

INFOMULTICULTURALIDAD Y SU IMPACTO EN LA TOMA DE DECISIONES EN LA HUMANIDAD

Jessica Morales González

INTRODUCCIÓN

Por infomulticulturalidad podemos entender que es la convivencia y el intercambio de información entre distintas culturas. Hoy en día este concepto ha revolucionado la forma de pensar y las formas de trabajar de las organizaciones.

La infomulticulturalidad ha traído nuevas tecnologías y formas de transmitir información en cuestión de minutos con colaboradores del extranjero, así como intercambios de personal para abrir puertas a nuevos ideales y herramientas que nos puedan servir de apoyo.

Este concepto ha ayudado en cierta parte a las empresas para estar al día de información y ha abierto puertas hacia otros países dando así oportunidades de expansión. Este concepto también influye en la sociedad, ya que por la gran cantidad de información que hoy en día se maneja en las redes sociales, televisión, radio etc. Que dejan ver a las sociedades de diferentes culturas, nos influenciamos por las nuevas y diferentes modas, tradiciones etc. Que así como puede ser bueno para las empresas también implica un reto bastante importante ya que por la infomulticulturalidad la sociedad busca constantemente nuevas cosas. Eso denota una gran influencia en la toma de decisiones tanto de la sociedad como de las organizaciones, claramente la información influye en este proceso de manera importante.

CONCEPTO INFOMULTICULTURALIDAD

Podemos comenzar con descomponer la palabra “infomulticulturalidad” y definir alguno de sus componentes para poder entender exactamente a que se refiere esta compleja palabra:

Información según el diccionario de la real academia española viene del latín informatio, -ōnis y la define como la Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que poseen sobre una materia determinada, también la define de una manera más corta diciendo que son conocimientos así comunicados o adquiridos (RAE, 2015). Basándonos en estas definiciones de la palabra podemos decir que la información son conocimientos ya sea que los recibamos o comuniquemos, puede ser de cualquier tema o materia.

Cultura viene del latín cultūra que significa cultivo o crianza, su definición es: “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (RAE, 2015)

Multiculturalismo significa la convivencia de diversas culturas (RAE, 2015). También la podemos definir como el conjunto de diferentes personas o grupos de personas con distintas culturas en un mismo espacio geográfico en el cual conviven y habitan. El multiculturalismo es parte de muchos países y sociedades hoy en día, y es una relación bastante compleja en muchos lugares del mundo por la pérdida de las culturas propias por la influencia de culturas más fuertes.

Entonces combinando estas palabras podemos encontrarle un sentido más claro a la palabra **infomulticulturalidad**, Y la definiremos como la **convivencia y el intercambio de información entre distintas culturas**.

Como principal objetivo, la infomulticulturalidad debe analizar cómo esa información cambia al sujeto que la recibe, la influencia e importancia en sus **decisiones**, y la forma en cómo se comporta en su entorno así como la formación de nuevos paradigmas, conceptos y estereotipos.

Y, para que nos quede más claro este concepto y sea más fácil vincularlo con las organizaciones definiremos la palabra globalización ya que como su significado lo menciona es la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales. (RAE, 2015). Gracias a la globalización los mercados comenzaron a sobrepasar fronteras nacionales llevándolos a un ámbito multicultural.

INFOMULTICULTURALIDAD EN LAS EMPRESAS

NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS EMPRESAS

Un concepto muy importante de mencionar que ha estado cambiando a las organizaciones de una forma impresionante debido a la globalización e infomulticulturalidad, son las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) estas nuevas herramientas implican una serie de nuevos retos importantes para las compañías, pero a la vez grandes oportunidades de creación de valor.

Por primera vez en la historia con la implementación de las TICs se han abierto puertas a herramientas como son las redes sociales, internet móvil, teléfonos inteligentes y la nube, que si son bien utilizadas pueden ser de mucha utilidad para las empresas y hacer la diferencia con competidores creando vínculos con sus consumidores de manera electrónica hasta poner tiendas en línea que permitan comprar desde la comodidad de su casa (IESE, 2014).

Otro punto importante y beneficio para las empresas es que la capacidad de procesamiento de la información aumenta de forma imparable dando así facilidades a los empresarios de comunicarse y mandar información inmediata a otros países (FORBES, 2014).

Por ejemplo uno de los principales sistemas de información que también ha revolucionado la transmisión de información es el sistema que se conoce como ERP (Enterprise Resource Planning), están ayudando a las empresas en su expansión mundial (UNAM, 2014).

En el rol de los empresarios es muy importancia ya que nunca deben olvidar que hoy en día vivimos en un mundo globalizado, donde siempre surgen nuevos competidores y es de vida o muerte para una organización estar preparados para ganarles.

EFFECTOS INTERNOS DE LA INFOMULTICULTURALIDAD

Los cambios que ha traído consigo la infomulticulturalidad en las empresas también afectan de forma positiva a los colaboradores de una empresa o a la empresa de forma global a esto le podemos llamar los “efectos internos” de la infomulticulturalidad en las empresas (Seoane Balado, 2005).

Hoy en día existen diversos programas de trabajo en los cuales realizan intercambios internacionales para capacitar a su personal en otro ámbito y otra cultura. Y abre las

puertas a personas extranjeras para traer nuevos conceptos e ideas. Lo cual les brinda a ambas partes un beneficio de infomulticulturalidad ya que vienen con nuevos y diferentes ideales que pueden funcionar en la empresa en tu país.

Otro beneficio y creo que el más importante y con más impacto en las empresas hoy en día y que es causado en parte de la infomulticulturalidad y la globalización es la adaptabilidad de las empresas a teorías o herramientas administrativas de otros países. Gracias a la información que ellos brindan en manuales, procesos etc.

Por ejemplo la adaptabilidad de herramientas como Lean Manufacturing o manufactura esbelta que es una herramienta japonesa concebida por gurús del sistema de producción Toyota (Rajadell & Sánchez, 2010)

Six Sigma herramienta creada por Motorola, la cual ha sido ampliamente difundida y adoptada por otras empresas de clase mundial como son: Sony, NASA, Toshiba, Ford, Polaroid etc. (Gómez Fraile, et al, 2011).

La infomulticulturalidad en el medio laboral puede ayudar a mejorar siempre y cuando se maneje de forma correcta, ya que tanto puede mejorar los intereses comunes, trabajos en equipo con ideas diferentes hasta las diferencias entre compañeros, y traer así beneficios. Pero si no se sabe emplearla o adaptar a tu grupo de trabajo a un ámbito de infomulticulturalidad los problemas pueden empeorar la productividad, así como las relaciones entre departamentos, subordinados y empleados.

EFFECTOS EXTERNOS DE LA INFOMULTICULTURALIDAD

Los efectos externos de la infomulticulturalidad en las empresas van dirigidos hacia los consumidores, este concepto hace referencia a la información que llega a las personas y hacen cambiar su pensamiento, gustos, valores y cultura misma.

También la infomulticulturalidad es algo a lo que las empresas se enfrentan día con día ya que constantemente se modifican los deseos de un posible consumidor, ya que se bombardean de ideas e información para que compren lo que todas las empresas quieren venderles.

Infomulticulturalidad obliga a las empresas a estar al día tanto en información como en tecnología para poder conservar el contacto y la lealtad de sus clientes. Ofrece visualizar el futuro de los nuevos mercados, lo cual trae como beneficio a las empresas el ser competentes al contar con colaboradores con ideas nuevas y frescas y que puedan disminuir la probabilidad de fracaso de que la introducción de un nuevo producto o servicio sea bien recibido por los clientes, la sociedad y por el mundo.

Un ejemplo puede ser, cuando una empresa dedicada a la fabricación de ropa en México, debe estar al día en las modas americanas que tiene mucha influencia en la sociedad mexicana, ver las tendencias nuevas etc. Para poder seguir dentro del mercado sin ser desplazados por otra marca ya sea nacional o internacional.

INFOMULTICULTURALIDAD Y LA TOMA DE DECISIONES

Decisión viene del latín *decisio*, *-ōnis*. Y significa Determinación, resolución que se toma o se da en una cosa dudosa o Firmeza de carácter. Por lo tanto basándonos en esta definición si queremos adentrarnos en el tema de la toma de decisión podemos decir que una toma de decisión es la determinación de elegir una opción viable o que la persona cree viable dependiendo de su situación.

La toma de decisión es un proceso muy importante y de los más difíciles a los que se enfrentan las personas hoy en día, ya que como lo dice Pilar Martínez Clares en su artículo Tomar una buena decisión consiste en trazar el objetivo que se quiere conseguir, reunir toda la información relevante y tener en cuenta las preferencias del que tiene que tomar dicha decisión. Si queremos hacerlo correctamente, debemos ser conscientes de que una buena decisión es un proceso que necesita tiempo y planificación. (Martinez Clares, 2014)

Por ello la única manera de tomar una buena decisión es a través de la aplicación de un buen procedimiento (Robbins & Stephen, 2002).

Entonces si queremos de hablar de toma de decisión y la infomulticulturalidad que ya definimos como la convivencia y el intercambio de información entre distintas culturas. Podemos decir que se relacionan de manera interesante en el día a día de las empresas y sociedad ya que la infomulticulturalidad es un factor importante en la toma de decisión, en la sociedad principalmente, ya que por tanta información de diferentes culturas la decisión de compra se vuelve algo compleja al tener influencia de nuevas culturas y nuevas ideas etc. Y para las empresas ya que su cliente "la sociedad" al ser influenciado por nuevas ideas, cambia de gustos muy seguido y está en las empresas el tomar las decisiones que afectan algunas veces a su productividad obligados a cambiar de presentaciones, en tiempos menores.

CONCLUSIÓN

Como conclusión podemos decir que la infomulticulturalidad es un concepto nuevo que ha revolucionado el mundo ya que tiene influencia en las sociedades y empresas como tal, haciendo que la toma de decisiones sea más compleja de lo que ya es, porque a pesar de hacer que la información fluya de manera rápida por el desarrollo de nuevas tecnologías mundiales, la toma de decisiones depende ya de muchos factores e ideas nuevas que intervienen en las ideas de las personas.

La capacidad que en estos tiempos tienen las organizaciones por sacar provecho de estos nuevos conceptos, son impulsores para crear productos y servicios que sean consumidos por sus clientes y a la vez la unificación de la identidad de todas empresas, así como utilizar aquellas características de sus nuevos colaboradores es de gran importancia para su permanencia en el mercado globalizado.

BIBLIOGRAFÍA

FORBES, M. (2014). *Nuevas tecnologías modifican las estrategias empresariales*. Obtenido de <http://www.forbes.com.mx/nuevas-tecnologias-modifican-las-estrategias-empresariales/>

Gómez Fraile, F., Vilar Barrio, J., & Tejero Mozón, M. (2011). *Seis sigma*.

IESE. (2014). *IESE Business School* . Obtenido de Universidad de Navarra : <http://www.iese.edu/es/conoce-iese/prensa-noticias/noticias/2013/marzo/las-nuevas-tecnologias-y-su-impacto-en-la-competitividad-empresarial/>

Martinez Clares, P. (2014). *Importancia en la toma de decisiones*. Obtenido de <https://www.um.es/coie/guia-salidas/guia-salidas-08-toma-decisiones.pdf>

RAE. (2015). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=infomulticultura>

Rajadell, M., & Sánchez, J. L. (2010). *Lean Manufacturing evidencia de una necesidad* .

Robbins, & Stephen. (2002). *Fundamentos de administración* . México: Pearson Educación .

Seoane Balado, e. (2005). La nueva era del comercio: el comercio electrónico. Las TIC al servicio de la gestión empresarial . ideaspropias.

UNAM. (2014). *Dirección general de cómputo y de tecnologías de información y comunicación* . Obtenido de <http://www.tic.unam.mx/>