

Códigos de la multiculturalidad que afectan
los negocios en un país como Panamá

CÓDIGOS DE LA MULTICULTURALIDAD QUE AFECTAN LOS NEGOCIOS EN UN
PAÍS COMO PANAMÁ

PROYECTO DE GRADO

YULY ALEJANDRA SUAREZ SILVA

FACULTAD DE MERCADEO
UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
BOGOTA D.C

2016

RESUMEN

En la actualidad no basta con ser especialista en algún tema, cuando se logra una negociación donde interfieren diferentes culturas, existe la necesidad de entender y aceptar los diferentes intereses económicos, políticos, sociales y culturales.

La multiculturalidad es un fenómeno al que las empresas multinacionales están expuestas en su día a día, no solamente porque trabajan en países o en ambientes donde se mezclan culturas sino porque existen valores y prácticas a las que están involucrados, de ahí que se cuestione, ¿Las desigualdades en los modelos de negocios afectan el entendimiento mutuo? ¿Las ideologías de una compañía pueden integrarse a los valores compartidos de la otra? ¿La causa del éxito o fracaso de una compañía, puede ser por el entendimiento de otra cultura? Este y otros cuestionamientos son los que se plantean al tener una relación con una cultura que tiene diversidad de códigos, y que a través del texto se resolverán tomando como ejemplo a Panamá, un país con pluralismo en los negocios.

Palabras Clave: Culturas, multiculturalidad, valores, desigualdades, ideología, negociación, relación intercultural, prácticas, modelos de negocios, pluralismo, códigos.

CÓDIGOS DE LA MULTICULTURALIDAD QUE AFECTAN LOS NEGOCIOS EN UN PAÍS COMO PANAMÁ

Hoy en día es frecuente emplear términos como: multiculturalismo, interculturalidad y la cultura de negocios. Adaptarse a la idea que las diferencias culturales pueden llegar a ser el tropiezo o éxito de una negociación depende de la flexibilidad que se tenga al momento de realizar acuerdos.

Maldonado (2007) “Todas estas acepciones de cultura confluyen directamente en el mundo de los negocios, siendo la interculturalidad directamente proporcional a la interdependencia de las economías. Mientras que el multiculturalismo se limita a compartir espacios, la interculturalidad produce interacciones positivas entre los integrantes de una comunidad, ya sea a nivel diplomático, académico o en el mundo de los negocios y la administración.”¹

El multiculturalismo que tiene Panamá se debe a ostentosas obras como el ferrocarril y el canal, esto conlleva el tránsito de miles de extranjeros y con ellos su cultura. De esta coexistencia surgirían nuevos mestizajes étnicos y culturales, lo que acentúa el diario vivir, teniendo como principal objetivo el entendimiento y la aceptación del multiculturalismo que estos cambios están generando. Heckadon (2009).

El multiculturalismo no consiste en una fragmentación de la sociedad en comunidades encerradas en sí mismas que solo están ligadas entre sí por el mercado, la segregación, la guerra de clases, de naciones, de religiones o de sexo, el multiculturalismo sólo tiene sentido si se tiene la combinación en un territorio dado, una unidad social y una pluralidad cultural mediante intercambios y comunicaciones entre actores que utilizan diferentes categorías de expresión, análisis e interpretación. Touraine (1998).

Panamá cuenta con una posición geográfica estratégica para el surgimiento de negocios, generador del aceleramiento de intercambio de bienes, servicios y acuerdos comerciales entre

¹ Maldonado (2007). La interculturalidad de los negocios internacionales. p263.

países lo que debe manejar una cultura de negocios y una terminología para integrar al mismo tiempo su capital humano.

Pero, ¿cómo asegurar que una relación intercultural va a generar una comunicación positiva? Teniendo en contexto una multiculturalidad y los códigos propios de cada país. El objetivo de una compañía debe desarrollar en ser efectivo en el plan estratégico que se desarrolla al ingresar a otro mercado, el factor cultural se convierte en un tema de importancia, en el momento en que, en medio de una reunión surgen dificultades basadas en malentendidos de tipo cultural que a simple vista pueden confundirse al ser atribuidas a la personalidad del negociador pero que genera rechazo interpretar esas diferencias como barreras del multiculturalismo ya que se tiene que estar dispuesto a obedecer acuerdos para poder negociar.

La interculturalidad, es definida no solo como el encuentro entre las diferentes culturas, sino fundamentalmente como el respeto y reconocimiento entre ellas. Resulta esencial dentro del marco de la educación obtener mejores vínculos. “La educación intercultural debe facilitar el desempeño discursivo de la ciudadanía democrática, contagiando la pluridimensionalidad de la ciudadanía multicultural” Desde la comunidad discursiva de participantes diversos, provenientes de diferentes etnias, hacen un mejor dialogo y lleva a un mayor grado de conocimiento. Rincón (2007)²

Las empresas presentan estos casos a diario, el multiculturalismo hace que el mundo esté en constante cambio y que en medio de negociaciones se evidencien diferencias que son cotidianas para cada cultura es decir la raza, el lenguaje y las tradiciones. Al explotar este concepto se genera interculturalidad, lo que hace que se presenten aperturas económicas y una aceleración en la información, de esta manera se logra un conocimiento claro para entender, aceptar y respetar las múltiples culturas y los códigos que surgen en cada una de ellas, lo que beneficia a todas las compañías presentes en el proceso de traspasar barreras.

² La interculturalidad como paideia: educar en y para las diferencias (2007) p. 118.

Según Hernández (2013) “El principal problema para alcanzar la ciudadanía intercultural que reconoce la experiencia del otro en igualdad de condiciones, para construir en conjunto proyectos comunes que hagan viable la existencia humana, es que ese otro no aparece en las interacciones y en las prácticas educativas. La reforma significa tener el atrevimiento y el coraje de explorar nuevos mundos, formas de construir el conocimiento, perspectivas, narraciones y formas de tener empatía”³

Cuando se produce una negociación intercultural se enriquece el multiculturalismo así se entienden los códigos que se poseen como una tradición y se beneficia el intercambio de bienes en un mercado. Los códigos de cada cultura se logran conocer a través de la comunicación ya que estos describen en realidad lo que significa una cultura y se empieza a entender con claridad qué cosas existen en común y que hay de diferente.

Martínez (2001) señala “Los códigos culturales se configura por los modos de hacer y de pensar, ejecutados por cada pueblo de una manera específica, sobre la base de valores, criterios y puntos de vista codificados, asumidos por dicho grupo humano, no solo como una vía para ser como es, sino para distinguirse a sí mismo en cuanto grupo de los demás.”

Cuando se descubren esos insights o códigos en las culturas, nos estamos acercando a la comprensión de diferencias culturales y a entender el sentido que tienen la comunicación y el intercambio de valores, de igual manera la importancia de las diferencias al momento de emprender un negocio. El entendimiento mutuo se refiere a la interacción y relación que puedan tener en información, metodologías y nuevas estrategias con el fin de beneficiarse y crear vínculos organizacionales. Barabas (2014)

En investigaciones acerca del manejo multicultural en diversos países, Rapaille (2006)⁴ ha descubierto que para vender un automóvil en Estados Unidos se debe conocer el código estadounidense, que en el caso del carro se relaciona con “identidad” ofrecer al cliente más que un bien, la personalización del mismo; Para vender ese mismo automóvil en Alemania, donde el

³ Hernández (2013) Diálogo e interculturalidad: Una aproximación fenomenológica. P. 144-145.

⁴ Signo y pensamiento (2007) V. 51 p. 70.

código es la “ingeniería” se debe ofrecer el bien con atributos técnicos de calidad. Estos significados permiten comprender de manera más cercana las culturas y poder así entrar en contacto con ellas creando vínculos favorables entre los negociadores.

Salacuse (2011), “La influencia de la cultura en la forma de negociar de los ejecutivos internacionales, se distingue básicamente entre aquellos ejecutivos que en la negociación buscan el beneficio común para ambas partes (enfoque win-win) frente a otros en los que prima la búsqueda del beneficio propio (win-lose)”⁵.

Haciendo alusión, la costumbre que tiene un país de ejercer a su manera las negociaciones hace que otro, se sienta enfrentado a impedimentos, contemplar una ideología que no deja aplicar su método ni implementar códigos comunes, afectando su modelo de negocio y considerando desventajas de la multiculturalidad.

La diplomacia y el entendimiento de los panameños hacia los diferentes códigos, ayuda a minimizar los enfrentamientos y malas negociaciones aunque esté sometido a unas barreras de negociación por desigualdades culturales. Pensar en tener una relación intercultural y no afectar los vínculos que ya han logrado es mejor para un acuerdo, así una posición de adaptabilidad y entendimiento los ayuda a refinar sus lazos con el mundo.

En el 2014, durante la crisis de Venezuela por las duras protestas de la oposición en el país, el ex presidente de Panamá Ricardo Martinelli, solicitó una reunión con la OEA (Organización de Estados Americanos), para discutir la violencia durante las protestas antigubernamentales, para el presidente Nicolas Maduro fue una intromisión en los asuntos internos de su país, de inmediato anunció la ruptura de relaciones políticas y comerciales con Panamá y dijo que Ricardo Martinelli era un “*lacayo rastrero*” de Estados Unidos.

Panamá se mostró sorprendido y respondió con rechazó el “*lenguaje soez*” del mandatario venezolano y decidió hacer pública la deuda que este país tiene con la ZLC (Zona Libre de

⁵ La influencia de la cultura en los negocios internacionales (2011) p.49.

Colon), Como consecuencia de esta falta de liquidez, el número de exportaciones entre los dos países se redujo.

Pero para no afectar aún más las relaciones el canciller de Panamá Francisco Álvarez, trató de explicar que la reunión solo se debía a algunas sugerencias que el estado de Venezuela debería tomar para mejorar sus relaciones, pero que reaccionaron con un mal lenguaje. Además negó las especulaciones que se tenían de no dar paso a los buques por el Canal de Panamá y de penalizar los cargueros venezolanos, y reiteró la disposición de volver a negociar y no romper los lazos con el país.⁶

El multiculturalismo tiene dimensiones que son comprendidas como choques culturales. Con diálogos de entendimiento, se pueden enfrentar y relacionar en otro mercado para no tener que estar sometido ante las políticas de otra sociedad se sugiere que la comunicación sea la estrategia para conocer y comprender las diferencias y llegar a entendimientos comunes.

Una de las soluciones que facilita la comunicación y el entendimiento de los códigos es la construcción de confianza, esto facilita la relación entre personas al propiciar la asociación en forma eficiente de manera que no se limitan al querer hacer una negociación que no necesite de terceros lo que hace que el mercado sea más amplio. Entre tanto, la confianza le confiere legitimidad a las instituciones y contribuye a mejorar la gobernabilidad, creer que una de las partes está interesada en el bienestar de la otra sin intención oportunista y motivada por el bienestar general crea ventajas competitivas. Cortina (1997).

Lo anterior permite reforzar la idea de una convivencia multicultural donde la comunicación genera confianza entre dos países o dos compañías y esto es el punto de partida para la construcción de negocios duraderos y entendimiento de códigos culturales para la apertura de nuevos mercados.

⁶ Revista BBC Mundo (2014) tomado de:
http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/03/140307_venezuela_panama_relaciones_claves.shtml

Natalia Rico (2013) “Panamá ha logrado negociaciones a nivel mundial gracias a estos conceptos, generando interacciones entre las partes y obteniendo una cultura de negocios en donde las personas que se dedican a enseñar y realizar estrategias en cuanto a los atributos de su país, hacen crecer la diversidad en su país, hacen historia formando educación intercultural. De ahí la importancia de la existencia de la interculturalidad en un país, pues hace surgir y ampliar el comercio internacional facilitando la comunicación”⁷

Con el conocimiento y entendimiento de los códigos culturales se quiere orientar a un mercado hacia relaciones con nuevos símbolos de consumo y a su vez identificar las necesidades y los deseos del mercado objetivo para poder adaptarse y ofrecer los resultados deseados por el mercado de una forma más eficiente que la competencia, creando estrategias transnacionales en la que se benefician las dos partes.

Finalmente, la comprensión intercultural se ha convertido en una necesidad de las organizaciones multinacionales. Se ha evidenciado como los códigos culturales afectan las negociaciones y las empresas deben darse cuenta de la importancia de difundir una educación moderna acerca de la importancia de la multiculturalidad en los negocios, del mismo modo los países deben entender los problemas socioculturales que surgen a nivel mundial tienen varias soluciones entre ellas la interculturalidad, la generación de confianza mutua y el entendimiento de los códigos.

Ruiz & Figueroa (2007). “El intercambio cultural comienza con la socialización y la educación formal o informal, ya que es en estos contextos que son transmitidos saberes y principios a través de gestos, prácticas y palabras. Es esta perspectiva la que ha llevado a ciertos antropólogos a considerar como “cultural” todo aquello que ha sido adquirido”⁸

Lo que es adquirido genera tradiciones en las empresas y crea códigos que solo a través del lenguaje y el intercambio de estas prácticas puede ser comprendido para ser adaptado por la otra parte. Llegar a realizar una estrategia de marketing de tal manera que el concepto de un mismo producto sea entendido igual en distintos países donde el consumidor, identifique cuál es su

⁷ Natalia Rico (2013). Cultura de negocios. P.18.

⁸ Ruiz & Figueroa (2007) “Cultura”, Interculturalidad, Transculturalidad: Elementos de y para un debate.

deseo, su consideración y el uso que le daría a este servicio, esto se logra implementando la educación en la interculturalidad de negocios en el que se enseñen los códigos de cada cultura.

Los seres humanos se guían por una serie de códigos que se van aprendiendo a lo largo de la vida y que nada tienen que ver con experiencias sino que se relacionan directamente con la propia naturaleza cultural del individuo y que le permiten mantener las relaciones con comunidades propias y extrañas ejerciendo así interculturalidad.

Hofstade (1999). Afirma que, “las prácticas comunes resuelven los problemas concretos: las diferencias de valores deben ser comprendidas, las diferencias de prácticas deben ser resueltas”.⁹

Una vez se comparte una comprensión general sobre la base de la exploración, diferentes culturas e historias, se puede construir un espacio de intersubjetividad con mejores perspectivas de comunicación, y condiciones de discusión y negociación. El diálogo que ofrece, tanto la vivencia y la oportunidad de experiencias diferentes, como también la capacidad de generar una conciencia colectiva en la interacción que no niega a nadie el derecho de hablar acerca de su mundo. Por el contrario, el auténtico diálogo permite la conciencia de las propias limitaciones que tiene mi propia cultura, y la oportunidad de ganar en sabiduría. Así, “el otro es experimentado, no como un objeto a ser descifrado, pero como un compañero comprometido en las tareas y los eventos, los sujetos devienen en el reconocimiento de sus propias posiciones, sus similitudes y diferencias. El proceso dialógico promueve la comprensión mutua y permite las diferencias individuales” (Mickunas y Scudder, 1985).

⁹ Las organizaciones de hoy son multiculturales (2008). P.72.

REFERENCIAS

- Barabas (2014) Multiculturalismo, pluralismo cultural e interculturalidad en el contexto de América Latina: la presencia de los pueblos originarios. México
- Calderón (2008). La cultura como función determina las dificultades en lo intercultural. Colombia.
- Canclini (1995). Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización. México.
- Cortina, A. (1997), Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía, Madrid.
- Grupo de desarrollo regional de Tecnológico de Monterrey (2009). Las megatendencias sociales actuales y su impacto en la identificación de oportunidades estratégicas de negocios. Monterrey.
- Heckadon, (2009) Convergencias étnicas en la nacionalidad panameña. Panamá.
- Hernández (2013). Diálogo e interculturalidad: Una aproximación fenomenológica. Guatemala.
- Informe global sobre desarrollo humano (2009), “Superando barreras: movilidad y desarrollo humanos”. Estados Unidos.
- Maldonado (2007). La interculturalidad de los negocios internacionales. Colombia.
- Montagu (1965). The human revolution. Cleveland.
- Mickunas y Scudder, 1985. Dialogos de la multiculturalidad
- Murcia (2007). La interculturalidad como paideia: educar en y para las diferencias. Colombia.
- Rico (2013). Cultura de negocios. Perú
- Romero (2003). Pluralismo, Multiculturalismo E Interculturalidad. Educación y futuro. Madrid.

Códigos de la multiculturalidad que afectan
los negocios en un país como Panamá

Ruiz & Figueroa (2007). “Cultura”, Interculturalidad, Transculturalidad: Elementos de y para un debate. Guatemala.

Touraine (1995). ¿Qué es una sociedad multicultural? Colombia.