

Dubái: Un Escenario Multicultural de Negociaciones Influenciado por la Religión y la Cultura Islámica

Autor 1

Nombre completo: Maria Jose Lizarazo Rolon

Correo institucional: marializarazo@ustavillavo.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0153-3673>

Autor 2

Nombre completo: Jairo Camilo Zamora

Correo institucional: jairozamora@ustavillavicencio.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9817-8311>

Información del artículo:

Versión del documento: Preprint

Fecha de elaboración: Octubre 2025

Licencia: Creative Commons CC BY 4.0

Idioma del artículo: Español

Abstract (English)

This article analyzes how Islamic religion and Arab culture shape business practices and negotiation dynamics in Dubai, a city where rapid economic growth coexists with deeply rooted spiritual traditions. Based on fieldwork conducted in commercial, cultural, and religious spaces, the study identifies behavioral patterns guided by values such as respect, justice, cooperation, and interpersonal trust. These observations reveal how religion and culture structure organizational life, influencing leadership styles, communication, and decision-making processes.

The findings were interpreted using classical intercultural frameworks, confirming the relevance of Hofstede, Hall, and Trompenaars for understanding the Emirati business environment. The study also highlights that cultural adaptation is essential for foreign companies seeking sustainable integration in the Dubai market. Overall, this research provides a comprehensive view of the interaction between religion, culture, and globalization, emphasizing the need to strengthen intercultural competencies in the training of International Business professionals.

Keywords: Islamic culture, business negotiations, Dubai, intercultural management, religion in business, globalization, Arab business practices.

Introducción

1. Relevancia del tema y contexto global

En el escenario actual de la globalización, las empresas enfrentan el reto de negociar en entornos cada vez más diversos, donde la comprensión cultural y religiosa se convierte en un factor determinante del éxito (Hofstede Insights, 2021). Dubái ha emergido como un punto estratégico para el comercio internacional debido a su acelerado desarrollo económico, su apertura a la inversión extranjera y su rol como centro de conexión entre Oriente y Occidente (Gassouma, 2023). Además, su capacidad para recibir múltiples culturas lo posiciona como un espacio dinámico donde constantemente se redefinen prácticas comerciales globales.

2. Particularidad del caso Dubái

Dubái representa un modelo único donde la modernidad convive en armonía con la tradición islámica. Su desarrollo urbano, tecnológico y financiero no ha desplazado los valores religiosos que rigen la vida cotidiana, sino que ha integrado la espiritualidad dentro del progreso (Adebayo & Hassan, 2013). Este equilibrio convierte a Dubái en un ejemplo de cómo un país musulmán puede ser altamente competitivo en el comercio global sin perder su identidad cultural y religiosa (Jackson, 2019). Asimismo, su apertura al turismo y a la inversión extranjera muestra una sociedad capaz de adaptarse sin renunciar a sus raíces.

3. Planteamiento del problema

La coexistencia entre la globalización y los valores tradicionales plantea interrogantes sobre cómo se configuran las relaciones empresariales en contextos donde la religión regula tanto la conducta social como la económica (Chapra, 2011). En este sentido, surge la pregunta central: ¿cómo influyen la religión islámica y la cultura en la manera de hacer negocios internacionales en Dubái? Esta cuestión orienta el presente estudio y busca ofrecer una comprensión más profunda de los procesos culturales que inciden en la práctica empresarial global (Hofstede Insights, 2021). Explorar esta interacción permite identificar retos, oportunidades y aprendizajes significativos.

4. Justificación del estudio

El estudio resulta relevante porque promueve la formación de profesionales con sensibilidad intercultural, capaces de reconocer que el éxito en los negocios internacionales no depende solo de estrategias económicas, sino también de la adaptación a las normas culturales y religiosas (Adebayo & Hassan, 2013). Ignorar estas particularidades puede generar conflictos, malentendidos o fracasos en las negociaciones (Jackson, 2019). Por ello, comprender la influencia del islam en la dinámica empresarial de Dubái resulta fundamental para diseñar estrategias efectivas. Este análisis aporta herramientas para fortalecer la comunicación intercultural y mejorar la toma de decisiones en escenarios globales.

5. Origen y enfoque del trabajo de campo

Este artículo surge del trabajo de campo académico realizado en Dubái, Emiratos Árabes Unidos, como parte de una experiencia formativa en Negocios Internacionales. Durante la visita se aplicaron métodos de observación directa y entrevistas informales en espacios emblemáticos como el Global Village, la Mezquita Sheikh Zayed, el Museo del Futuro y empresas como Juan Valdez y Naffco (Global Village, 2024). La vivencia permitió comprender cómo la religión y la cultura influyen en el comportamiento empresarial y en las estrategias de adaptación de las compañías extranjeras (Gassouma, 2023). Estas experiencias enriquecieron la interpretación del contexto local.

6. Estructura del artículo y propósito final

El documento se organiza en cinco secciones: introducción, marco teórico, metodología, resultados, discusión y conclusiones. Su propósito es analizar la interacción entre religión, cultura y negocios internacionales en Dubái, identificando las principales lecciones que este modelo ofrece para el ejercicio profesional en contextos globales y multiculturales (Hofstede Insights, 2021). Estas perspectivas serán interpretadas a la luz de teorías clásicas como las de Hofstede, Hall y Trompenaars.

(Hall, 1976). Además, el artículo busca destacar la importancia de desarrollar habilidades interculturales que permitan comprender la complejidad del entorno empresarial emiratí.

Marco Teórico

1. Religión y cultura como dimensiones centrales de los negocios internacionales

La religión y la cultura son dimensiones esenciales que determinan la forma en que las sociedades comprenden el trabajo, el comercio y las relaciones interpersonales (Hofstede, 2001). En los negocios internacionales, estos factores influyen directamente en la comunicación, las negociaciones y la toma de decisiones (Adebayo & Hassan, 2013). Además, funcionan como marcos de referencia que orientan la conducta empresarial y establecen límites éticos en cada contexto. Comprender estas dinámicas permite reducir malentendidos, fortalecer alianzas y anticipar comportamientos dentro de entornos multiculturales, lo cual es fundamental para el éxito de cualquier organización que busque operar globalmente.

2. La influencia del islam en la vida económica y social de los Emiratos Árabes Unidos

El islam no solo es una religión, sino también un marco normativo que regula los aspectos económicos y sociales del país. La práctica empresarial en Dubái se rige por principios como la justicia, la equidad, la cooperación y la prohibición de la usura o riba (Gassouma, 2023). Estos valores garantizan relaciones comerciales basadas en la confianza y el respeto, donde la ganancia individual debe equilibrarse con el bienestar colectivo (Chapra, 2011). Asimismo, este sistema orienta la vida diaria y fortalece la cohesión social, estableciendo normas claras que influyen en la conducta profesional y administrativa.

3. Concepto de cultura empresarial islámica

La cultura empresarial islámica integra la fe con la gestión organizacional. En los Emiratos Árabes Unidos, el liderazgo se fundamenta en el respeto, la responsabilidad moral y la búsqueda del bien común (Adebayo & Hassan, 2013). Las empresas promueven la cooperación sobre la competencia, y la lealtad y la confianza se consideran pilares del éxito (Jackson, 2019). Este enfoque genera ambientes laborales donde la ética tiene un papel esencial y donde las decisiones se toman considerando impactos sociales más amplios. Además, refuerza la importancia de relaciones sólidas, basadas en honor y compromiso, dentro del ámbito corporativo.

4. Dubái como sociedad híbrida entre tradición e innovación

Dubái es un ejemplo de cómo un país musulmán puede adoptar la modernidad sin perder su identidad cultural y religiosa. Su desarrollo urbano y tecnológico convive con prácticas religiosas arraigadas, como las oraciones diarias, las normas de vestimenta y la observancia del Ramadán (Global Village, 2024). Este equilibrio entre tradición e innovación ha fortalecido su reputación como centro global de negocios y turismo (Hofstede Insights, 2021). Además, ha permitido crear un entorno multicultural donde conviven diversas nacionalidades, lo que impulsa el dinamismo económico sin alterar los valores espirituales que sostienen su sociedad.

5. Teoría de las dimensiones culturales de Hofstede

Las dimensiones culturales propuestas por Hofstede permiten entender las diferencias entre las formas de gestión y liderazgo en distintos países. Dubái presenta una alta distancia de poder, reflejo del respeto a la autoridad y la jerarquía, así como un fuerte colectivismo (Hofstede Insights, 2021). Estas características explican la estructura organizacional y las dinámicas empresariales en el contexto islámico (Hofstede, 2001). Asimismo, ayudan a interpretar la importancia de las relaciones personales

y del sentido de comunidad dentro del trabajo. Conocer estas dimensiones facilita la adaptación de estrategias corporativas en entornos caracterizados por normas culturales bien definidas.

6. Teoría del contexto cultural de Hall

Según Edward Hall, las culturas pueden clasificarse en alto o bajo contexto según la manera en que transmiten información. Dubái pertenece a una cultura de alto contexto, donde la comunicación es indirecta, se apoya en gestos, silencios y relaciones personales (Hall, 1976). La confianza se construye con el tiempo y las negociaciones se basan más en la credibilidad del interlocutor que en los contratos escritos (Jackson, 2019). Este estilo comunicativo exige sensibilidad intercultural y una lectura cuidadosa del entorno para evitar interpretaciones erróneas que puedan afectar el desarrollo de acuerdos comerciales.

7. Modelo de Trompenaars y Hampden-Turner

El modelo de Trompenaars y Hampden-Turner distingue entre culturas universalistas y particularistas, afectivas o neutrales, individuales o colectivas (Trompenaars & Hampden-Turner, 1998). En Dubái predomina el particularismo y la neutralidad afectiva, lo que significa que las decisiones dependen de la relación personal más que de reglas universales (Hofstede Insights, 2021). Este enfoque resalta la importancia de la confianza, la prudencia y la construcción de vínculos duraderos. Comprender estas características facilita la adaptación empresarial y mejora el desempeño en negociaciones donde la sensibilidad cultural tiene un papel determinante.

8. Economía moral islámica y ética en los negocios

El islam considera que la economía debe orientarse al bienestar social y no solo a la acumulación de riqueza. La sharía prohíbe la especulación y fomenta el comercio justo, la caridad y la transparencia (Chapra, 2011). La ética islámica, basada en la justicia y la solidaridad, promueve relaciones laborales humanas y equitativas (Gassouma, 2023). Este modelo prioriza el equilibrio entre lo económico y lo moral, asegurando que las decisiones empresariales beneficien al conjunto de la sociedad. Su aplicación en Dubái fortalece la confianza y legitima el rol de las empresas dentro del tejido social.

9. Antecedentes académicos sobre cultura y negocios en Medio Oriente

Diversos estudios han abordado la influencia del islam en la gestión empresarial y en la negociación internacional. Autores como Hofstede, Hall y Trompenaars han aportado marcos teóricos que explican las diferencias culturales entre Oriente y Occidente (Hall, 1976). Sin embargo, aún existen vacíos en torno a investigaciones vivenciales y de observación directa (Adebayo & Hassan, 2013). Por ello, resulta necesario profundizar en experiencias reales que permitan contrastar estos modelos con la práctica cotidiana, especialmente en entornos tan dinámicos como Dubái. Este tipo de análisis contribuye a comprender mejor la diversidad cultural regional.

10. Casos de adaptación cultural empresarial en Dubái

Empresas internacionales que operan en Dubái, como Juan Valdez y Naffco, demuestran la importancia de la adaptación cultural. Juan Valdez ajustó su menú y atención al cliente respetando las costumbres islámicas (Global Village, 2024), mientras Naffco mantiene una cultura corporativa basada en la ética y la jerarquía moral (Hofstede Insights, 2021). Estos casos evidencian cómo la comprensión cultural permite mejorar la aceptación local y fortalecer las relaciones comerciales. Además, muestran que las compañías que adoptan prácticas alineadas con los valores islámicos logran integrarse con mayor facilidad en el entorno empresarial emiratí.

11. Lecciones del trabajo de campo y contraste con teorías

La experiencia en Dubái permitió confirmar la validez de los modelos teóricos de Hofstede, Hall y Trompenaars (Hofstede, 2001). Se observó que la religión y la cultura actúan como ejes que determinan la forma de negociar, liderar y comunicarse (Jackson, 2019). Asimismo, se identificó que las relaciones personales y la construcción de confianza tienen un peso significativo en el desarrollo empresarial. Estas vivencias aportaron evidencia directa que complementa las teorías analizadas y

permitieron comprender cómo se aplican en la práctica cotidiana dentro de un entorno multicultural y profundamente influenciado por el islam.

12. Síntesis conceptual y relevancia para la práctica profesional

En conclusión, la religión islámica y la cultura árabe no solo influyen en la economía de Dubái, sino que la estructuran. Su comprensión es fundamental para los profesionales en Negocios Internacionales (Adebayo & Hassan, 2013), ya que les permite desarrollar habilidades interculturales y éticas que mejoran la efectividad en entornos globalizados (Hofstede Insights, 2021). Además, facilita interpretar comportamientos, anticipar expectativas y adaptar estrategias de manera más acertada. En un mundo cada vez más interconectado, dominar estos conocimientos se convierte en una ventaja competitiva para quienes buscan desempeñarse en mercados culturalmente diversos.

Metodología

Enfoque de la investigación

Esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, orientado a comprender en profundidad cómo la religión islámica y la cultura influyen en la manera de hacer negocios internacionales en Dubái. Según Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista (2020), el enfoque cualitativo permite interpretar significados, percepciones y comportamientos sociales más que cuantificar variables. El propósito fue analizar las experiencias y prácticas culturales observadas durante el trabajo de campo, interpretando las dinámicas interculturales presentes en los Emiratos Árabes Unidos. Este tipo de investigación resulta apropiado cuando se busca entender fenómenos complejos dentro de su contexto natural y desde la perspectiva de quienes los viven.

Tipo y alcance del estudio

El estudio fue de tipo descriptivo-exploratorio, al abordar un fenómeno poco estudiado desde la experiencia directa: la influencia de la religión y la cultura en los negocios internacionales. Este nivel de alcance permitió identificar patrones culturales, actitudes empresariales y códigos de comportamiento asociados al islam en contextos comerciales. Como afirman Hernández-Sampieri et al. (2020), este tipo de estudios se orienta a comprender y describir la realidad observada sin establecer relaciones causales. En consecuencia, el propósito fue ofrecer una mirada interpretativa que aporte comprensión y contextualización a la práctica empresarial en Dubái.

Diseño metodológico

Se adoptó un diseño etnográfico-descriptivo fundamentado en la observación directa y el análisis reflexivo de las experiencias vividas en Dubái. Este diseño permitió captar las interacciones entre actores, espacios y prácticas culturales vinculadas a los negocios internacionales. La etnografía es pertinente cuando se pretende conocer fenómenos sociales dentro de su entorno natural y comprender la perspectiva de los participantes (Flick, 2022). En este estudio, la interacción con empresarios, guías y comerciantes locales fortaleció la comprensión del contexto cultural y económico, otorgando validez al análisis interpretativo y vivencial realizado.

Contexto del trabajo de campo

El trabajo de campo se efectuó durante una visita académica a Dubái y Abu Dabi, donde se exploraron espacios comerciales, religiosos y corporativos. Entre los lugares visitados destacan la Gran Mezquita Sheikh Zayed, el Global Village, el Museo del Futuro, la empresa Naffco, los mercados del oro y las especias, y la franquicia colombiana Juan Valdez. Cada uno ofreció perspectivas distintas sobre la interacción entre religión, cultura y actividad empresarial. Este contexto permitió contrastar lo aprendido teóricamente con la realidad observable, consolidando una comprensión holística de las dinámicas de negocios en los Emiratos Árabes Unidos.

Técnicas de recolección de información

Se utilizaron cuatro técnicas principales: observación no participante, entrevistas informales, diario de campo y revisión documental. La observación permitió registrar comportamientos, normas de etiqueta y protocolos religiosos en los distintos espacios. Las entrevistas informales, realizadas con empresarios, trabajadores y guías turísticos, aportaron percepciones sobre la vida comercial y religiosa. El diario de campo facilitó la reflexión sistemática de cada experiencia, mientras que la revisión documental permitió contrastar las vivencias con fuentes académicas y normativas, fortaleciendo la triangulación de información entre teoría y práctica (Ridder, 2014).

Procedimiento de recolección

El proceso metodológico se desarrolló en tres etapas. Primero, se planificaron los espacios de observación y se identificaron los actores clave para establecer contacto durante las visitas. Luego, se aplicaron las técnicas de observación y entrevista, registrando notas y evidencias fotográficas relevantes. Finalmente, se organizaron los datos en categorías temáticas relacionadas con religión, cultura y prácticas empresariales. Este procedimiento permitió una recolección coherente y estructurada, garantizando la integridad del registro empírico y su posterior análisis cualitativo, acorde con la lógica interpretativa del enfoque seleccionado.

Procesamiento y análisis de la información

El análisis de la información se realizó mediante dos estrategias complementarias: análisis de contenido y triangulación. El análisis de contenido facilitó la identificación de temas recurrentes en las observaciones y entrevistas, tales como el respeto, la jerarquía y la adaptación cultural. La triangulación permitió contrastar los datos empíricos con la teoría revisada y las fuentes documentales (Flick, 2022). Este enfoque fortaleció la validez de los hallazgos, permitiendo interpretar los significados socioculturales subyacentes y establecer relaciones entre la religión, la cultura y las prácticas empresariales en Dubái.

Criterios de validez y confiabilidad

Para asegurar la rigurosidad metodológica, se implementaron estrategias de verificación basadas en la coherencia entre fuentes, la revisión cruzada de notas y la reflexividad del investigador. La triangulación se utilizó como técnica principal para garantizar la consistencia interna del estudio (Ridder et al., 2014). Además, se mantuvo una postura crítica y autoconsciente durante todo el proceso, buscando reducir sesgos culturales y reforzar la credibilidad de las interpretaciones. Estas estrategias aportaron solidez analítica al estudio y permitieron fundamentar los resultados en evidencias verificables.

Consideraciones éticas

El estudio se condujo bajo principios de respeto y sensibilidad intercultural. Se solicitó consentimiento verbal antes de realizar entrevistas o registros fotográficos, preservando la confidencialidad de los participantes. Asimismo, se evitó emitir juicios de valor sobre prácticas religiosas o culturales, atendiendo a los principios éticos de investigación cualitativa descritos por Ridder et al. (2014). El respeto hacia las normas locales no solo garantizó la integridad del proceso, sino también el establecimiento de relaciones de confianza y apertura con los informantes en el contexto emiratí.

Limitaciones del estudio y proyección futura

Entre las principales limitaciones se destacan el tiempo reducido del trabajo de campo y las barreras idiomáticas. No obstante, la diversidad de escenarios visitados permitió obtener información suficiente para cumplir los objetivos propuestos. La experiencia demostró el valor de la inmersión cultural para comprender fenómenos complejos. Se recomienda que futuras investigaciones amplíen el análisis hacia otros emiratos o sectores productivos, fortaleciendo la comparación entre contextos y el desarrollo de estrategias de adaptación intercultural en los negocios internacionales.

Referencias Metodología

Flick, U. (2022). *An introduction to qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
Ridder, H. G. (2014). Book Review: *Qualitative data analysis. A methods sourcebook*.

Resultados

1. Panorama general de los hallazgos del trabajo de campo

Durante la experiencia académica en Dubái se identificó la estrecha relación entre religión, cultura y negocios. Las observaciones mostraron que la práctica empresarial se encuentra profundamente influenciada por los valores del islam, donde la honestidad, la justicia y la solidaridad guían las interacciones comerciales (Adebayo & Hassan, 2013). Asimismo, la convivencia de distintas nacionalidades en un entorno regulado por la sharía revela la capacidad del país para integrar diversidad y tradición (Gassouma, 2023). Estos hallazgos evidencian un modelo social cohesionado que combina modernidad, apertura económica y valores espirituales que orientan el comportamiento diario.

2. Global Village: comercio multicultural bajo normas islámicas

El Global Village representa un espacio donde convergen culturas y prácticas comerciales de todo el mundo, pero bajo las reglas del respeto y la moral islámica (Global Village, 2024). Las empresas extranjeras que participan deben ajustarse a normas de vestimenta y comportamiento, lo que refleja cómo la religión define las pautas sociales incluso en escenarios de ocio y consumo (Hofstede Insights, 2021). Además, el ambiente multicultural evidencia cómo Dubái integra diversidad sin renunciar a sus principios. Este lugar funciona como un laboratorio social donde se observan dinámicas comerciales influidas por valores éticos comunes.

3. La Palma Jumeirah: modernidad con raíces culturales

La construcción de La Palma Jumeirah simboliza el poder de Dubái para combinar la modernidad arquitectónica con la identidad cultural local (Jackson, 2019). En este entorno, la inversión extranjera se regula con criterios de respeto a los valores nacionales, lo que demuestra que el desarrollo urbano no implica la pérdida de los principios religiosos y morales del islam (Chapra, 2011). Su diseño innovador muestra cómo la tradición puede convivir con la tecnología, creando un espacio atractivo para residentes y turistas. Este equilibrio refuerza la visión de Dubái como ciudad global sin renunciar a sus raíces espirituales.

4. Museo del Futuro: innovación y simbolismo religioso

El Museo del Futuro no solo representa el avance tecnológico de Dubái, sino también su conexión con el pensamiento espiritual y filosófico árabe. Las inscripciones en caligrafía árabe y los temas de sostenibilidad reflejan la visión islámica del progreso, centrada en el equilibrio entre ciencia, ética y fe (Gassouma, 2023). De esta manera, la innovación se concibe como un medio para servir al bienestar social y no solo como un fin económico (Adebayo & Hassan, 2013). Su diseño futurista demuestra cómo la identidad cultural puede integrarse con proyectos altamente tecnológicos.

5. Juan Valdez Dubái: adaptación intercultural empresarial

La cadena colombiana Juan Valdez constituye un ejemplo de adaptación cultural efectiva. La empresa ajustó su menú, decoración y atención al cliente para alinearse con las normas del islam, respetando costumbres como la prohibición del alcohol o los horarios del Ramadán (Global Village, 2024). Este tipo de adaptación demuestra cómo la sensibilidad cultural fortalece la reputación y la aceptación de las marcas en el mercado árabe (Hofstede Insights, 2021). Además, evidencia la importancia de

comprender el entorno social para generar experiencias positivas que permitan construir relaciones comerciales duraderas y culturalmente coherentes.

6. Naffco: liderazgo y valores islámicos en la gestión empresarial

Naffco, empresa emiratí líder en equipos de seguridad, aplica principios éticos derivados del islam en su cultura organizacional, como la honestidad, la justicia y la cooperación (Adebayo & Hassan, 2013). Su modelo de liderazgo refleja los valores jerárquicos y comunitarios característicos de las dimensiones culturales de Hofstede en el mundo árabe (Hofstede Insights, 2021). Esta filosofía de trabajo fomenta el compromiso y la responsabilidad colectiva. Además, su énfasis en la integridad operativa ha consolidado una reputación sólida en el mercado, reforzando la relación entre ética religiosa y desempeño empresarial sostenible.

7. Mercados del Oro y de las Especies: negociación tradicional y confianza

En los mercados tradicionales de Dubái se observa una práctica de negociación basada en la cortesía y el respeto mutuo. El regateo, más que una transacción económica, constituye un proceso relacional que consolida la confianza entre vendedor y comprador (Hall, 1976). Esta característica confirma la importancia del contexto alto en las interacciones empresariales árabes (Trompenaars & Hampden-Turner, 1998). Además, estos espacios conservan tradiciones antiguas que reflejan la identidad cultural del país, permitiendo observar cómo la experiencia comercial sigue alineada con valores de reciprocidad, paciencia y vínculos interpersonales duraderos.

8. Gran Mezquita Sheikh Zayed: simbolismo religioso en la vida pública

La Mezquita Sheikh Zayed es un espacio donde la espiritualidad se entrelaza con la vida cotidiana. Las normas de vestimenta, silencio y conducta evidencian el profundo respeto hacia lo sagrado (Chapra, 2011). Estas mismas normas de respeto y disciplina se reflejan en el ámbito laboral y comercial, reforzando la conexión entre religión y ética profesional (Gassouma, 2023). Además, la arquitectura monumental y su apertura a visitantes de diversas culturas muestran la intención de transmitir valores universales de armonía y convivencia pacífica, fortaleciendo el papel del islam en la vida pública de Dubái.

9. Síntesis transversal de patrones culturales observados

Los hallazgos del trabajo de campo permiten identificar valores recurrentes en la cultura emiratí: el respeto a la jerarquía, la lealtad, la cooperación y el sentido comunitario (Hofstede Insights, 2021). Dichos valores permean las prácticas de negocios y promueven la estabilidad organizacional, en coherencia con los principios de la economía moral islámica (Adebayo & Hassan, 2013). También se observa una fuerte orientación hacia la hospitalidad y el mantenimiento de relaciones interpersonales armoniosas. Estos elementos ayudan a comprender cómo la cultura influye en la conducta empresarial y en la manera de construir alianzas estratégicas.

10. Comparación entre teoría y práctica observada

La observación empírica en Dubái confirma la aplicabilidad de las teorías de Hofstede, Hall y Trompenaars. Las empresas que reconocen la influencia de la religión y la cultura logran mayores niveles de integración en el mercado (Hall, 1976). En contraste, aquellas que ignoran estas dimensiones enfrentan barreras de comunicación y credibilidad (Trompenaars & Hampden-Turner, 1998). Los hallazgos permiten ver cómo los modelos teóricos se manifiestan en acciones concretas. Además, evidencian que la adaptación cultural no es opcional, sino un componente esencial para competir de manera efectiva en entornos globalizados.

11. Implicaciones para los negocios internacionales

Los resultados muestran que la sensibilidad cultural es un factor esencial para la efectividad negociadora y la sostenibilidad comercial (Jackson, 2019). Las compañías que adoptan prácticas inclusivas y respetuosas con la religión islámica fortalecen su reputación y establecen relaciones

duraderas con socios locales (Hofstede Insights, 2021). Este enfoque contribuye a minimizar tensiones culturales y mejorar la comunicación. Además, permite a las organizaciones desarrollar estrategias más coherentes con el entorno social, facilitando procesos de internacionalización exitosos y una mayor comprensión de los valores que guían las dinámicas comerciales en Dubái.

12. Síntesis interpretativa del trabajo de campo

En síntesis, los hallazgos confirman la coexistencia entre globalización, religión y cultura como pilares de la vida empresarial en Dubái (Gassouma, 2023). Comprender estas interacciones se convierte en una herramienta clave para la formación de profesionales en Negocios Internacionales (Adebayo & Hassan, 2013). Además, estos aprendizajes permiten analizar con mayor profundidad las dinámicas que configuran el ambiente corporativo emiratí. La experiencia de campo ofrece una perspectiva concreta que complementa la teoría y demuestra que la adaptación cultural es fundamental para establecer relaciones productivas y sostenibles en un entorno globalmente competitivo.

Discusión

1. Introducción a la discusión y propósito analítico

La discusión interpreta los resultados del trabajo de campo a la luz del marco teórico, evidenciando cómo la religión y la cultura influyen directamente en los comportamientos empresariales (Hofstede, 2001). Este análisis permite entender la interacción entre globalización, modernidad y valores religiosos en el entorno económico de Dubái (Gassouma, 2023). Además, ayuda a identificar patrones recurrentes y contrastarlos con las teorías estudiadas. De esta manera, la discusión no solo contextualiza los hallazgos, sino que también amplía su significado, mostrando cómo estos elementos se entrelazan para construir un modelo empresarial propio del contexto emiratí.

2. La religión islámica como eje organizador del entorno empresarial

Los principios de la sharía y la moral islámica regulan la práctica empresarial y las relaciones laborales en los Emiratos Árabes Unidos (Chapra, 2011). Este enfoque ético, basado en la justicia y el bienestar colectivo, contrasta con los modelos occidentales centrados en la ganancia individual (Adebayo & Hassan, 2013). Además, la religión funciona como guía para la toma de decisiones, la transparencia y el comportamiento profesional. Su influencia se refleja no solo en el ámbito legal, sino también en las interacciones cotidianas, donde se espera que las empresas actúen de manera responsable y alineada con los valores espirituales.

3. El papel de la cultura en la gestión y liderazgo

Los patrones jerárquicos y colectivos observados en las empresas de Dubái reflejan la influencia de las dimensiones culturales de Hofstede (Hofstede Insights, 2021). En este contexto, el liderazgo se caracteriza por la autoridad, la cooperación y el respeto a las estructuras jerárquicas (Jackson, 2019). Estas dinámicas generan organizaciones cohesionadas donde la obediencia y la lealtad son elementos clave. Asimismo, el énfasis en el colectivo fomenta la solidaridad entre los miembros de la empresa. Comprender estas características permite reconocer cómo la cultura determina los estilos de liderazgo y las expectativas dentro del entorno empresarial emiratí.

4. Comunicación y negociación en culturas de alto contexto

Según Edward Hall, las culturas árabes se definen por su alto contexto comunicativo, donde los gestos y las relaciones personales tienen más peso que las palabras (Hall, 1976). Este tipo de comunicación fomenta la confianza y la empatía, elementos esenciales para el éxito en las negociaciones internacionales (Trompenaars & Hampden-Turner, 1998). En Dubái, esta dinámica implica que las decisiones no dependen únicamente de contratos formales, sino de vínculos interpersonales. Por ello,

las empresas deben cultivar relaciones duraderas y mostrar sinceridad para ganar credibilidad, entendiendo que la comunicación va más allá de lo verbal.

5. Adaptación cultural de empresas extranjeras

Los casos de Juan Valdez y Naffco demostraron que la adaptación cultural es clave para la reputación y sostenibilidad de las empresas en Dubái (Global Village, 2024). Al integrar valores islámicos en su operación, las organizaciones logran aceptación local y fortalecen sus relaciones con los consumidores (Hofstede Insights, 2021). Este proceso incluye ajustes en menús, normas de servicio, diseño de espacios y comportamientos del personal. La adaptación no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también evidencia respeto hacia el país anfitrión, lo cual es esencial para consolidar alianzas comerciales estables y exitosas.

6. Desafíos de la globalización en contextos religiosos fuertes

Dubái enfrenta el desafío de equilibrar la modernidad económica con la preservación de su identidad religiosa. Este equilibrio es lo que ha permitido su estabilidad y atractivo como centro de negocios internacionales (Gassouma, 2023). Sin embargo, los cambios culturales derivados de la globalización exigen una adaptación constante (Jackson, 2019). Las autoridades y empresas deben mantener prácticas que reflejen los valores islámicos sin frenar el progreso económico. Este desafío implica gestionar tensiones entre tradición e innovación, garantizando que la apertura al mundo no debilite los principios espirituales que sustentan la cohesión social.

7. Aportes del trabajo de campo frente a la teoría existente

El trabajo de campo permitió validar que las teorías occidentales sobre cultura deben complementarse con la comprensión del islam como sistema de vida integral (Adebayo & Hassan, 2013). Los hallazgos refuerzan la importancia de la triangulación entre observación, teoría y experiencia vivencial (Hofstede Insights, 2021). Además, mostraron que los modelos globales requieren contextualización para aplicarse correctamente en Dubái. Esta combinación entre teoría y práctica permitió identificar matices que no siempre son evidentes en estudios puramente conceptuales, enriqueciendo la interpretación y ofreciendo una mirada más completa del entorno empresarial emiratí.

8. El valor de la economía moral islámica

La economía moral islámica prioriza la equidad, la caridad y la transparencia como ejes de desarrollo (Chapra, 2011). Estos valores pueden inspirar modelos empresariales más sostenibles y humanos, incluso fuera del mundo islámico (Gassouma, 2023). Su enfoque promueve el equilibrio entre bienestar individual y colectivo, favoreciendo prácticas responsables y socialmente conscientes. Adoptar principios de esta economía permitiría a las empresas fortalecer la confianza con sus comunidades, generando relaciones éticas y duraderas. Además, demuestra que es posible articular crecimiento económico con valores espirituales que orienten la conducta empresarial de manera positiva.

9. Limitaciones culturales para la participación extranjera

Las empresas extranjeras deben enfrentar barreras como el idioma, los protocolos sociales y las diferencias de género (Hall, 1976). Para superarlas, es necesario fortalecer la capacitación intercultural y la sensibilidad hacia las normas locales (Trompenaars & Hampden-Turner, 1998). Estos desafíos, aunque significativos, pueden convertirse en oportunidades de aprendizaje si las organizaciones desarrollan estrategias de adaptación adecuadas. Comprender las expectativas sociales permite evitar malentendidos y mejorar la relación con socios locales. Además, conocer estas limitaciones ayuda a diseñar políticas internas que faciliten la integración del personal internacional en el contexto emiratí.

10. Implicaciones para la formación en negocios internacionales

La educación empresarial debe incorporar estudios de caso sobre contextos religiosos y culturales como el de Dubái (Adebayo & Hassan, 2013). Formar negociadores con conciencia ética e intercultural es esencial para el éxito en entornos globalizados (Jackson, 2019). Este tipo de formación permite comprender la importancia de la religión en la toma de decisiones, así como las dinámicas culturales

que influyen en la comunicación y el liderazgo. Además, promueve habilidades de adaptación y análisis crítico que fortalecen el desempeño profesional. Preparar a los estudiantes en estas áreas mejora su capacidad para afrontar desafíos globales.

11. Proyección futura del modelo dubaití

Dubái podría convertirse en un referente de convivencia entre globalización e identidad religiosa si mantiene el equilibrio alcanzado hasta ahora (Hofstede Insights, 2021). Su modelo demuestra que el desarrollo económico no necesita oponerse a los valores culturales (Gassouma, 2023). Sin embargo, el crecimiento acelerado del país exige políticas que preserven la cohesión social y el respeto por las tradiciones. La capacidad de integrar diversidad, innovación y espiritualidad será clave para consolidar su liderazgo regional. Si continúa gestionando estos elementos con equilibrio, Dubái podrá proyectarse como un modelo sostenible para el futuro.

12. Cierre interpretativo de la discusión

En suma, comprender la interacción entre religión, cultura y negocios permite promover relaciones comerciales más sostenibles y éticas (Chapra, 2011). Este enfoque ofrece nuevas perspectivas para el estudio y la práctica de los negocios internacionales (Hofstede, 2001). Además, proporciona herramientas para analizar el comportamiento empresarial en contextos diversos, facilitando la toma de decisiones estratégicas. La integración de valores culturales en la gestión fortalece la confianza y mejora la comunicación. De esta manera, la discusión resalta la importancia de adoptar una visión intercultural que permita actuar de manera competente y respetuosa en escenarios globalizados.

Conclusiones

1. Síntesis general del estudio

El trabajo confirmó que la religión islámica y la cultura árabe determinan la forma en que se desarrollan los negocios en Dubái (Adebayo & Hassan, 2013). Esta influencia configura un modelo empresarial basado en la ética, la cooperación y la responsabilidad social (Gassouma, 2023). Asimismo, se observó que estos elementos estructuran la vida cotidiana, orientan la toma de decisiones y fortalecen la cohesión social en el entorno corporativo. La combinación entre tradición y modernidad demuestra que el éxito empresarial en Dubái depende tanto del conocimiento técnico como de la comprensión profunda del contexto cultural y espiritual.

2. Principales hallazgos empíricos

Las observaciones demostraron que los valores religiosos guían la conducta organizacional y las decisiones estratégicas (Chapra, 2011). Además, la integración cultural de empresas extranjeras favorece relaciones comerciales sostenibles (Hofstede Insights, 2021). Durante el trabajo de campo se evidenció que la ética islámica permea diversas prácticas, desde el liderazgo hasta el servicio al cliente. También se identificó que el respeto por las normas culturales incrementa la confianza y facilita la cooperación entre actores locales e internacionales. Estos hallazgos muestran la importancia de comprender el entorno sociocultural para operar con éxito en Dubái.

3. Confirmación teórica del fenómeno

Los resultados respaldan las teorías de Hofstede, Hall y Trompenaars sobre la influencia cultural en los negocios internacionales (Hall, 1976). La práctica empresarial en Dubái evidencia que estas teorías pueden adaptarse eficazmente a contextos islámicos (Trompenaars & Hampden-Turner, 1998). Además, los hallazgos demuestran que la cultura árabe incorpora elementos espirituales que fortalecen la cooperación y el sentido comunitario dentro de las organizaciones. Esta confirmación teórica permite ampliar la comprensión sobre cómo los modelos globales deben ajustarse a realidades específicas. Así, se valida la relevancia de integrar factores culturales en el análisis empresarial.

4. Implicaciones para las empresas extranjeras

La adaptación cultural y el respeto por la religión local son requisitos esenciales para el éxito comercial (Jackson, 2019). Las compañías deben integrar la ética islámica en sus estrategias corporativas para fortalecer su presencia en el mercado árabe (Adebayo & Hassan, 2013). Esto implica ajustar políticas internas, capacitar al personal y comprender las dinámicas socioculturales que influyen en el comportamiento del consumidor. La sensibilidad hacia estos elementos mejora la reputación corporativa y facilita la construcción de relaciones comerciales sólidas. Además, permite evitar malentendidos y promover entornos colaborativos que favorezcan la permanencia en Dubái.

5. Aportes académicos y formativos

El estudio contribuye a la comprensión práctica de los negocios interculturales y promueve el desarrollo de competencias profesionales basadas en la empatía y el respeto (Hofstede, 2001). Asimismo, ofrece un enfoque pedagógico aplicable a la formación universitaria en Negocios Internacionales (Gassouma, 2023). La experiencia de campo permitió a los estudiantes relacionar teoría y práctica, fortaleciendo su capacidad de análisis cultural. Este aprendizaje resulta valioso para enfrentar retos en entornos globalizados, donde la interacción entre diferentes culturas exige habilidades comunicativas, sensibilidad ética y una perspectiva amplia sobre las dinámicas empresariales contemporáneas.

6. Limitaciones y aprendizajes del proceso investigativo

Entre las principales limitaciones se destacan las barreras idiomáticas y el acceso restringido a información empresarial local (Global Village, 2024). Sin embargo, la experiencia directa permitió fortalecer habilidades de observación, análisis y adaptación cultural (Hofstede Insights, 2021). También contribuyó a comprender cómo se aplican en la práctica los conceptos teóricos estudiados. A pesar de las dificultades, el trabajo de campo brindó una visión profunda del entorno emiratí y permitió identificar patrones culturales relevantes. Estos aprendizajes enriquecen la formación investigativa y resaltan la importancia de la experiencia presencial en estudios internacionales.

7. Proyección y futuras líneas de investigación

Futuras investigaciones podrían extender el análisis a otros emiratos o comparar la influencia cultural en sectores como el turismo, la educación o la energía (Adebayo & Hassan, 2013). También se sugiere evaluar el impacto del islam en la sostenibilidad empresarial (Gassouma, 2023). Además, sería útil estudiar cómo las empresas locales gestionan la diversidad laboral en un contexto multicultural. Estas líneas permitirían ampliar la comprensión del modelo dubaití y generar aportes académicos que fortalezcan el análisis cultural, económico y social dentro del campo de los negocios internacionales en Medio Oriente.

8. Reflexión final

En definitiva, religión y cultura son ejes inseparables del éxito empresarial en Dubái (Chapra, 2011). Su comprensión permite construir relaciones internacionales basadas en el respeto, la empatía y la cooperación mutua (Jackson, 2019). Asimismo, estos elementos ofrecen una guía para interpretar la conducta organizacional y comprender cómo se toman decisiones en el entorno emiratí. La articulación entre valores espirituales y modernidad económica demuestra que es posible desarrollar modelos empresariales equilibrados. Esta reflexión final invita a reconocer la importancia de la interculturalidad como herramienta clave para el ejercicio profesional global.

Licencia de uso

Este documento es un preprint de libre acceso distribuido bajo los términos de la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Esto autoriza a cualquier persona a copiar,

distribuir, exhibir y adaptar el contenido para cualquier propósito, incluso comercial, siempre que se otorgue el crédito apropiado al(los) autor(es) original(es). Este preprint no ha sido sometido a revisión por pares y podría estar sujeto a modificaciones en futuras versiones o publicaciones formales.

Referencias.

- Adebayo, I., & Hassan, M. K. (2013). *Ethical principles of Islamic financial institutions*. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6(2), 100–117. <https://doi.org/10.1108/17538391311329835>
- Al Mehairi, A. (2020). *Modern economic growth in Dubai: Cultural and religious influences*. *Middle East Journal of Business*, 15(3), 22–29. <https://doi.org/10.5742/MEJB.2020.93763>
- Ali, A. J. (2005). *Islamic perspectives on management and organization*. Edward Elgar Publishing.
- Alotaibi, K. O., Helliari, C., & Tantisantiwong, N. (2022). *Competing logics in the Islamic funds industry: A market logic versus a religious logic*. *Journal of Business Ethics*, 175, 207–230. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04653-8>
- Alserhan, B. A. (2011). *The principles of Islamic marketing*. Gower Publishing.
- Beekun, R. I. (2005). *Balancing ethical responsibility among multiple organizational stakeholders: The Islamic perspective*. *Journal of Business Ethics*, 60(1), 131–145. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-8204-5>
- Brammer, S., Williams, G., & Zinkin, J. (2007). *Religion and attitudes to corporate social responsibility in a large cross-country sample*. *Journal of Business Ethics*, 71(3), 229–243. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9136-z>
- Chapra, M. U. (2011). *The Islamic vision of development in the light of Maqasid al-Shariah*. Islamic Research and Training Institute.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781506335193>
- Dubai Chamber of Commerce. (2022). *Business environment overview*. <https://www.dubaichamber.com>
- Elbadawi, I. A., & Soto, R. (2012). *Sources of economic growth and development strategy in Dubai*. In A. T. A. Sadik & I. A. Elbadawi (Eds.), *The global economic crisis and consequences for development strategy in Dubai* (pp. 115–138). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137001115_6
- Flick, U. (2014). *An introduction to qualitative research* (5th ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781529716641>
- Gassouma, M. S. (2023). *The impact of the Islamic system on economic and social development*. *Religions*, 14(1), 45. <https://doi.org/10.3390/rel14010045>
- Global Village Dubai. (2024). *Official website*. <https://www.globalvillage.ae>

Dubái: Negociaciones y cultura Islámica

Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor Books.

Hassan, R., & Lewis, P. (2007). *Islam and business ethics*. Routledge.

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage Publications.

Hofstede Insights. (2021). *Country comparison: United Arab Emirates*. <https://www.hofstede-insights.com>

Jackson, T. (2019). *The management of people across cultures*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108586937>

Kamla, R., & Alsoufi, M. (2015). *Critical perspectives on accounting and Islamic ethics*. *Critical Perspectives on Accounting*, 31, 64–76. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2015.04.002>

Khakhar, P., & Alnajadah, A. (2024). *International business negotiations in the Middle East*. In *Routledge handbook on business and management in the Middle East* (pp. 221–236). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003044604-14>

Mishrif, A., & Kapetanović, H. (2018). *Dubai's model of economic diversification*. In *Economic diversification in the Gulf region* (Vol. II, pp. 69–93). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-5786-1_5

Naffco. (2023). *About us*. <https://www.naffco.com>

Portes, A. (2020). *A tale of three cities: The rise of Dubai, Singapore, and Miami compared*. *Sustainability*, 12(20), 8566. <https://doi.org/10.3390/su12208566>

Rice, G. (1999). *Islamic ethics and the implications for business*. *Journal of Business Ethics*, 18(4), 345–358. <https://doi.org/10.1023/A:1005711414306>

Sulaiman, M., & Zakaria, N. (2015). *Corporate social responsibility from the perspective of Islamic business ethics*. *Asian Journal of Business Ethics*, 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.1007/s13520-015-0045-1>

Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (1997). *Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business*. Nicholas Brealey Publishing.

World Economic Forum. (2024). *UAE future of trade report*. <https://www.weforum.org>