...



2511-9180 / 2511-9188



www.ean.ucr.ac.cr



negocios@ucr.ac.cr



[/eanucr](https://www.facebook.com/eanucr)



PROGRAMA DEL CURSO

DN-0507

**CÁTEDRA ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE NEGOCIACION
I CICLO 2017**

DATOS DEL CURSO					
Carrera (s):	Dirección de Empresas				
Curso del IX ciclo del Plan de Estudios.					
Requisitos:	DN-0111 o DN-0406				
Correquisitos	No aplica				
Créditos	3				
Horas de teoría:	1,5 horas	Horas de laboratorio:	0 horas	Horas de práctica:	1.5 horas

PROFESORES DEL CURSO				
SEDE RODRIGO FACIO				
GR	Docente	Horario	Aula	Horario de Atención*
01	David Peralta Di Luca	M: 13 a 15:50	441 CE	M: 16 a 18:00
02	Gustavo Bado Zuñiga	M: 19 a 21:50	118 CE	M: 17 a 19:00
03	Sonia Cisneros Zumbado (coordinadora)	M: 19 a 21:50	443 CE	M: 17 a 19:00
04	Alejandro Elizondo Castillo	M: 19 a 21:50	124 CE	M: 17 a 19:00
RECINTOS:				
21	Jesús Romero Prado, Paraíso	L: 18 a 20:50	Pendiente	L: 16 a 17:50
31	Mª Virginia Hernández Román, Guápiles	K: 18 a 20:50	Pendiente	K: 16 a 17:50
SEDES:				
01	Enos Brown Richards, Caribe	L: 17 a 19:50	Pendiente	L: 15 a 16:50
01	Jorge Bustos Vargas, Occidente	V: 18 a 20:50	Pendiente	V: 16 a 17:50
01	Oscar Abellán, Guanacaste	M: 17 a 19:50	Pendiente	M: 15 a 16:50
01	José Joaquín Vargas Vargas, Pacífico	S: 09 a 11:50	Pendiente	S: 14 a 15:50

*A solicitud del estudiante, el profesor podrá atender consultas según la hora, lugar y día acordado para cada caso particular, dentro del marco de la normativa de la Universidad de Costa Rica.

I. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso de Estrategias y Tácticas de Negociación pretende que los estudiantes desarrollen sus habilidades como negociador eficaz.

Los gerentes en su práctica profesional negocian de muchas formas, por ejemplos: con el propósito de encontrar apoyo al nuevo plan de mercadeo, para la definición del presupuesto del año siguiente, para definir con otros gerentes las responsabilidades del área. En definitiva la negociación es parte del trabajo diario del gerente.

Este curso se ha diseñado de manera que permita al estudiante reconocer y administrar adecuadamente la dimensión humana en las negociaciones, así como conocer y aplicar diferentes técnicas de negociación en el ámbito de los negocios.



Se busca que la persona profesional de Dirección de Empresas sea además de una persona preparada en las áreas técnicas de este curso, alguien emprendedor, con sentido de la ética y la responsabilidad social, que se desempeñe y tome decisiones tomando en cuenta valores como la solidaridad, la tolerancia y la perseverancia, y destrezas tales como la comunicación asertiva y el trabajo en equipo. La población estudiantil debe dirigir su actuar durante el curso acorde con dichos valores y competencias, y aplicarlos en su desarrollo del curso.

II. OBJETIVO GENERAL

Analizar diferentes estrategias y tácticas de negociación, que permitan una mejor comprensión de los contextos para la toma de decisiones en diferentes situaciones de negocios, que a la larga contribuya al desarrollo del perfil gerencial del estudiante.

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Integrar la ética y la responsabilidad social en el análisis del contenido programático del curso, y profundizar en el diálogo y la reflexión sobre los valores de solidaridad, tolerancia y perseverancia, así como sobre la importancia de desarrollar y aplicar las competencias de comunicación asertiva y trabajo en equipo.
2. Comprender la dinámica de la negociación como proceso.
3. Reconocer, comprender y administrar la dinámica humana en los procesos de negociación.
4. Facilitar la identificación de los estilos de resolución de conflictos.
5. Reconocer y evaluar diferentes estilos de negociación.
6. Reconocer las barreras que pueden afectar el cierre de una negociación y algunas estrategias para superarlas.
7. Fortalecer la capacidad negociadora de los estudiantes a través de ejercicios prácticos.
8. Comprender la aplicación de un modelo de negociación en diferentes situaciones.
9. Reflexionar sobre la práctica de la ética en las negociaciones.
10. Reflexionar sobre las posibilidades de mejora que posee el estudiante, para ser un mejor negociador.

IV. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

TEMA 1. El contexto de las negociaciones

- a. Introducción a la negociación.
- b. Estilos de manejo de conflictos.
- c. Estilos de negociación distributiva versus negociación integrativa.
- d. Elementos en el proceso de negociación.



TEMA 2. El proceso de las negociaciones

1. La preparación en la negociación.
2. Estrategias y tácticas de negociación distributiva.
3. Estrategias y tácticas de negociación integradora.
4. Negociación basada en principios. Generalidades.
5. Desarrollo de Mejor Alternativa

TEMA 3. La dimensión humana de las negociaciones

- a. Las emociones y la percepción en la negociación.
- b. La Comunicación empática y asertiva.
- c. Barreras para lograr acuerdos.
- d. Errores irracionales en la negociación.
- e. Trucos sucios en la negociación
- f. Poder y estrategias de persuasión tácticas de influencia
- g. La ética en las negociaciones
- h. Casos de negociación en diferentes contextos.
- i. Aspectos culturales en la negociación internacional.

TEMA 4. Casos de negociación en diferentes contextos

- a. Dos partes, un tema.
- b. Dos partes, múltiples temas.
- c. Negociaciones complejas.
- d. Las relaciones en una negociación

TEMA 5. La Negociación en las empresas y sus negocios

- a. Negociaciones para resolver disputas.
- b. Negociaciones para contrataciones.
- c. Negociaciones con clientes y proveedores.
- d. Negociaciones para incremento salarial.
- e. Negociaciones para fusiones y adquisiciones.
- f. Mejores prácticas de negociación

A través de los siguientes componentes de la evaluación, en lo que resulte pertinente en cada uno de los temas, se integrarán aspectos sobre ética, responsabilidad social y emprendedurismo. También se tomará en consideración la aplicación de los valores y competencias referidos en la descripción del curso.





V. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Rubro	Contenido	%	Fecha
Exámenes cortos (30%)	1 = Capítulos 1,2 y 3 2 = Capítulos 4,6,7 y 8 3 = Capítulos 9, 10 y 11	30%	1 = Semana 4 2 = Semana 9 3 = Semana 15
Asignaciones (20%)	1 = Ensayo Obtenga el sí 2 = Foro Película 3 = Ensayo "Getting to Sí, Qui, Hai, Da" 4 = Ensayo Panel de expertos	20%	1 = Semana 3 2 = Semana 7 3 = Semana 9 4 = Semana 15
Simulaciones y participación (30%)	6 simulaciones	30%	1 = Semana 2 2 = Semana 3 3 = Semana 6 4 = Semana 8 5 = Semana 11 6 Semana 13
Trabajo de investigación y presentación en la feria multicultural (20%)	Ver Documento: Guía de Trabajo de Investigación	20%	Semana 10
NOTA		100%	

RUBRO 1. EXAMENES CORTOS

Tendremos tres exámenes cortos que evaluarán lo visto en clase y en las lecturas asignadas según el cronograma. Los exámenes de reposición se regirán según el Art. 24 del Reglamento Académico Detalle de examen de reposición.

RUBRO 2. ASIGNACIONES

El estudiante deberá tomar apuntes identificando los aprendizajes que sobre la materia ha logrado aplicar en las negociaciones de su vida cotidiana. Esos aprendizajes deberán sintetizarse en una página con indicación del número de semana del curso y el nombre del estudiante. Sobre estos apuntes el profesor solicitará tareas, ensayos y otras herramientas didácticas basados en ese diario de aprendizaje.

RUBRO 3. SIMULACIONES Y PARTICIPACION

En las simulaciones y participación en clase, se llevará un registro de las intervenciones de cada estudiante en cada una de las sesiones, así como del resultado de las negociaciones, las cuales podrán ser en parejas o en grupos indicados por el profesor en cada clase.

RUBRO 4. TRABAJO DE INVESTIGACION Y PRESENTACION EN LA FERIA MULTICULTURAL

El trabajo de investigación en grupo corresponderá a investigar elementos característicos de la negociación y entorno cultural de un país determinado y que se les asignará por parte del profesor. El resultado de este trabajo se exhibirá en una actividad tipo feria. Anexo 1 "Pautas para la investigación de negociaciones interculturales".





VI. CRONOGRAMA

SEMANA	FECHA	TEMA
1	Del 13 al 18 de Marzo	<ul style="list-style-type: none"> Programa y orientación metodológica Tema principal: Capítulo 1 Lewicki. La naturaleza de una negociación Actividad: Cuestionario y test
2	Del 20 al 25 de Marzo	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Capítulo 2 Lewicki, Estrategia y tácticas de una negociación distributiva Actividad: Simulación #1
3	Del 27 de Marzo al 01 de Abril	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Capítulo 3 Lewicki, Estrategia y tácticas de una negociación integradora Ensayo de la lectura: "Obtenga el sí" Actividad: Simulación #2
4	Del 03 al 08 de Abril	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Capítulo 4 Lewicki, Negociación. Estrategia y planificación Examen Corto #1 (Capítulos 1, 2 y 3)
5	Del 10 al 15 de Abril	Semana Santa
6	Del 17 al 22 de Abril	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Capítulo 6 Lewicki, La comunicación asertiva en una negociación. Actividad: Simulación #3
7	Del 24 al 29 de Abril	Semana Universitaria Foro virtual: Análisis de película
8	Del 01 al 06 de Mayo (Feriado Lunes 01 de Mayo)	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Capítulos 7 Y 8 de Lewicki. Obtención y utilización del poder. La ética en la negociación. Actividad: Simulación #4.
9	Del 08 al 13 de Abril	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Capítulo 11 Lewicki Negociaciones internacionales y transculturales Ensayo de la lectura: Artículo "Getting to Sí, Qui, Hai, Da" Examen Corto #2 (Capítulos 4, 6, 7 y 8)
10	Del 15 al 20 de Mayo	ACTIVIDAD DE CATEDRA MIÉRCOLES 17 DE MAYO 2 a 7 P.M. SEDE RODRIGO FACIO Feria de Negociación Multicultural.
11	Del 22 al 27 de Mayo	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Capítulos 9 de Lewicki. Las relaciones en una negociación. Actividad: Simulación #5.





SEMANA	FECHA	TEMA
12	Del 29 de Mayo al 03 de Junio	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Múltiples partes y equipo. Consensos para lograr acuerdos colectivos. Primera parte <u>Preparación</u> para la Simulación grupal
13	Del 05 al 10 de Junio	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Múltiples partes y equipo. Consensos para lograr acuerdos colectivos. Segunda parte Actividad: Simulación grupal
14	Del 12 al 17 de Junio	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD DE CATEDRA MIÉRCOLES 14 DE JUNIO 6 a 8 P.M. SEDE RODRIGO FACIO Panel de expertos</p>
15	Del 19 al 24 de Junio	<ul style="list-style-type: none"> Tema principal: Las mejores prácticas en las negociaciones. Los negociadores eficaces. Retroalimentación de los aprendizajes del curso. Examen Corto #3 (Capítulos 9, 10 y 11) Ensayo sobre Panel de Expertos
16	Del 26 de Junio al 01 de Julio	Entrega de promedios

VII. ASPECTOS METODOLÓGICOS

- a. El personal docente y la población estudiantil desarrollarán las clases dentro de un ambiente de tolerancia, respeto y comunicación asertiva. El profesorado promoverá el trabajo en equipo, en un plano de igualdad de oportunidades y sin discriminación de ninguna especie de forma tal que se garantice un ambiente de diálogo y libre expresión de las ideas y opiniones.
- b. La negociación es una habilidad que requiere de práctica para dominarse. Los estudiantes experimentarán la dinámica de ejercicios y simulaciones para aprender los conceptos, las estrategias, y tácticas de negociación. Es por esta razón que este curso posee una variedad de métodos que favorecen el aprendizaje por medio de la participación y el auto-aprendizaje.
- c. Las siguientes técnicas serán utilizadas: análisis de casos, iniciativas en grupo y juegos de roles, test de auto-evaluación, lecturas de apoyo a los temas que se desarrollan en cada clase, conferencias de Invitados sobre recomendaciones técnicas y análisis de experiencia concretas en negociaciones, presentaciones magistrales por parte del profesor, trabajos de investigación y presentaciones orales y escritas en grupos sobre algunos temas relacionados con el curso y exámenes cortos.
- d. En la primera sesión se conformarán equipos de trabajo de máximo 5 integrantes, entregando una lista al profesor con los nombres y apellidos, teléfonos y correos electrónicos de los integrantes de cada equipo, identificando al coordinador(a) de cada uno.





- e. Cada equipo deberá de llevar al día una bitácora que se revisará mensualmente para el avance del trabajo de investigación.
- f. Este curso utiliza intensamente el método de simulaciones, como una metodología participativa que conduce al desarrollo de la capacidad de negociación participando en diferentes escenarios donde se le solicita a los estudiantes asuma un rol específico para el cual va a preparar y desarrollar su negociación con uno o más opositores.
- g. Los estudiantes deberán leer con antelación los capítulos y las lecturas asignadas para cada sesión
- h. Los ensayos que se solicitarán en su diario de aprendizaje deberán de tomar en cuenta los siguientes aspectos: profundidad y amplitud en el análisis y reflexión así como capacidad de síntesis, uso adecuado de las habilidades de comunicación, redacción y ortografía y evidencia de una adecuada preparación.

Objetivos de los aspectos metodológicos

- a. Fomentar el aprendizaje colaborativo
- b. Fortalecer el trabajo en equipo
- c. Mejorar la habilidad de planear y organizar actividades
- d. Demostrar la capacidad para la toma de decisiones
- e. Expresar ideas que fomenten el desarrollo del liderazgo
- f. Emplear la capacidad de la comunicación asertiva y negociadora
- g. Aplicar la competencia de delegar funciones y responsabilidades

Objetivos de las competencias Éticas

- a. Fomentar el respeto entre los compañeros, en la relación profesor-estudiante y demás miembros de la comunidad universitaria.
- b. Fortalecer la responsabilidad en el cumplimiento de tareas y compromisos.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía principal:

Fundamentos de Negociación.

Roy Lewicki, Bruce Barry y David Saunders. 5ta edición. McGrawhill. 2012

Bibliografía complementaria:

Obtenga el Sí: El arte de negociar sin ceder. Referencia SIBDI 158.2 F535o2 Roger Fisher y William Ury. Grupo Editorial Norma.

Técnicas de negociación y resolución de conflictos. Bárbara A. Budjac Corvette. Pearson. 2011.

Negociación Desigual. Julio Sergio Ramírez Arango. (Edición Digital, 2011).





Bargaining With the Devil: When to Negotiate, When to Fight. Robert Mnookin.
Simon & Schuster. 2010.

Bargaining for advantage. G. Richard Shell. Penguin Books. 1999.

Cómo negociar con éxito en 50 países. Olegario Llamazares Garía-Lomas. Edición
de Procomer. 2005.

Sí... de acuerdo! En la Práctica. Roger Fisher y Danny Ertel. Grupo Editorial Norma.

El poder de un no positivo. William Ury. Grupo Editorial Norma. 2007

Negotiation genius. Deepak Malhotra y Max H. Bazerman. Bantam Book 2007

3D Negotiation. David A. Lax y James K. Sebenius. Harvard Business School
Publishing. 2006

Supere el No. Cómo negociar con personas que adoptan posiciones obstinadas.
William Ury. Grupo Editorial Norma. 1993

Conflictos: Una mejor manera de resolverlos Edward de Bono. Deusto. 2000

Negociación racional. Max Bazerman, Margaret A. Neale. Ediciones Paidòs. 1993

Negociar es bailar. Julio Sergio Ramírez. Ediciones Santillana. 2000

You Can Negotiate Anything. Herb Cohen. Bantan Books. 1982

The art and Science of negotiation. Howard Raiffa. Harvard University Press. 1982

The Shadow Negotiation. Deborah M. Kolb, Judith Williams. Simon & Schuster. 2000

The Art of Negotiation. Michael Wheeler Harvard . Simon & Schuster 2013

Good for You. Great for me. Lawrence Suskind. Public Affairs. 2014

Getting to Yes with Yourself. William Ury. Harper One. 2015





IX. INFORMACIÓN DE CONTACTO DE LOS PROFESORES

SEDE RODRIGO FACIO		
GR	Docente	Correo
01	David Peralta Di Luca	david.peralta@ucr.ac.cr
02	Gustavo Bado Zuñiga	gustavo.bado@ucr.ac.cr
03	Sonia Cisneros Zumbado (coordinadora)	sonia.cisneros@ucr.ac.cr
04	Alejandro Elizondo Castillo	alejandro.elizondo@ucr.ac.cr
GR	Docente	Correo
RECINTO		
21	Jesús Romero Prado, Paraíso	jesus.romero@ucr.ac.cr
31	Mª Virginia Hernández Román, Guápiles	maria.hernandezroman@ucr.ac.cr
SEDE		
01	Enos Brown Richards, Caribe	enos.brown@ucr.ac.cr
01	Jorge Bustos Vargas, Occidente	jorge.bustos@ucr.ac.cr
01	Jorge Alvarado Boirivant, Guanacaste	jorge.alvaradoboirivant@ucr.ac.cr
01	José Joaquín Vargas Vargas, Pacífico	josejoaquin.vargas@ucr.ac.cr





ANEXO 1

“Pautas para la investigación de negociaciones interculturales”.

1. La investigación debe presentar una descripción de los rasgos culturales más importantes del país seleccionado y destacar en qué se diferencia la cultura seleccionada de la cultura costarricense. Los temas que se deben abordar (cfr. Llamazares, O.) son:
 - a. **Datos Básicos.** Población, PIB per cápita, forma de Estado, divisa, idioma oficial y negocios, religión, principales ciudades, problemáticas sociales, extensión territorial, mapa y ubicación geográfica, etc.
 - b. **Entorno Empresarial.** Marco geopolítico, situación económica, principales sectores, oportunidades de negocio, barreras a empresas extranjeras, etc.
 - c. **Estrategias de Negociación.** Forma de acceso al mercado, argumentación, margen de negociación y cultura del regateo, pautas sobre contratos, modos de crear confianza en ese entorno, etc. Estrategias (competitiva, cooperativa) y tácticas más apropiadas (regateo, concesiones, etc.)
 - d. **Normas de Protocolo.** Saludos y presentaciones, nombres y títulos, temas tabú, comportamientos en la mesa, gestos y comunicación no verbal, regalos, etc.
 - e. **Páginas Web de referencia.** Ministerios, organismos de comercio exterior e inversión extranjera, aduanas, institutos de estadística, cámaras de comercio, directorios de empresas, ferias y exposiciones, prensa general y de negocios, etc.
 - f. **Información práctica que sea de utilidad, por ejemplo:** diferencias horarias, prefijos telefónicos y códigos de Internet, clima, tabla de conversión de medidas, etc.
2. Debe incluir otros temas de interés específicos, tales como los siguientes:
 - a. **Lenguaje.** Pautas lingüísticas, lenguaje no verbal, costumbres y connotación cultural.
 - b. **Estilos de Comunicación.** Directa o indirecta, tono de voz, uso del contacto visual y otros tipos de comunicación verbal ¿cuál es la conducta de las personas hacia los demás? ¿Cortés y amable, o sobrio y empresarial? ¿Se lleva a cabo la comunicación ante todo por escrito, o boca en boca?
 - c. **“Normas sociales”**, entendidas como reglas del “adecuado comportamiento”. Elementos de puntualidad, formalidad versus informalidad.
 - d. **Toma de decisiones.** ¿Qué implicaciones tiene decir o no la verdad? Actitud frente a los superiores: ¿Es el jefe una deidad en miniatura o un colega dotado de autoridad? Estilos de liderazgo y de solución de problemas.
 - e. **Cultura.** ¿Es la cultura más individualista que colectiva? ¿Qué se puede considerar ofensivo? ¿Cómo se representa el poder de quien negocia?.





- f. **Prioridades en el estilo de vida.** ¿Vivir para trabajar o trabajar para vivir?
- g. **Religión.** ¿Cuál es el papel desempeñado por la religión?
- h. **Expectativas de roles.** ¿Cuál es el papel de las mujeres, por ejemplo, en la sociedad? ¿Son esposas y madres, o colegas de pleno derecho? ¿Desempeñan un papel preponderante en la vida empresarial o prácticamente ninguno?
- i. **Relaciones interpersonales.** ¿Llamar por el apellido o por el nombre? ¿En la primera reunión o solamente entre antiguos compañeros?
- j. **Contacto inicial y tipo de relación.** ¿Es oficial o informal? ¿Con una copa de cerveza tras una jornada de trabajo, o de otra manera?
- k. **Motivación.** ¿Tiene sus raíces en la empresa, en la familia, o en ambos? ¿Qué es lo que motiva a la gente dentro de un determinado contexto cultural, en términos generales? ¿Ritmo de trabajo relajado o acelerado?
- l. **Estilo de negociación.** ¿Se llega fácilmente a la confrontación o es que son más comunes el consenso y el término medio? ¿Se vuelven a negociar los contratos una vez que cambiaron las condiciones, o se respetan pase lo que pase?

3. Con respecto a la presentación, deberá considerarse:

- a. **Duración.** La exposición deber extenderse como máximo 40 minutos, incluyendo preguntas.
 - b. **Documentación.** El material a entregar quedará a discreción de cada grupo. Si es un documento en Word o en Power Point, puede hacerse en manera digital.
 - c. **Calificación.** La evaluación del estudio se efectuará principalmente basado en la presentación que se haga en clase.
4. Se evaluarán los siguientes aspectos.
- a. **Creatividad y calidad de la presentación.** Visual, verbal, interacción con el aula, medios audiovisuales, videos del país, ejemplos de negociación, etc.
 - b. **Profundidad en los contenidos.** Ir más allá de la bibliografía y páginas Web que se ofrecen como base; por ejemplo, Lewiki, Llamazares y direcciones del anexo a esta guía.
 - c. **Actualidad y realismo.** Entregar información práctica y de utilidad, adecuada a la situación nacional e internacional presente.





Fuentes sugeridas

Llamazares, Olegario. *Cómo negociar con éxito en 50 países*. Madrid. Global Marketing Strategies.

Lewiki, R., et al. *Fundamentos de Negociación*. México. McGraw-Hill. 2008.
(Principalmente capítulo 11).

Páginas Web para preparar viajes de negocios internacionales, tomado de Llamazares, O.

- a. **GMS virtual**: directorio de las 500 páginas Web de acceso gratuito más útiles para negocios internacionales. La búsqueda puede hacerse por temas o por países. <http://www.globalnegotiator.com/>
- b. **Country comercial guides**: guías sobrecojo hacer negocios en prácticamente todos los países del mundo realizadas por el Departamento de Estado de Estados Unidos. <http://www.export.gov/>
- c. **Secretaría de Estado de Comercio y turismo de España**: informes y fichas de 96 países elaborados por la Oficinas Comerciales de España en el exterior. <http://www.comercio.mityc.es/comercio/bienvenido/pagPresentacion.htm?in=0>
- d. **CIA Factbook**: informes de países con datos actualizados (población, gobierno, situación política, economía, etc.) que facilitan la comparación entre países. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/xx.html>
- e. **ALADI**: página de la Asociación Latinoamericana de Integración, con información de los países de la zona. Se incluyen estadísticas, aranceles, normativas de importación, etc. <http://www.aladi.org/>
- f. **Business – in – Asia**: información económica y comercial de 14 países asiáticos. <http://www.business-in-asia.com/>
- g. **Arab net**: portal con información general y económica de 19 países árabes. <http://www.arab.net/>
- h. **TDS (Travel Document Systems)**: página orientada a informar a las personas que viajan de los requisitos y formalidades de entrada en cada país (visados, condiciones sanitarias, vacunas, consejos para viajar, etc.). <http://www.traveldocs.com/>
- i. **World Travel Guide**: información muy completa de países y ciudades orientada a la preparación de viajes internacionales. <http://www.worldtravelguide.net/>
- j. **Go-Global**: página que ofrece información útil para viajes (códigos telefónicos, distancias entre ciudades, horarios, días de fiesta, el tiempo, etc.) <http://aglobalworld.com/>

