

**INFLUENCIA DEL ESPAÑOL EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE
UNA EMPRESA CHINA EN COLOMBIA: UN ESTUDIO DE CASO**

KAREN VARGAS VILLA

**UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS
BOGOTÁ
2012**

**INFLUENCIA DEL ESPAÑOL EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE
UNA EMPRESA CHINA EN COLOMBIA: UN ESTUDIO DE CASO**

KAREN VARGAS VILLA

MONOGRAFÍA

**Tutor
Edgar Mendoza
Director Grupo de Investigación Lingüística y
Comunicación Organizacional**

**UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS
BOGOTÁ
2012**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCIÓN	1
1. PROBLEMA	2
2. JUSTIFICACIÓN	6
3. OBJETIVOS	7
3.1 OBJETIVO GENERAL	7
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
4. MARCO REFERENCIAL	8
4.1 MARCO TEÓRICO	8
4.1.1 Cultura	8
4.1.2 Cultura Organizacional	10
4.1.3 Lenguaje	20
4.1.4 Tipos de Lenguaje	22
4.1.5 El lenguaje no verbal	25
4.1.5.1 Elementos de comunicación no verbal	26
4.1.5.2 Funciones de la comunicación no verbal	29
4.1.6 Lo que se debe saber de la cultura China	29
4.1.6.1 Características de la cultura China	30
4.1.6.2 Tipo de gobierno	31
4.1.6.3 Idioma	31
4.1.7 Lo que se debe saber de la cultura Colombiana	32
4.1.7.1 Características de la cultura Colombiana	32
4.1.7.2 Tipo de gobierno	34
4.1.7.3 Idioma	35
5. METODOLOGIA	36
6. RESULTADOS	38
6.1 OBSERVACION	38
6.2 ENCUESTAS	40
6.3 ENTREVISTA	42
7. CONCLUSION	45
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS	51

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, China se encuentra en una situación de crecimiento comercial y empresarial, su cultura organizacional ha tomado mucha fuerza desde la apertura de su mercado en 1978 y durante el transcurso de las últimas décadas.

Este país ha empezado a expandir su mercado a nivel internacional, generando en su población la necesidad de aprender un idioma diferente a su lengua materna. Uno de los idiomas que se está enseñando en las escuelas chinas es el inglés, el cual se dicta a todos los niños de edad preescolar, pero no siendo suficiente, se ha visto la necesidad de aprender español pues la apertura global ha puesto a China en uno de los primeros lugares en exportaciones a nivel mundial.

1. PROBLEMA

Hoy en día son muy pocos los estudios que existen acerca de la influencia del idioma español en la cultura organizacional China en Colombia, sin embargo, si se encuentra suficiente información al respecto de la globalización, el turismo, los planes de negocio, la cultura y el lenguaje, lo cual es base para la realización del presente trabajo.

Según el estudio realizado por Pineda (2010) sobre el surgimiento de la globalización como una consecuencia del proceso de difusión y asimilación a nivel mundial, de los valores y patrones socioculturales predominantes en Europa Occidental y en los Estados Unidos, se puede percibir que la globalización se ha ido articulando en el campo educativo, el cual no ha alcanzado a las mayorías y, más bien, ha favorecido la desigualdad e inequidad social y disminuido la importancia que tiene hoy en día el manejo de varios idiomas, especialmente el inglés y el español.

Se debe tener en cuenta el papel que juega la orientación educativa respecto al apoyo social, cultural, académico y económico para el educando, pues ello le ayuda en la construcción y desarrollo de su proyecto de vida, también en el mejoramiento de la convivencia humana a partir de una formación integral que fortalecen sus bases físicas, psicológicas, sociales, políticas, económicas, culturales y ecológicas.

Hablar de globalización implica abordar un campo de estudio amplio y complejo el cual se ha venido transformando desde hace más de una década, pues los países han tenido la necesidad de expandir sus mercados más allá de sus fronteras, transfiriendo los procesos de producción entre naciones más rentables, esto se hace como una estrategia para mantener los niveles de acumulación y ganancia en un mercado cada vez más competitivo y diversificado.

Desde sus inicios la globalización se acompaña del fenómeno llamado Tercera Revolución Industrial, caracterizado por el desarrollo de la cibernética, telemática y las telecomunicaciones, generando complejidad en distintos procesos de convivencia humana, relación social, económica, cultural, educativa e institucional. Ryszard. (2001)

Estos avances tecnológicos aunados a procesos socioeconómicos de índole mundial, han llevado a concebir al planeta como un todo integral en el que poco a poco se irán cayendo las fronteras entre las naciones. A partir de ahí surge como una respuesta, un concepto que se infiltra día con día en nuestras mentes y actos como una “salida alternativa” a los cada vez más acentuados problemas de la humanidad que se vislumbran en el nuevo milenio, la globalización.

Este fenómeno ha abierto las fronteras de prácticamente todos los países del mundo a fin de colocar la producción de bienes y servicios en todos los

rincones del planeta, ubicándose como un hecho sin precedentes en la historia de la humanidad. Se puede observar que la globalización es un acontecimiento básicamente económico que ha impactado en todas las esferas sociales y económicas, generando así el desarrollo de la industrialización o la producción masiva en países como por ejemplo Colombia y China, los cuales hoy en día se encuentran en el mejor momento de su relación. La cooperación en el ámbito multilateral y técnico, el fortalecimiento de las relaciones económicas y de inversión, el constante intercambio cultural y educativo y las visitas de alto nivel son factores decisivos para el fortalecimiento del comercio entre los dos países.

Hoy en día China se constituye como un país estratégico por ser la segunda economía mundial, uno de los países dinámicos de la región de Asia – Pacífico, miembro de APEC (Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico), BRIC (se emplea la sigla BRIC para referirse conjuntamente a Brasil, Rusia, India y China) y el consejo de Seguridad de Naciones Unidas.

El mercado de China es cada día más atractivo para Colombia por sus bajísimos precios y así mismo se recrea el entusiasmo de inversionistas del país asiático por el mercado nacional, según se señaló en el foro “Oportunidades Comerciales con China” (2009), organizado por la Cámara de Comercio de Bogotá, la embajada de la República Popular China y el Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico.

Los chinos muestran interés de inversión en las telecomunicaciones, los textiles, minerales, así como en los campos energético y portuario fundamentalmente. Teniendo en cuenta esto, se puede analizar que se está generando la necesidad de comunicación entre China y Colombia, incrementando el estudio y aprendizaje de más de un nuevo idioma. Es por esta razón que se quiere conocer cuál es la influencia del español en la cultura organizacional china en Colombia.

2. JUSTIFICACIÓN

Cimentado en la poca información obtenida en el estudio de bases de datos y universidades de Bogotá, acerca de la influencia del idioma español en la cultura organizacional China en Colombia , se toma la decisión de realizar este trabajo de grado, con la intención de estudiar dicha cultura y poder determinar la influencia que tiene el idioma español en el campo organizacional de la fundación cultural Colombo - China, ubicada en Bogotá, Colombia.

Como valor adicional se podrá tomar este trabajo de grado como aporte a estudiantes universitarios o bachilleres interesados en el estudio del tema específico o temas relacionados.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

3.1.1 Analizar la influencia que tiene el español en las organizaciones chinas en Colombia con base en un estudio de caso.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

3.2.1 Identificar el uso que hace del idioma español en los procesos de interacción organizacional un grupo de ciudadanos chinos en la fundación cultural Colombo - China en Colombia.

3.2.2 Determinar los aspectos del lenguaje que afectan las organizaciones Chinas en Colombia mediante la observación que se realizará a la fundación cultural Colombo - China.

3.2.3 Establecer los principales aspectos que inciden en la comunicación en una empresa China en Colombia, mediante encuestas y entrevistas.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO TEÓRICO

4.1.1 Cultura

El término cultura proviene del latín *cultus*, que a su vez se deriva de *colere* que significa cuidado del campo o del ganado. El concepto de cultura generalmente es relacionado con la antropología; quizá por la centralidad que la palabra tiene en la teoría de la antropología, el término ha sido desarrollado de diversas maneras, por ejemplo:

Edward Tylor fue un antropólogo inglés, para la fecha de 1871, después de haber publicado el libro base de su reputación como gran etnólogo de su tiempo, publicó el libro “Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Custom”, en éste, se encuentra una de las definiciones más aceptadas de cultura, ahora bien, según Taylor (1995) la cultura es:

...aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las

diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre.

Taylor propone la cultura como un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y acción del hombre, a diferencia de la Unesco quien precisa a la cultura como la capacidad que posee el hombre para reflexionar sobre sí mismo. A continuación su definición:

...que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.

(UNESCO, 1982)

De acuerdo a lo anterior, se puede decir que la cultura hace referencia a la capacidad que tiene el hombre de reflexionar sobre el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho y las costumbres.

Adicionalmente, Benedict (1934) en su obra *Patterns of Culture* señala que cada cultura es un todo comprensible en sus propios términos; y Herskovits y

Kluckhohn retomó la definición de Tylor, sumándole la recolección de rasgos definitorios que permitan su clasificación.

En conclusión a la hora de hacer mención sobre “Cultura” se hace referencia a los diversos aspectos de la vida en la sociedad, retomando el término de ésta como el conjunto total de los actos humanos en una comunidad dada, ya sean estas prácticas económicas, artísticas, científicas o cualquier otra, toda práctica humana que supere la naturaleza biológica se entiende como práctica cultural. Sin embargo no deja de conocerse la cultura como la reunión de patrones, modelos, costumbres, prácticas, códigos, normas, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias que posee el ser humano.

4.1.2 Cultura organizacional

Se entiende por cultura organizacional “el conjunto de valores, creencias y entendimientos importantes que los integrantes de una organización tienen en común”, Valladares (2002: <http://www.emprendedor.us/oportunidades/negocio/la-cultura-organizacional/>). La cultura organizacional ofrece formas definidas de pensamiento, sentimiento y reacción que guían la toma de decisiones y otras actividades de los participantes de la organización. Este autor también

incluye características importantes que cumplen varias funciones como por ejemplo:

- Transmitir un sentimiento de identidad a los miembros de la organización: cuando los empleados se sienten identificados con su organización, el rendimiento es mayor.
- Facilitar el compromiso con algo mayor que el yo mismo:
- Reforzar la estabilidad del sistema social
- Ofrecer premisas reconocidas y aceptadas para la toma de decisiones
- Los artefactos culturales, incluyendo el diseño y el estilo de administración, transmiten valores y filosofías socializando a los miembros, motivan al personal y facilitan la cohesión del grupo y el compromiso con metas relevantes

Las razones principales por las que se debe conocer la cultura organizacional son:

- Sirve para detectar problemas dentro de la organización y así mismo encontrar soluciones viables a estos.
- Al explicarles a los empleados de la organización, los beneficios de la cultura organizacional, se puede lograr que estos se integren a esta cultura y mejoren su rendimiento y objetivos diarios de trabajo.
- Se pueden formar equipos de trabajo dentro de la organización, que puedan interrelacionarse y hacer más fácil el trabajo. Al dar

instrucciones completas y correctas a los miembros de la organización se puede llevar a cabo cualquier cambio que se requiera.

- También se pueden buscar necesidades del personal para satisfacerlas de manera posible. Para construir cambios y mejoras en la organización que integren desafío y esfuerzo laboral, el generar motivaciones e incentivos, ayuda a los empleados que sean ágiles, proactivos y más eficaces en el desarrollo de las tareas que se les asignan.

Actualmente encontramos dos tipos de la cultura organizacional la débil y la fuerte. Existe una cultura débil cuando hay poca alineación con los valores de la organización y el control debe ser ejercido a través de procedimientos exhaustivos y la burocracia, mientras que una cultura organizacional fuerte es cuando el personal responde a los estímulos debido a su adaptación a los valores de la organización. En tales ambientes, la cultura fuerte ayuda a las empresas a funcionar como máquinas bien engrasadas.

Los autores Aguirre y Silvio (2005), en su libro “La cultura de la empresa” dan a conocer a la cultura organizacional como un conjunto de elementos interactivos fundamentales, generados y compartidos por la organización como eficaces para alcanzar sus objetivos, que cohesionan e identifican, por lo que deben ser enseñados a los nuevos miembros. Ellos hacen referencia a los indicadores básicos de la cultura organizacional y para establecer los elementos básicos de la misma, se debe tener en cuenta, en primer lugar, la

distinción entre comunidades aisladas monoculturales y comunidades abiertas pluriculturales. Generalmente, los antropólogos han etnografiado culturas primitivas, aisladas geográfica e históricamente, por ejemplo, valles, islas, selvas, montañas, etc., solían estudiar nueve indicadores étnicos principales: la infraestructura étnica (demografía, territorio, economía); la estructura étnico – social (parentesco, organización social, sistemas de poder); superestructura étnica (historia, religión y lengua). Pero en las sociedades urbano-industriales, donde la identidad cultural se establece por autoadscripción, según Barth 1969, y donde es posible pertenecer al mismo tiempo a varios grupos culturales, podemos concluir cinco (5) elementos básicos de la cultura organizacional: la etnohistoria, las creencias, los valores, la comunicación y los productos.

Según estos autores algunos aspectos que influyen en la cultura organizacional son:

- La filosofía empresarial y cultural organizacional: la importancia de la cultura organizacional y la filosofía empresarial ha sido tema de interés desde los años 80 hasta nuestros días, lo cual indica que ya no es un elemento periférico en las organizaciones y se ha convertido en un elemento de relevada importancia estratégica. El desarrollo de la cultura organizacional permite a los integrantes de la organización ciertas conductas e inhiben otras. Una cultura laboral abierta y humana alienta la participación y conducta madura de todos los

miembros de la organización, si las personas se comprometen y son responsables, se debe a que la cultura laboral se lo permite. Es una fortaleza que encamina a las organizaciones hacia la excelencia y hacia el éxito. Adicionalmente se debe tener en cuenta que el clima organizacional no se debe dejar de lado, ya que está determinado por la percepción que tengan los empleados de los elementos culturales, esto abarca el sentir de la manera de reaccionar de las personas frente a las características y calidad de la cultura organizacional.

- Las políticas de la empresa: son directrices para la toma de decisiones, estas reflejan la “personalidad” de la empresa. El tono y el lenguaje utilizados para los enunciados de las mismas serán percibidos como una política de la actitud de la administración hacia los empleados. Además las políticas de personal también definen las conductas que la compañía espera de los trabajadores. La implementación de políticas consistentes con las regulaciones gubernamentales respalda las operaciones, ya que éstos actúan de acuerdo a lo estipulado por las leyes, evitando de esa manera las penalidades asociadas con las infracciones. Para ser efectivas, las políticas necesitan ser revisadas periódicamente para ajustarse a las necesidades cambiantes de la empresa.
- El rol del gerente: el dirigir una organización o una parte de ella supone un conjunto de responsabilidades. Un gerente debe cumplir

ciertas funciones como, planeación, organización, dirección y control. Desde otra perspectiva, el gerente debe desempeñar diferentes roles interpersonales, informativos y decisorios. Para ello tienen que aprender y desarrollar algunas habilidades técnicas, humanísticas y conceptuales y debe así mismo familiarizarse con ciertos conceptos que operan como base filosófica de su conducta, algunos relacionados con las personas, otros con las organizaciones.

- Las condiciones de trabajo: son un área interdisciplinaria relacionada con la seguridad, la salud y la calidad de vida en el empleo. También puede estudiar el impacto del empleo o su localización en comunidades cercanas, familiares, empleadores, clientes, proveedores y otras personas. Hoy en día existe un sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional para las empresas, es certificable según la norma OSHAS 18001:2007. Éste se basa en la identificación de peligros y en la evaluación de riesgos en los puestos de trabajo y en el registro de las evidencias objetivas que demuestren el cumplimiento y la mejora continua. La norma OHSAS 18001 tiene una estructura similar a la ISO 14001 (Referente al medioambiente) y guarda relación con la ISO 9001 (Calidad)
- El sistema de reconocimiento: el reconocimiento de la contribución de cada empleado en el logro de las metas y objetivos en la satisfacción del cliente. Tal sistema se realiza a través de un proceso participativo

en el cual el jefe y el colaborador en el paradigma funcional o los integrantes del grupo natural de trabajo en el nuevo paradigma matricial revisan sus avances y resultados.

- Los sistemas de compensación: la ausencia de factores motivadores genera insatisfacción en los empleados y estos merecen ser respetados como seres humanos y darles la oportunidad de disfrutar de su trabajo y ser felices. Si bien es cierto que la presencia de motivación no garantiza el éxito, pero su ausencia genera fracasos y crisis recurrentes. Los factores motivadores pueden ser tanto económicos, salarios y premios, como emocionales, estabilidad, ascensos, dignidad. Las compensaciones se definen por varios motivos, productividad, asistencia, calidad de gestión, cumplimiento de objetivos, SOL (seguridad, orden y limpieza).
- El empoderamiento del personal: se refiere al aumento de la fortaleza espiritual, política, social o económica de los individuos y las comunidades. Generalmente involucra el desarrollo en el beneficio de una confianza en sus propias capacidades. El empoderamiento del personal abarca una extensa gama de significados, interpretaciones, definiciones, disciplinas que van desde la psicología y la filosofía hasta la comercializada industria de automotivación y las ciencias de la motivación. El poder en un sentido amplio, es nuestra habilidad para crear, sostener, cambiar e influenciar las personas, los grupos, los

sistemas y la vida, la habilidad para contribuir conscientemente al proceso evolutivo. Para llegar a asumir positivamente el propio poder se tiene que distinguir entre dos tipos de poder: el poder represivo, como dominación de la vida y el poder creativo, como parte integral de la propia fuerza creadora de la vida.

- *Insourcing*: significa dar valor al recurso interno: la búsqueda de talento humano es una actividad constante e inclusive infinita, esta no puede detenerse frente a un mundo tan cambiante y exigente como el que hoy domina los escenarios laborales. Esa constante búsqueda pretende captar a quienes ofrecerán a las organizaciones ideas frescas e innovadoras, ya sea basadas en su conocimiento o en la experiencia que hayan acumulado en cada especialidad con el paso de los años. A veces la búsqueda se realiza para contratos de corta duración; un trabajo en particular puede requerir un mínimo de tiempo si se cuenta con la ayuda de un asesor o un experto para llevarla a cabo.
- La dirección y el sentido del humor: no se debe asociar tener sentido del humor con ir contando chistes a todas horas o imitando a nuestro cómico favorito por los despachos, ni pretender ser graciosos continuamente. Es más bien una actitud positiva ante las cosas. Una forma diferente de contemplar la realidad que nos rodea. Ver los problemas desde otra perspectiva que nos ayude a encontrar

soluciones más creativas. El humor nos ayuda a crear ambientes más relajados y favorecedores para la solución de conflictos y el establecimiento de una comunicación más fluida. El sentido del humor nos ayuda a soportar la excesiva carga de trabajo y genera en cierta medida una protección contra el estrés. Hoy en día son muchas las empresas que empiezan a valorar en sus procesos de selección de directivos el sentido del humor, ya que el humor es una excelente medicina y una extraordinaria terapia, contribuye a reducir la tensión, la ansiedad y por su puesto la depresión.

- Rumores y bolas: los rumores en el trabajo suelen deteriorar el clima laboral y generar roces entre los empleados. Su origen está relacionado con la falta de comunicación formal de la empresa. Dentro de la empresa los rumores suelen reproducirse como virus, que una vez desatados, se van potenciando y creciendo a medida que pasa el tiempo. El contagio suele ser inevitable; y puede llevar a un deterioro del clima de trabajo e incluso, alentar la ruptura de relaciones entre los empleados y el vínculo entre los trabajadores y la empresa. Su principal peligro es el efecto “bola de nieve” que generan distorsionando cada vez más profundamente la información e involucrando nuevas personas a su paso.
- La familia del trabajador: hoy en día se puede hablar que existe una nueva triada empresarial: funcionarios, cliente y familia, la familia debe

ser la base de un mundo laboral favorable, el trabajador asiste a su centro laboral con sus planes y preocupaciones de la familia y ésta indudablemente constituye un importante apoyo emocional y psicológico para él. La experiencia con muchas organizaciones, revela que incluir en los planes de la empresa a la familia es fundamental, se logra no sólo el bienestar de la organización al optimizar un clima favorable sino también contribuye al bienestar de la familia.

- Los horarios flexibles: algunas organizaciones utilizan horarios flexibles para los trabajadores cuya labor puede realizarse en horario diferente sin que afecte a otras áreas. La tendencia moderna es el trabajo en casa (70%) y trabajo en la empresa (30%), por tener algunas actividades que los trabajadores pueden realizarlo en su domicilio, esto representa ahorro a la empresa y satisfacción para el empleado, se trabajará con una evaluación por resultados y/o proyectos.
- Los estudios frecuentes del clima laboral: otra tarea esencial para mantener un clima laboral, es medir con cierta periodicidad como anda éste y qué condiciones o aspectos están contribuyendo a afectar positiva o negativamente. Lo usual es recurrir a las encuestas de estudio de clima, sin embargo, no todas las encuestas pueden servir para todas las empresas, deben constituirse apropiadamente para medir aquellos factores que afectan el clima laboral. No se debe

olvidar que este tipo de estudios generan muchas expectativas, que si no se resuelven problemas concretos estudiados, se genera falta de credibilidad y desconfianza en la organización.

En conclusión, la cultura organizacional depende de varios factores. Los más importantes son el entorno social y el conjunto de valores y creencias de la empresa, estos marcarán decisivamente la cultura organizacional.

4.1.3 Lenguaje

El lenguaje puede definirse como un sistema de comunicación muy desarrollado en los seres humanos y especializado en los animales. El lenguaje nos permite abstraer y comunicar información.

Según Saussure (1911), el lenguaje está compuesto por la lengua y el habla, la lengua la define como el idioma, un modelo general y constante para los miembros de cierta colectividad lingüística; y el habla la define como la materialización momentánea de ese modelo; es un acto individual y voluntario que se realiza a través de la fonación y la escritura.

El concepto de lenguaje hace referencia a una variedad lingüística o forma de lenguaje humano con fines comunicativos que se encuentra dotado de

una sintaxis que obedece a los principios psicológicos como la percepción, la motricidad, la imitación y la memoria.

Hockett (2011) ha establecido quince rasgos que se encuentran presentes en el lenguaje, los más resaltados e importantes hacen mención a la arbitrariedad, la productividad, y la estructura jerárquica. La arbitrariedad hace referencia a la relación entre el signo y el significado, la productividad permite generar nuevos mensajes y la estructura jerárquica hace mención a las reglas o principios sintácticos y gramaticales de las lenguas humanas.

El lenguaje se considera como aquella forma que tienen los seres humanos para comunicarse. Se trata de un conjunto de signos, tanto orales como escritos que a través de su significado y su relación permiten la expresión y la comunicación humana.

El lenguaje es posible gracias a diferentes y complejas funciones que realiza el cerebro. Estas funciones están relacionadas con lo denominado inteligencia y memoria lingüística. La complejidad del lenguaje es una de las grandes diferencias que separan a los hombres de los animales, ya que si bien los animales también se comunican entre sí, lo hacen a través de medios instintivos relacionados a diferentes condicionamientos que poca relación tienen con algún tipo de inteligencia como la humana.

4.1.4 Tipos de Lenguaje

Cuando se hace referencia al lenguaje, inmediatamente se asocia a la idea del lenguaje hablado o escrito. Un lenguaje de carácter secuencial, en el que unos símbolos suceden a los otros y la narración que construyen hace aflorar conceptos y/o emociones en nuestra mente.

Los tipos de lenguaje según Altamirano et al., (2010) son:

- El lenguaje escrito: es un conjunto limitado de símbolos las letras o los ideogramas junto con unas reglas específicas tales como la sintaxis, la gramática y la ortografía permiten interpretar y reconstruir los sonidos del lenguaje hablado y, por tanto, su significado. La mayoría de los diarios y revistas actuales están compuestos por lenguaje textual y lenguaje de la imagen que también podemos llamar gráfico o visual. Al primero corresponden las noticias, artículos, editoriales, crónicas, y titulares. Al segundo, las fotografías, mapas, infográficos e ilustraciones diversas incluidas las caricaturas y dibujos.
- El lenguaje gestual: se define como cualquier sistema organizado a base de gestos o signos corporales, aprendidos o somatogénicos, no orales, de percepción auditiva o táctil, empleados por personas que, o bien no tienen una lengua común para comunicarse, o bien están discapacitadas física o psíquicamente para usar el lenguaje oral.

- Lenguaje artístico: La creación artística es una función esencial del ser humano; arte y hombre son inseparables. René Huyghe escribe: "No hay arte sin hombre, pero quizá tampoco hombre sin arte". El hombre, para transmitir sus ideas y sus sentimientos, ha creado unos códigos basados en sistemas de signos. Uno de esos códigos es el lenguaje articulado, sin el cual no sería posible el progreso, el incremento de experiencias de la especie humana; otro es el lenguaje matemático, que permite medir las dimensiones de la realidad material y fundamentar el desarrollo de todas las ciencias de la naturaleza; otro es el ARTISTICO, ya que el arte es, además de una forma de conocimiento, como la ciencia y la religión, que permiten el acceso a diferentes esferas del universo y del hombre, un lenguaje, un medio de comunicación con el que el artista expresa imágenes de la realidad física y humana, y de las vertientes del psiquismo (sentimientos, alegrías, angustias, esperanzas, sueños).
- El lenguaje corporal; Nuestros gestos, movimientos, el tono de voz, nuestra ropa e incluso nuestro olor corporal también forman parte de los mensajes cuando las personas se comunican con los demás.
- Lenguaje icónico: en él se engloban muchas formas de comunicación no verbal como por ejemplo, el código Morse, los códigos universales (sirenas, Morse, Braille, el lenguaje de los sordomudos), códigos

semiuniversales (el beso, signos de luto o duelo), códigos particulares o secretos.

- El lenguaje no verbal es algo que no se puede palpar pero si se puede sentir y ver. El lenguaje no verbal sirve para apoyar nuestro mensaje a la hora de hablar y hacerlo mucho más contundente. La expresión reúne una serie de acciones distintas a palabras, pero que guardan una estrecha relación con ellas. Todas las personas cuando se comunican de forma oral, además de utilizar la boca para comunicarse, suelen emplear otras formas de expresión como la mirada, los gestos o las posturas, con las que muestran ante su interlocutor actitudes de rechazo, afirmación, duda, etc. Algunos de los elementos del lenguaje no verbal se mostrarán a continuación:
- La apariencia personal: la forma de vestir, de peinar o las condiciones de aseo introducen matices en la comunicación oral y hacen que el aspecto personal se en ocasiones motivo de rechazo o bienvenida.
- El contacto visual: la manera de observar desempeña un papel muy importante en la comunicación oral, pues con ella se expresan emociones, aversiones, deseos o inquietudes que pueden llegar a revelar el estado del interlocutor.
- La expresión facial: con la expresión del rostro podemos transmitir el grado de interés, la comprensión, el estado emocional y conocer mejor al interlocutor.

- La postura: el modo de sentarse, la postura física que se adopte o la forma de caminar pueden reflejar actitudes y sentimientos hacia nosotros mismo y hacia los demás.
- La proximidad y el contacto físico: el contacto físico es sinónimo de amabilidad, simpatía, sociabilidad, etc., y sirve para indicar cuál es el tipo de relación existente entre las personas (como estrechar la mano, un abrazo, un beso en la mejilla). Es importante que en el desarrollo de la cultura organizacional se enseñe a los funcionarios acerca de acciones y gestos de cordialidad, servicio, entusiasmo y alegría. Esto puede ayudar a mejorar las relaciones interpersonales en la empresa y cerrar negocios importantes para la organización. Altamirano et al., (2010)

4.1.5 El lenguaje no verbal

A menudo, los aprendices de una lengua tienden a pensar que si aprenden el sistema lingüístico, podrán ser competentes comunicativamente. Sin embargo, podemos comprobar que conocer y utilizar la lengua meta no garantiza el éxito de la comunicación. Si encontramos un cartel en la puerta de una tienda que está cerrada en horario normal de apertura, que dice: “Vuelvo enseguida” o “Vuelvo en 5 minutos”; ¿entenderán lo mismo un

inglés, un español o un chino? ¿Se quedaría alguno de ellos esperando en la puerta de la tienda hasta que volvieran a abrir?

Para ser competente comunicativamente en otra lengua son necesarios también otros conocimientos, como los conocimientos pragmáticos, socioculturales y de la comunicación no verbal. Los romanos ya usaban gestos actuales para insultar, pedir silencio o dar órdenes. Muchos de estos gestos se mantienen en la actualidad aunque han podido cambiar de significado. Se debe destacar la importancia de la comunicación no verbal dentro del aprendizaje de una lengua debido a que no se le concede el espacio que merece ni se suele valorar su estudio dentro de ella.

A continuación se presentarán los elementos que constituyen el sistema de comunicación no verbal y las funciones que desempeñan; luego, se darán a conocer ejemplos de comunicación no verbal que se puede aplicar dentro de las organizaciones Chinas en Colombia.

4.1.5.1 Elementos de comunicación no verbal

Según, Sánchez (2009), los elementos de la comunicación no verbal son:

- Las cualidades físicas del sonido y las modificaciones fónicas como por ejemplo, el tono, el timbre de voz, la cantidad o intensidad.

- Los sonidos fisiológicos o emocionales: el llanto, la risa, el suspiro, el carraspeo, el bostezo, son sonidos que comunican estados de ánimo en general, pero algunos tienen la función de calificar enunciados o regular conversaciones, como la risa, que además de indicar alegría, miedo o nerviosismo, la utilizamos para mostrar acuerdo, entendimiento, seguimiento en la conversación y señalar comienzo o final de turno, entre otros.
- Los gestos: movimientos psicomusculares, tanto faciales como corporales que permiten para comunicar. Normalmente se encuentran varios gestos conjuntos como elevar las cejas, sonreír, abrir más los ojos, levantar el brazo y agitar la mano para saludar.
- Las posturas: son las posiciones estáticas que adopta el cuerpo humano, como estar sentados con las piernas cruzadas o abiertas, con las manos en la nuca, el tronco recto, entre otras.
- La proxémica conceptual: hace referencia a los hábitos de creencia y comportamientos relacionados con el espacio
- La proxémica social: hace referencia al uso que se hace del espacio cuando nos relacionamos con otras personas.
- La proxémica interraccional: es la distancia que se adopta para realizar actividades comunicativas interactivas. Se distinguen cuatro básicas, la íntima, personal, social y pública, las cuales varían según las diferencias culturales. Sánchez Benítez, G. (2009)

Algunos ejemplos de comunicación no verbal son:

- Cuando nos encontramos estableciendo alguna conversación y abrimos nuestra anatomía corporal por medio de brazos y piernas, representa la intención de entrar en una franca comunicación con el interlocutor. Como contrapartida, la posición cerrada, tanto de piernas, brazos como manos, busca colocar barreras en la interacción y evitar el vínculo", precisa el especialista, quien advierte que el tono, volumen y ritmo de la voz representa en la persona la seguridad, autoestima, auto concepto, imagen del mismo cuerpo e inhibición.
- Cuando un sujeto posee temores se produce un nudo en la garganta, y da la impresión de que se auto estrangula por su propio nerviosismo y constante frustración.
- El volumen bajo de voz responde al complejo de inferioridad, introversión y timidez. Por el contrario, cuando éste es alto y seguro, se personifica el sentimiento de superioridad y capacidad de manejar sus propias tensiones.

4.1.5.2 Funciones de la comunicación no verbal

Según Cestero (2004), los signos no verbales pueden ir acompañados de signos verbales o pueden emplearse aisladamente, a veces también junto a otros signos del sistema no verbal. Los signos verbales se utilizan de manera consciente o inconsciente, aun cuando el emisor no se dé cuenta de su empleo, el receptor catará estos actos comunicativos involuntarios.

La comunicación no verbal se utiliza en la interacción social para saludar, presentarse, pedir perdón, felicitar, agradecer, para identificar objetos, dar instrucciones, pedir a alguien que haga algo, entre otros. Cestero menciona además que los signos de comunicación no verbal son plurifuncionales, cumple una o más funciones dentro de la interacción.

4.1.6 Lo que se debe saber de la cultura China

Según Morrison and Canoway (2006) hay tres aspectos fundamentales que se deben conocer de la cultura China, estos son:

4.1.6.1 Características de la Cultura China

- La paciencia es la habilidad más necesaria para hacer negocios con China.
- China es una sociedad jerárquica, la edad es muy respetada.
- Mientras que los chinos han hecho grandes avances con el uso del internet, el gobierno obstaculiza mucho su uso, ya que censura sitios web de anuncios periódicamente.
- China es un país tradicionalista, por esta razón es preferible realizar todo tipo de negocios durante el año lunar o también conocido como la fiesta de la primavera. Este es el evento más importante para los chinos.
- Siempre es importante conocer la historia de China, su tipo de gobierno, su idioma nativo, el punto de vista chino, la orientación cultural que ellos manejan y sobre todo conocer el protocolo que se debe seguir.
- Hoy existen en China 58 grupos étnicos reconocidos. El grupo preminente es la etnia han. A lo largo de la historia muchos grupos se han asimilado a etnias vecinas o desaparecidas sin dejar rastro. Al mismo tiempo, dentro de la etnia han mantenido tradiciones culturales o peculiaridades lingüísticas. El término *Zhonghua Minzu* se emplea

para definir el nacionalismo chino en general. En gran medida la identidad cultural tradicional tenía relación con diferentes nombres familiares.

4.1.6.2 Tipo de gobierno

La República Popular de China tiene un gobierno comunista. Su política se apoya en una estructura de poder que comprende tres ámbitos fundamentales: el partido y, subordinados a éste, el ejército y el estado. La jefatura del estado corresponde al presidente de la República Popular China mientras que el líder del partido es su secretario general y el líder del ejército es el presidente de la Comisión Militar Central.

4.1.6.3 Idioma

El idioma oficial es el chino, basado en el dialecto Mandarín. Sin embargo, el inglés es utilizado por todas las personas que realizan negocios.

4.1.7 Lo que se debe saber de la cultura Colombiana

Según Morrison and Canoway (2006) hay tres aspectos fundamentales que se deben conocer de la cultura Colombiana, estos son:

4.1.7.1 Características de la Cultura Colombiana

- Una gran diversidad de culturas habitó nuestro territorio antes de la llegada de los españoles, algunas tan avanzadas y sofisticadas como las que produjeron la estatuaria de San Agustín en el Huila, las tumbas de Tierradentro en el Cauca, o la Ciudad Perdida, Buritaca, en la Sierra Nevada de Santa Marta.
- Los colombianos amamos la buena vida y en nuestras ciudades se manifiesta una cultura dinámica, acorde con las tendencias internacionales.
- En cada región del país se arraigó un tipo humano con sus propias características; al norte, la costa atlántica habita gente extrovertida y alegre y se ha conformado una región que incluye además de negros, mulatos y blancos, tribus indígenas como los Wayuu de la Guajira, los Kogi de la Sierra Nevada de Santa Marta y los Cuna del Golfo de

Urabá. En la costa sobre el Océano Pacífico se asentaron comunidades de raza negra, pueblos de pescadores y cazadores que habitan a orillas del mar y en la selva húmeda de mayor diversidad del mundo, la del Chocó, y que también es cuna de tribus indígenas como los Emberá y los Noanamá. Al sureste, la exuberancia de la selva amazónica, cálida y húmeda ha sido durante siglos el hábitat natural de numerosas agrupaciones, con sus mitos y leyendas, conformadas por grupos dedicados a la caza, la pesca, con formas de vida comunitaria y a veces nómada como los Sibundoy, Makuna, Tukano y Tikuna. Al este, en los llanos del Orinoco y los inmensos ríos de la gran sabana se han desarrollado sociedades basadas en la agricultura y el pastoreo y asentamientos indígenas como los Guahibo, que todavía habitan las orillas del río Vichada. En el centro, en la cordillera de los Andes, dividida en tres ramales y densamente poblada, se albergaron sociedades con marcadas diferencias culturales y grandes capacidades para la agricultura, la alfarería y el tejido y tribus que hoy conservan tradiciones seculares como los Guambianos, los Pijaos y los Paeces.

- Conocidos por su Hospitalidad, los colombianos se distinguen además por un valor esencial: la pasión por todo lo que hacen, el deseo de hacer las cosas bien, con recursividad e ingenio. Son amables, alegres y optimistas, características que hacen que los extranjeros se

enamoren no solo de las bellezas naturales del país sino también de sus habitantes.

- Colombia es un país multi-étnico y de ahí su gran riqueza cultural derivada de la herencia española, indígena y negra. Aunque la mayoría (58%) de la población es Mestiza, (www.colombiaespasion.com/...colombia/...colombia-/153-la-cultura), es decir mezcla de blanco e indio, los grupos étnicos compuestos por numerosas comunidades indígenas y afro americanas constituyen un 26 % del total de la nacionalidad colombiana, y por continuar apegados a sus costumbres ancestrales, siguen enriqueciendo la cultura colombiana.
- Otra característica muy propia de los colombianos es el buen uso del español, considerado como uno de los mejores entre los países de habla hispana.

4.1.7.2 Tipo de gobierno

De acuerdo con la constitución vigente (de 1991) Colombia es un Estado social de derecho organizado en forma de república unitaria con centralización política y descentralización administrativa. El poder público se encuentra separado en tres ramas, Legislativa, Ejecutiva y Judicial. Colombia

posee diversos órganos de control como la Fiscalía General de la Nación, la Procuraduría o Ministerio Público, la Contraloría y las Veedurías Ciudadanas.

4.1.7.3 Idioma

El idioma oficial de Colombia es el español (el cual es llamado también Castellano)

5. METODOLOGIA

La Fundación Cultural Colombo – China se estableció en Bogotá en el 2007. Es una organización sin ánimo de lucro, dedicada al intercambio cultural entre Colombia y China, ofrecen cursos lingüísticos y culturales a las personas interesadas por causa del turismo, estudios o negocios en China. Es la primera organización profesional de enseñanza del idioma mandarín orientada a la no presentación integral de la cultura china. Todos los profesores provienen de China y están certificados por su gobierno para la enseñanza del mandarín como segundo idioma. La fundación cuenta con 50 empleados, incluida partes administrativas y docentes, y un número indefinido de estudiantes.

La Fundación Cultural Colombo – China se constituye en el presente estudio de caso. El estudio de caso es el estudio de un “ejemplo en acción”, en otras palabras, se selecciona un ejemplo de objetos y fenómenos que se están investigando y se inquiera de esta forma las funciones del ejemplo en contexto. El estudio de caso permite realizar la investigación a través de datos cualitativos, es por esta razón que se tomó la decisión de adoptar este método de investigación. La recolección de información se realizó mediante una observación, una encuesta a los 10 funcionarios que se encontraban en la fundación (Anexo 1) y una entrevista (Anexo 2) al director de la fundación.

La observación se realizó durante todo el tiempo que se estuvo en la Fundación.

Primero se prestó atención a la organización de la fundación, tanto su fachada, interna y externa, como la organización de sus empleados. Después, durante la entrevista, se presentó la oportunidad que el director tuviera contacto con profesores y empleados de la fundación, ya que esta se realizó en un salón de clases, en este punto, se pudo evidenciar la importancia que tiene el español y el chino-mandarín dentro de la organización. Seguido a esto mientras que se realizaban las encuestas a los empleados, se pudo evidenciar cómo es el trato entre los empleados, los profesores y los clientes. A continuación se evidenciarán los resultados obtenidos:

6. RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1 Observación

Como se mencionó en capítulos anteriores, la cultura organizacional se entiende como el “conjunto de valores, creencias y entendimientos importantes que los integrantes de una organización tienen en común” Valladares (2002), en relación con esto, en el proceso de observación que se realizó en la Fundación Cultural Colombo Cina, se pudo evidenciar que los empleados de la fundación son chinos y colombianos. El ambiente de la fundación posee parte china y parte colombiana, sin embargo, poseen muchos objetos característicos de la China que generan la impresión de estar en un ambiente completamente chino, transmitiendo así su sentimiento de identidad.

La relación que se observa entre los empleados de la fundación es cálida generando así un ambiente agradable. Los chinos, a pesar de que se encuentran en Colombia, no dejan de lado los aspectos que caracterizan su cultura, como por ejemplo la decoración interna y externa de la fundación. La puntualidad, es un rasgo que va acorde a la cultura china.

Al afirmar que el lenguaje se define como un sistema de comunicación muy desarrollado en los seres humanos y especializado en los animales, la

observación realizada en la fundación permitió evidenciar que, a pesar de que todos los profesores provienen de la China, estos se comunican en español. Se debe tener en cuenta que como ellos son profesores nativos, entre sí se comunican en chino - mandarín mientras que cuando se comunican con los otros empleados o clientes de la fundación lo hacen en español. Se pudo observar también que el vestuario que ellos usan es informal, solo hacen uso de la corbata o de los sastres cuando la ocasión lo amerita. Cuando es necesario y no saben cómo decir las cosas en español lo hacen en inglés. El contacto que se hace entre empleados y clientes es todo en español, excepto durante las clases que lo hacen en chino-mandarín, el resto del tiempo se comunican en español.

Durante la observación se pudo analizar que los aspectos culturales chinos están muy marcados, por ejemplo, respecto a la cultura se puede ver que la fundación tiene el diseño de una casa china, en su interior los accesorios decorativos son completamente chinos, tienen un aula de música en la cual todos los instrumentos son chinos. En las paredes se pueden observar carteleras con diseños e instrucciones para dictar las clases de mandarín, también se encontraron faroles chinos colgados desde el techo en diferentes zonas de la fundación. Para la fecha que se realizó la visita, se pudo detectar que en la fundación tienen muy presentes las fechas especiales, (como el Halloween, día del amor y la amistad, el día del profesor, entre otras) porque la decoración que tenían todavía era de Halloween. Es importante

mencionar que para ellos las fechas especiales de China también las tienen muy en cuenta, a pesar de que no las pueden celebrar aquí como las celebran allá.

Cuando se observa la forma en que se comunican profesores con alumnos o empleados, se pudo observar que ellos emplean el lenguaje oral y el lenguaje escrito, su cultura hace mucho énfasis en el lenguaje gestual, corporal y artístico. Respecto al contacto visual, a gran diferencia de su cultura, ellos sí tienen un contacto visual, no es fijo y constante, pero lo hay.

En conclusión se puede decir que según el análisis que se realizó en la Fundación Cultural Colombo – China, se puede establecer que para los chinos es muy importante el uso del español en Colombia, porque saben que el español tiene gran influencia en términos de cultura y del lenguaje en su cultura organizacional. A pesar de que la cultura colombiana y la cultura china son tan diferentes se ve indispensable el aprendizaje de este idioma teniendo en cuenta que ellos aún están en proceso de adaptación completa a la cultura colombiana.

6.2 Encuestas

Según la investigación realizada en la fundación, a continuación se presentan los resultados de la encuesta (Anexo 1) que se aplicó a 10 empleados de la fundación:

Según el estudio realizado se puede inferir que el español es primordial en cuanto a la comunicación dentro de la empresa, porque es ésta la manera en que profesores, empleados y clientes pueden comunicarse. Sin embargo hay personas que opinan que su uso debería ser obligatorio para una mejor interacción cultural entre los colombianos y chinos, a pesar de esto, otras personas opinan que no debería ser obligatorio porque se puede generar temor y rechazo a la cultura y al idioma, pensando que puede ser este imposible de aprender.

El aprendizaje del idioma español para los chinos es fundamental ya que ellos por las funciones que desempeñan dentro de la fundación deben hacer un uso constante del mismo. Teniendo en cuenta que los profesores chinos prefieren hablar su idioma nativo entre ellos es importante resaltar que ven el español como una necesidad fundamental ya que deben hacer uso de este con mucha frecuencia. Hay que tener en cuenta que varios de los profesores que se encuentran en la fundación no han aprendido el idioma español de una manera formal, sino por medio de la cotidianidad, solo es escuchándolo, cosa muy diferente en los colombianos, si nosotros deseamos aprender el idioma chino – mandarín se debe hacer de manera formal, ya que es muy complicado aprenderlo en la cotidianidad.

Adicionalmente se debe tener en cuenta que entre las diferencias culturales que hay entre China y Colombia se encuentra que los chinos prefieren quedarse trabajando después de que se termina la jornada laboral a

diferencia de los colombianos. La comida también es una gran diferencia cultural, sin embargo los chinos ya se están acoplando a la comida colombiana.

Según los resultados arrojados por la encuesta realizada en la fundación, se puede percibir que la principal influencia del español se ve reflejada en los aspectos culturales; también se pueden observar los tipos de lenguaje que Altamirano et, al (2010) mencionó en su libro Comunicación y Lenguaje, por ejemplo, el lenguaje escrito, el lenguaje gestual, el lenguaje artístico, el lenguaje no verbal. Ahora bien teniendo en cuenta estos aspectos culturales y del lenguaje se puede concluir que si existe influencia del español en la cultura organizacional China en Colombia.

6.3 Entrevista

Cuando se realizó la entrevista al director de la fundación cabe señalar que estuvo muy evidenciado el lenguaje no verbal, definido éste como ese algo que no se puede palpar, pero si se puede ver y sentir, a causa de esto. A continuación se muestra la entrevista (Anexo 2) que se aplicó en la fundación al director de la misma, esta consta de 8 preguntas, aquí se presentan los resultados obtenidos.

Ver Anexo 2 Entrevista.

La entrevista fue realizada a Kevin, el director de la Fundación Cultural Colombo – China. De acuerdo con el entrevistado se debe tener en cuenta que en la fundación el idioma de preferencia es el mandarín para comunicarse entre profesores ya que sienten mayor comodidad, sin embargo se debe hacer mucho uso del español, es por esta razón que los ciudadanos chinos prefieren hacer uso del idioma español para comunicarse dentro de la compañía con los empleados y los clientes de la misma.

Los chinos utilizan el español para comunicarse con los empleados de la fundación, estudiantes y amigos. Los casos específicos en que ellos utilizan el español son: primero para dar clases a los alumnos, el segundo es cuando prestan servicios de interpretación español – chino, el tercero es cuando hacen artículos para presentar la cultura China a colombianos y el último caso es para presentar la cultura China en universidades o colegios.

En comparación a la cultura colombiana los chinos en la fundación son muy puntuales, en Colombia, los estudiantes llegan más tarde que el profesor generalmente, en China los estudiantes llegan primero que el profesor. Otra gran diferencia es la comida, los chinos prefieren siempre comer su comida tradicional, mientras que los colombianos no ponemos reparo en la comida, sin embargo ellos ya se han ido acoplado a nuestra comida. Respecto al lenguaje corporal y gestual y en comparación con Colombia, los chinos no

demuestran su afecto, tampoco hacen referencia ni alusión a su día de cumpleaños. Una gran diferencia que existe en la cultura organizacional China es que a ellos les gusta llegar más temprano al trabajo y salir más tarde, cuando son días festivos les gusta trabajar más, duran trabajando más horas, a comparación con los colombianos, que trabajan menos horas y los días festivos no abren generalmente. Otra diferencia es que las cosas allá las hacen lo más rápido posible, aquí todo lo hacen con mucha paciencia y calma. La disciplina que ellos manejan es muy estricta al igual que el idioma del cuerpo.

Como se mencionó en puntos anteriores los chinos ven el español como una gran necesidad pero no es una obligación, ellos son muy conscientes de que el español tiene gran influencia en su cultura organizacional y en su vida cotidiana ya que para ellos, por ejemplo, es muy importante celebrar los días festivos colombianos tal como lo celebramos los colombianos, al saber que están en un ambiente colombiano y que tienen muchos amigos colombianos a ellos les gusta integrarse y sentirse del país.

En conclusión acorde a los resultados obtenidos por la entrevista realizada a Kevin se puede concluir que si hay influencia del español en la cultura organizacional China.

7. CONCLUSION

Como se estableció anteriormente, el problema principal de esta monografía era conocer si el español tenía influencia en la cultura organizacional china en Colombia. En su esclarecimiento, se optó por el método de Estudio de Caso y se plantearon los objetivos.

El objetivo general que se planteó, consistía en analizar la influencia que tiene el español en las organizaciones chinas en Colombia, basado en el estudio de caso de la Fundación Cultural Colombo – China. En su consecución se realizó el proceso de identificación del uso del idioma en los procesos de interacción organizacional de la fundación. Se evidenció que el grupo de ciudadanos chinos hacen uso constante del idioma español, cuando hacen contacto con los empleados o clientes de la fundación.

Seguido a esto se determinaron los aspectos del lenguaje que afectan las organizaciones chinas en Colombia, la observación directa permitió constatar que los chinos mantienen muchos aspectos culturales de su país en la fundación, específicamente en el uso del lenguaje, ellos tienden a hablar entre profesores chinos en chino, pero cuando se trata de hablar con los empleados y los clientes lo hacen en español. Por último se debían establecer los principales aspectos que inciden en la comunicación china en Colombia; los cuales son: primero, se debe identificar la persona con la que

se va a tratar para saber qué idioma usar, si la comunicación es entre profesores chinos, se usará el idioma chino – mandarín, de lo contrario con el resto de empleados se usará el idioma español. Segundo, se debe tener presente que a pesar que ellos se encuentren trabajando y viviendo en Colombia, siguen manteniendo las características propias de su cultura china, como por ejemplo, la puntualidad. Si bien es cierto que se han adaptado a la impuntualidad de la cultura colombiana, no olvidan sus patrones culturales en este aspecto. Tercero, se debe tener en cuenta que los chinos hacen mucho uso del español pues mediante este idioma pueden hacer conocer su cultura y su país, y adicionalmente pueden dictar sus clases.

En conclusión, y con base en la evidencia presentada en este estudio de caso se puede afirmar que si existe influencia del español en la cultura organizacional china en Colombia.

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, B y Silvio, Á. (2005). La cultura de la empresa. *Revista Mal-estar E-Subjetividade*, 2, 39. Recuperado el día 05 de octubre de 2011 de la base de datos e – libro.

Altamirano et al., (2010). Comunicación y Lenguaje I, 9. Recuperado 17 de octubre de 2011 en <http://es.scribd.com/doc/27335931/Comunicacion-y-Lenguaje-Lenguaje>

Bello, A. (2006). Cuenta satélite de Cultura. Manual de metodologías para su implementación en Latinoamérica. Ed. Aecid. Pag 30 -42.

Bernal, C (2006). Metodología de la investigación. Pearson Prentice Hall, Segunda edición.304

Barth, F (1969). Los grupos étnicos y sus fronteras. 3ra edición. 208. Recuperado el día 19 de julio de 2011 en

<http://es.scribd.com/doc/44730204/Barth-Fredrik-Los-Grupos-Etnicos-y-sus-Fronteras>

Cestero, A. (2004). La comunicación no verbal, en J. Sánchez Lobato e I. Santos Gargallo (eds.). Madrid. SGEL, pp. 593-612.

De Saussure, F y Hockett, C. Definición de Lenguaje. Recuperado el día 19 de julio de 2011 en <http://definicion.de/lenguaje/>

Gosálvez López, A. (2010) Las principales escuelas de la Antropología. *Historia y humanidades*. Recuperado el día 13 de junio de 2011, en <http://almudena-gosalvez-lopez.suite101.net/las-principales-escuelas-de-la-antropologia-cultural-a28710>

Gutiérrez Gómez, R. (2006) Aportaciones teóricas al estudio de las relaciones entre la globalización y orientación educativa. *Tiempo de educar*, 43. Recuperado el día 01 de octubre de 2010 de la base de datos e - libro

Morrison, T and Canoway, W. (2006). Kiss, Bow or Shake Hands. Business – Avon Massachusetts. Second Edition. P.89- 99

Morrison, T and Canoway, W. (2006). Kiss, Bow or Shake Hands. Business – Avon Massachusetts. Second Edition. P.104 - 112

Oportunidades comerciales con China, el gigante asiático, tema del congreso Internacional de Negocios (2009). Recuperado el 05 de agosto de 2011 en <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-207335.html>

Pineda, L. (2010). Principales enfoques sobre la globalización: un análisis comparativo, 162. Recuperado el día 06 de junio de 2010 de la base de datos e- libro

Ryszard, L. (2001) Región y Globalización. *Revista de Ciencias Sociales*, 25, 102. Recuperado el día 24 de septiembre de 2011 de la base de datos e- libro

Sánchez Benítez, G. (2009) La comunicación no verbal. Estrategias de enseñanza y aprendizaje del español en China. *Suplementos*, 8, 16. Recuperado el día 01 de octubre de 2011, en

http://www.marcoele.com/descargas/china/g.sanchez_comunicacionnoverbal.pdf

Sastre, F y Navarro, A. (2009) *¿Qué es cultura? ¿Qué entendemos por cultura?*, 17. Recuperado el día 05 de octubre de 2011 de la base de datos e-libro.

UNESCO, (1982). Conferencia mundial sobre las políticas culturales. *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*. 6. Recuperado el día 13 de junio de 2011 en http://portal.unesco.org/culture/es/files/12762/11295424031mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf

La cultura colombiana. Recuperado el día 13 de junio de 2011 en: www.colombiaespasion.com/...colombia/...colombia-/153-la-cultura.

Valladares, A. (2002). Inversiones alternativas. *Cultura Organizacional*. Recuperado el día 07 de julio de 2011 en <http://winred.com/negocios/cultura-organizacional/gmx-niv114-con1397.htm>

ANEXOS

ANEXO 1

1 ¿Cree usted que el español es primordial en cuanto a la comunicación dentro de la empresa?

A esta pregunta todas las personas encuestadas respondieron que sí, que es primordial, porque de esta manera se puede interactuar mucho mejor entre profesores, empleados y clientes.

2. Existe alguna directriz de la empresa en cuanto al uso que debe hacerse del español y el chino

A esta pregunta todas las personas dijeron que no, la única referencia que hacen es que hay profesores que exigen durante su clase hablar con mandarín.

3. ¿Cree usted que debería ser obligatorio el uso del chino y/o el español dentro de su organización?

Algunas personas opinan que si debería ser obligatorio el uso y otras personas dicen que no.

Las personas que dicen que sí debería de ser obligatorio el uso del chino o del español hacen referencia específicamente al uso del chino, ya sea durante las clases o los procesos que requieran adquisición del conocimiento cultural chino.

Las personas que dicen que no debería ser obligatorio su uso, se basan en que se debe mostrar a los colombianos que este es un idioma accesible y que no es imposible de aprender, que no hay que tenerle miedo.

4. *¿Con que frecuencia hace usted uso del idioma español dentro de esta organización?*

La mayoría de los empleados hacen uso entre un 80% y un 90% diario del idioma español.

5. *¿Con que frecuencia hace usted uso del idioma chino - mandarín dentro de esta organización?*

La mayoría de los empleados hacen uso entre un 20% y un 10% diario del idioma chino- mandarín

6. . *¿Qué idioma prefiere usar más a la hora de trabajar con sus compañeros de área?*

Tanto profesores como empleados dijeron que preferían más el español, porque los profesores chinos podían afianzar más su aprendizaje del idioma español y los empleados por comodidad.

7. *Para que utiliza el español y el chino en su trabajo*

Los profesores hacen uso del español para dictar sus clases y las actividades que la fundación ejerce al igual que para comunicarse con los empleados mientras que los empleados lo usan para todo.

8. *¿En qué idioma se comunican los funcionarios dentro de la empresa y con sus clientes? En qué momento lo hacen.*

Cuando se comunican entre profesores nativos se comunican en chino, entre profesores con empleados y clientes en español, a excepción que estén en alguna clase que les exija solo uso del chino.

9. *¿Antes de venir a Colombia usted ya tenía estudios sobre el idioma español o lo hablaba?*

Esta pregunta solo se realizó a los profesores y la mayoría dijo que sí, duraron estudiándolo entre 8 meses y 1 año. Sin embargo hay profesores que no estudiaron nada antes de llegar a Colombia y todo lo que saben del idioma español lo aprendieron aquí.

10. *¿Ha tomado clases de español desde que llegó a Colombia? Por cuanto tiempo*

La mayoría de los profesores dijeron que sí han tomado clases desde que llegaron a Colombia, algunas clases son virtuales y otras son presenciales, y son tomadas desde hace más o menos el transcurso de dos años.

11. *¿Considera relevante seguir las normas culturales de los países donde están ubicadas las sedes?*

Todos dijeron que si es relevante seguir las normas culturales del país donde se encuentran sus sedes, porque eso significa respeto hacia los directivos de la empresa y hacia sus respectivos empleados y clientes.

ANEXO 2

1. *¿Cuál es el idioma de preferencia dentro de la compañía?*

Aquí en la alianza el idioma oficial es el mandarín, pero se debe hacer mucho uso del español.

2. *¿Se usa el español para las comunicaciones internas de la empresa?*

Para que casos específicamente.

Claro es muy importante utilizar el español, para comunicar con empleados de la fundación, con estudiantes y con amigos.

Los casos en que se utilizan son: primero cuando se dan clases de español para enseñar a los alumnos chinos. El segundo es cuando se presta el servicio de interpretación español – chino. El tercer caso es cuando hacemos muchos artículos para presentar cultura colombiana o español a los chinos en china. El cuarto caso, también usamos español para presentar cultura china o clase de mandarín en diferentes universidades o colegios

3. *¿Qué diferencia hay entre trabajar en una sede en china y una sede en Colombia?*

Hay muchas diferencias, primero, el tiempo por ejemplo, allá en China siempre los profesores y los alumnos siempre llegamos en punto, pero acá siempre es más tarde. Esta es una gran diferencia. Otra gran diferencia es la comida, es muy diferente, siempre a los chinos les gusta comida china, pero ya nosotros nos gusta acostumbrarnos a la comida de acá. En Colombia las personas toman muchos abrazos, en China no puede, por ejemplo, señorita muy bonita, no pude decir esto. En China no dicen que mañana es mi cumpleaños, porque eso significa que le está pidiendo un regalo sin conocerla y eso es una falta de respeto a nuestra cultura. Cuando los chinos reciben un regalo nunca lo pueden abrir cara a cara.

Otra diferencia dentro de la empresa es que en China, los empleados queremos llegar más temprano a la empresa y salir más tarde, aquí no, aquí es todo lo contrario, acá siempre llegar más tarde y salir más temprano, es muy diferente la cultura. Aquí se paga mínimo cada quince días, allá mínimo el pago es mensual. En China las cosas son más rápidas aquí son más despacio. En China todos los jefes ven cosas que son muy fáciles para ellos y acá los empleados siempre se demoran más tiempo que el esperado. La disciplina que manejan es muy estricta. El idioma del cuerpo es muy importante, la

pronunciación. El uso de la gramática es muy diferente. Cuando se pueden explicar bien utilizamos imágenes

4. *¿Ve el uso del español como una necesidad o como un requerimiento?*

Lo veo más que todo como una necesidad una gran necesidad. Yo pienso que los dos, primero siempre trabajo en inglés, no necesario hablar mucho español, pero como yo vivo y trabajo acá, siempre uso el español por eso esta es una gran forma de estudiar el español. Yo nunca tomo nada de clases, solo escucho, por eso mi español no es bueno y tiene muchos problemas, pero yo puedo comunicarme

5. *¿Es obligatorio el uso de algún idioma dentro de la compañía en la comunicación con el cliente, los subalternos y los jefes?*

No, siempre como bilingüe, cuando hablamos con las profesoras siempre hablamos en chino, pero algunos momentos usamos el español porque no siempre se debe usar el mandarín mejor que el español, por ejemplo con otras profesoras hablamos mixto, chino y español, ahora el español se convierte en nuestro idioma, en las clases hablamos en español porque para los estudiantes es muy

complicado entender todo en chino y cuando trabajamos con las secretarias y otros empleados lo hacemos en español porque ellos no saben el chino-mandarín

6. *¿Cuál cree usted que es el idioma con mayor influencia dentro de su organización?*

Acá en Colombia es el español pero el inglés también es muy fuerte, porque mucha gente puede hablar inglés y es muy fácil, pero es muy difícil encontrar un colombiano que hable chino- mandarín. Este idioma es muy importante, pero todavía está muy lejos de Colombia.

7. *¿Festejan en la empresa los días especiales chinos y colombianos? Si es así, como lo hacen.*

Los dos son muy importantes, pero más importantes son los festivos de Colombia, porque estamos en el ambiente colombiano, también tenemos muchos amigos colombianos y tercero porque vivimos acá. Ahora nosotros tenemos una fiesta que se llama festivo de la luna, pero no podemos celebrarlo acá porque lo no lo hacen y si queremos celebrar la fiesta de la primavera no podemos hacerlo porque no tenemos la forma de hacerlo. Los festivos aquí lo celebramos con los amigos colombianos y la familia, segundo vamos al bar a comer, como

los colombianos, celebramos Halloween, el thanksgiven, la fiesta de amor y amistad me gustan mucho, también me gustan mucho el día del profesor y el día del niño.