

Encuentro de culturas: cómo evitar conflictos

⇒ Rosa Chávez

Las diferencias culturales determinan en muchos casos las posibilidades de entendimiento entre personas de diferentes nacionalidades. Se dice que el alemán es puntual y honesto, pero también seco, "cuadrado" o, en algunos casos, demasiado pegado a la regla. En cambio, el latinoamericano es visto por los alemanes como alegre, flexible y comunicativo, pero también impuntual, poco confiable y no siempre cumplidor de lo que promete. ¿Qué de cierto hay en todos estos estereotipos y cuánto se podría lograr en pro de un mejor entendimiento y afianzamiento de las relaciones, si existiera un mayor conocimiento de la mentalidad de cada cultura? Para tener un mayor acercamiento a este tema conversamos con Petra Sorge, consultora y propietaria de CLIC Consulting, firma que organiza jornadas de entrenamiento en asuntos interculturales para empresarios y organizaciones, y ofrece preparación en las áreas de trabajo en equipo, desarrollo organizacional y coaching de líderes.

RCH: Sra. Sorge, usted trabaja desde hace muchos años con empresarios alemanes que tienen o buscan relaciones comerciales con Latinoamérica. ¿Desde su punto de vista cuál es, en general, la visión que tiene un ciudadano alemán del empresario latinoamericano?

PS: Antes de todo deseo indicar que cualquier persona, aún antes de pensar en relaciones comerciales, tiene una imagen de la otra persona en la cabeza. Todos tenemos esa imagen, que no está necesariamente dominada por datos o informaciones reales.

La imagen de la persona de negocios latinoamericana no es muy marcada. Ante todo, los alemanes asocian Latinoamérica con diversión y alegría de vivir. Conocen

destinos de viaje que están relacionados con las culturas (Maya, Azteca e Inca) o con las playas. Actualmente, la salsa es muy popular y los alemanes la consideran un ritmo típico latinoamericano, sólo en el caso del tango saben que es de Argentina. Cuando se trata de negocios, nosotros pensamos en la palabra "mañana", es decir en cosas que se atrasan o que caminan muy despacio, y en compromisos que no son muy confiables. Sobre la mentalidad que tienen los latinoamericanos respecto a los negocios, se cree saber que habrá necesidad de negociar mucho.



A la hora de hacer negocios es importante...

RCH: ¿Cuáles son las características más importantes del empresario alemán?

PS: El empresario alemán considera muy importantes los hechos, los datos estadísticos y las presentaciones escritas. Estas deben ser correctas y verdaderas, ya que no hay peor cosa para el alemán que tener la impresión de que su contraparte es alguien poco confiable. A la par con la confiabilidad está la seguridad. Los alemanes desean poder confiar en la palabra y en las afirmaciones de la contraparte.

RCH: ¿Pueden ser estas características fuentes de conflicto en su relación con empresarios latinoamericanos?

PS: A los alemanes les gusta ir directamente al grano. Consideran superficiales las conversaciones de relleno previas. Naturalmente, para muchos latinoamericanos esta apreciación es una ofensa, por lo que es im-

portante tratar primero de conocer y valorar las actitudes o las formas, antes de empezar a conversar sobre negocios. La forma directa de los alemanes es vista como pesada y poco amable. También la necesidad del alemán de conocer los asuntos en forma clara y en detalle puede ser causa de conflictos interculturales. Por otro lado, las promesas que se hacen con gran entusiasmo pero que al final no son cumplidas tal y como fueron hechas son fuente de gran desilusión para el empresario alemán.

RCH: ¿Qué es lo que el empresario alemán espera de una negociación comercial con un latinoamericano?

PS: El empresario alemán espera encontrar una contraparte latinoamericana

bien preparada para el encuentro o la negociación. Las presentaciones de empresas o productos deben hacerse siempre en un buen alemán o inglés. Las informaciones impresas y bien detalladas, como listas de precios, por ejemplo, deben ser entregadas en el momento de la entrevista. Naturalmente, aquí hay que

considerar el cambio de moneda al Euro.

RCH: ¿Cuáles son los aspectos positivos que pueden ser potenciales armas de negociación?

PS: ¡Aprovechar sus propias fortalezas! La amabilidad y la alegría son características que los alemanes aprecian de los latinoamericanos, especialmente en el momento correcto, es decir, "primero el trabajo y luego la diversión". Asimismo, su gran capacidad de comunicación no verbal y su flexibilidad para reaccionar frente a diversas situaciones, los pone en una mejor posición de negociación. Y en caso que la contraparte alemana sea "demasiado directa", aplicar un poco de humor en vez de ofenderse puede resultar muy provechoso.



... considerar que cada país tiene sus costumbres.