

Resumen

En la actualidad los negocios internacionales significan para el Ecuador la mayor fuente económica debido a todos los bienes que se comercializan desde y hacia varios países, esta realidad es posible gracias a la actividad productiva que realizan las Mipymes como principal sector empresarial del Ecuador. De aquí nace la necesidad y urgencia de estudiar todos los factores culturales que intervienen para el buen desenvolvimiento de la negociación dentro de un escenario global en el que inevitablemente surgen choques culturales que pueden evitarse gracias a una conciencia intercultural amplia.

El objetivo general es:

Identificar cómo la cultura influye en el desarrollo de la negociación de las Mipymes en el mercado internacional.

Se aplica una metodología documental y descriptiva con un enfoque cualitativo-inductivo que busca analizar y explicar los fenómenos que se presentan en el tema de investigación. Por lo tanto, intervienen varias herramientas de investigación que permiten levantar información necesaria para cumplir con cada objetivo específico.

La conclusión principal que se obtuvo en este trabajo de investigación es que tanto la academia, el gobierno y las Mipymes deben trabajar de manera conjunta en la creación de conocimiento científico orientado específicamente al ámbito cultural y la influencia del mismo en todas las aristas que abarcan la negociación internacional.

Esta información debe ser aplicable para la realidad del país.

Palabras claves: Cultura, negocios internacionales, contextos culturales, dimensiones culturales.

Abstract

Currently, international business means for Ecuador the largest economic source due to all the goods that are marketed to and from various countries, this reality is possible thanks to the productive activity carried out by MSMEs as the main business sector in Ecuador. From here arises the need and urgency to study all the cultural factors that intervene for the good development of the negotiation within a global scenario in which cultural clashes inevitably arise that can be avoided thanks to a broad intercultural awareness.

The general objective is:

Identify how culture influences the development of the negotiation of MSMEs in the international market.

A documentary and descriptive methodology is applied with a qualitative-inductive approach that seeks to analyze and explain the phenomena that occur in the research topic. Therefore, several research tools are involved that allow gathering information necessary to meet each specific objective.

The main conclusion that was obtained in this research work is that both the academy, the government and the MSMEs must work together in the creation of scientific knowledge specifically oriented to the cultural field and its influence on all the edges that encompass the international negotiation. This information must be applicable to the reality of the country.

Keywords: Culture, international business, cultural contexts, cultural dimensions.