



“ Las relaciones bilaterales entre España y Alemania. Importancia de la competencia intercultural en la Selección de Personal de perfiles hispano-alemanes “

“ Esta sección está dedicada a todos aquellos perfiles hispano-alemanes, que por diferentes circunstancias, se sienten parte de culturas distintas, y que de forma paulatina, han modificado su forma de ver la realidad...”

Las relaciones entre España y Alemania han sido desde el principio de sus respectivas historias nacionales, amistosas y caracterizadas sobre todo por una mutua admiración.

Un claro ejemplo que refleja estos lazos positivos, es el hecho de que Alemania sea el socio comercial más importante para España después de Francia. La República Federal de Alemania ocupa un lugar de liderazgo en cuanto a inversiones industriales directas. Está aumentando la importancia de los sectores de la automoción, máquinas y herramientas, metalurgia, la química y el sector de la piedra y cerámica.

La presencia de empresas alemanas en España es igualmente destacable. Más de 1.100 empresas alemanas están representadas en España a través de filiales o participaciones. Muchas de ellas tienen plantas de producción propias. El 50% de estas empresas se encuentran en Catalunya y el 35% en Madrid.

En Alemania viven actualmente cerca de 130.000 españoles, que constituyen un buen ejemplo de integración sin abandono de la identidad cultural propia. En España residen, según las últimas estimaciones, bastante más de 500.000 ciudadanos alemanes permanentemente o por lo menos durante más de tres meses al año. A ello se añaden unos 11 millones de turistas alemanes que visitan cada año España.

Ambos países mantienen un activo e intenso intercambio cultural. En Alemania y España ha aumentado fuertemente el interés por la lengua, y la cultura española y alemana, respectivamente.

Estos datos reflejan sin duda una cooperación entre ambos países muy estrecha. Sin embargo, no debemos olvidar un aspecto muy importante, que sigue interfiriendo en las relaciones hispano-alemanas, que es la percepción errónea de los mensajes que se transmiten en la comunicación entre un interlocutor alemán y otro español, algo que puede llegar a ocasionar pérdidas importantes en algunas empresas. Según un reciente estudio, el 25% de todas las relaciones comerciales internacionales fracasan por diferencias culturales.

Cada cultura es una visión del mundo: visión que se refleja en el pensar, en el sentir y en el actuar. Supone por tanto una manera de percibir y organizar lo que nos rodea y que se manifiesta en la manera de comunicarse. Es por ello, que para optimizar las sinergias culturales de ambos países, recomendamos seleccionar tanto para una empresa española en Alemania como para una empresa alemana en España, a un interlocutor que posea unas competencias interculturales notorias, para garantizar el éxito en la comunicación, es decir un perfil hispano- alemán, que no sólo domine los dos idiomas, sino que conozca profundamente ambas culturas y las sienta como parte de una misma.

Una diferencia cultural típica entre los alemanes y los españoles es la manera de comunicarse. Los alemanes son más directos a la hora de transmitir un mensaje y son más secuenciales, lo que provoca interpretaciones erróneas por parte de los españoles como: “los alemanes son frios y bruscos” o “los teutones parecen robots”. Los españoles sin embargo son menos secuenciales y dan paso a la espontaneidad en cualquier momento de la comunicación, lo que hace pensar por parte del alemán, que “ los españoles hablan por hablar y no focalizan la idea o el tema central ”. Respecto al sentido del humor, se aprecian también algunas diferencias, entre ellas la ironía que transmiten los mensajes alemanes, algo que puede irritar a un español, si no conoce su cultura, y que tiende a tomarse esos “imprevistos” como algo muy personal.

Se suele pensar que “ los alemanes son cabezas cuadradas ” o “ los españoles , unos caóticos ”. Cojamos el ejemplo de las reuniones: A la hora de organizar agendas los alemanes detallan normalmente todos los temas que se van a tratar, especificando el tiempo que debe durar la reunión, siendo más secuenciales. En cambio los españoles no suelen detallar tanto los temas a tratar y el periodo de tiempo es más fluido. La manera alemana garantiza que se lleguen a tratar todos los temas definidos pero en cambio no deja sitio para la creatividad. Para una campaña publicitaria es más aconsejable la “agenda española”, para revisar unos procesos operativos es más ventajosa la “agenda alemana”.

Es importante recalcar que dichas diferencias percibidas no influyen negativamente en la simpatía que se tiene hacia el otro país. Los polos opuestos se suelen atraer y pueden llegar a producir grandes efectos de sinergia. Para ello es muy importante percibir las diferencias no como algo “negativo” o “positivo” sino como una manera de tratar un tema con sus ventajas y desventajas según cada situación concreta.

Para poder aprovechar estos potenciales de sinergia es indispensable que el interlocutor que se vaya a seleccionar para un puesto tanto en Alemania como en España, se elija teniendo en cuenta factores como la experiencia internacional, capacidad de adaptación intercultural y dominio de ambos idiomas. Lo ideal es seleccionar un candidato que domine los dos idiomas, pero sobre todo que conozca bien ambas culturas y las sienta parte de una misma, la “hispano- alemana”.

Estos *perfiles hispano-alemanes*, son diamantes en bruto, ya que facilitan mucho a la empresa el camino a la hora de adentrarse en el mercado español o alemán. Están dotados de unas competencias interculturales notorias, que les habilita para actuar de forma adecuada y flexible al enfrentarse con acciones, actitudes y expectativas de personas alemanas o españolas respectivamente. Esta adecuación y flexibilidad implican que poseen un conocimiento profundo de las diferencias culturales entre ambos países; además, de tener la habilidad de solucionar problemas interculturales como consecuencia de dichas diferencias.

La competencia intercultural que destaca en los perfiles hispano-alemanes, posibilitará a la persona un mejor desempeño profesional, al vincular los valores de aceptación, reconocimiento y valoración de la diversidad cultural a las metas de cualificación profesional, y consecuentemente aportará a la empresa, una mayor rentabilidad.

Ihr Alkimia Consulting Team- El Equipo de Alkimia Consulting