

Las diferencias culturales

Helene Chang Castillo



Las diferencias culturales

- Los negocios internacionales son diferentes porque los países son diferentes.
- Es necesario un **entrenamiento transcultural**.

Un entendimiento sobre la manera en que las diferencias culturales entre los países pueden determinar la práctica de los negocios internacionales.

Las diferencias culturales

- La globalización hace olvidar lo diversas que son las culturas.

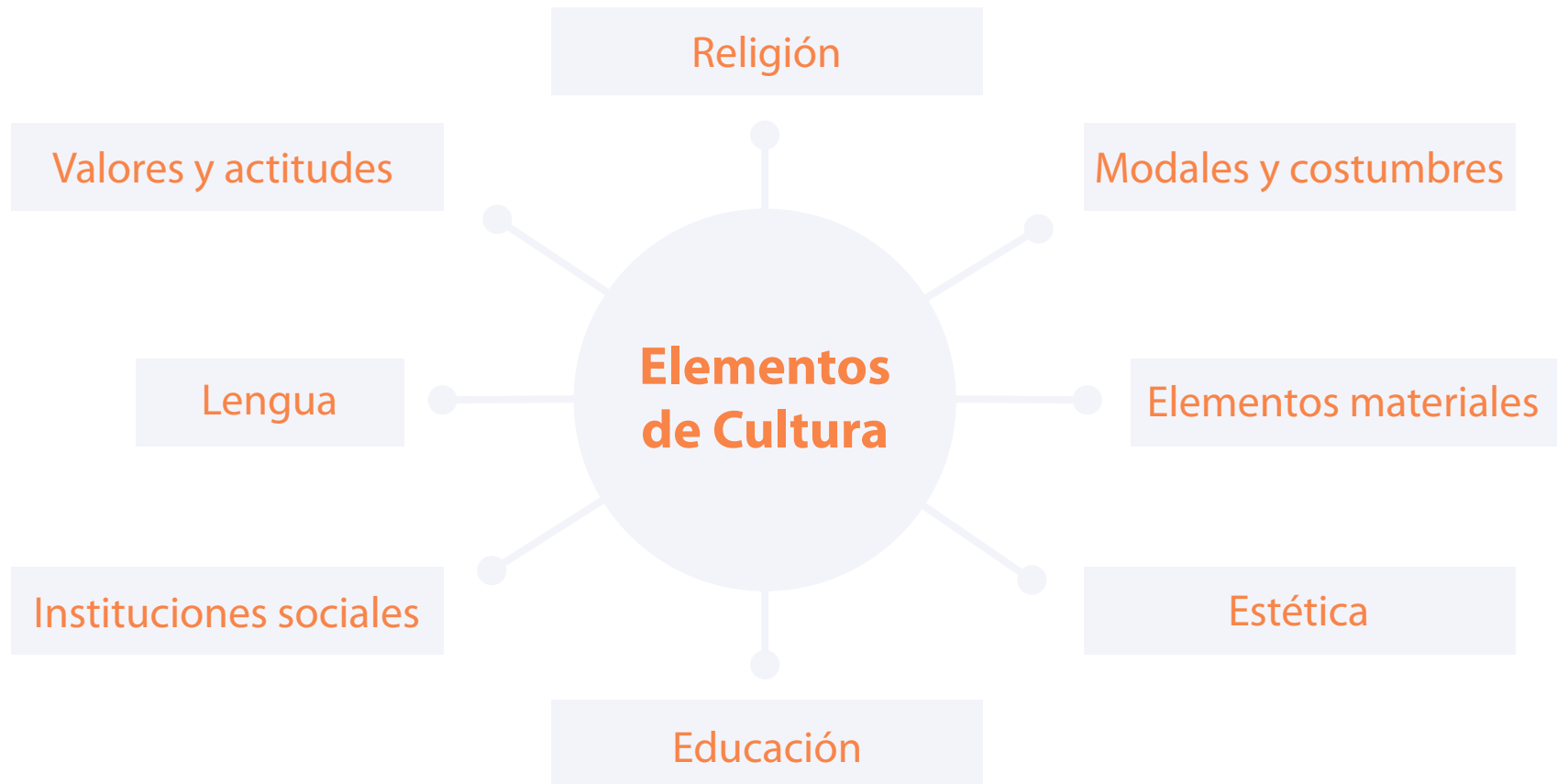
No porque la gente de otras partes del mundo vista jeans, escuche música popular , come en *McDonald's* y bebe *Coca Cola*, al igual que en occidente acepta los principios básicos de la cultura occidental (estadounidense).

La cultura

"Conjunto complejo y total constituido por el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y otras capacidades que adquiere una persona al pertenecer a una sociedad" Edward Tylor.



Elementos de cultura



Nota: 50% de los negocios internacionales no se concluyen por el desconocimiento de las diferencias culturales.

La cultura

Valores: dictan “cómo deben ser las cosas”. Son ideas abstractas sobre lo bueno, correcto o deseable.

- Son la base de una sociedad.
- Incluye actitudes respecto a la democracia, la verdad, la justicia, la honestidad, la responsabilidad, el papel de la mujer, entre otros.



La cultura

Normas: son las reglas sociales que rigen las acciones de una persona.

Tradiciones: convenciones rutinarias de la vida cotidiana. En América beber alcohol es aceptado y hasta común, en Arabia Saudita se percibe como una violación a ciertas tradiciones sociales y se castiga con la cárcel.



Principales aspectos

- **Visión sobre el tiempo:** diferencias entre occidente y oriente: puntualidad, respetar compromisos, respeto al cumplimiento del tiempo. Determina la duración en un proceso de negociación.
- **El saludo:** se debe conocer la forma adecuada de realizarlo (trato formal vs. trato mayor confianza).



Principales aspectos

- **Forma de referirse a otra persona:** título académico, “tuteo”. Es recomendable preguntar la forma en que el otro desea ser tratado.
- **Colores:** tienen connotaciones distintas y opuestas, según la cultura.
- **Sexo:** diferencias en el trato entre hombres y mujeres.

Principales aspectos

- **Regalos:** atender calidad y procedencia, originalidad, facilidad de transporte.
- **Costumbres:** hay países donde la comida es consumida ceremonialmente y, en otros, no es tan significativa; forma de vestir (formalidad), forma de celebrar (antes o después de una negociación).



Principales aspectos

- **Lenguaje corporal:** mensajes a través del cuerpo (distancia física entre personas, por ejemplo en una conversación o negociación).
- **Humor:** sentido del humor de algunos puede ser ofensivo para otros. En caso de duda es mejor quedarse callado.
- **Idiomas:** se deben cuidar algunas traducciones y el uso de ciertos términos que pueden resultar incluso obscenos.



Estructura social



Organización grupal: estructura favorecida en muchas sociedades.

Estructura social

- En algunas culturas, tradicionalmente el grupo estaba dado por la familia, actualmente se asocia más al equipo de trabajo al que se pertenece.
- El sentido de “pertenencia”, que se asocia a la organización en grupo, puede ser positivo para la ayuda mutua y las acciones colectivas (bien común).



Estructura social

- En una empresa se da en la cooperación entre distintas instancias y departamentos.
- Empleo vitalicio en ciertos países.



Estructura social

Individuo: hay sociedades occidentales que privilegian los logros individuales.

- Se califica el desempeño individual (laboral).
- Se puede manifestar un “individualismo implacable” o una buena actitud emprendedora.



Estructura social

- El dinamismo de la economía de Estados Unidos se debe a una gran filosofía individualista.
- No obstante, en las empresas puede ser poco positivo (falta de “lealtad” a la compañía).
- Individualismo= competencia \neq cooperación mutua.



Estratos sociales

- **Ocupación e ingreso:** aspectos que determinan la estratificación en una sociedad.
- Estrato/oportunidades de vida: (educación, salud, facilidades de empleo).
- **Movilidad social:** desplazamiento que pueden realizar los individuos de un estrato a otro.



Estratos sociales

- **Castas:** sistema rígido, no hay posibilidad de cambio de posición, por ejemplo en la India.
- **Clases:** sistema más flexible, mayor oportunidad de movilidad social (la condición de una persona al nacer puede modificarse a través de sus logros).



Estratos sociales

- Costa Rica: clase alta, media (media alta, baja), baja.
- Hay países con estratos sociales muy polarizados.
- **Impacto en las empresas:** puede dificultar las relaciones entre directores de empresas y la clase trabajadora.



Religión y ética

Religión: Conjunto de creencias y rituales compartidos.

Ética: Principios morales, valores que guían el comportamiento.

Religiones en el mundo	
Cristianismo	20% población mundial
Islamismo	1 000 millones
Hinduismo	500 millones
Budismo	250 millones

Aspectos religiosos

1. Cristianismo

Impacto en los negocios

- Se asocia al “espíritu del capitalismo”.
- La denominación protestante enfatiza la importancia del trabajo duro y la creación de riqueza.

2. Islamismo (musulmanes)

- Seguidores de Mahoma (610 d C).



- **Principios:** Respeto a los derechos de los demás, la generosidad, el trato justo, entre otros.
- Oración 5 veces al día (¿implicaciones para las empresas?).
- Exige un tipo de vestimenta para las mujeres (quienes se encuentran subordinadas), se prohíbe el consumo de carne de puerco y de alcohol.



Fundamentalismo islámico: cumplimiento rígido de creencias y tradiciones (“defenderlo hasta la muerte”)

Enfoque hacia los negocios: contempla el derecho de propiedad privada, aunque lo ve como un favor de Alá.

- Son bien percibidos los negocios internacionales, siempre que respeten la ética islámica.
- Cierta hostilidad hacia los negocios de origen occidental.



3. Hinduismo

Cree en una fuerza moral (dharma), en la reencarnación.

Enfoque hacia los negocios: no estimula significativamente la actividad emprendedora como el protestantismo.

- Sin embargo, actualmente es un país con una prometedora economía y con un crecimiento muy importante.

4. **Budismo:** originario de la India.

- Sigue a Budha.
- Cree en la reencarnación.

Enfoque hacia los negocios: no hay un interés obsesivo por la creación de riqueza.



Cristianismo: tiene más seguidores en América y Europa, además su práctica se difunde rápidamente en África.

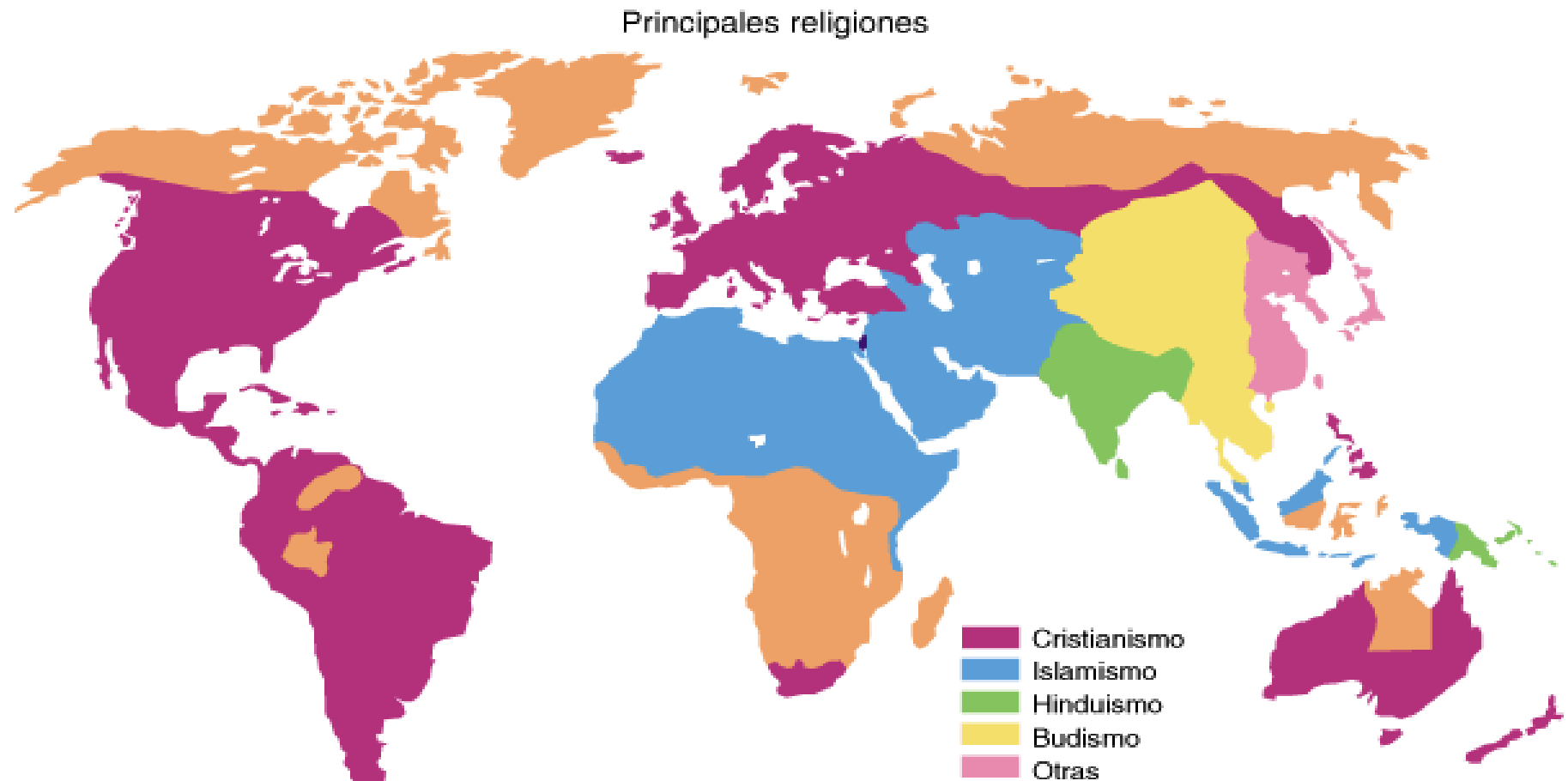
Islamismo: costa noroeste de África, a través del Medio Oriente, China, Malasia en el Lejano Oriente.

Hinduismo: subcontinente Indio.

Budismo: parte central y sudeste de Asia, China, Corea y Japón.



Principales religiones



Lengua

Lengua	Hablantes
Chino Mandarín:	más de 1.000 millones (20% población mundial)
Inglés:	512 millones (6%)
Hindi:	498 millones (4,5%)
Español:	391 millones (3,0%)
Ruso:	280 millones (3,5%)
Árabe:	245 millones (2%)
Portugués:	192 millones (2%)
Japonés:	125 millones (2%)
Malayo-Indonesio:	160 millones



Aspectos culturales en el proceso de negociación

- Analizar el perfil del mercado.
- Conocer el ritmo de vida diaria.
- Obtener información sobre el interlocutor.
- Realizar un análisis sobre los principales datos del país.
- Analice cuáles podrían ser los argumentos más importantes que podría darle a su contraparte.



Aspectos culturales en el proceso de negociación

- Conocer el idioma que será utilizado.
- Informarse si existen actitudes preconcebidas con respecto a usted o a su país.
- Ser tolerante y humilde.
- Ponerse en los “zapatos” de la contraparte.
- Desarrollar una capacidad de integración al ambiente (versatilidad).



Referencias

Czinkota, M. y Ronkainen, I. (2002). Marketing internacional. Sexta edición. México D.F.: Pearson Prentice Hall.



Reconocimiento, No comercial,
Compartir bajo la misma licencia (3.0 *Unported*)