

culturales y la creación de tours temáticos y talleres. Los sitios web turísticos y hoteles ofrecen paquetes especiales. El Carnaval de Río se vale de desfiles a gran escala transmitidos globalmente, paquetes turísticos con acceso a espectáculos de samba y una aplicación móvil para facilitar la participación y el intercambio de experiencias. El patrocinio de marcas reconocidas contribuye a la financiación y el atractivo visual de la fiesta.

En conclusión, podemos decir que las fiestas tradicionales son activos económicos clave para preservar el patrimonio cultural y estimular el crecimiento a través del turismo y sectores relacionados. El Carnaval genera ingresos directos equivalentes al 0,41 % del PIB de Río, mientras que el Día de Muertos aporta más de 300 millones de dólares anuales. Este éxito se basa en la combinación de estrategias digitales (redes sociales, aplicaciones) con la riqueza de las tradiciones culturales (tours, exposiciones, alianzas con marcas). El «marketing de la felicidad», aplicado estratégicamente, convierte estas celebraciones en motores de desarrollo económico sostenible y promueve la identidad cultural a nivel global.

**D. Buikó, V. Sniuk**

**Д. А. Буйко, В. Н. Снюк**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель И. И. Василевская*

## **HABILIDADES TRANSCULTURALES COMO ELEMENTO CLAVE DE LAS NEGOCIACIONES EXITOSAS EN CHINA Y MÉXICO**

### **Транскультурные навыки как ключевой элемент успешных переговоров в Китае и Мексике**

En el mundo globalizado las comunicaciones empresariales desempeñan un papel fundamental y sirven de puente entre el establecimiento de las relaciones económicas y la consecución de beneficios. Las negociaciones son uno de los aspectos más importantes de este ámbito. Aunque existen los principios generales para llevar a cabo negociaciones, cada cultura posee sus propias características y los especialistas en comunicación deben tener en cuenta estas peculiaridades culturales para alcanzar el éxito.

**El objetivo** de nuestra investigación es determinar y analizar las tácticas de negociación que se usan en China y México. **Como material** de la investigación hemos usado los datos de МАРБ, el libro de Elena Ignatieva «Etiqueta empresarial internacional a través de 22 países del mundo».

El estilo chino de negociación se forma bajo la influencia de la filosofía confuciana, donde la armonía, el respeto y la preservación del «rostro» tienen una importancia especial. Los negociadores chinos procuran evitar los conflictos directos y la presión, prefiriendo una influencia suave y la construcción de la confianza. Para ellos, las

relaciones personales son más importantes que los acuerdos formales. Por eso, el contacto suele iniciarse antes de las negociaciones y puede realizarse mediante intermediarios o actividades informales que favorecen la comprensión y el respeto mutuo.

La modestia y la contención se consideran virtudes: un buen negociador debe mostrar paciencia, respeto y capacidad de escucha. La crítica directa o la excesiva emocionalidad se consideran inapropiadas, por lo que los chinos tienden a usar formulaciones indirectas. Por ejemplo, en lugar de un «no» directo, se puede escuchar «lo pensaremos» o «no estamos seguros».

La concepción del tiempo en China es flexible: no hay prisa, y los negociadores están dispuestos a prolongar el proceso tanto como sea necesario para fortalecer la confianza. La perspectiva a largo plazo es más valiosa que los beneficios inmediatos.

Las emociones durante las negociaciones se mantienen bajo control, ya que la serenidad externa se percibe como señal de profesionalismo y madurez. Las decisiones se toman después de un análisis cuidadoso, y el uso frecuente de intermediarios ayuda a alcanzar el entendimiento mutuo sin infringir las normas éticas de comunicación.

En lo referente al riesgo, los empresarios chinos se muestran cautelosos, prefiriendo la estabilidad y la seguridad a las estrategias experimentales o arriesgadas. De este modo, la táctica china de negociación se basa en el respeto, la paciencia y la orientación a relaciones duraderas, esenciales para una cooperación exitosa en el ámbito empresarial internacional.

En México, las relaciones personales son esenciales en las negociaciones. Se prioriza el establecimiento de confianza y una buena relación antes de entrar en los aspectos comerciales. Esta actitud se caracteriza por ser cordial, amigable y sociable. Las reuniones iniciales suelen incluir conversaciones personales sobre temas familiares o generales para construir un vínculo sólido.

Además, la cultura empresarial mexicana es jerárquica, lo que implica mostrar respeto por las figuras de autoridad y los líderes de equipo. La comunicación tiende a fluir de arriba hacia abajo, con las decisiones finales en niveles superiores. Las negociaciones pueden llevar más tiempo del esperado, requiriendo paciencia y flexibilidad para generar consenso entre múltiples partes.

En cuanto a la formalidad y cortesía, son altamente valoradas en las interacciones. El uso de títulos como Licenciado, Ingeniero o Doctor es común y respetuoso. El vestuario suele ser conservador y bien arreglado. La comunicación puede ser indirecta, con señales no verbales importantes como el lenguaje corporal y tono de voz para interpretar mensajes.

México se considera una cultura de alto contexto, donde el significado de la comunicación se deriva del contexto social y de la relación entre los interlocutores. En un entorno empresarial, se busca evitar la confrontación directa y preservar la armonía en las interacciones.

Por otro lado, México se percibe como una cultura policrónica, donde la flexibilidad en plazos y la capacidad de realizar varias tareas a la vez son comunes. En los negocios

internacionales, la puntualidad y cumplimiento de compromisos son cada vez más importantes. A pesar de la expresividad emocional, en el ámbito empresarial se espera un nivel de profesionalismo y cortesía. Los acuerdos se logran con flexibilidad y búsqueda de soluciones beneficiosas mutuas, considerando la aversión moderada al riesgo en la toma de decisiones.

En el mundo globalizado, las comunicaciones empresariales son clave para establecer relaciones económicas exitosas mediante negociaciones. En China y México, las tácticas de negociación difieren: en China se prioriza el respeto, la paciencia y las relaciones duraderas, mientras que en México se enfatiza la confianza, la cordialidad y las relaciones personales. Es fundamental comprender y respetar las diferencias culturales para lograr el éxito en los negocios internacionales. La adaptación y el respeto son clave en este apasionante mundo empresarial globalizado.

*СНИЛ «Лингвоэкономист»*

**M. Voluyevich**

**М. М. Волуевич**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель А. Мухика*

## **CÓMO LA CONFIANZA EN UNO MISMO Y LA CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN INFLUYEN EN LA CONSTRUCCIÓN DE RELACIONES A LARGO PLAZO CON SOCIOS DE AMÉRICA LATINA**

### **Как уверенность в себе и умение вести переговоры влияют на построение долгосрочных отношений с латиноамериканскими партнерами**

El éxito en los negocios en América Latina (LA) depende en gran medida de la capacidad de construir relaciones personales sólidas, que aquí se valoran por encima de los acuerdos formales. La clave de estas asociaciones a largo plazo son dos cualidades interrelacionadas: la confianza en sí mismo y la capacidad de negociar teniendo en cuenta las peculiaridades culturales de la región.

El objetivo de este estudio es desarrollar pautas prácticas para el uso efectivo de habilidades de negociación destinadas a construir relaciones sólidas y confiables con socios comerciales en América Latina.

En la cultura empresarial latinoamericana, la confianza se percibe como una manifestación de competencia y confiabilidad, siendo la base para relaciones a largo plazo. Esto se expresa en un apretón de manos fuerte, una mirada directa y un discurso sereno.

El proceso de negociación en América Latina se centra en construir relaciones a largo plazo mediante un diálogo complejo y multinivel. Comienza con una comunicación informal (familia, cultura), esencial para establecer conexiones personales, ya que abordar