

# Importancia del Factor Cultural en el Marco de los Negocios Internacionales

“Nosotros no vemos las cosas como ellas son, vemos las cosas como nosotros somos”,  
Talmud Bavli, antiguo texto de sabiduría de Babilonia

Este libro escrito hace mas de 2.000 años recoge una verdad que ha existido siempre: nosotros vemos, percibimos e incluso actuamos de acuerdo a las creencias y valores que tenemos. A esos valores y creencias que determinan nuestros pensamientos y conductas, los llamamos “cultura”.

La cultura se adquiere de diferentes formas; a través de nuestras experiencias personales, la educación recibida en la familia, el colegio, la universidad, clubes sociales, el trabajo y en general por interacción social. Es importante resaltar que como manifiesta Schein (2008), existe una parte de la cultura que está formada por las creencias profundas conscientes e inconscientes que están alojadas en la mente y muchas veces no es posible observarlas directamente, sino a través de sus manifestaciones o artefactos.

Estas creencias profundas se han formado principalmente durante la niñez, con información y estímulos que van a determinar qué cosa es buena o mala, aceptable o no para esa persona. Durante la vida adulta se continúa recibiendo estímulos sociales que contribuyen a la formación de estas creencias y valores de las personas.

Pero, ¿por qué es importante la cultura para los negocios internacionales? Para responder a esta pregunta debemos mencionar un ejemplo muy ilustrativo utilizado por Steers, Sanchez-Runde y Nardon (2006) en su libro. Ellos utilizan un “saltamontes” y mencionan que estos saltamontes son considerados una peste en Norteamérica, mascotas en China y deliciosos bocadillos en Tailandia, terminando con una reflexión muy interesante: si la cultura puede generar tantos diferentes puntos de vista acerca de un saltamontes, imagínense qué cosa es lo que podría hacer con la gente.

Estos autores tienen mucha razón al sugerir que la cultura es tan poderosa que influye en la forma como las personas perciben, visualizan y actúan en el mundo y por lo tanto en cómo

# Importancia del Factor Cultural en el Marco de los Negocios Internacionales

hacen negocios. Ahora que muchos países latinoamericanos están negociando tratados de libre comercio con países asiáticos como Japón, que es una potencia a nivel mundial, deberíamos saber algunas cosas sobre los japoneses; por ejemplo, que antes de discutir un negocio es importante generar una relación entre las partes, lo que indica una posibilidad de largo plazo, y que la experiencia de los negociadores reflejados en la edad y en la cantidad de años que esa persona ha formado parte de la empresa refleja confianza.

Para el profesor americano Robert J. House existe una tendencia entre las culturas en el mundo a estar más interconectadas y por esa razón los negocios se van convirtiendo en globales; sin embargo, cuando estas diferentes culturas entran en contacto, ellas convergen en algunos aspectos pero en otros, la diferente idiosincrasia tiende a amplificarse. Esto quiere decir que el tema cultural está tomando una gran importancia para la realización de negocios internacionales exitosos e incluso muchas escuelas de negocios están incluyendo en sus programas cursos de administración intercultural.

Como un “pez en el agua” se utiliza para hacer una analogía con la cultura y las personas. Este ejemplo es muy ilustrativo en el sentido que un pez recién se da cuenta que está en el agua cuando es sacado de su elemento vital, cuando está en él no percibe su existencia. De la misma forma una persona que interactúa en su contexto cotidiano no percibe “su cultura” o los elementos que la hacen diferente de otras culturas, pero cuando uno es obligado a salir de su “ambiente” puede percibir las características de su propia cultura y compararlas con la nueva cultura del lugar donde ahora se encuentra.

La relevancia de la cultura en las negociaciones internacionales trasciende los aspectos visibles como la comida, la ropa y los saludos y también incluye la forma de pensar y opiniones diferentes frente a veces a una misma realidad. Así como para algunas personas el saltamontes era una mascota, para otras personas podía ser considerada una peste y para otros una delicia culinaria, de la misma forma los temas a discutirse en una negociación internacional pueden muchas veces ser nombrados de la misma forma pero las personas estar pensando en significados diferentes. Los latinoamericanos debemos estar preparados en el manejo de aspectos culturales para tener éxito en las negociaciones internacionales.

# Importancia del Factor Cultural en el Marco de los Negocios Internacionales

## REFERENCIA:

Espacio Fese. (2017). La importancia de la cultura en los negocios mundiales. Recuperado a partir de:

<http://espacio.fese.mx/la-importancia-de-la-cultura-en-los-negocios-mundiales/>