

e-Book

Cómo la diversidad cultural hace que nos comuniquemos diferente en los negocios



Cómo la diversidad cultural hace que nos comuniquemos diferente en los negocios

Hay esquemas de pensamiento más formales que otros y siempre es necesario tener presentes las connotaciones de las expresiones idiomáticas. Por tal motivo, resulta conveniente que se busque capacitación constante en la materia.

La empresa ya no solamente es un lugar físico, es un concepto. En este sentido, son valiosos los empleados aptos para responder ante los retos que plantea la diversidad cultural.

No es necesario hacer referencia a grandes corporaciones, actualmente a todo nivel se realizan intercambios globales, ya sea de negocios, capacitaciones, estándares de calidad, entre otros. Por lo tanto, es importante conocer los tonos de comunicación de cada idioma y país, ya que no es lo mismo el inglés de Sidney que el de Texas.

Los cursos de idiomas generales son muy útiles. Sin embargo, si ya tienes cierto dominio de una segunda lengua, te convendría buscar un curso especializado en tu área; hay algunos orientados a dar herramientas en torno a la diversidad cultural.

Dentro de la diversidad cultural, la amabilidad es un valor universal

Además de la globalización, el abaratamiento de las intercomunicaciones propicia que los profesionales tengan que enfrentarse más seguido a retos relacionados con la diversidad cultural.



Cómo la diversidad cultural hace que nos comuniquemos diferente en los negocios

No es lo mismo tratar de cerrar un negocio que buscar una alianza o intercambiar información; tampoco es igual hacerlo con un compatriota o con alguien de otro país. El área de recursos humanos, por lo tanto, debería fomentar la capacitación de los empleados, siempre orientada a los objetivos de la empresa.

De manera general, Vilches (2010) hace hincapié en que el talento que tiene intercambio con compañías extranjeras siempre debe tener una actitud prudente y de respeto, poniendo atención hasta en los más mínimos detalles.

Cada país tiene un comportamiento diferente ante aspectos como la puntualidad, códigos de vestimenta, entre otras cosas; sin embargo, la amabilidad siempre es una llave que abre puertas. Es recomendable que, si cometemos un error comunicacional, sepamos disculparnos a tiempo para evitar que la relación profesional se contamine.

Los límites de la diversidad cultural

¿Puede la diversidad cultural poner en riesgo toda la operación de una empresa? La respuesta, es sí. Para muestra, está el caso Lenovo (Baudino, 2010). En 2005, IBM vendió una línea de negocio de computadoras personales a Lenovo, un productor chino. Para estar acorde con el reto, la compañía oriental incorporó a su planta un equipo de gerentes estadounidenses.

Cuando se sentaron a trabajar con sus compañeros chinos, se dio un claro ejemplo de choque cultural: ante cualquier desacuerdo, los orientales guardaban silencio en lugar de manifestarlo; por lo tanto, los estadounidenses asumían que habían alcanzado un punto en común. Estas discrepancias hicieron que la compañía tuviera serios problemas en el mercado.

La moraleja: el choque cultural existe y tenemos que ser conscientes de ello para evitar



La moraleja: el choque cultural existe y tenemos que ser conscientes de ello para evitar que afecte nuestras decisiones.

Cómo la diversidad cultural hace que nos comuniquemos diferente en los negocios



que afecte nuestras decisiones. Incluso dentro del idioma español hay palabras que no tienen la misma carga semántica, y esto se da sin necesidad de salir del territorio nacional.

Las tarjetas de presentación en la diversidad cultural

Las tarjetas de presentación cada vez pierden más fuerza por la presencia digital, de todos modos, hay que ser conscientes de cómo intercambiarlas en un ámbito de diversidad cultural.

Para los occidentales, suelen ser un elemento informal de transmisión de datos. Alguien dice “te doy mi tarjeta”; la otra persona, entonces, hace lo mismo. Sin embargo, en las culturas asiáticas son una representación de la persona en sí. Por ese motivo, se espera que el que las reciba las trate con muchísimo respeto.

Más allá de estas particularidades, si viajas a un país con una lengua oficial diferente a la tuya, ten la amabilidad de llevar tus tarjetas traducidas al menos al inglés. Y cuando las recibas, tómate unos segundos para guardarlas apropiadamente: sería muy descortés de tu parte que las dejes olvidadas.

Diversidad cultural y temas informales

En caso de que trabajes en un ámbito de diversidad cultural, debes estar preparado para abordar los temas informales. No estás tratando con robots, sino con personas iguales a ti, por lo tanto, es insostenible que solamente se hable de negocios.

Si bien el estado del tiempo es un tópico que destraba cualquier silencio incómodo, puedes ser más creativo. La comida, por ejemplo, es un tema muy amable y fácil de llevar adelante. Muéstrate curioso sin imponer la conversación.

En la India, la charla informal es considerada casi un arte, ya que son muy conversadores; sin embargo, hay temas que se deben evitar: la pobreza, la vida personal, los asuntos militares (Protocolo y etiqueta, 2019).

Debes tener especial cuidado con el humor. Lo considerado gracioso es muy subjetivo y algo que a ti te divierte para el otro puede resultar sumamente ofensivo.

Otra recomendación es que evites los adjetivos del tipo “raro” o “extraño” para referirte a cosas que desconoces o que se hacen de otra forma a la que estás acostumbrado. El término

Cómo la diversidad cultural hace que nos comuniquemos diferente en los negocios



“diferente” te puede servir en esos casos, pues marca las particularidades sin una carga semántica negativa.

Regalos corporativos y diversidad cultural

Ya de por sí los regalos corporativos deberían entregarse y recibirse de acuerdo con una política establecida por la empresa; ahora bien, esto cobra especial relevancia en entornos de diversidad cultural.

Existen algunas reglas generales: en Japón, por ejemplo, intercambiar obsequios es parte importante de hacer negocios, mientras que en Alemania no es apropiado (Vilches, 2010).

En cuanto a la ética de los regalos, tanto al darlos como al recibirlos se puede seguir este

parámetro: el objeto no debe condicionar la independencia del que lo recibe (Viaña, 2013).

Por ejemplo, la filial española del BBVA tiene como política que los regalos que superan los 100 euros deben ser comunicados al Comité de Ética, el cual se encargará de devolverlos o, en caso de que no se pueda, destinarlos para fines sociales.

Más allá del idioma, tengamos en cuenta que comunicarnos significa “poner en común”.

Lo que queremos es entender al otro y que nos entienda. Una persona con un bagaje cultural amplio, que acostumbre a leer, ver cine de otros países, viajar y, sobre todo, capacitarse, seguramente tendrá mejores recursos para el trato multicultural en su carrera profesional.

Berlitz®

Berlitz es una empresa líder en la instrucción de idiomas y capacitación intercultural para ejecutivos. Con más de 140 años de experiencia y presencia en 70 países, nuestro compromiso es brindar una solución integral al nivel de las necesidades de cada empresa. Ofrecemos distintas modalidades de cursos y contamos con el portafolio de programas de comunicación más amplio del mundo, el cual se adapta al sector de la industria a la que pertenezca cada compañía.