



# Catálogo de las Buenas Prácticas



## ***International Business Culture, una aproximación a los diversos escenarios internacionales para desarrollar una actitud empresarial correcta, adecuada y eficaz***

Martha Rosalía Sierra Bulnes

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

[marthasensei@yahoo.com.mx](mailto:marthasensei@yahoo.com.mx)

### **Resumen**

En esta propuesta el trabajo cooperativo entre los alumnos da mejores resultados. El alumno investiga los aspectos sobresalientes acerca del país, para desarrollar con creatividad e iniciativa una presentación de negocios. Asimismo, establece las características del país, gastronomía, etiqueta, vestimenta, lenguaje corporal, juntas de negocios, tarjetas de presentación, etc. Se desarrollan habilidades comunicativas, a la vez se comparan y hacen análisis de las diferencias culturales al realizar negocios internacionales. La retroalimentación por parte del profesor es fundamental, compartiendo opiniones y experiencias.

**Palabras clave:** Negocios, internacionales, cultura, diferencias.

### **Abstract**

In this research, the cooperative work among students provides better results. The student searches the outstanding aspects about countries, in order to develop -with creativity and initiative- a business presentation. Likewise, it is mentioned the characteristics of the country, gastronomy, etiquette, clothing, body language, business meetings, business cards, etc. Communication skills are developed, comparing and analyzing cultural differences on international business practices. The feedback from the teacher is required, sharing opinions and experiences.

**Key words:** International, business, culture, differences.

### **Características generales de la buena práctica**

Está diseñada para un tipo de curso curricular de modalidad presencial, el objetivo que persigue es propósitos específicos y el nivel de dominio de la lengua requerido al inicio del curso es A2 de acuerdo con el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

## Contexto

1. **Nombre del curso:** Business Culture
2. **Tipo de curso:** curricular
3. **Modalidad del curso:** presencial
4. **Objetivo persigue el curso:** propósitos específicos
5. **Duración en horas:** 40-60 hrs.
6. **Distribución del tiempo:** 4 horas a la semana, 20 horas al mes 50 minutos por clase en lo cual los alumnos desarrollan habilidades comunicativas e interactúan, comparan y hacen un análisis de las diferencias culturales al realizar negocios en el mundo globalizado hoy en día.
7. **Nivel de dominio de la lengua al inicio del curso:** A2 del MCER

## Contexto de la práctica

**Número promedio de alumnos:** 21-30.

**Habilidad(es) comunicativa(s), académicas o digitales a las que responde su BP:** Competencia cultural, lectura, expresión oral, interacción oral, escritura.

**Necesidades, dificultades y/o particularidades académicas que lo llevaron a decidir que era conveniente implementar la intervención didáctica:** Debido a que el tema es muy extenso y es un grupo grande de estudiantes, ellos se sienten más motivados al trabajar en equipo. Utilizando las tecnologías de la información crean una nube y comparten las presentaciones antes de hacer su exposición en equipo, al igual que presentan de manera escrita un folleto resumido de los puntos más sobresalientes y que les servirá al resto del grupo como manual guía para la evaluación final de la asignatura. De esta manera, los grupos de trabajo interactúan con más énfasis y empeño, haciendo sus presentaciones concisas y con mayor calidad. La primera necesidad que se detectó en esta asignatura es el comportamiento de los alumnos, pues tienen mejores resultados cuando trabajan en equipo, ya que se apoyan unos con otros, y sienten menos presión al hacer una presentación por equipos, que hacerlo de manera individual.

Posteriormente en la práctica e interacción al hacer las presentaciones frente a los compañeros, les permite a los alumnos demostrar sus capacidades creativas, después de la investigación realizada por cada uno de los equipos.

De esta manera, la retroalimentación por parte del profesor y de los mismos compañeros, es más evidente, y al final se puede compartir opiniones y experiencias.

Con esta práctica, le queda al alumno un incentivo constante de superación que le inspira a seguir estudiando inglés en la variante de negocios, como una herramienta indispensable y las oportunidades en diversos niveles que se pueden acceder si se tiene el conocimiento de la cultura de negocios de la región o país en cuestión y el protocolo correspondiente, que ayudarán de manera favorable para el resultado de las negociaciones.

Otro elemento a destacar, es la necesidad de compartir y acceder a la información de los equipos de trabajo y sus presentaciones, así como la síntesis de lo expuesto por cada uno de ellos, de manera breve y resaltando los aspectos más sobresalientes de cada área geográfica.

**Factores afectivos que incidieron en el diseño/implementación de la BP:** actitudes, creencias, estilos de aprendizaje y motivación.

**Objetivos:** Lograr que el alumno sea capaz de investigar a detalle y discernir los aspectos más sobresalientes acerca del país que se le asigna al principio del curso, para desarrollar con creatividad e iniciativa una presentación de negocios. Asimismo, podrá establecer las características más sobresalientes del país en cuestión tales como: gastronomía, etiqueta, temas a evitar, temas que van acorde con la cultura de negocios del país en específico, vestimenta, lenguaje corporal, juntas de negocios, tarjetas de presentación, etc.

### **Descripción de la BP**

#### **Procedimiento**

**El nivel idóneo:** solicitado es A2 en adelante

**Recursos o materiales:** presentaciones en *prezi*, *power point*, videos, *iMovies*

**Número de participantes:** 5 por equipo

**Tiempo requerido:** 50 minutos

El alumno investiga en equipo acerca del país en cuestión del que va a hablar sobre la cultura de negocios, determina la información más destacada y de impacto que tendrá que mencionar. En equipos de trabajo, hace la exposición del país correspondiente, en donde incluye la representación de la cultura de negocios a través de los adornos, vestimenta, gastronomía, bebidas tradicionales, ejemplos de regalos, etc., para que se pueda gustar la actividad de negocios en ese determinado país.

Con ejemplos tangibles, se caracteriza con vestuarios acordes a la temática del país emblemático y de manera práctica y corporal se muestran ejemplos de los temas a tratar y los que hay que evitar, las normas de etiquetas de negocios, lo que se debe tener contemplado a la hora de negociar con un determinado país, ya que el impacto visual que se genera en ellos es más contundente.

Cada presentación por equipo deberá ser enviada a la plataforma o nube antes de la clase de exposición, para corregir cualquier error ortográfico o de sintaxis que pudiera existir en el mismo, y para que los alumnos tengan la oportunidad de leer sobre el contenido de la presentación antes día del evento. El equipo expositor deberá presentar a cada compañero una copia de un tríptico o mapa mental con los conceptos y puntos a tratar más sobresalientes del tema. Con esto, el resto del grupo podrá disfrutar de la exposición y poner toda su atención y no estará con el pendiente de tomar apuntes o notas, pues ya toda esa información la cuenta a su disponibilidad.

Evaluación: Se basará en la capacidad de concretizar y especificar lo más claramente posible los aspectos fundamentales para una buena práctica de negocios con otras culturas y en otros escenarios geográficos, enfatizando los puntos establecidos desde el inicio del curso. De igual manera será fundamental el desempeño del equipo participante, destacando su creatividad, el material empleado, la vestimenta, la actividad de cierre por parte del equipo, así como los incentivos que darán a sus compañeros que sean los ganadores de la actividad de retroalimentación y que cada equipo deberá desarrollar al término de su exposición. Además se contará con la evidencia digital suficiente de los resultados de estos trabajos, disponibles en pdf para su cotejo y consulta.

### **Efectos en los estudiantes**

Con este tipo de interacción y libertad para darle rienda suelta a la creatividad y al trabajo colaborativo, incentiva a los alumnos de manera muy positiva, pues los alumnos se identifican con su país favorito, y con el estilo de trabajo y modo de hacer negocios.

Se fomenta la lectura y la investigación, paralelamente que se esfuerzan en leer en otra lengua diferente al español, adquieren conocimientos nuevos de cómo es la vida de negocios en otras áreas del mundo.

### **Fundamentos teóricos y metodológicos**

Se parte de los fundamentos teóricos de la cultura empresarial de cada país, en los cuales el alumno hace uso de las herramientas de la metodología de la investigación, así como los principios de investigación según APA. Cox y Hopkins (2006) mencionan que la cultura organizacional es un concepto popular y complejo y, ha sido un factor que influye directamente en el éxito o en el fracaso de las empresas y los cambios organizaciones globales.

Desde la perspectiva de Worthington y Britton (2014) el papel de la cultura en cualquier país u organización empresarial es fundamental, ya que con una buena interpretación y conocimiento del mismo, se puede lograr el éxito en ámbitos de la organización o país a la hora de hacer las negociaciones y que permiten determinar de igual manera los objetivos, estrategias y modelos de operatividad. Schein (2010) afirma que el crearle valor a la cultura de negocios internacionales, es vital en el éxito al largo plazo de los negocios.

De acuerdo con Gray D., Hall, Jones, Raffo, y Chambers (2007) el conocer de manera general los aspectos fundamentales de la cultura de negocios de los países líderes nos permite distinguir uno de otro, implementar un análisis y sentido de identidad que sirve como un mecanismo de control y de mejor aproximación hacia diversos escenarios de negocios globales.

### **Fundamentos Metodológicos**

Desde el marco del Espacio Europeo de Educación Superior se promueve una adaptación del proceso de enseñanza-aprendizaje por medio de la renovación pedagógica, introduciendo en el aula un mayor número de metodologías activas o participativas con el fin de dotar al alumnado de una mayor autonomía en dicho proceso. Para ello se debe tener en cuenta la incorporación de las competencias básicas dentro de los currículos universitarios, en especial la de “trabajo en equipo”.

Mediante las técnicas de grupo el alumno podrá adquirir destrezas interpersonales y cognitivas así como habilidades que le capaciten para enfrentarse a distintas situaciones grupales a lo largo de su trayectoria académica y profesional. Estas técnicas son necesarias no sólo como estrategia metodológica dentro del aula, sino como instrumento de reflexión en el alumnado para la valoración de su comportamiento grupal, con el fin de modificar las estrategias de conducta que hacen que las relaciones con los demás influyan en su proceso formativo. De ahí la importancia de esta competencia al sensibilizar al alumnado de forma positiva para el trabajo colectivo, así mismo utilizando el método de investigación-acción en un aula universitaria durante un semestre y haciendo una intervención sistemática con distintas técnicas de grupo.

El alumno desarrolla una formación continua e integral cuando el profesor universitario fomenta el aprendizaje creativo y autónomo, haciendo que el alumno piense por sí mismo, de acuerdo con Gijón y Crisol (2012). La forma metodológica es de carácter cualitativo por parte de los estudiantes, ya que se apoya en describir de forma minuciosa eventos, hechos, comportamientos, interacciones que se observan dentro de un estudio haciendo referencia a las cualidades, como lo señala Sampieri (2006).

### **Materiales y recursos**

Equipo: proyector (cañón), computadora por equipo de trabajo.

Presentaciones de diapositivas en *power point*, *prezi*, *mind Meinster* (mapas mentales en línea), propia creación de videos cortos en *iMovie*, hojas sueltas, tabloides para hacer la invitación a la exposición, trípticos tamaño carta, vestimenta y adornos acorde al país, platillos y bebidas tradicionales del país.

Aulas climatizadas con todos los accesorios necesarios para la proyección del mismo, con bocinas.

Creación de una cuenta por parte del jefe de grupo establecido por los propios alumnos para compartir archivos con una nube (*One drive* u otro).

### **Características de su BP**

Sostenible: El método de compartir los trabajos y presentaciones de cada equipo en la nube o plataforma, se realiza a partir del primer mes de clases, pues ahí se puede evidenciar los progresos, las tareas, los ensayos, las dudas y las contribuciones que los alumnos pueden aportar a la clase.

Se hace de manera exponencial, al empezar las exposiciones en el tercer parcial con respecto al ambiente y cultura de negocios internacional, donde cada equipo crea una carpeta con el título del país o la región, y en la que añade videos, y la presentación, así como el resumen ejecutivo, para la mayor comprensión del mismo. Como parte de los trabajos al final del ciclo escolar, los alumnos deberán entregar de igual manera un portafolio de evidencias de cada una de las exposiciones en las que muestren sus resúmenes o ensayos, y además de actividades que durante el semestre se realizaron de manera individual y por equipos.

Replicable: Con un enfoque comunicativo, y de participación interactiva, se maneja esta asignatura durante el semestre en cuestión, se fomenta el diálogo y la participación de una manera más amena y entusiasta.

Efectiva: Se considera efectiva, porque se incentiva al alumno en el desempeño de sus capacidades de manera individual y colectiva, el trabajo en equipo es fundamental, por lo que el alumno se siente apoyado y no solitario.

Se estimula la investigación en temas y regiones de la actualidad que como país México tiene relaciones comerciales fundamentales y, para el alumno será esencial estar enterados y tener conocimientos básicos de cómo sobrellevar los negocios de manera internacional con un enfoque cultural de la mano. Incluso se valora y se exaltan las características sui géneris de los mexicanos en el nivel empresarial y con cuáles naciones se tienen más similitudes. Hay alumnos que a raíz de esta asignatura, les surge el interés de hacer estudios e investigaciones en otros países.

Reflexiva: El aprendizaje como docente durante la implementación, dio un resultado reflexivo de manera positiva y refrescante, ya que los alumnos con pocos recursos económicos son muy creativos, y se esfuerzan

al máximo por sacar una buena calificación y hacer su mejor esfuerzo. Como los alumnos escenifican el ambiente de negocios en otros países trae como consecuencia una gran motivación a seguir aprendiendo no solo inglés sino otros idiomas.

### **Referencias**

Cox, G., y Hopkins, W. (2006). *Learning consortium*. Unión Europea: Programme Focus on Influence.  
Recuperado de [www.learningconsortium.eu](http://www.learningconsortium.eu)

Gijón, J., y Crisol, E. (2012). La internacionalización de la Educación Superior. El caso del Espacio Europeo de Educación Superior. *Revista de Docencia Universitaria*, (10) 1, 389-414.

Gray D., Hall, D., Jones, R., Raffo, C., y Chambers, I. (4ta. Ed.). (2007). *Business Studies*. UK: Person Education Handy, C. Understanding Organizations. USA.

Schein, E. H. (4ta. Ed.) (2010). *Organizational Culture and Leadership*. USA: Jossey Bass.

Sampieri, R. (4ta. Ed.). (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

Worthington, I., y Britton, C. (2014). *The Business Environment*. UK: Pearson Education Limited.

### **Anexos Evidencias o materiales de apoyo**

Se cuenta con evidencia en pdf y presentaciones en *power point*, *prezi*.