

Ficha bibliográfica: MALDONADO CAÑÓN, Karen Dayana. La interculturalidad de los negocios internacionales. Universidad & Empresa, [S.l.], v. 9, n. 12, p. 261-291, mayo 2010. ISSN 2145-4558. Fecha de acceso: 04 sep. 2017 Disponible en: <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/973>

Disciplina de conocimiento: Economía, Comercio internacional, Administración

Objetivo del texto: es situar el factor intercultural como uno de los puntos transversales para valorar al momento de negociar como herramienta imprescindible para que las estrategias de entrada y de operación que las empresas diseñan en pro de su proceso de internacionalización, no se vean frustradas ni subutilizadas y se tanga un mayor éxito en el comercio internacional -Generar herramientas para que los empresarios colombianos logres una mayor tasa de texto a nivel internacional interpretando correctamente la interculturalidad.

Principales hipótesis: 1. La interculturalidad es un proceso clave en el desarrollo económica y de internacionalización, 2. La interculturalidad para los empresarios colombianos ha sido dejada de lado y debido a eso se presentan muchos casos de fracaso comercial.

Conceptos: Interculturalidad económica, Comercio internacional, Teoría de Hall, Teoría de Hofstede, funcionalismo intercultural

Enfoque teórico: Interculturalidad del lenguaje corporal aplicado a negocios, complementado por la teoría de Hall y la de Hofstede

Aspectos metodológicos: el trabajo es acerca de un análisis sobre como la interculturalidad es un aspecto clave en la negociación internacional y además pretende dar herramientas metodológicas y de interpretación de interculturalidad a los empresarios colombianos para obtener mejores resultados en el comercio internacional.

Resumen:

El trabajo lo orienta a una demostración de que la interculturalidad juega un papel muy importante a la hora de enfrentar los retos de los negocios internacionales y que el desconocimiento o la no adecuada manera de interpretar las distintas culturas pueden generar una mayor dificultad al momento de concretar los negocios y por ello el trabajo el trabajo metodológicamente hablando emplea los mix métodos de análisis, los cualitativos en la importancia de la interpretación del lenguaje corporal y los cuantitativos para las estadísticas comerciales.

Para el trabajo la autora entrevista y encuesta a empresarios y a gerentes de empresas que tienen negocios internacionales, emplea los datos de las cámaras de comercio binacionales y

las embajadas de los distintos países, todo ello para identificar los problemas culturales y lograr el objetivo de dar herramientas a los empresarios colombianos de interpretación intercultural que les permita un mayor éxito en las negociaciones, con lo anterior se puede concluir que para Maldonado la interculturalidad es funcional para el éxito económico y material.

En la continuación de la interpretación de la funcionalidad de interculturalidad la autora presenta las bases teóricas de la interculturalidad del lenguaje corporal aplicado a negocios internacionales y principalmente dos variantes teóricas; la de Hall y la de Hofstede y que son de vital importancia para la conceptualización interpretativa en la praxis del comercio internacional.

Maldonado define la teoría de Hall en tres aspectos culturales, la primera *La cultura de contexto alto* en donde los países en que manejan este tipo de contexto la comunicación que se da es indirecta y las normas y valores reinantes corresponden a acuerdos tácitos, que no necesariamente se expresan verbalmente, sino de forma ambigua a través del lenguaje corporal y gestual. El segundo *La cultura de contexto bajo* Para estas culturas el entorno no es tan importante como sí lo son los documentos escritos y el uso de un lenguaje explícito y directo. El ser francos y hablar con precisión, claridad y libre de malas interpretaciones. Así, las palabras y el lenguaje verbal son el vehículo preferido para transmitir la mayor parte de información por último Las culturas monocrónicas y poli-crónicas, en donde el tiempo para las culturas de bajo contexto suele ser monocrónicas y las de culturas de contexto son más flexibles y adaptables al contexto culturales.

Continúa con la exposición de la teoría de Hofstede que ayudan a comprender las dimensiones de las relaciones interculturales en el campo de los negocios internacionales; A) la distribución y la distribución de poder que implica establecer el tipo de jerarquías existentes, por ejemplo, si las decisiones a nivel empresarial se toman de manera centralizada o descentralizada, si la distancia de poder es aceptada culturalmente, o si por el contrario esta distancia corresponde a formalismos necesarios a nivel de organización. B) Individualismo y colectivismo que dentro de los negocios internacionales se definiría como las interpretaciones interpersonales que se desencadenan por las relaciones de poder entre individuos o un grupo posea, y en esta medida se puede detectar las diferencias culturales que se pueden llegar a presentar. C) Tolerancia a la incertidumbre y lo define como la medida una sociedad está dispuesta a controlar su entorno, organizar el tiempo, respetar y cumplir las normas y manejar los imprevistos.

Posteriormente prosigue a la una descripción del empresario colombiano en base a la definición teórica antes mencionada, identificando al empresariado en el concepto de una sociedad económica de bajo contexto cultural, con un manejo del tiempo monocrónico pero con variaciones de carácter social característico de la cultura colombiana, en donde prima el individualismo, que aunque las estructuras de relaciones de poder están definidas están son demasiados rígidas y no permiten que la interpretación del lenguaje corporal sea el adecuado en una negociación internacional, además existiendo una distancia muy marcada dentro de las relaciones de poder que no permite demasiada tolerancia ante la incertidumbre por lo que

concluyendo que el empresariado nacional esta aun aferrado a forma tradicional de negocio, en donde la interculturalidad aún se encuentre relegada como aspecto relevante en la negociación comercial, reconociendo en que si se ha venido dando un avance hacia las nuevas formas de negociación impulsada por los nuevos tratados de libre comercio que permiten una mayor relación con otras culturas económicas, de negocios y sociales.

Palabras claves: interculturalidad, factores socioculturales, modelo negociador colombiano, negocios internacionales. Funcionalismo Cultural

Elaborado por: Yamid Campos, Estudiante de Historia, Universidad Nacional de Colombia.