

las palabras: incluye el saber escuchar, las señales no verbales y la sensibilidad cultural. Utilizando estrategias diseñadas para superar las barreras del idioma, puede mantener una fuerte relación profesional y continuar proporcionando un servicio excepcional a sus clientes independientemente del idioma que hablen.

Entre los problemas frecuentes relacionados con las barreras comunicativas en el establecimiento de la comercialización internacional se hallan los malentendidos, la adaptación insuficiente del estilo de comunicación, dificultades para establecer relaciones a largo plazo con clientes y socios internacionales debido a diferencias culturales.

Para llegar al acuerdo se recomienda utilizar herramientas digitales, ser culturalmente sensible, confirmar la comprensión, simplificar el habla.

De lo anterior se puede concluir que la eficacia del marketing internacional basada en tales habilidades blandas como la empatía, la escucha activa, la adaptabilidad y la sensibilidad cultural son fundamentales para superar las barreras comunicativas en el comercio internacional, reducir los malentendidos y fortalecer las relaciones a largo plazo con clientes y socios. El uso de herramientas digitales junto con métodos de comunicación simples y afirmativos complementa estas habilidades, promoviendo la competencia en los mercados globales. Además, la identificación temprana de las barreras estructurales y culturales nos permite desarrollar estrategias de comunicación más eficaces.

*СНІЛ «Лінгвоэкономіст»*

**M. Omelchenko, V. Tsyulia**

**М. С. Омельченко, В. С. Циуля**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель Т. В. Ковалькова*

## **LOS VIAJES COMO FACTOR DEL DESARROLLO DE LA ADAPTABILIDAD SOCIAL**

### **Путешествия как фактор развития социальной адаптивности**

La adaptabilidad social es la capacidad de un individuo para interactuar de manera efectiva con el medio ambiente social, incluida la capacidad de percibir e interpretar señales sociales, regular el comportamiento según el contexto y lidiar con los cambios y situaciones estresantes que surgen en las relaciones interpersonales. Con la globalización, las tecnologías digitales y la creciente movilidad de las personas, la adaptabilidad social ayuda a una persona a integrarse con éxito en diferentes equipos sociales y profesionales.

Al analizar los desafíos actuales asociados con el aislamiento social, las barreras interculturales y los cambios en los formatos de comunicación, planteamos la hipótesis de que las personas que viajan con más frecuencia tienen niveles más altos de adaptabilidad

social. La premisa de esta hipótesis fue la observación de cómo los viajes contribuyen a la expansión de horizontes, el desarrollo de la empatía y la capacidad de comunicación intercultural.

Para confirmar nuestra hipótesis, desarrollamos un cuestionario de dos bloques:

- El primer bloque incluyó 14 preguntas psicológicas destinadas a evaluar el nivel de adaptabilidad social. Las preguntas se basaron en parámetros como la tolerancia a la incertidumbre, la percepción y adaptación de la novedad, la flexibilidad de pensamiento, la capacidad de empatía y las habilidades de comunicación.

- El segundo bloque se refería a la naturaleza y frecuencia de los viajes: el número de viajes en los últimos años, los objetivos de los viajes (turismo, trabajo, estudios), la composición del grupo (solo, con amigos, con familiares), la geografía de los viajes (dentro del país, en el extranjero).

El cuestionario se realizó entre 75 encuestados: 24 de los cuales mostraron el mayor nivel de adaptabilidad; el 83 % de este grupo con el mayor nivel de adaptabilidad (20 de 24 personas) viaja con bastante frecuencia y diversidad, y el 87 % de este grupo (21 de 24) prefiere viajar en compañía de amigos, es decir, en los viajes son responsables por sí mismos. Este resultado no solo confirma nuestra teoría de que los viajes afectan el nivel de adaptabilidad, sino que también indica que la compañía tiene un gran impacto en los viajes.

Si hablamos del nivel más bajo de adaptabilidad, solo 6 encuestados (8 %) lo mostraron. Según el cuestionario, estos encuestados viajan poco/no viajan en absoluto. Y todos los viajeros realizan en viajes como parte de la familia.

¿Por qué los viajes contribuyen a la adaptabilidad? Los viajes crean un entorno en el que una persona se ve obligada a adaptarse a nuevas normas culturales, barreras lingüísticas, desafíos logísticos y situaciones no estándar. Esto activa los mecanismos de adaptación cognitiva y emocional:

1. La flexibilidad cognitiva se desarrolla a través de la necesidad de navegar rápidamente en nuevos entornos;

2. La empatía y la tolerancia aumentan cuando se interactúa con personas de otras culturas;

3. Las habilidades de comunicación se mejoran mediante el intercambio constante de información en un entorno desconocido.

Para resumir, podemos decir que la adaptabilidad social es la competencia más importante del siglo XXI, y nuestra investigación muestra que viajar es una forma efectiva de desarrollarla. Las personas que exploran activamente el mundo, especialmente en compañía de amigos, muestran una mayor capacidad para la interacción social, la comunicación intercultural y la resiliencia emocional. Esto abre perspectivas para el uso de los viajes como un instrumento en los programas de desarrollo educativo y corporativo de soft skills.