



Artículo Original

DOI:

Análisis del impacto de la interculturalidad en las negociaciones internacionales

Analysis of the impact of interculturality in international agreements

Ana Isabel Tamayo-Medina^{a*}, Andrea Katherine Canal-Pérez^b

^{a*} *magister en Administración de Empresas e Innovación, anaisabeltm@ufps.edu.co, ORCID : 0000-0003-2583-811X, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.*

^b *Profesional en Comercio Internacional, Andrekt@hotmail.com, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.*

Cómo citar: Tamayo, A. I. & Canal, A. K. (2019). Análisis del impacto de la interculturalidad en las negociaciones internacionales. *Revista Visión Internacional*, 1(1), 91-95.

Recibido: Agosto 10, 2018; Aceptado: Noviembre 15, 2018

RESUMEN

Palabras Clave:

Globalización
Interculturalidad
Negocios internacionales

La cultura siempre ha estado presente en todos los ámbitos comerciales e internacionales generándose así el fenómeno de la globalización, es por esto que conocer la cultura del país con el que se va a realizar una negociación internacional puede traer grandes beneficios e incluso garantizar el éxito de la negociación, ya que cada país tiene características culturales muy diferentes y una forma diferente de realizar sus negociaciones por esto su cultura puede verse muy reflejada o afectada al momento de la negociación, no es necesaria su comprensión y entendimiento pero es indispensable su conocimiento y su estudio antes de adentrarse en el mundo de los negocios internacionales para que esta no se convierta en una barrera al momento de querer entrar en nuevos mercados.

ABSTRACT

Keywords:

Globalization
Interculturality
International business

Culture it is been always present in every international and commercial aspects giving as a result the Globalization phenomenon, that is the reason why knowing the culture of the country you are going to have international negotiations with could bring big benefits and even guarantee the success of this negotiation, because every country has very different cultural characteristics and a different way to make its negotiations, because of this its culture could be really affected or reflected at the negotiation time, it is not necessary to understand it or to comprehend it but it is indispensable to know it and its study before entering to the international business world so it does not become a wall at the very moment we want to enter to new markets.

Introducción

La importancia de conocer la cultura del cliente o del país con el cual queremos negociar es fundamental ya que actualmente nos encontramos en un mundo donde la globalización nos obliga a aceptar y conocer las características culturales que identifican a una región para poder llevar nuestro objetivo al camino del éxito; igualmente el desconocimiento de las diferencias culturales pueden generar choques culturales que entorpecerían e incluso podrían influir de manera negativa el proceso que se está llevando a cabo; para esto se debe tener en cuenta unos parámetros que comprenden la cultura como lo son el idioma, las costumbres, características políticas, características económicas, características sociales, creencias,

grupos étnicos, por ellos es de vital importancia analizar cada de uno de los aspectos anteriormente mencionados, pues el conocer de primera mano la manera de actuar, de pensar y tomar decisiones, permiten a las partes tener un bagaje de oportunidades que conlleven al cierre exitoso de la negociación que se está intentando concretar.

Materiales y métodos

La metodología con la que se realiza este artículo se basa principalmente en la consulta bibliográfica a través de las diferentes bases de datos virtuales recopilando un total de treinta diferentes tipos de investigaciones relacionadas con el tema para realizar una matriz de análisis y síntesis en donde se seleccionaron los datos más relevantes de cada investigación

*Autor de Correspondencia.

E-mail: anaisabeltm@ufps.edu.co (Ana Isabel Tamayo Medina)

Peer review is the responsibility of the Universidad Francisco de Paula Santander.



This is an article under the license CC BY-ND

consultada; se hace un análisis de esta información para la siguiente realización de un mapa conceptual que sirve de fuente al realizar el presente artículo, del cual se resaltan dos ideas relevantes como:

Hortua (2014) en su estudio sobre la interculturalidad de los negocios internacionales, analiza la existencia de diferencias, que permite tener una idea más clara sobre las características relevantes que impactan a un país respecto al otro, sobre todo, teniendo en presente aspectos tales como la cultura, la posición económica el idioma, religión, etc. y esto nos posibilita encontrar estrategias específicas para establecer relaciones armoniosas y duraderas con el fin de lograr para los objetivos propuestos.

Lo que se refiere a la interculturalidad no es solamente el conocer las características culturales entre las sociedades; sino que este fenómeno comprende tres métodos muy importantes que se han logrado establecer, ya sea en aspectos económicos, sociales, culturales, etc.; el conocimiento, es el primero de ellos, seguido de las migraciones y por su puesto la globalización.

Se identifican las variables socioculturales según Hernández (2012), han afectado las negociaciones para que empresas colombianas puedan incursionar en mercados extranjeros, todo para introducir elementos claves y ser más competitivos en lo que concierne a la interculturalidad y responder a los grandes desafíos que cada día nos impone la economía global, pues estamos viviendo grandes cambios con respecto a las TIC'S, al medio ambiente y aun mundo competitivo, retándonos a buscar nuevas alternativas de innovación y conocimientos para lograr tener éxito.

Desarrollo Cultural

En la actualidad se está viendo como el fenómeno de la globalización está tomando cada vez más fuerza en donde las culturas de todos los países se están empezando a integrar entre sí, cada vez es más fácil conocer y obtener información acerca de lo que sucede en otras partes del mundo, pero a la hora de realizar negociaciones a este aspecto no se le está dando la importancia que debería, ya que conocer la cultura de los diferentes socios comerciales o contrapartes negociadoras nos puede garantizar un éxito en nuestra negociación, igualmente el desconocer estas características nos puede llevar al fracaso inminente; para esto puede ser indispensable conocer los diferentes conceptos que se relacionan con la cultura y los negocios internacionales, (Llamazares. 2016).

Basándose en esta teoría se puede definir que la cultura de contexto alto es la que se maneja en los países árabes, asiáticos, africanos y latinos es una la cultura que no suele ser de forma tan directa ya que se considera esto como una manera fría de negociar la cual puede herir susceptibilidades y generar malos entendidos e incluso ofensas.

También se tienen cuenta otros aspectos como lo son las normas, valores, el lenguaje corporal y verbal para así poder

generar un ambiente de confianza en su interlocutor confiando siempre en el compromiso y la buena fe de este ya que para algunas de estas culturas algunas veces, es más importante consolidar lazos de amistad y confianza entre las partes, teniendo en cuenta lo que dice Molina (2016) apoyándose en lo expuesto por el artículo “La importancia de la negociación en diferentes situaciones” que el negociar es una de las tres posibles soluciones, a un conflicto o a una diferencia de intereses, lo ideal es ponerse de acuerdo con el otro.

Por el contrario, la cultura de contexto bajo es la que se maneja en los países anglosajones, escandinavos y europeos esta cultura tiende a ser más directa y precisa de lo que se quiere de la negociación en donde no se tiene tanto en cuenta el entorno sino más bien dejar en claro todos los puntos de la Negociación.

Las culturas policrónicas según Paredes (2017), nos dice que son generalmente adoptadas por las culturas de alto contexto en donde se tiene la capacidad de realizar varias cosas a la vez y no se ve al tiempo como el recurso en si sino como el medio para la obtención de un resultado contrario a las culturas monocrónicas que son las que toman el tiempo como lo más valioso en donde se enfocan en realizar una sola cosa a la vez para así ser más eficaces por lo que manejan horarios y calendarios estrictos esta cultura es generalmente adoptada por las culturas de contexto bajo.

Basándose en esta teoría se pudo definir dimensiones de la distribución y distancia de poder en la cual se mide la relación con la que se manejan las jerarquías dependiendo de su tipo ya sea horizontal o vertical, gracias a estas jerarquías se pueden medir desigualdades en términos de estatus, poder, riqueza y jerarquía familiar; el individualismo y el colectivismo donde a partir de observar el poder que un individuo o grupo tiene se puede determinar, las diferencias culturales dividiéndolas en las sociedades individualistas donde el apoyo, se encuentra en la familia inmediata y en sí mismo o sociedades colectivistas, donde se cuenta con familias extendidas y se pertenece a grupos solidos siendo las colectivistas las que predominan.

Interculturalidad

Gómez y Hernández (2010), dicen que gracias a la globalización la interculturalidad que se ha centrado en la interacción de las diferentes culturas, debe ser analizada forma voluntaria pero consciente, lo cual se convertirá en un mutuo mejoramiento, gracias a los distintos puntos en contraposición que se tienen.

Entonces, podemos encontrar que la interculturalidad es el momento en que dos o más culturas se encuentran entre sí pero hay definiciones que no amplían más su importancia como lo hacen De la Cruz, Santos y Cienfuegos (2016) afirmando que la interculturalidad no puede ser interpretada como el sólo contacto entre dos o más culturas, sino que tiene que considerar las complejísticas operaciones que están en marcha y que como **siempre en la historia tienden a la hibridación o mejor dicho, al**

mestizaje de ellos implican acceder a la auto comprensión del otro mediante un clima de diálogo que contribuya a superar el clima de tensiones.

Así poco a poco encontrando la definición de interculturalidad que más se adapta a la actualidad como lo es la que cita Hortua (2014), que la interculturalidad no es solo el concepto de conocimiento de culturas entre las sociedades; este fenómeno abarca mucho más, permite el pleno desarrollo de las relaciones que se establecen, a través del conocimiento, la globalización y las migraciones.

Es aquí donde podemos ver que el concepto de globalización va asociado notoriamente a la de interculturalidad ya que es este fenómeno es el que abarca a todos los países del mundo y por ende su cultura, obligando a todos los actores relacionados con este fenómeno a conocer los aspectos más relevantes de los demás países siendo aquí donde se genera la interculturalidad esto siendo clave para poder ser más competitivos y así tener la oportunidad de realizar acuerdos y tomar el conocimiento de las culturas como una estrategia de internacionalización.

La relación de los elementos culturales ha dado paso a una nueva fase como lo indica Olmedillas (2004) “Esta interacción vincula, de hecho, o potencialmente, a individuos, organizaciones, países y culturas. La globalización es una nueva fase, con características diferenciadas, del proceso de creciente interdependencia entre territorios y pueblos del planeta”

Así como la globalización puede traer grandes beneficios a los países también se generan algunos riesgos o amenazas en el mismo proceso que ha ocasionado crecimiento y movimiento en las poblacionales en lo que se refiere a la globalización.

Hay sectores en los que es imposible conciliar las diversidades culturales existentes; en ese orden de ideas se plantea la unificación social, para que no haya esa diversidad como un conflicto para la unidad nacional y cultural.

Igualmente hay que tener en cuenta la diferencia económica de cada país donde por momentos estas negociaciones no son justas como lo dice Herrera (2015) “Por otra parte, la premisa del libre comercio como valor supremo de la globalización, en tanto actividad que integra a diferentes países en una dinámica de intercambios económicos y de continua innovación”.

Lo anterior excluye el hecho de que el libre del comercio a nivel internacional no es específicamente un justo del comercio entre las partes, y ello tiene que ver con la diferencia de condiciones y estrategias implementadas en que cada uno de los países que participan en dicha dinámica.

Negocios internacionales

Ahora bien uno de los componentes que encontramos que caracteriza a la globalización son los negocios internacionales; Alba (2010) da una definición muy clara de ellos, donde nos menciona que los negocios internacionales comprenden todas las transacciones que se presentan de una empresa en la que se relaciona con dos o más países.

Las compañías privadas realizan esas actividades con interés de ventaja; los países pueden o no perseguir lo mismo en sus respectivos negocios, relacionándolo así como el término de interculturalidad donde la negociación es un proceso de comunicación entre dos partes cuyo objetivo es llegar a un acuerdo a partir de necesidades y planteamientos diferentes. Se trata de ir acercando posiciones hasta llegar a una situación aceptable para ambas partes de forma que les permita crear, mantener o desarrollar una relación. Cuando las partes negociadoras pertenecen a países distintos, se habla de negociación internacional.

Interculturalidad y negocios internacionales

Después de tener estos conceptos básicos definidos claramente se puede dar la relación entre la interculturalidad y negocios internacionales para así poder identificar la importancia de su relación así como lo hacen Berrelleza, Talavera y Plazola (2013) No es fácil ya que existen diferencias culturales, más sin embargo se puede trabajar eficazmente si se reconoce que la variedad cultural es indispensable tenerla en cuenta para el éxito en los negocios internacionales.

Existen más elementos que han influenciado en los competidores, la tecnología y los clientes; sin embargo es inevitable resaltar la gran importancia que tiene para un negociador conocer las características culturales de la otra parte involucrada en la negociación como lo afirma Paramo (2010), que las consecuencias en el momento de establecer lazos comerciales con otras culturas es necesario prestar atención con el fin de conocer cuáles son sus orígenes, tradiciones y costumbres que son muy distintas e imprescindibles conocer en el momento de realizar una negociación.

A partir de esta relación los negociadores internacionales se han visto obligados a desarrollar ciertas características de tener conciencia de la importancia de los factores interculturales en la comunicación del mundo de los negocios, para ello se deben analizar cada experiencia acerca de la interculturalidad del mundo en general y que los gerentes de negocios internacionales estén actualizados y con pleno conocimiento del tema.

De esta forma el conocimiento acerca de las culturas sea más abierto y de más oportunidades para la internacionalización; sin embargo no es fácil asimilar la diferencia de culturas que se pueden encontrar como lo dicen Ortégón y Arizola (2012), que lo más complicado radica en la aceptación o el rechazo.

Para hacer frente a estos retos, la solución es fomentar relaciones de amistad con cada persona que se vaya a negociar para conocer más a fondo su manera de pensar, y sobre todo de elegir lo que más le convenga y asegurarse de realizar con precisión sus estudios de mercado para no cometer errores, como resultado de una ceguera cultural.

Resultados y discusiones

Si bien el aspecto cultural de una región es importante en el momento de realizar negociaciones no es el único que se debe tener en cuenta ya que hay otros aspectos importantes a tener en cuenta los cuales complementados con el aspecto cultural pueden garantizar el éxito de la negociación.

A pesar de que se encuentran algunas diferencias en las definiciones de la cultura y la interculturalidad se coincide en que cada una de estas es representativas y única de una región por lo que no se debe buscar su cambio ni alteración sino más bien su complemento y adaptación a las necesidades mundiales.

El desarrollo de la globalización trae grandes beneficios para los países como es la internacionalización de sus mercados y la expansión de su economía; sin embargo, para los países que se encuentran en vía de desarrollo son más las amenazas y riesgos que los beneficios viéndose a veces consumidos por los países ya desarrollados los cuales cuentan con características ya sean culturales, económicas o tecnológicas más avanzadas encontrándose así en una gran desventaja. Entre los aspectos a tener en cuenta para los países en vías de desarrollo es el previo estudio cultural de los países con los que se va a entablar una relación comercial para así poder saber a qué tipo de culturas y de mercados se enfrenta igualmente para que a la hora de negociar conozca más acerca de la contraparte y pueda obtener más beneficios o por lo menos una negociación de igual-igual.

El conocer la cultura del país con el que se va a negociar afecta inmensamente la relación ya que es necesario generar un ambiente de confianza y de seguridad con el otro, este se puede generar gracias a la manera de plantear las ideas teniendo siempre en cuenta el cómo puede reaccionar la contraparte, que es más beneficioso en el momento del contacto y que características de su cultura es mejor no tocar, entender que el aspecto cultural empieza a hacer parte de la negociación desde el primer momento que se inicia siendo un simple saludo o una expresión claves para su éxito.

Conclusiones

Con la realización de este artículo se concluye en primer lugar que la cultura se caracteriza por diferentes elementos como pueden ser Idioma, Costumbres, Características políticas, Características económicas, Características sociales, valores y creencias que representan un grupo de personas lo que la hacen tan diferente en cada región que se presenta.

En segundo lugar que la Interculturalidad es la relación que tienen las diferentes culturas entre sí en el mismo momento que hacen contacto generando así el fenómeno de la globalización el cual trae beneficios, riesgos, oportunidades y consecuencias para todos los países pero el cual es imparabile y se desarrolla cada vez con más fuerza por lo que los países que encuentran más riesgos que beneficios se vean obligados a mejorar para no quedarse atrás en este proceso de internacionalización porque a pesar de estas diferencias ninguna nación es autosuficiente y

siempre se va a necesitar de los procesos de la globalización para suplir estas necesidades bien sea de países desarrollados o en vía de desarrollo.

Finalmente se puede concluir que para el momento de realizar una negociación internacional no es necesario el entender, aceptar y comprender las características del otro país negociador pero que el conocerla puede ser decisivo al momento de la toma de decisiones ya que se puede convertir en una barrera y las decisiones se pueden ver influenciadas por algunos de los elementos culturales que posiblemente se vieron afectados al momento de entablar las conversaciones negociadoras.

Referencias

- Alba L. (2010). ¿Por qué es clave la cultura en los negocios internacionales? Repositorio institucional UMNG. Recuperado en 13 de mayo de 2017. <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/12794/1/Ensayo.pdf>
- Hernández L. (2012). *Influencia de la cultura en la comunicación y negociación*. (Tesis de grado). Gestión del repositorio documental de la Universidad de Salamanca. Recuperado en 20 de mayo de 2017. https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/120749/1/TFG_LauraHernandezRamos.pdf
- Herrera J., (2015). La antropología aplicada a los negocios internacionales encuentros y desencuentros. Dialnet. Recuperado en 16 de mayo de 2017. <file:///C:/Users/Kathe%20canal/Downloads/Dialnet-LaAntropologiaAplicadaALosNegociosInternacionales-5284701.pdf>
- Olmedillas B. (2004). Globalización, comercio exterior y servicios culturales. UNNE virtual. Recuperado en 20 de mayo de 2017. <http://eco.unne.edu.ar/revista/02/03.pdf>
- Ortegón R., Arizola J. (2012). El entorno cultural en el marketing internacional. Eumed. Recuperado en 20 de mayo de 2017. <http://www.eumed.net/ce/2012/roja.html>
- Paramo D. (2010). Cultura y negocios internacionales. Base de datos virtual universidad del Norte. Recuperado en 13 de mayo de 2017. <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/2245/1461>
- Berrelleza, M., Talavera, R. y Plazola, M. (2013). Identificar las diferencias culturales que afectan en el desarrollo de los negocios internacionales. *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*. Vol. 3
- Llamazares, O. (2016). La Negociación Intercultural: Definición Y Componentes. *Global negotiator blog*. Recuperado de <https://www.globalnegotiator.com/blog/negociacion-intercultural-definicion/>
- Hortua, S. (2014). *Impacto de la interculturalidad en los negocios internacionales caso Colombia*. (Tesis de especialización). Universidad Militar Nueva Granada. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11895/HortuaEscobarSandraJohanna>.

- Molina, A. (2016). La importancia de la negociación en diferentes situaciones. *Universidad ESAN*. Perú. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/1a-importancia-de-la-negociacion-en-diferentes-situaciones/>
- Gómez, J. y Hernández, J. (2010). *Relaciones interculturales, interculturalidad y multiculturalismo; teorías, conceptos, actores y referencias*. Vol. 17. Universidad Pedagógica Nacional, México. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592010000100002
- Paredes, O. (2017). *La percepción del tiempo en los negocios internacionales*. Tiempos monocrónicos y policrónicos. Recuperado de <http://orlyparedes.blogspot.com/>
- De la Cruz I., Santos, H. y Cienfuegos D. (2016). *Interculturalidad, Conocimiento y Educación*. Diálogos desde el Sur. Universidad Pedagógica Nacional. Recuperado de https://www.academia.edu/31141635/Interculturalidad_conocimiento_y_educaci%C3%B3n