

CAPÍTULO I ANTEPROYECTO



1. ANTEPROYECTO

1.1 INTRODUCCION

Con los últimos adelantos tecnológicos, la evolución del hombre se ha convertido en una verdadera revolución, por la manera en que los descubrimientos han afectado a las personas, su modo de vida y su relación con el trabajo. Esta revolución ha generado diferentes reacciones resumidas en cuatro principales tendencias observadas en el mundo : globalización, evoluciones demográficas, tecnológicas, y del capital social. Cada país, sin excepción, ha experimentado profundos cambios estructurales en el curso de las dos últimas décadas. De economías nacionales y estatales, se ha pasado, en forma prácticamente súbita, a la llamada economía global.

Hace solo algunos años, el interés de casi todas las organizaciones, grandes y pequeñas, se limitaba a lo que ocurría dentro de sus fronteras domésticas. El intercambio de productos con los países vecinos era escaso y estaba sometido a legislaciones proteccionistas. El negociador solo tenía en cuenta lo que estaba ocurriendo dentro de su ámbito nacional. Ahora, las condiciones varían de manera irrevocable. El progreso de un país afecta a otros en zonas lejanas, y de igual forma los desastres y contratiempos de una región se reflejan en otras.

Hoy en día, se ejercen crecientes efectos globales. El capitalismo, con el libre cambio, generó una especialidad de los mercados. Según David Ricardo (1772-1823), en una situación de libre comercio, cada nación tiene interés en especializarse en la producción donde posee una “ventaja comparativa”, por consecuencia se da la especialización de cada nación, y la instauración de una división internacional del trabajo. Se requiere, en este contexto, de una movilidad de los factores y de tratados comerciales.

Para vender un producto fuera de sus fronteras, comprar materias primas donde se encuentran más baratas, tener mano de obra de diferentes nacionalidades, o beneficiarse de inversiones extranjeras, las empresas tienen que enfrentarse a una comunicación multicultural. Para tener éxito en el ámbito internacional, no basta hablar uno o varios idiomas extranjeros. Se necesita comprender el universo de sus interlocutores, su cultura, tradiciones y comportamientos. La única limitante a esta mayor interdependencia entre empresas y mercados a nivel mundial sería una mente cerrada. Para lograr una cooperación internacional efectiva, no se pueden juzgar las diferencias de las otras culturas con la propia escala de valores.

Aunque no se deseen estrechar relaciones en el exterior, los extranjeros serán quienes incursionen al entorno de trabajo interno. Entonces, la competencia mundial no sólo concierne a los que tienen una actividad exportadora, sino a todos los actores del mercado - microempresas, pymes y macroempresas - porque la competencia extranjera llega hasta su localidad.

Una competencia incrementada en un entorno de negocios a escala mundial ha hecho jugar a la experiencia internacional un papel importante en el éxito de una empresa. Por esta razón es indispensable sensibilizar al personal respecto a los códigos culturales de otros países para evitar malentendidos. El respeto de estas diferencias es primordial para establecer relaciones de negocios sólidas. Se puede apreciar a las grandes empresas que han sido conscientes de la importancia del factor humano. Porque la capacitación tiene un alto costo y los resultados son difícilmente cuantificables al principio pero representan una verdadera inversión estratégica que puede evitar muchos fracasos.

Aún en nuestros días, son muchas las fusiones que quiebran por el proceso de integración mal aceptado por los miembros de la empresa. Las cifras son tremendas : 57% no funcionan por incompatibilidad cultural (Revista francesa : *Vocable*, del 30 de enero 2002). Por ejemplo, muchas empresas francesas no tienen éxito al implantarse en el extranjero por falta de preparación o porque conservan la idea de llegar a un país conquistado. Antes de tratar de comprender al otro, es necesaria una reflexión sobre sí mismo.

Tomar consciencia de la imagen que se proyecta y de estereotipos que se tienen en el extranjero es también un aspecto importante para ser un buen negociador fuera del país de origen. Los franceses por ejemplo, pueden ser considerados como personas agresivas, arrogantes y superficiales. Igualmente, los mexicanos podrían ser vistos en el mercado laboral como impuntuales o pasivos. Con la apertura del mercado mexicano a la economía global, datando de 1994 con la entrada del país al Tratado de Libre Comercio con América del Norte, las transacciones con el exterior se intensificaron. En cuanto al Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM), crea grandes oportunidades de inversión y alianzas estratégicas con México, para satisfacer la demanda de los mercados más importantes, como Francia que pudo implantar algunas de sus empresas como L'Oréal, Danone, Renault, Plastic Omnium.

En el presente proyecto de investigación, se abordarán las relaciones profesionales entre mexicanos y franceses así como el papel que desempeña la cultura en las negociaciones entre ambos países. Se estudiará la importancia de los valores, costumbres, así como de las diferentes formas de trabajar en grupo con miembros de las dos nacionalidades.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Por qué 57% de las fusiones rompen relaciones por incompatibilidad cultural? Parece interesante tratar de responder esta pregunta y resolver estos conflictos para que las relaciones profesionales entre culturas distintas funcionen. La fusión de dos organizaciones de un mismo país puede generar tensiones por el hecho de que cada uno tiene políticas de trabajo diferentes. Entonces, cuando las empresas vienen de países diferentes, los problemas se acentúan porque no es solo la política de la empresa la que difiere, sino también los valores personales de los miembros del staff.

El principal problema es el que una de las dos organizaciones intente dominar a la otra, imponiendo su manera de trabajar. Durante mucho tiempo, dominó el pensamiento mercantilista que valorizaba un juego de “suma cero”, en el cual un jugador gana implicando la desventaja del otro : cuando un jugador gana, el otro tiene que perder. Adam Smith (1723-1790) pensó que era importante que ambos países se beneficiaran del comercio por medio de un juego de “suma positiva”, es decir que todos los jugadores puedan recibir una recompensa positiva en el juego. Todavía muchos razonan con el pensamiento de “suma cero”, lo cual puede llevar a una mala comunicación y apreciación del otro a causa de una mente cerrada. Esta falta de apertura tiene por consecuencia un rechazo de las diferencias de los demás en lugar de intentar encontrar una situación intermedia que permita aprovechar estas diferencias para tener éxito en el negocio. De ahí, la falta de compatibilidad en las fusiones.

El origen de los conflictos proviene del hecho de que cada uno ve al mundo de una forma distinta. La educación que se recibe y las observaciones del ambiente en el cual uno vive le condicionan. Los conceptos son inculcados por la sociedad. Se puede afirmar que existen

tantas culturas como sociedades distintas en el mundo, en donde cada una se caracteriza por una combinación diferente de factores culturales.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El estudio busca contribuir a minimizar los efectos negativos y ayudar a utilizar los elementos positivos de choques culturales provocados en el encuentro de personas de culturas mexicana y francesa.

La idea de estudiar estas dos culturas en un ámbito laboral surgió de las experiencias respectivas de los autores franceses de esta tesis que tuvieron que enfrentarse con un mundo muy diferente al suyo al llegar a México. Sensibilizados desde Francia por la universidad sobre los problemas enfrentados por las empresas manejando una fuerza de trabajo multicultural, se decidió aprovechar esta estancia en un país extranjero para comprobarlo. Ya se habían tenido ejemplos de relaciones entre diversas culturas, sin embargo, después de haber observado problemas de integración de los estudiantes franceses en la universidad, se tuvo la impresión de que hacía falta un enfoque particular entre franceses y mexicanos.

Se pretende entonces elaborar las bases de un modelo preliminar, dando la pauta para que en el futuro se estudie de forma aún más profunda este tema franco-mexicano. Al vivir esta nueva experiencia, parece interesante analizar de una forma académica los choques culturales que se han presentado para cuestionar la propia cultura. Se espera que pueda ayudar a optimizar las relaciones entre los compañeros franceses que lleguen a tener contactos profesionales con mexicanos en México. De la misma manera, sería interesante que las empresas mexicanas que reciban franceses tengan una base de reflexión para hacer que la cooperación entre ambas culturas sea optimizada.

En efecto, es lejos de su país, de su cultura, de su modo de vida habitual, que un individuo se da cuenta de la importancia de conocer las particularidades de la cultura del país en el cual se ha decidido estudiar o trabajar. Este trabajo se realizó con el objetivo de ayudar a las culturas mexicana y francesa a aceptarse mejor y a ya no rechazarse tomando por pretexto que son muy diferentes: hay que entender y abrirse a la diferencia para vivir mejor el cambio.

Se considera que el proyecto va a servir fundamentalmente a estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales al comenzar a ejercer la actividad profesional.

También puede llegar a ser de utilidad para alguna filial mexicana de una empresa francesa contribuyendo al desarrollo de métodos de integración de sus miembros franceses en México y a la aceptación por parte de sus colegas mexicanos. Finalmente, el trabajo podría ayudar a descubrir otras formas de solucionar probables conflictos.

1.4 OBJETIVO GENERAL

Proponer un modelo preliminar que ayude en la mejora de las relaciones de trabajo entre mexicanos y franceses.

Los hombres son quienes hacen la empresa, por lo tanto es necesario concienciar a cada cultura de que ser diferentes puede enriquecer el trabajo en vez de traer problemas. La meta del estudio es dar consejos concretos que permitan a los trabajadores mexicanos y franceses convivir en una relación profesional exitosa.

1.5 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Entender el por qué de las maneras de trabajar y de las formas de pensar de cada cultura

- Conocer la visión que cada cultura tiene de la otra
- Destacar los problemas que impiden buenas relaciones de trabajo franco-mexicanas
- Hacer resaltar las diferencias que aportan elementos positivos a la otra cultura
- Aconsejar actitudes que fomentan relaciones exitosas
- Proponer un plan de acciones concretas para llevar a una mejora de las relaciones profesionales

1.6 ALCANCES DEL ESTUDIO

- Este estudio ayudará a los trabajadores mexicanos y franceses que trabajan juntos tener una percepción de sus culturas respectivas, con el fin de entender los elementos claves que influyen en sus relaciones
- Se puede extender la utilidad del estudio a toda persona que tenga relaciones franco-mexicanas, aun fuera del ámbito laboral
- Los consejos relativos a la aceptación de la diferencia, el interrogatorio de si mismo y la adaptación a otra cultura puede servir a cualquier persona que tenga relaciones laborales o personales con una persona que tenga una manera de trabajar diferente, que sea o no de su cultura

1.7 LIMITACIONES DEL ESTUDIO

- El estudio se aplica a los trabajadores mexicanos y franceses que pertenecen a empresas francesas implantadas en México
- Se refiere a relaciones entre trabajadores a principios del siglo XXI
- No pretende ser una definición exhaustiva de las culturas mexicana y francesa
- Cierta subjetividad puede aparecer por medio de la opinión de los entrevistados

1.8 ORGANIZACION DEL INFORME

En el primer capítulo, se presentará el objetivo de este estudio, las razones por las que se eligió tratar este tema y los retos que se intentarán resolver, tomando en cuenta los límites que impliquen procesar este tema.

En cuanto al segundo capítulo, se revisará la literatura acerca del tema de la administración internacional, de la comunicación intercultural haciendo referencia a autores como Hofstede y Trompenaars entre otros.

En el tercer capítulo se realizará la investigación aplicando entrevistas a empresas francesas instaladas en México para distinguir las diferencias y las similitudes entre los mexicanos y los franceses.

Se procederá a la clasificación de los datos hallados a través del cuestionario en el cuarto capítulo. Así mismo, se analizarán estas informaciones para determinar cuál es el tipo de cooperación laboral más eficiente en las relaciones franco-mexicanas y reflejarlo a través de la propuesta de un modelo preliminar.

En cuanto al quinto capítulo, se plantearán las conclusiones sobre el tema así como las recomendaciones dirigidas a las personas que entablarán relaciones de negocio con Francia y México.