

COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EMPRESARIAL “BUSINESS INTERCULTURAL COMMUNICATION”

Johanna Patricia Bandera Chavarro¹

Leila Inés Tarra Puerta²

RESUMEN

El objetivo principal de este artículo contempla la relevancia que tiene la Comunicación Intercultural Empresarial en el mundo actual, así mismo, como por medio del entrenamiento es posible ser competente para alcanzar el éxito en los negocios con culturas diferentes a las nuestras. El presente artículo demuestra lo vital que resulta para los administradores y/o dueños de empresas -que desee Internacionalizar sus productos o servicios- tener en cuenta a la Comunicación Intercultural.

PALABRAS CLAVE

Comunicación, Intercultural, Empresa, Comprensión, Idioma

ABSTRACT

The main objective of this article considers the relevance of Intercultural Business Communication in today's world, also, as by training may be competent to succeed in business with cultures different from our own. This article demonstrates how vital it is for managers and / or owners of companies which want to internationalize their products or services- take into account Intercultural Communication

KEYWORDS

Communication, Intercultural, Company, Understanding, Language.

INTRODUCCIÓN

La Comunicación Intercultural es una disciplina que tiene como objetivo estudiar la forma en que las personas de diferentes orígenes culturales se comunican entre sí, especialmente cuando se manejan diferentes idiomas. Se encarga también de producir algunos lineamientos que permitan esta Comunicación Intercultural. Como muchos campos de estudio académicos esta se aborda desde diferentes disciplinas. Entre estas se incluyen la filosofía, la antropología, la psicología, la lingüística, la etnología, los estudios culturales, la comunicación, etc.

1 Administradora de Empresas. Universidad Libre Sede Cartagena. Correo electrónico: johana_bandera@unilibrectg.edu.co

2 Contadora Pública. Universidad Libre Sede Cartagena. Correo electrónico: ley1980-1@hotmail.com

Del mismo modo es posible contextualizar que la Comunicación Intercultural es la base para un dialogo efectivo en las relaciones comerciales. Actualmente nos encontramos en la era de las comunicaciones y de las relaciones, estas comunicaciones pueden ser de una forma verbal o escrita, pero es una base sólida que si la sabemos manejar podemos lograr una evolución de la compañía hacia un mundo de internacionalización con referencia a sus productos o servicios como tal.

Lo anterior, conlleva a que cada día el individuo se esfuerce por ser más competente, ya que los empresarios actuales están en pro de conseguir que las personas que se encuentren en su grupo de trabajo sean capaces de inducir a la compañía a la Internacionalización, y por ello es necesario que todos estén a la vanguardia de los cambios que día a día están surgiendo y como desarrollarlas, esto se puede lograr por intermedio de investigaciones de las culturas de los demás países e incluso cursar seminarios, diplomados, cursos relacionados con todo el tema de las comunicaciones y relaciones interculturales para de esta manera obtener éxito dentro de la organización.

El presente artículo estará dividido en capítulos, la primera parte se trata a la comunicación Intercultural como disciplina, cuál es su significado, autores que han discutido su origen. Seguidamente se presentará a la Comunicación Intercultural de modo Empresarial, la relevancia que representa esta temática para las compañías y administradores de hoy en día, cuál ha sido su evolución; lo cual conlleva a un tercer segmento, que se refiere a la parte por competencias, como un individuo puede ser competente en la Comunicación Intercultural y como puede adquirir estas competencias por medio de un entrenamiento. Por último se presentará un ejemplo claro y reciente de la importancia que la Comunicación Intercultural tiene para el mundo de hoy.

DESARROLLO

Comunicación Intercultural

Según Andrade, H. (2005). La comunicación organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso dentro de las organizaciones y entre éstas y su medio. El desarrollo de esta disciplina es relativamente joven, ya que podríamos ubicar el inicio de los esfuerzos serios y sistemáticos por desarrollarla, así como las primeras obras publicadas sobre la materia, en la década de los setenta. También por esos años empiezan a surgir, o en algunos casos a consolidarse, las asociaciones de profesionales en comunicación organizacional, que sin duda le dieron un impulso importante a este campo no sólo en relación a la generación del conocimiento a partir de la investigación, sino también a la aplicación de estos conocimientos en las organizaciones.

Según Alsina, M. R. (1997). El tema de la interculturalidad ha adquirido importancia desde los años ochenta y sobre todo en los años noventa por muchos motivos diferentes, entre ellos la globalización y la creciente inmigración en Europa y EEUU. Pero sobre todo se basa en una experiencia común: la comunicación con personas de otra lengua materna es a la vez una comunicación con personas de otro trasfondo cultural. Para la enseñanza de lenguas esto implica que no se puede conseguir realmente la competencia comunicativa que tanto perseguimos desde hace una generación si no tomamos en consideración una competencia intercultural, porque no hay lengua sin cultura. Si las mismas palabras ya

pueden tener un significado muy diferente en varios contextos de la propia cultura - ¡cuánto más pueden tenerlo en otra cultura!

Según PALACÍN, M. P En la comunicación interpersonal intervienen numerosos factores, además del lenguaje verbal. Los aspectos no verbales constituyen un complejo abanico de gestos, actitudes, formas de comportamiento, visiones del mundo, etc. Aunque en muchos casos no se les presta la debida atención, son precisamente estos los que pueden provocar más incertidumbre en la relación entre personas de diferentes culturas. Por este motivo, es importante ser consciente de ellos cuando se aprende una lengua extranjera, pues son causa de muchos malentendidos en las relaciones interculturales. Estos malentendidos no aparecen únicamente en relaciones interpersonales privadas, sino que pueden tener consecuencias especialmente nefastas en el campo profesional y empresarial. El éxito de un trato o de un negocio puede depender a menudo de este lenguaje silencioso.

Según Mercado, A. P. D. (2015). La internacionalización, por cualquiera de sus vías, es un reto organizacional que trae consigo las respectivas diferencias culturales que impactan a la empresa. Tomando como referencia la experiencia de una pyme colombiana, se propone llamar la atención sobre los factores socioculturales que deben tener en cuenta las empresas interesadas en abrir filiales en el mercado ecuatoriano, a través del análisis de estudios que exponen la relevancia del tema, y recomendar elementos claves para adquirir competencias interculturales en la comunicación efectiva y el trabajo en equipo. Los gerentes de las empresas con interés de internacionalizarse deben enfrentar el reto de administrar el choque cultural como parte de su estrategia.

Según Maldonado Cañón, K. D. (2006). En este mundo globalizado los encuentros interculturales son, hoy más que nunca, una realidad para todas aquellas personas que por negocios, migración, viajes de turismo, intercambios estudiantiles, entre otros, han tenido un acercamiento con alguien de una cultura diferente. Así, el mundo empresarial no se ha quedado por fuera de ésta dinámica y debido a sus necesidades comerciales ha tenido que interactuar con otras culturas como parte de su estrategia de internacionalización.

Actualmente la economía constituye uno de los pilares más importantes a nivel mundial, es por esto que las Organizaciones Empresariales están en pro de obtener una Internacionalización de sus productos y servicios. Para lograr lo anteriormente mencionado, los entes organizacionales deben conocer el mercado en el cual desean incursionar, así mismo, deben estudiar la cultura y forma de comunicación que se maneja en el país objeto. A lo anterior se le conoce como la Comunicación Intercultural. Esta es considerada como una disciplina que tiene como objeto principal el estudio de la forma de comunicación entre diferentes culturas, fundamentalmente cuando se utilizan diferentes idiomas.

Autores como Samovar, Porter y McDaniel identificaron en sus investigaciones, 5 componentes sobre cultura relevante al estudio de la comunicación Intercultural. Estos 5 componentes son:

- Elementos de percepción
- Patrones de conocimiento
- Comportamiento verbal

- Comportamiento no verbal
- La influencia del contexto

Según M. Rodrigo (1999), para que se produzca una comunicación intercultural eficaz son muy importantes, entre otras cosas, estas cinco actitudes:

- Que los interlocutores estén motivados por conocer la otra cultura y muestren empatía con ella.
- Que tomen conciencia de la propia cultura y sus procesos de comunicación.
- Que presten atención a los elementos que forman parte de la comunicación no verbal.
- Que asuman que el malentendido forma parte de los encuentros interculturales.
- Que se esfuercen por interpretar el sentido y la intención última de las palabras de sus interlocutores.

Para nadie es un secreto que vivimos en la era de las relaciones y las comunicaciones, es por esto que dicho temática tiene tanta transcendencia y no solo a nivel personal sino también a nivel profesional. Un negocio se lleva a cabo por medio de dos partes interesadas y si estas dos partes no logran entenderse no puede llevarse a cabo dicha actividad. Como se ha evidenciado a lo largo del artículo, el tema de comunicación es muy amplio porque toda actividad que realiza el ser humano lo hace por medio de la comunicación, ya sea escrita, verbal o no verbal.

Para que una empresa logre alcanzar la Internacionalización de sus productos o servicios debe tener al menos la intención de entrenarse en tema de la comunicación Intercultural empresarial, ya que de esta va a depender el éxito o fracaso de su negocio.

Dicha compañía que pretenda al menos adentrarse a un mercado extranjero debe entrenar a sus empleados en la cultura del país objeto. Y es que no solamente deben interesarse por su cultura, sino también, por su idioma y costumbres para de esta manera tener puntos a favor al momento de realizar la negociación.

En los últimos años la Comunicación Intercultural ha tenido un creciente reconocimiento, es por esto que los entes organizacionales, empresas e instituciones realizan capacitaciones a ejecutivos y empleados en habilidades de Comunicación Intercultural para que de esta manera puedan enfrentar relaciones laborales, comerciales y políticas con efectividad.

Según Roberto Rodríguez González, plantea que hoy en día los Administradores poseen 4 necesidades básicas:

- Necesidad de visión.
- Necesidad Ética.
- Necesidad de otras culturas.
- Necesidad de capacitación.

Comunicación Intercultural Empresarial

Dentro de la Comunicación Intercultural Empresarial debemos tener en cuenta lo relacionado con la cortesía facial, pero esto se debe aplicar dependiendo de las personas y del país con el cual se esté negociando.

Autores como Brown y Levinson (1987) proponen dos clases de semblante y cortesía:

- Positivo: Está relacionado con el ser sociable y solidario.
- Negativo: Tiene que ver con la libertad de acción y con la recepción y expresión de la diferencia.

En los Entes Organizaciones, las personas encargadas de las negociaciones Internacionales deben tener presente las diferentes formas de expresar estrategias de cortesía, además, el desarrollo de una destreza en la Comunicación Intercultural con el fin de dar importancia a las formas que utilizan los negociadores de las diferentes culturas y cómo las interpretan. Para que un negociador tenga éxito debe conocer el habla, los modos y las costumbres culturales del interlocutor; y muy importante lo que se refiere a la traducción ya que por medio de esto se puede acceder a la realización del negocio o simplemente se arruinamos todo.

La Comunicación Intercultural empresarial es de gran importancia ya que los colaboradores tienen la capacidad de trabajar con individuos de diversas culturas y eficientemente con socios ubicados en cualquier parte del mundo, además de construir confianza con cliente e incluso crear relaciones con clientes nuevos; ese es un gran paso para cualquiera organización ya que podría mantener relaciones comerciales en cualquier parte del mundo y de esa manera Internacionalizar sus productos y al mismo tiempo lograr un crecimiento de la compañía de manera que sea competitiva frente a sus competidores directos.

Entrenamiento para obtener las Competencias de Comunicación Intercultural

Capacitar a los empleados de una compañía en el tema de la Comunicación Intercultural no es sencillo, además de la disposición que deben tener los colaboradores, se deben cumplir una serie de competencias, las cuales ayudaran a que el proceso de entrenamiento mucho más simple.

Podríamos definir la competencia intercultural como “la habilidad para negociar los significados culturales y de actuar comunicativamente de una forma eficaz de acuerdo a las múltiples identidades de los participantes” (Chen y Starosta, 1996: 358-359). Con lo anterior no se puede obviar que una comunicación eficaz no quiere decir una comunicación totalmente controlada y sin dificultades de entendimiento. La teoría de la comunicación ha expuesto repetidamente que una comunicación perfecta, incluso entre interlocutores de la misma cultura, es realmente demasiado complicada. Los Seres Humanos interpretamos los mensajes de acuerdo a nuestros conocimientos, los cuales pueden coincidir, aproximadamente, con los del autor de los mismos o pueden incluso no llegar a coincidir.

Las investigaciones sobre la competencia intercultural tienen su origen en la enseñanza tradicional de la cultura, esto se remonta a los años 80. Desde esa época hasta ahora, algunos conocedores del tema

han considerado que entre los enfoques que tienen en cuenta el desarrollo de la competencia intercultural se evidencian principalmente dos: el enfoque de las destrezas sociales y el enfoque holístico. El primero, básicamente es el modelo del hablante nativo, lo que busca este modelo es lograr que el individuo se comporte de tal manera respecto a las normas y a las convenciones de la comunidad de habla en cuestión que pase por ser un miembro más de ésta.

Desde este enfoque la lengua es ideada como un obstáculo para la comunicación entre las personas de culturas diferentes. En cambio, la propuesta del segundo enfoque consiste en desarrollar en el individuo ciertos aspectos afectivos y emocionales, entre los que destaca una actitud, una sensibilidad y una empatía especiales hacia las diferencias culturales. Sólo así aquel superará el etnocentrismo sin renunciar ni a su personalidad ni a su identidad y, al reducirse impacto del choque cultural, será capaz de convertirse en un mediador entre las culturas en contacto.

Investigaciones recientes distinguen tres etapas en el proceso de adquisición de la competencia intercultural:

- Nivel monocultural: el individuo observa la cultura objeto desde los límites donde pueda interpretar en base a su propia cultura
- Nivel intercultural: el individuo toma una posición intermedia entre la cultura propia y la extranjera, lo cual le permite establecer comparaciones entre ambas.
- Nivel transcultural: el individuo alcanza la distancia adecuada respecto a las culturas en contacto para desempeñar la función de mediador entre ambas.

Cada día se hace más trascendental el conseguir una comunicación intercultural eficaz. Escoffier (1991:71) establece una guía para llevar a cabo eficazmente el diálogo intercultural:

- Nada es inmutable. Cuando se inicia un diálogo uno debe estar potencialmente abierto al cambio
- No hay posiciones universales. Todo está sujeto a crítica.
- Hay que aprender a aceptar el conflicto y la posibilidad de que se hieran los sentimientos.
- Hay cierta perversidad en la historia que nos han enseñado. Nuestras identidades se han hecho en oposición a la de los otros.
- Nada está cerrado. Cualquier cuestión puede siempre reabrirse.

Los individuos competentes interculturalmente debe ser capaz de relacionarse llevando a cabo actividades de tipo interactivo y social en la que se destacan tres grandes áreas:

- Negociación.
- Comunicación.
- Trabajo en equipo.

Lo anterior facilita que la persona sea capaz de poner en practicar las reglas y normas que regulan las actividades del país objeto. Además estará capacitada para dar respuesta a los diferentes requerimientos y situaciones que pueden presentarse por tratarse de trabajar con una compañía e individuos de cultura diferente a la propia.

En este punto se puede deducir que la competencia intercultural no se adquiere ni se desarrollan de un momento a otro, ni de un día para otro, ni tampoco se consigue por medio de un curso, sino que todo hace parte de un proceso. Una de las maneras de iniciar este proceso podría ser participando en eventos culturales organizados por los centros culturales, los colegios extranjeros, las embajadas, entre algunos otros. Buscar conversaciones con personas de origen extranjero, cuando nos encontremos de vacaciones o mediante un intercambio lingüístico, capacitar al personal en competencias interculturales.

Para nosotros es importante la comunicación intercultural empresarial, ya que es un tema muy interesante para desarrollar en las organizaciones, lo anterior siempre y cuando el objetivo principal sea tener una internacionalización de productos o servicios. Se debe tener en cuenta la cultura de otros países, para así obtener una diferencia significativa y lograr una negociación exitosa y expandir la compañía a la cual representamos a nivel mundial.

Actualmente la Universidad Libre Sede Cartagena va paso adelante en el tema de Comunicación Intercultural ya que se están desarrollando Intercambios Universitarios Internacionales, así como también se están llevando a cabo Pasantías Internacionales, y estas representan no solo un reconocimiento local de la Universidad sino también experiencias para sus estudiantes ya que logran conocer otras culturas e inclusive idiomas; al mismo tiempo les es posible a los alumnos poner en práctica lo aprendido en las Organizaciones en la cual se hayan desempeñado o se estén desempeñando laboralmente.

Un claro ejemplo de lo anterior es la experiencia que tuvimos los estudiantes de la pasantía a Estados Unidos en la Northwestern State University donde se pudo evidenciar por medio de las clases recibidas que todo lo relacionado a las TIC en ese país, es mucho más avanzados que en Colombia, todo es manejado bajo plataformas, la forma de trabajo es mucho más eficiente e incluso interactúan mucho más entre ellos para mejorar en todos los aspectos haciendo trabajos en encuestas para así optimizar su funcionamiento. Y es que esto no solo lo realizan en la Universidad sino también en los negocios locales y es allí donde se evidencia claramente la importancia de la Comunicación Intercultural puesto que se ayudan de la Tecnología y la información para obtener un nivel alto de relación con los clientes.

CONCLUSIÓN

La comunicación es indispensable de la cultura, la cultura es comunicación y la comunicación es cultura (Hall and Hall, 1990). Cualquier acto que realice el ser humano debe estar acompañado de la comunicación, es un tema tan extenso que logra estar ligado a casi todo lo relacionado con el individuo. La afirmación con la que se inició este párrafo demuestra que la comunicación Intercultural es esencial, no solo para el hombre de negocio sino también para todo aquel que desee relacionarse con un individuo totalmente diferente a él mismo.

Todo es una cadena, y con este artículo se demuestra que para poder subsistir en un mundo tan globalizado como el que estamos viviendo hoy es día es necesario estar dispuesto a mantener una Comunicación Intercultural. Se dice que para poder alcanzar eficazmente esto, es necesario:

- Una lengua común.
- El conocimiento de la cultura ajena.
- El re-conocimiento de la cultura propia.
- La eliminación de prejuicios.
- Ser capaz de empatizar.
- Tener una relación equilibrada

Todos ejecutivo, empresario o empleado de una compañía puede tener las competencias necesarias para lograr una Comunicación Intercultural Empresarial, no se trata de un curso, o de algo innato, se trata de tener la disposición para conocer y entender la cultura objeto. La lengua es un elemento integrante de la cultura.

Esta temática no solamente toca al empresario de hoy o a la persona que simplemente esté interesada en conocer una cultura diferente, también toca a Instituciones Educativas de Nivel Superior puesto que esto puede generarle una ventaja competitiva frente a sus competidores. Universidades como la nuestra – Universidad Libre Sede Cartagena – ofrece a sus estudiantes la posibilidad de conocer y profundizar esta temática por medio de sus Intercambios y Pasantías Internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

Alsina, M. R. (1997). Elementos para una comunicación intercultural. Revista CIDOB d'afers internacionals, 11-21.

Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. Netbiblo.

Asunción – Lande, N. C. (1988). Communication intercultural.

Austin, T. (2000). Comunicación Intercultural. Fundamentos y Sugerencias. Primera Parte: Precisiones en torno al concepto de cultura.

Botey, J. (1996) “Una aproximación a la interculturalidad”.

Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). Politeness: Some universals in language usage (Vol. 4). Cambridge university press. <https://books.google.com.co/books?id=OV0m8ngisgkC&pg=PA40&dq=hall+and+hall,+1990+la+comunicacion+es+indispensable+de+la+cultura,+la+cultura+es+comunicacion+y+la+comunicacion+es+cultura&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi9zquWmvjLAhWHqx4KHQfrB-Q8Q6AEIKTAA#v=onepage&q=hall%20and%20hall%2C%201990%20la%20comunicacion%20es%20indispensable%20de%20la%20cultura%2C%20la%20cultura%20es%20comunicacion%20y%20la%20comunicacion%20es%20cultura&f=>

Maldonado Cañón, K. D. (2006). Aproximación a un marco conceptual y teórico sobre la interculturalidad de los negocios internacionales.

Mercado, A. P. D. (2015). El choque cultural en la internacionalización empresarial. *Magazín Empresarial*, 11(27), 39-48.

Oliveras, A. (2000). *Hacia la competencia Intercultural en el aprendizaje de una lengua extranjera. Estudio del choque cultural y los malentendidos*. Madrid: Edinumen, Memorias para el aprendizaje, serie master E/LE Universidad de Barcelona.

PALACÍN, M. P. lo que decimos sin palabras o aspectos no verbales en la comunicación intercultural.

Rodrigo Alsina, M. (1999). *Comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos, Colección autores, Textos y temas sociales, n° 22.

Rodrigo Alsina. 1997. *Elementos para una comunicación intercultural*.

Rodríguez, R., Gallardo, T. & Roque, Y. (2003). *La comunicación intercultural como base para una comunicación efectiva en las relaciones comerciales: una propuesta de superación para las empresas del SIME*. PsicoPediaHoy. <http://psicopediahoy.com/comunicacion-intercultural-relaciones-comerciales/>

Samovar, Porter, McDaniel. (2005) *Comunicación Intercultural*. es.slideshare.es/slideshare.net/ENFE3015/comunicación-intercultural

Scoffier, J. (1991). *The Limits of Multiculturalism*, *Social Review*, 3-4;61-73. www.raco.cat/index.php/revistacidob/article/viewFile/28020/27854.

Springer, B. (2005). *La comunicación intercultural y la enseñanza de lenguas*. II Encuentro práctico de profesores de ELE en Alemania. (El artículo puede leerse como documento PDF en Internet) <http://www.encuentro-pra>