

Verbesserung der Servicequalität. Es muss darauf geachtet werden, den wachsenden Anforderungen der Kunden gerecht zu werden, um die Qualität der Logistikdienstleistungen zu verbessern. Es umfasst viele Aspekte, wie z. B. Lieferzuverlässigkeit, Geschwindigkeit und Effizienz, Informationsunterstützung, Kundenservice.

Mit einem koordinierten Vorgehen in all diesen Bereichen kann Deutschland auch in Zukunft seine führende Position im Schienenverkehr behaupten und eine effiziente Logistik gewährleisten.

Referenzen

1. Deutsche Bahn // Wikipedia. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Bahn (date of access: 14.10.2024).

2. Новая стратегия грузового оператора DB Cargo // ERAI. – URL: <https://index1520.com/news/novaya-strategiya-gruzovogo-operatora-db-cargo/> (date of access: 22.10.2024).

ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК

A. Dolzhenkova, A. Ponomareva
А.В. Долженкова, А.А. Пономарева
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель А. Мухика

LA PRESERVACIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL EN LOS NEGOCIOS ESPAÑOLES EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN

Сохранение национальной идентичности в испанском бизнесе в контексте глобализации

La presente investigación tiene como objetivo mostrar las similitudes de las empresas españolas en cuanto a la preservación de la identidad nacional en el contexto de la globalización, utilizando el ejemplo de «Telefónica» y «Grupo Bodega Torres» como casos de estudio.

En la actualidad, la globalización ha cambiado profundamente el panorama empresarial en todo el mundo. En un esfuerzo por adaptarse al nuevo entorno, las empresas suelen sustituir unos valores por otros. Sin embargo, esta situación genera

preocupación por la preservación de la identidad nacional y las tradiciones que han caracterizado a España a lo largo de su historia. La necesidad de encontrar un equilibrio entre la adaptación a las tendencias globales y la preservación de la esencia cultural se hace imprescindible para garantizar un futuro sostenible y auténtico.

La empresa española «Telefónica» mantiene su identidad en el contexto de la globalización al adaptar sus servicios a las condiciones y necesidades locales de cada mercado. Activa en la implementación de nuevas tecnologías, como el 5G, también participa en proyectos sociales que apoyan la educación digital y el desarrollo sostenible. Este enfoque permite a la compañía combinar innovaciones con el respeto por las tradiciones culturales, fortaleciendo su conexión con las comunidades locales y preservando sus valores en la arena internacional.

Por su parte, la empresa familiar de la familia Torres, fundada hace 150 años, pasó de ser una empresa de pequeños viticultores del Penedés a convertirse en los mayores comerciantes de vino de España. Como empresa familiar, no olvida a sus antepasados y sus tradiciones. La familia Torres está comprometida con la protección del medio ambiente y para ello practica la viticultura ecológica y la conservación de paisajes con viñedos históricos. Junto con la tecnología moderna, la bodega utiliza técnicas tradicionales en la vinificación, muchas de las cuales han sido transmitidas de generación en generación. Esto incluye prácticas como la fermentación en barricas de roble y el uso de métodos artesanales que reflejan la herencia cultural española. La bodega se enorgullece de su herencia catalana, promoviendo los vinos de la región del Penedés y otros territorios españoles. Al hacerlo, contribuyen al reconocimiento y valorización de estas localidades españolas.

El análisis de las estrategias de las empresas españolas muestra que la adaptación a la globalización pasa por la orientación local, el uso de la tecnología y la atención a los aspectos sociales. Al combinar la tradición y la modernidad, el «Grupo Bodega Torres» mantiene su identidad cultural, mientras utiliza tecnologías innovadoras y responde a las demandas sociales. Esto le ayuda a prosperar en mercados internacionales, fortaleciendo su conexión con las comunidades locales y asegurando su relevancia global.

«Telefónica», por su parte, no se olvida de los programas sociales a la hora de entrar en el mercado internacional y apoya la identidad de las regiones españolas de todas las formas posibles. La identidad y los valores son fundamentales para la innovación y el cambio, ya que preservar el patrimonio cultural ayuda a evitar los errores del pasado y proporciona una buena base para el futuro.

Después de analizar estas dos empresas españolas llegamos a la conclusión de que para adaptarse al espacio empresarial moderno es necesario un equilibrio entre globalización y preservación de la identidad nacional.