SUMA NEG. 2014; 5 (12): 143-147

SUMA DE NEGOCIOS

www.elsevier.es/sumanegocios

Artículo de reflexión

Elementos culturales en los procesos de negociación internacional. Caso China

*Ofelia Patricia Castro Castell**

Universidad de La Salle, Colombia

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:
Recibido el 15 de octubre de 2014
Aceptado el 15 de noviembre de 2014

Palabras clave:
Cultura
Negociación
China

R E S U M E N

El estudio propone un esquema analítico que integra los factores culturales que condicionan los procesos de negociación internacional, enfocándolo en el caso China. En este sentido, el estudio pretende explorar desde el sentido cultural los aspectos que afectan a los resultados de la negociación, proponiendo un conjunto de variables de análisis fundamentales para una mejor comprensión de los efectos y los alcances de esta práctica. Para ello, se busca identificar en la literatura académica los principales factores que conforman la cultura china y permean los procesos de negociación, enriqueciendo los hallazgos con la experiencia profesional de la autora.
© 2014, Konrad Lorenz University Foundation. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons CC BY-NC ND Licence (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/).

Cultural elements in international negociation processes. The case of China

Keywords:
Culture
Negotiation
China

A B S T R A C T

This study proposes an analytical map that integrates the cultural factors that may affect the negotiation process, focusing, in this case, on China. The study attempts to explore the cultural aspects that affect the results of negotiations. To do this, a search was made in the academic literature to identify the main common factors that make up Chinese culture. It will be shown how these aspects permeate into the negotiation process, with the findings being complemented with the professional experience of the author.
© 2014, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/).

*Autor para correspondencia.
Correo electrónico: ofcastro@unisalle.edu.co (O.P. Castro Castell).

2215-910X Copyright © 2014, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/).
http://dx.doi.org/10.1016/j.neucir.2013.12.001

Las empresas, hoy por hoy, están cambiando su enfoque hacia el establecimiento de relaciones comerciales a largo plazo tanto con clientes como con proveedores. La negociación es una parte fundamental en el desarrollo de esta relación, y es necesario reconocer que la estrategia o estilo del negociador está influido por la cultura y la capacidad de adaptarse a las diferencias culturales en diversos mercados.

Los negociadores proceden de orígenes variados y tienen diferentes estilos de negociación; este estudio trata de identificar las implicaciones de la cultura para las negociaciones comerciales internacionales con China, además de identificar áreas para la futura investigación académica.

Este artículo propone una revisión bibliográfica y una presentación de conclusiones desde la experiencia profesional del autor como negociador internacional, explorando el impacto de la cultura en la negociación con China.

La negociación

La especie humana se caracteriza por los conflictos de intereses, y tal vez por esto la negociación existe desde que el hombre requirió sobrevivir; pero en las últimas décadas ha adquirido un mayor reconocimiento, las empresas negocian en mercados globales y, por lo tanto, las diferencias culturales han comenzado a ser parte del proceso.

Fisher y Uri (1983) definen la negociación como un método por el cual se obtiene lo que se quiere de otros. La comunicación está enfocada hacia el logro de un acuerdo cuando las partes tienen intereses que comparten y otros que se oponen.

Tanto la inversión extranjera como el comercio internacional ocupan en la actualidad un puesto destacado en las economías de los países, y como consecuencia se crea una interdependencia de las economías y se fortalece la globalización.

A pesar de lo expuesto, muchos empresarios encuentran obstáculos en la concertación de las relaciones comerciales debido a las diferencias culturales, lo que le impide hacer negocios eficientes. Las diferencias en los estilos de negociación se originan en el hecho de que cada sociedad da diferentes grados de importancia al desarrollo de relaciones, las estrategias de negociación, los métodos de toma de decisiones, las orientaciones espaciales y temporales, la contratación y las prácticas y conductas ilícitas como el soborno (Acuff, 1997). En las negociaciones internacionales, la preparación cultural para entender las diferencias y el contexto de la negociación es central para el éxito del proceso. Según Chang (2003), para llevar a cabo negociaciones comerciales exitosas en un contexto intercultural, es importante que cada parte comprenda lo que la otra parte quiere dentro y fuera de la negociación.

La cultura

Diversos autores han definido qué es cultura. Según Schein (1997) y Chen y Staroata (1998), es un patrón de supuestos básicos y compartidos en una sociedad de acuerdo con las características nacionales, organizacionales, regionales, éticas, religiosas, lingüísticas y sociales. Es decir, son manifestaciones de los sistemas de valores de los pueblos. Hofstede (1980) plantea que la cultura es la programación colectiva de la mente, que distingue a los miembros de un grupo humano de los de otro; este grupo tiene diferentes formas de observar la vida y los negocios, diferentes formas de actuar, pensar y sentir.

Además la literatura afirma que la cultura cumple un rol principal en los negocios internacionales; los estudios transculturales sobre las negociaciones reflejan la importancia del lenguaje, patrones de pensamiento, sentimiento, y los modelos de comportamiento en los estilos de negociación (Casse, 1981).

Barbash y Taylor (1997) indicaron que la cultura incluye la religión, el sexo, el idioma, la clase, la etnia y la orientación sexual. Desde las subculturas, culturas y superculturas, se fusionan y evolucionan, transformando el concepto de cultura, haciéndolo menos limitado y más variado.

La cultura en el proceso de negociación

Las decisiones que toman los negociadores pueden estar concertadas desde sus valores culturales, por lo que las diferencias culturales son clave en el proceso negociador: si no se manejan bien, podrían generar obstáculos. Desde un punto de vista holístico, las negociaciones siempre deberán prever resultados de cooperación entre las partes, entendiendo el razonamiento de cada uno y decidiendo entre la conveniencia de persuadir al otro o aceptar su condición en virtud de la comprensión cultural.

El negociador establece estrategias que desarrollar en el proceso y estas tendrán bases culturales. En muchas culturas se determinan aspectos clave en el proceso de negociación, la interacción social; es decir, el comportamiento cultural de los negociadores será decisivo en los resultados del proceso. Las personas de diferentes culturas tendrán formas de confrontación y debate diferentes, y también variará el uso del lenguaje de negocios no solo en términos de idioma, sino de expresión, comunicación y lenguaje corporal.

Tang y Lv (2009) señalan que la esencia de la negociación es la presentación de la relación humana, por lo que hábitos, lenguaje y psicología tienen que basarse en la cultura específica de cada negociador.

Existen diversos aspectos culturales que son determinantes en una negociación y cuya apreciación varía según la cultura, como la jerarquía, el individualismo o colectivismo, el rol de la mujer, las relaciones interpersonales, etc. Bangert y Kahkashan (1992) plantean que, si las posiciones de la cultura son conocidas, cada parte puede anticipar con gran exactitud las preocupaciones e intereses de la otra parte, y además pueden revisar sus decisiones según aspectos interculturales.

Caso China

En la actualidad, la economía china tiene cada vez mayor influencia en el mundo y los intercambios económicos; a

Download English Version:

https://daneshyari.com/en/article/1025310

Download Persian Version:

https://daneshyari.com/article/1025310

Daneshyari.com