

comunicación corporativa global. La empresa logra un equilibrio exitoso entre su identidad regional y las especificidades culturales de cada país, combinando coherencia simbólica con inteligencia cultural. Esta experiencia confirma que, en el dinámico entorno digital latinoamericano, la capacidad de modular el mensaje sin diluir la unidad de marca se consolida como un factor decisivo para generar confianza, legitimidad y una conexión auténtica y duradera con las audiencias hispanohablantes.

*СНИЛ «Лингвоэкономист»*

**V. Yermolinskaya, R. Yanchanka**

**В. А. Ермолинская, Р. Р. Янченко**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель А. Мухика*

## **SOFT SKILLS EN LA ETIQUETA EMPRESARIAL BRASILEÑA**

### **Soft skills в бизнес-этикете Бразилии**

La comunicación efectiva es la base para establecer relaciones económicas y comerciales sólidas. Permite transmitir el valor de las propuestas, articular claramente los objetivos y las condiciones de cooperación, lo que influye directamente en la conclusión de contratos y en la atracción de inversiones. Sin una comunicación clara y abierta, incluso la idea de negocio más prometedora corre el riesgo de no realizarse debido a la falta de comunicación y la falta de confianza mutua entre las partes.

El **objetivo** de nuestro estudio son los soft skills en la etiqueta empresarial brasileña que influyen en la comprensión de las características de negocio que a su vez aseguran el establecimiento exitoso de vínculos económicos. Soft skills es un conjunto de habilidades no especializadas y superprofesionales que son responsables de la participación exitosa en el flujo de trabajo, el alto rendimiento y la interacción con otras personas. A diferencia de las habilidades «duras» (hard skills), no están relacionadas con un área temática o profesión específica. Como materiales de investigación, se utilizan artículos de Internet.

En la etiqueta de negocios de Brasil, los soft skills clave incluyen la construcción de relaciones personales y confianza, la comunicación informal, la capacidad de usar el lenguaje corporal y ser emocional, y el respeto por la jerarquía y la antigüedad. Se caracterizan por gestos en vivo, toques frecuentes y una rápida transición al «tú». Pero a pesar de los estereotipos, los brasileños son trabajadores (comparables en el tiempo de trabajo con los japoneses), al mismo tiempo, les encanta descansar.

Un aspecto importante a destacar es el saludo. En el clima cultural brasileño, esto suele ser un apretón de manos o palmaditas en el hombro. Y en la apelación se usa el título y el apellido, por ejemplo: «Señor Almodóvar».

En cuanto a las paradojas con las que uno puede tropezar: la puntualidad. Por un lado, la tardanza es algo común, pero los brasileños esperan lo contrario de los

extranjeros. También se señala que las reuniones deben planificarse con anticipación y programarse para la mañana.

Una característica igualmente importante es que los brasileños se basan en el principio de «las Personas son más importantes que los documentos»: hacen negocios con personas, no con empresas. Valoran las relaciones a largo plazo. Por lo tanto, las negociaciones deben comenzar con temas informales: fútbol, cultura, familia.

El estilo de negociación en la etiqueta empresarial brasileña es emocional y caótico. Se caracterizan por discutir varios temas al mismo tiempo, así como interrumpir al interlocutor. En este caso, es un signo de compromiso.

En cuanto a la toma de decisiones, a menudo se toman impulsivamente, sin análisis profundos. Esto enfatiza la necesidad de estar preparado para revisiones frecuentes de acuerdos y retrasos. Además, los brasileños pueden no terminar las cosas, desperdiciando energía en el Inicio del proyecto.

Las reuniones de negocios se llevan a cabo en forma de cenas y comienzan tarde, generalmente después de las 21:00. Es importante tener en cuenta que no es costumbre hablar mucho durante las comidas. Por lo tanto, las conversaciones sobre asuntos durante una cena de negocios no son bienvenidas a menos que la iniciativa provenga del lado brasileño.

Por lo tanto, la clave principal para el éxito en Brasil es invertir en relaciones personales y de confianza. Se debe respetar las tradiciones locales, ser flexible, paciente y abierto a la comunicación informal. Por último, pero no menos importante, los brasileños hacen tratos con aquellos que son genuinamente amables con ellos.

*СНИЛ «Лингвоэкономист»*

**P. Zubok, V. Sharmanova**

**П. А. Зубок, В. В. Шарманова**

**БГЭУ (Минск)**

*Научный руководитель Е. А. Галиано*

## **TRABAJO EN EQUIPO EN AMÉRICA LATINA: EL IMPACTO DE LA CULTURA EN LA COLABORACIÓN**

### **Командная работа в Латинской Америке: влияние культуры на сотрудничество**

El trabajo en equipo se erige como un elemento esencial en el entorno laboral global contemporáneo. Su implementación y eficacia no son universales, sino que varían según el contexto cultural en el que se desarrollan. En América Latina, una región caracterizada por su extraordinaria diversidad y ricas tradiciones, la cultura ejerce una influencia profunda y determinante en las modalidades de colaboración. Comprender estos matices