



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales  
Grado en Traducción e Interpretación

Trabajo Fin de Grado

**La influencia de la  
cultura en la negociación  
chino-español y el papel  
del intérprete**

Alumna: Tingli Wang

Directora: María Dolores Guindal Pintado

Madrid, junio 2024

## Índice

### Tabla de contenido

1.	Introducción.....	4
1.1.	Finalidad y motivos .....	4
2.	Estado de la cuestión .....	6
2.1.	La importancia de las negociaciones comerciales entre España y China.....	6
2.2.	La situación actual de los intérpretes chino-español en España.....	8
3.	Marco teórico.....	11
3.1.	Estudios de la comunicación cultural .....	11
3.1.1.	Modelos de comunicación de Edward T. Hall. ....	11
3.1.2.	Modelo de Geert Hofstede.....	13
3.1.3.	Modelos de Schuster y Copeland y Salacuse .....	15
3.2.	El concepto de negociación dependiendo de la cultura.....	16
3.3.	El papel del intérprete de enlace.....	17
4.	Metodología.....	19
5.	Análisis .....	19
5.1.	Planteamiento del caso hipotético .....	19
5.1.1.	Comparación de los parámetros de Hofstede entre China y España .....	21
5.1.2.	Comparación de las dimensiones de Hall entre China y España.....	28
5.1.3.	Análisis del papel del intérprete de enlace ante el caso de Tmall y Aceites La Sierra S.L. ....	30
10.	Conclusión.....	36
12.	Anexo 1.....	42

## Tabla de ilustraciones

Figura 1. Fuente: Fundación Consejo España China a partir de datos de Mineco, 2024. ....	4
Figura 2. Fuente Fundación Consejo España China a partir de los datos de Datacomex, 2024 .....	7
Figura 3:Fuente: Hofstede Insights, 2024.....	21
Figura 4 Fuente: «The Culture Map», Erin Meyer.....	28

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> .....	13
<b>Tabla 2</b> .....	14

## **1. Introducción**

### **1.1. Finalidad y motivos**

Este trabajo de fin de grado de Traducción e Interpretación tiene como objetivo el estudio y el análisis de las culturas china y española, su influencia en el ámbito de la negociación y el papel que desempeña el intérprete en dicho contexto.

La autora de este TFG encuentra su motivación en los conocimientos adquiridos durante su carrera en Traducción e Interpretación. Su cercanía con las culturas china y española ha sido fundamental en su desarrollo, proporcionándole una perspectiva única sobre dinámicas interculturales. Esta vivencia personal ha despertado su interés por explorar y comprender más a fondo las complejidades de las negociaciones internacionales, especialmente en el contexto específico de las relaciones entre China y España.

El intérprete de enlace es el intermediario entre dos partes de la negociación; además, es el encargado de que la comunicación sea fluida en casos donde la lengua y la cultura suponen barreras en la comunicación. El intérprete es el puente de la comunicación, pero también puede ser un mediador intercultural en las negociaciones. Sin embargo, para llegar a ser un intérprete mediador intercultural se requiere un entendimiento previo del funcionamiento de ambas culturas, sobre todo en el caso de las culturas asiáticas, que respecto a las occidentales presentan estilos negociación diferentes. Por ello, es fundamental analizar en profundidad las diferencias culturales entre España y China, cómo influyen estas en la negociación y los aspectos más relevantes que debe tener en cuenta el intérprete en la comunicación, por ejemplo, el protocolo en China o cómo evitar posibles malentendidos debido a la cultura.

En las siguientes páginas trataremos de contextualizar la importancia del comercio de España con los países asiáticos, en especial China. Abordaremos la importancia de conocer las culturas cuando son diferentes, cómo evitar el conflicto y asimismo construir la interculturalidad. Se procederá a explicar el concepto de negociación, las características que tiene y los aspectos más relevantes que debe tener en cuenta el intérprete. Igualmente, se

analizará el papel del intérprete en la negociación, cómo ejercer el papel de mediador y construir una negociación intercultural. Por último, se recopilarán los resultados más importantes analizados en el trabajo y se presentará una serie de pautas o un manual para el intérprete en la negociación con chinos, con la finalidad de que resulte de ayuda para alumnos o profesionales que estén interesados en involucrarse en la interpretación de negocios español-chino.

El presente trabajo se centra en el estudio y análisis de las culturas china y española con el objetivo de facilitar su aplicación efectiva en el ámbito de la negociación, especialmente a través del papel del intérprete como mediador cultural. La comprensión de las diferencias culturales es fundamental para establecer relaciones comerciales satisfactorias entre empresarios chinos y españoles, asimismo requiere un análisis detallado de los diversos aspectos que influyen en una reunión, como los protocolos empresariales y la construcción de la interculturalidad en los negocios.

A lo largo del trabajo se darán respuesta a las siguientes preguntas planteadas: ¿cuáles son las principales características y diferencias entre las culturas china y española en el contexto de las negociaciones interculturales? y, ¿cómo influye la cultura en este proceso? Además, se indagará sobre estrategias efectivas para construir la interculturalidad en los negocios, promoviendo la comprensión y la colaboración. También, se considerará cómo las diferencias culturales pueden tener un impacto en el proceso de la negociación y cuáles son las responsabilidades de un intérprete que actúa de mediador intercultural en este escenario. Por último, se dará una serie de pautas claras, estrategias y consejos para los intérpretes que trabajan en el ámbito de los negocios español-chino para mejorar la efectividad de la mediación intercultural.

## 2. Estado de la cuestión

### 2.1. La importancia de las negociaciones comerciales entre España y China

En los últimos años el foco de la economía mundial se ha trasladado a los países asiáticos, que despiertan cada vez más el interés de compañías extranjeras a la hora de realizar negocios, inversiones y, en definitiva, de establecer relaciones comerciales en este nuevo horizonte. Como señala el autor Khanna (2019) en su análisis sobre las tendencias globales, «En el siglo XX, el mundo se “americanizó”. Actualmente, en el siglo XXI, el mundo se ha “asianizado”» (Khanna, 2019). Muchos empresarios españoles ponen el ojo en el gigante asiático, China, y no es de extrañar que también quieran llevarse un trozo de este pastel (Ríos, 2019)

Los gobiernos de España y la República Popular China establecieron relaciones diplomáticas el 9 de marzo de 1973 (Ministerio de Asuntos Exteriores, 2024). A pesar de los recientes cambios del panorama geopolítico y las tensiones en el panorama internacional entre EE. UU y China, la influencia de China en España en el ámbito del comercio sigue siendo significativa (Pérez, 2023). Aunque el comercio bilateral entre los dos países se ha caracterizado por un déficit crónico, con España importando más de lo que exporta a China durante un periodo prolongado, este se ha ido equilibrando en los últimos años gracias al incremento de exportaciones españolas a China. No en vano, China sigue siendo el principal socio de España en Asia (Ministerio de Asuntos Exteriores, 2024).

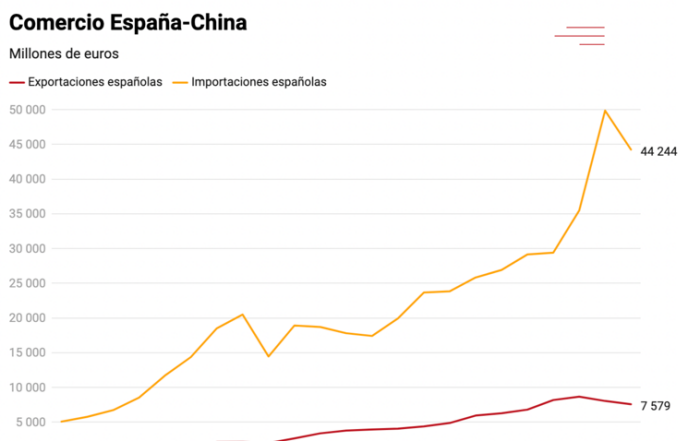


Figura 1. Fuente: Fundación Consejo España China a partir de datos de Mineco, 2024.

En el ámbito económico, los datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2022) sitúan a China como el cuarto socio comercial de España en volumen de negocio, a solo unos pocos puestos de los socios europeos Francia, Alemania e Italia. En la última década, el volumen de negocios bilaterales ha ido aumentando gradualmente, hasta alcanzar máximos en 2022 (Datacomex, 2023). En dicho año se cerraron operaciones por un valor de 57.667 millones de euros, un 53,4 % más que en el 2020. China es también un gran proveedor de bienes y servicios a España, con 44.244 millones de euros en importaciones y 7.579 millones de euros en exportaciones, con un marcado por un desequilibrio de 36.665 millones en la balanza comercial entre ambos países (Ministerio de Economía, 2024). Los principales productos que se importan de China a España son, entre otros, aparatos y materiales eléctricos, máquinas y aparatos mecánicos, vehículos y productos químicos (Datacomex, 2023). En cuanto a las exportaciones de España a China, destacan en su mayoría productos alimenticios como la carne porcina y el aceite de oliva, los despojos comestibles, los minerales, escorias y cenizas, los productos farmacéuticos y los plásticos (Pérez, 2023). Asimismo, cabe destacar el desequilibrio en la intensidad tecnológica en los intercambios comerciales, debido a que los principales productos importados incluyen bienes de equipo, consumo y productos químicos. Este patrón refleja claramente el desequilibrio en la intensidad de dichos intercambios. Las inversiones bilaterales han sido marcadas por un significativo incremento en los últimos años, sin embargo, el flujo sigue siendo reducido respecto al tamaño de las respectivas economías y el elevado desequilibrio, como hemos mencionado ya, sigue siendo una constante (Ministerio de Asuntos Exteriores, 2024). En el 2023, China vendió a España un 9 % de sus importaciones totales. Aunque su peso como cliente fue mucho menor, con una cuota del 2 %. (Datacomex, 2023)

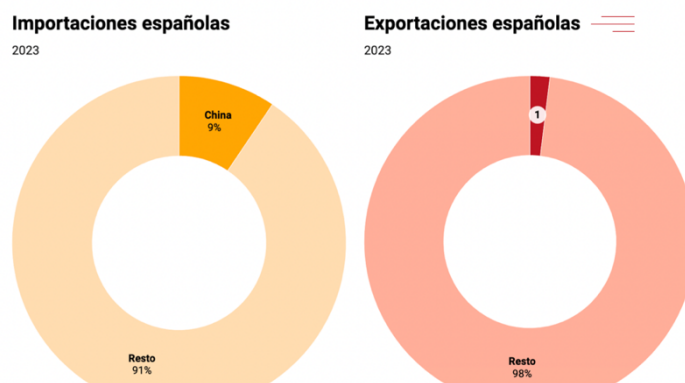


Figura 2. Fuente Fundación Consejo España China a partir de los datos de Datacomex, 2024

La creciente tendencia en el número de operaciones comerciales entre España y China sugiere una mejora en las relaciones comerciales entre ambos países en comparación con la década pasada. Según una entrevista realizada por Newtrals al analista del Pérez-Cheng (2024), las relaciones políticas entre España y China han sido continuas y cordiales, independientemente del partido del gobierno central que estuviese en el poder. Asimismo, se han promovido planes como la Iniciativa de la Franja o la Nueva Ruta de la Seda en diversos municipios españoles. En el 2018, por ejemplo, el municipio gaditano de San Fernando firmó un acuerdo de cooperación con la ciudad china de Yueqing, con el objetivo de fortalecer los lazos y fomentar el intercambio en áreas claves como la innovación, la cultura, el deporte y la tecnología (Cádiz, 2018). En 2019, Zaragoza inauguró una nueva ruta aérea destinada al transporte de mercancías hacia Wuhan, lo que presentó una oportunidad adicional tanto para las empresas en zaragozanas como para toda la región de Aragón y el país en su conjunto, según, confirmó Ramón Adé, gerente del Terminal Marítimo de Zaragoza (Zaragoza, 2019). A pesar de la creciente tensión entre China y EE. UU, así como la cercanía de China a Rusia tras la guerra de Ucrania, la posición de España hacia China no parece cambiar mucho. En este contexto, las operaciones económicas y comerciales han sido en su mayoría positivas (Pérez, 2023).

Otro aspecto que podría fortalecer la relación entre ambos países es la creciente población china en España. Actualmente, hay una comunidad china de alrededor de 223.591 personas según cifras del INE (2022). Esta comunidad, establecida en las principales ciudades de España, ha experimentado una diversificación y sofisticación a lo largo del tiempo. Además, la segunda generación de chinos que han crecido y estudiado en el territorio está más integrada en la sociedad. Muchos de ellos desempeñan roles como asesores e intermediarios, y ayudan a fortalecer el vínculo entre ambos países (Ríos, 2019). Se podría decir que actúan como intérpretes ad hoc, es decir, personas que poseen conocimientos de lenguas extranjeras, pero que no han recibido una formación profesional en el ámbito de la interpretación.

## **2.2. La situación actual de los intérpretes chino-español en España**

El perfil del intérprete chino difiere en gran medida del intérprete europeo. Estos últimos suelen ser bilingües o trilingües, personas que viajan mucho y están expuestos a las



culturas de sus diferentes lenguas. Sin embargo, el 98 % de los intérpretes de chino son quizás hablantes nativos, y menos de cada cinco han vivido fuera del país durante más de dos meses (Setton & Guo 2009). En el contexto del mercado laboral de intérpretes chino-español en España, algunos de los profesionales encuestados consideran que la mayoría de los intérpretes del mercado español son nativos de chino. No obstante, como vemos en la entrevista anexa, hay opiniones que difieren de esta afirmación y consideran que el trabajo está más repartido entre los nativos de español y chino. La combinación lingüística de chino-español es de hecho una combinación poco frecuente respecto al chino-inglés, debido a que este último se ha convertido en la lengua franca. Esta situación se refleja en el limitado número de intérpretes profesionales de chino-español tanto en España como en China.

Insistimos pues en que en España la cantidad de intérpretes profesionales especializados en chino-español es notablemente reducida. Según las listas observadas de las asociaciones de traducción españolas, solo un pequeño porcentaje de los intérpretes profesionales en España se especializan en la combinación lingüística chino-español. Por ejemplo, según la lista de 2024 de Asetrad (Asociación Española de Traductores, Correctores e Intérpretes), solo se encuentran dos intérpretes de chino-español. De manera similar, en la lista del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2024), se registra un total de 10 traductores e intérpretes jurados en toda España. La escasez de intérpretes de chino-español en España es debido a que existe una limitada oferta de programas de formación para intérpretes competentes. Asimismo, atendiendo a los resultados que arroja una búsqueda exhaustiva en los principales motores, son pocos los estudios de grado o postgrado de Traducción e Interpretación dirigidos a la combinación chino-español existentes en España. No es así en China, donde existen más oportunidades de estudios relacionados con la Traducción e Interpretación del chino-español. Como explica Pablo Sánchez en la entrevista del anexo: «actualmente, en España solo hay un programa de máster especializado en interpretación chino-español, y otros dos de traducción e interpretación con dicha combinación lingüística. Entonces, es lógico que el número de intérpretes especializados sea mucho menor y, por consiguiente, la exigencia o los requisitos por parte de los clientes no sean tan altos. todos estos factores influyen en la propia escasez de profesionales de interpretación».

En China, también se enfrentan a una situación similar, existe una insuficiencia de profesionales de esta combinación. Con el desarrollo de la globalización económica y cultural, el gobierno chino ha estado promoviendo de manera constante la iniciativa de la Nueva Ruta de la Seda, lo que ha llevado a un aumento en los intercambios y la cooperación con los países de habla hispana. Como señala Liu en la revista *The Science Education Collects* (2021), es necesaria una reforma educativa de las titulaciones de interpretación en las universidades chinas, para ofrecer una formación más completa y especializada que satisfaga las necesidades del mercado laboral actual y futura en este campo específico (Liu S. , 2021).

La insuficiencia de programas en España y la necesidad de una reforma educativa en China pueden ser una de las razones por la que existan pocos profesionales cualificados en esta combinación, que está en proceso convertirse en una especialidad. Según se detalla en la entrevista incluida en el anexo, otra de las razones de esta escasez de intérpretes de chino-español es la complejidad que presenta el propio idioma, ya que son pocos los españoles que llegan a dominar el idioma de manera que puedan utilizarlo en la interpretación.

Esta escasez de intérpretes en el mercado español contrasta con la creciente demanda de servicios de interpretación en este par de idiomas, tanto en el ámbito institucional como comercial, como señala Irene Gómez. Esta situación puede llevar a una menor exigencia por parte de los clientes en comparación con combinaciones más comunes como el español-inglés, donde se requiere una formación más rigurosa, como un máster. Sin embargo, todo depende del criterio del cliente: algunos exigen más y otros menos, y también varía según el área de especialización. Núria Barberá menciona que, debido a la falta de profesionales cualificados, los clientes buscan cubrir la vacante y no exigen tanto nivel. Al mismo tiempo, Irene Gómez añade que esta menor exigencia se observa principalmente en el ámbito comercial, mientras que en el institucional se requiere más formación o experiencia.

### **3. Marco teórico**

#### **3.1. Estudios de la comunicación cultural**

En un mundo globalizado con mercados internacionales profundamente interconectados, el estudio de las negociaciones y la comunicación intercultural adquiere una relevancia cada vez más importante y evidente. Durante la década de los años 60, numerosos teóricos desarrollaron diversos modelos de comunicación cultural con el objetivo de facilitar el análisis y el estudio de las diferentes culturales y, por consiguiente, facilitar la comunicación entre ellas.

##### **3.1.1. Modelos de comunicación de Edward T. Hall.**

Uno de los primeros autores en abordar este tema fue el antropólogo Edward T. Hall en su libro *The silent language in overseas business* (1960). El objetivo de este trabajo era ayudar a los negociadores estadounidenses a comprender las diferencias sociales, culturales y económicas a las que se enfrentan cuando hacen negocios en países extranjeros. Hall examinó los factores que influyen en la comprensión intercultural, tanto los que facilitan como los que dificultan la comunicación entre individuos de diferentes orígenes culturales. En su libro identificó cuatro variables culturales que influyen en la forma de hacer negocios: relaciones personales/ profesionales, formas de comunicación y la concepción del espacio y el tiempo.

Este último aspecto, la concepción del tiempo, desempeña un papel crucial en la negociación, ya que puede afectar a la puntualidad de las reuniones y a la planificación del trabajo. Hall diferenció entre «culturas monocrónicas» y «culturas policrónicas». La cultura monocrónica es aquella caracterizada por tener una visión lineal y precisa del tiempo, son culturas a las que les gusta centrarse en una única tarea hasta acabarla y pasar a la siguiente, por ello se incomodan al tener que ocuparse de varias cosas al mismo tiempo. La cultura policrónica tiene una visión del tiempo circular, se da importancia a la interacción y a la participación de los individuos, por ello se realizan diferentes actividades de manera simultánea. Asimismo, el tiempo puede indicar la importancia del asunto y el nivel de interacción entre las personas. En Estados Unidos, hacer una llamada de trabajo a primera hora de la mañana se interpreta como un caso de emergencia extrema. Del mismo modo,

hacer una llamada de trabajo después de las once de la noche se limita a asuntos críticos, posiblemente de vida o muerte. Además, el autor destacó la importancia del «lenguaje silencioso», en las relaciones interpersonales cotidianas. Aunque este lenguaje se denomina «silencioso», no significa que pase desapercibido. En muchas ocasiones, existe comunicación entre individuos sin la necesidad de utilizar palabras, una expresión, un gesto o simplemente una sonrisa pueden valer más que cualquier palabra. En estos casos, nos encontramos frente a situaciones de comunicación no verbal, que es fundamental para comprender las relaciones y dinámicas sociales en un contexto determinado (Hall, 1960).

Esta investigación llevó a Hall a desarrollar una dimensión cultural llamada «contexto», que expone en *Beyond Culture* (1989). Según el autor, el contexto se refiere a cómo las personas evalúan e interpretan el significado de la información que reciben: diferencia entre «culturas de alto contexto» y «culturas de bajo contexto». En las culturas de bajo contexto, el mensaje se transmite predominantemente de forma verbal, siendo más claro y directo; en otras palabras, las personas van más directas al grano. En las culturas de alto contexto, sin embargo, se da mayor importancia a lo que circunda a la comunicación y a los mensajes no verbales. Estas situaciones suelen caracterizarse por ser más ambiguas e inciertas. La comunicación en este contexto puede causar malentendidos debido a las diferencias en los modelos de comunicación. Por ejemplo, en algunas culturas de bajo contexto, como la estadounidense, ser directo se percibe como un símbolo de educación, mientras que, en las culturas de alto contexto, como la china o la japonesa, la sinceridad es considerada ofensiva, y puede malinterpretarse. Según Hall, la cultura china es considerada como la más alta y compleja de su escala, debido a la complejidad de la lengua, que está compuesta por una serie de caracteres que varían en su significado según la entonación que se les dé (Hall, 1989).

Otro de los trabajos de gran importancia cultural del autor fue *The Hidden Dimension* (1966), donde formuló un modelo de comunicación con un profundo análisis de los tipos de comunicación no verbal (gestos de la mano, el lenguaje corporal, las expresiones faciales y el tono de voz) y verbal (texto escrito o las palabras habladas). Muchos de los conceptos que definió el autor se consideraron revolucionarios para la época y parecen evidentes hoy en día,

a saber: «Las personas están condicionadas por normas culturales y no son dueñas de su destino» (Hall, 1960).

Se presenta a continuación una tabla con el fin de facilitar la comprensión de los modelos de Hall:

**Tabla 1**

**El modelo de Hall**

Culturas de alto y bajo contexto		
Contexto	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mayor parte de la información pasa a través del código explícito.</li> <li>• Lo más importante es lo que se dice.</li> <li>• Se usan actos de habla directos.</li> <li>• No se añaden detalles o fórmulas de cortesía innecesarios.</li> <li>• Se sospecha de los que hablan de manera directa.</li> </ul>
	Alto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mayor parte de la información se transmite de manera implícita.</li> <li>• Lo más importante es lo que no se dice.</li> <li>• Se usan actos de habla indirectos.</li> <li>• Se muestra respeto y se mantiene la armonía.</li> <li>• Se considera grosero ser demasiado directo.</li> </ul>
Concepción del tiempo		
Cultura monocrónica		<ul style="list-style-type: none"> <li>• El tiempo se entiende como lineal y secuencial.</li> <li>• Es importante completar la tarea y hacerlo dentro del plazo asignado.</li> <li>• Se suele hacer una sola cosa a la vez.</li> <li>• Las interrupciones son inadecuadas.</li> </ul>
Cultura policrónica		<ul style="list-style-type: none"> <li>• El tiempo se entiende como ciclo que se repite.</li> <li>• Las relaciones sociales son más importantes que completar la tarea.</li> <li>• Se hacen múltiples cosas al mismo tiempo.</li> <li>• Las interrupciones son aceptadas.</li> </ul>

Fuente: Hall,1960;1989.

**3.1.2. Modelo de Geert Hofstede**

En la década de 1980, el sociólogo Geert Hofstede propuso un modelo de comparación cultural que analizaría el conjunto del comportamiento de una sociedad basado inicialmente en cinco dimensiones, que luego se ampliaron a seis. Esta herramienta ayuda a entender las diferencias culturales entre países, sus respectivas formas de hacer negocios y la toma de decisiones de cada individuo. Entre los años sesenta y los setenta, Hofstede investigó las variaciones de valores de distintos sectores en IBM, una empresa mundial de fabricación de ordenadores. En este estudio participaron más de 100.000 empleados de 50 países de tres continentes diferentes. Cabe mencionar que los resultados se actualizan anualmente para obtener las cifras más recientes (Hofstede, 1980). El Modelo de las 6 Dimensiones de

Hofstede está compuesto por los parámetros que se describen a continuación. Se presenta a continuación una tabla con el fin de facilitar la comprensión de los modelos de Hofstede:

**Tabla 2**

**El modelo de Hofstede**

Distancia del poder	Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se cuestiona el poder y la influencia se concentran en unos pocos.</li> <li>Sociedades jerarquizadas con desigualdades muy marcadas.</li> <li>Los subordinados esperan cumplir órdenes.</li> <li>Se utilizan apelativos y fórmulas de tratamiento especiales.</li> </ul>
	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hay rechazo hacia el poder y la influencia está más repartida.</li> <li>La jerarquía significa desigualdad de roles.</li> <li>La opinión de los subordinados es esencial en la toma de decisiones del jefe.</li> </ul>
Individualismo vs. Colectivismo	Culturas individualistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>El comportamiento social se orienta hacia los logros personales.</li> <li>El tejido social está poco cohesionado y hay derecho a la intimidad.</li> <li>La tarea prevalece sobre la relación.</li> </ul>
	Culturas colectivistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se subordinan los logros personales a la preservación del grupo.</li> <li>Hay una gran interdependencia social y la armonía debe mantenerse siempre.</li> <li>La relación prevalece sobre la tarea.</li> </ul>
Masculinidad vs. Femenidad	Culturas masculinas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competitividad y asertividad.</li> <li>Recompensa material.</li> <li>Roles de género muy definidos.</li> <li>La vida profesional es más importante que la familiar</li> </ul>
	Culturas femeninas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cooperación y modestia.</li> <li>Se diferencia el trabajo y el tiempo libre.</li> <li>Roles de género indiferenciados.</li> </ul>
Evasión de la incertidumbre	Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se tolera la ambigüedad y se evitan los riesgos.</li> <li>Códigos y leyes de comportamiento más estrictos.</li> <li>Deseo de alcanzar la estabilidad</li> </ul>
	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se convive con la ambigüedad y se promueve la innovación.</li> <li>Se aceptan situaciones poco estables.</li> <li>Mayor emprendimiento.</li> </ul>
Orientación a largo plazos vs. Orientación a corto plazo	Orientación a largo plazo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tendencia al ahorro y se valora la perseverancia.</li> <li>Se sacrifica el presente para un objetivo futuro.</li> </ul>
	Orientación a corto plazo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tendencial al materialismo y el gasto es para acomodarse a la presión social.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda resultados inmediatos.</li> </ul>
Indulgencia vs. Restricción	Indulgencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de la gratificación y el disfrute de la vida.</li> <li>• Se fomenta el ocio y hay un mayor optimismo.</li> </ul>
	Restricción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se da poca importancia al ocio y la gratificación es vista como un pecado.</li> <li>• Tendencia al pesimismo.</li> </ul>

Fuente: Hofstede 1980; 1998; 2001; 2010.

### 3.1.3. Modelos de Schuster y Copeland y Salacuse

Otros autores como Schuster y Copeland (1996) y Salacuse (1991) también clasificaron los estilos y comportamientos culturales de los ejecutivos en base a su origen geográfico.

Estos dos primeros autores elaboraron un modelo de clasificación cultural del mundo de los negocios en seis áreas. Analizaron en profundidad cómo los ejecutivos de diferentes culturas se comportaban en las diversas etapas de un proceso de venta internacional, incluyendo las fases como la creación de redes de contacto, las relaciones empresariales y personales, la orientación, los intereses, la influencia y el mantenimiento de las relaciones entre otros. Por ejemplo, en Europa Central y del Norte es importante presentar argumentos de manera objetiva y basada en hechos reales. Mientras que, en los países de América Latina o los países árabes, los argumentos más verbales y emocionales son más efectivos (Schuster & Copeland, 1996).

Salacuse, por su parte, analizó la influencia de la cultura en la forma de negociar de los ejecutivos internacionales. En su estudio (1991) distinguió entre el ejecutivo que busca el beneficio común para ambos en una negociación, el enfoque del «win-win», y el ejecutivo que busca únicamente el beneficio propio, el «win-lose». En el enfoque del win-win, el acuerdo final es caracterizado por que las dos partes negociadoras acaben obteniendo un beneficio mutuo. Pero el enfoque del win-lose es todo lo contrario, en esta negociación siempre hay una parte que gana y otra que pierde, es decir, es una visión más conflictiva de la negociación. A través de una serie de encuestas realizadas a trescientos ejecutivos de doce países y siete profesiones distintas sobre los enfoques del win-win y win-lose en la negociación, se obtuvieron las siguientes conclusiones (Salacuse, 1991). Encontramos en los extremos a la cultura china (win-win) y la española (win-lose), lo que significa que perciben

la negociación de manera opuesta: los chinos la ven como un acuerdo beneficioso mutuo, mientras que los españoles la consideran como una competición.

**Tabla 3**

Resultados de la encuesta de Salacuse		
A favor del <i>win-win</i>		A favor del <i>win-lose</i>
Japoneses (100 por 100)		Españoles (37 por 100)
Chinos (82 por 100)		Brasileños (44 por 100)
Argentinos (80 por 100)		Nigerianos (47 por 100)

Fuente: Salacuse, 2003

### 3.2. El concepto de negociación dependiendo de la cultura

Al mismo tiempo que la cultura puede variar entre los miembros de una misma sociedad, no sorprende que el concepto de «negociación» sea interpretado de manera diferente entre los españoles y los chinos. En primer lugar, hay que conocer qué es lo que se conoce como negociación en sendas culturas. Para ello, se contraponen las definiciones de Sebenius y Handian.

«La negociación es un proceso que permite obtener ventajas de una interacción, en el que dos o más partes, aparentemente en conflicto, buscan un resultado satisfactorio mediante la acción conjunta que el que podrían obtener de otra manera» (Sebenius en Gómez Pomar, 1991, p.19).

«Acto o proceso de reunir a las partes interesadas para que se informen o consulten mutuamente con el fin de encontrar una solución a un problema importante, o de alcanzar cierto grado de acuerdo o compromiso sobre un asunto mediante el debate» (Handian, 2024).

En la definición en español de Sebenius, que podríamos considerar representativa del concepto español, se menciona el «conflicto» el cual que puede dar una percepción más agresiva del proceso, con mayor competitividad. En cambio, en la definición china del diccionario Handian encontramos palabras como «debate» y la «consulta mutua» dando una connotación más pacífica del proceso, con un enfoque más cooperativista. Este ligero cambio de la conceptualización de negociación puede afectar a la actitud de los ejecutivos en una reunión, si van con el objetivo de pactar un acuerdo beneficioso para ambos o con el propósito de sacar provecho de la otra parte. Ambas definiciones hacen hincapié en el resultado deseado



de la negociación, ya sea un acuerdo beneficioso o una solución a un problema. Sin embargo, también es importante considerar el proceso mismo de negociación, incluida la comunicación, la construcción de relaciones, la gestión de conflictos y la toma de decisiones. A continuación, se darán una serie de características de la negociación que proporcionan un marco conceptual y práctico para entender cómo se lleva a cabo el proceso de negociación y qué aspectos son fundamentales para su éxito. Estas características ayudan a los participantes en la negociación a comprender mejor cómo interactúan entre sí, qué obstáculos pueden encontrar y qué estrategias pueden implementar para alcanzar resultados satisfactorios (Grabarczyk, 2009):

- La interdependencia entre las partes resalta la colaboración para maximizar beneficios.
- Los conflictos de intereses comunes impulsan la necesidad de negociar soluciones satisfactorias.
- La disposición para ceder y cooperar es crucial para alcanzar acuerdos mutuos mediante la adaptación de expectativas.

### **3.3. El papel del intérprete de enlace**

Un intérprete profesional, con experiencia en las lenguas y culturas implicadas, puede identificar tres niveles en cada acto comunicativo: el acto locutivo (lo que se dice), el acto ilocutivo (la intención detrás de las palabras) y lo que conviene decir. Aunque parece sencillo, el verdadero desafío está en reproducir el mensaje en la lengua meta, ya que a veces es imposible atender a los tres niveles simultáneamente. Esto obliga al intérprete a priorizar uno de ellos, lo que puede comprometer los principios éticos de fidelidad e imparcialidad (Aguirre & Roca, 2015).

El papel del intérprete siempre ha sido difícil de definir. ¿Es simplemente un canal de transmisión del mensaje o un mediador de la interacción? En palabras de Wadensjö (1998): «no es una cuestión empírica si los intérpretes son traductores o mediadores; no pueden evitar ser ambas cosas» (Wadensjö, 1998). La mediación constituye un aspecto clave para definir el papel del intérprete, pero el problema surge al determinar el grado de mediación sin comprometer la imparcialidad y fidelidad. Por ello, Aguirre y Roca (2015) proponen un modelo de mediación que ofrece al intérprete un marco de referencia para justificar sus

decisiones. Este modelo incluye 9 parámetros de mediación, cada uno con dos extremos: el «intérprete canal» y el «intérprete defensor». El intérprete canal se limita a la fidelidad lexicográfica, mientras que el intérprete defensor no solo traslada el mensaje lingüísticamente, sino que también interviene en la gestión de las relaciones de poder y la información compartida. Este modelo es útil tanto para la formación como para casos en los que se cuestiona la actuación del intérprete. Se presenta a continuación, una tabla con los parámetros de mediación de Aguirre y Roca:

**Tabla 4**

**Parámetros de mediación de Aguirre y Roca**

<b>Intérprete canal</b>	<b>Parámetros de mediación</b>	<b>Intérprete defensor</b>
No persona	<b>Rol del intérprete en el esquema de la comunicación de Jakobson (1960)</b>	Participante
Monológica	<b>Concepción de la comunicación</b>	Dialógica
Monoculturalidad	<b>Gestión de la multiculturalidad</b>	Multiculturalidad
Guardián de la puerta	<b>Gestión de las relaciones de poder</b>	Llave de la puerta
Invisible	<b>Visibilidad del intérprete</b>	Visible
Individuo	<b>Dimensión social del papel del intérprete</b>	Miembro del grupo
Traductor	<b>Coordinación de la comunicación</b>	Traductor y coordinador
Fidelidad lexicográfica	<b>Concepción de la fidelidad</b>	Fidelidad funcional
Primera persona	<b>Distancia identificativa</b>	Tercera persona <sup>o</sup>

Fuente: Aguirre y Roca, 2015.

Cada subescala describe un aspecto específico del papel del intérprete en la mediación, desde su visibilidad hasta su rol en la gestión de la comunicación. Por ejemplo, el parámetro de «visibilidad del intérprete» va desde ser invisible (más canal), donde el intérprete no interviene de manera evidente, hasta ser visible (más defensor), donde puede hacer aclaraciones para mejorar la comunicación (Aguirre & Roca, 2015).

#### **4. Metodología**

La metodología del presente trabajo se fundamenta en un enfoque mixto que combina la investigación bibliográfica con el análisis de un caso hipotético de negociación entre empresas de China y España. Este caso se centra en la exportación del aceite de oliva, uno de los principales exportados a China. El perfil de empresa china corresponde con una compañía de comercio electrónico, reflejando la generalización de este tipo de ventas en el mercado chino. Asimismo, se aplicaron las dimensiones culturales de Hofstede y Hall, junto con los parámetros de Aguirre y Roca para evaluar el papel del intérprete de enlace. Los datos cualitativos se recopilaron mediante observación directa y se validaron con expertos en negociación intercultural, garantizando el cumplimiento de principios éticos. Esta metodología permitió alcanzar conclusiones significativas sobre las diferencias en la negociación entre China y España, así como el papel del intérprete de enlace en contextos interculturales.

#### **5. Análisis**

Tras abordar los diferentes conceptos del trabajo en los apartados anteriores, en este punto se planteará una situación hipotética de negociación entre chinos y españoles, y las posibles implicaciones que puede causarle al intérprete en dicho proceso. Asimismo, en el final del trabajo se recopilarán los resultados obtenidos del análisis para elaborar un decálogo para intérpretes de chino-español.

##### **5.1. Planteamiento del caso hipotético**

Una empresa española con sede en Jaén, especializada en la exportación de aceite de oliva virgen extra de alta calidad (Aove), ha decidido expandirse al mercado chino y está interesada en negociar un acuerdo de importación con Tmall, una tienda en línea que se especializa en la venta de productos de marca, principalmente a través de la mayor plataforma de venta en línea de China, Taobao (grupo Alibaba). El equipo está compuesto por ejecutivos españoles que no hablan chino y viceversa, junto con un intérprete chino-español que actuará como puente de comunicación entre las dos partes.

##### **Detalles adicionales:**

Aspecto	Aceites La Sierra S.L (España)	Tmall (Shanghái)
Sede	Jaén, España	Shanghái, China
Industria	Producción y exportación del aceite de oliva virgen extra	Supermercado de venta en línea
Representantes	Director de exportaciones, Luis García, y tres personas encargadas del departamento de ventas y marketing	Gerente de adquisiciones, Zhang Wei, y un equipo de cinco representantes de compras y logística
Intereses principales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Expandirse al mercado internacional</li> <li>2. Establecer relación comercial en China</li> <li>3. Aumentar ventas de aceite de oliva virgen extra</li> <li>4. Mantener precio alto debido al alto costo de materiales (inflación)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ampliar catálogo con aceite de oliva de alta calidad</li> <li>2. Establecer asociación estratégica con proveedor confiable</li> <li>3. Obtener precio bajo para una mayor competitividad en el mercado</li> </ol>
Postura sobre el precio	No reducir precios debido a altos costes de materiales y transporte	Obtener un precio bajo para ser competitivos en el mercado de la venta en línea
Objetivo en la negociación	Aumentar ventas y presencia en el mercado chino sin sacrificar márgenes	Conseguir un proveedor confiable que ofrezca un buen precio

El perfil del intérprete de enlace en dicho caso incluye una sólida formación en interpretación, siendo nativo de chino y español. Además, ha crecido en un entorno bicultural, lo que le permite tener una profunda comprensión de las diferencias culturales entre China y España. Con varios años de experiencia en el sector de los negocios internacionales, ha trabajado extensamente como intérprete de enlace, facilitando la comunicación en entornos empresariales.

Ambas empresas han mantenido contacto por correo electrónico durante varios meses. La empresa española está ansiosa por cerrar el acuerdo, por lo que la empresa china les ha

invitado a Shanghái para conocer la ciudad y las instalaciones logísticas. El grupo de ejecutivos españoles llegan a Shanghái, y tras varios días de visitas por la ciudad y de participar en grandes banquetes que han organizado la parte china, se muestran impacientes por formalizar el contrato. Durante la reunión entre ambas partes, el intérprete de enlace actúa como puente de comunicación, asegurando que cada detalle y matiz sea claramente comprendido por ambos lados, pero al mismo tiempo ocurren roces debido a que tienen intereses distintos.

### 5.1.1. Comparación de los parámetros de Hofstede entre China y España

En dicho apartado se explicarán las diferencias culturales que existen entre China y España, las implicaciones que puede tener a la hora de hacer negocios y qué debe de tener en cuenta el intérprete en cada caso.

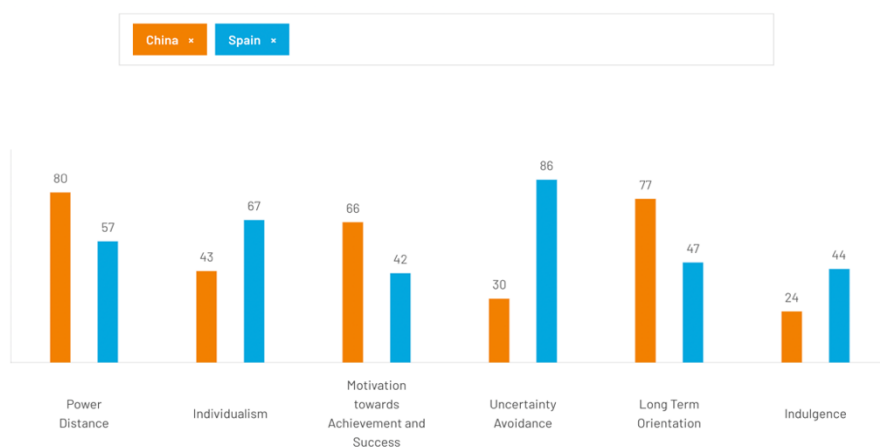


Figura 3: Fuente: Hofstede Insights, 2024

- **La distancia del poder (*Power distance*)**

La cultura china y española difieren en cuanto a la distancia del poder. La cultura china muestra una alta tolerancia al poder con una puntuación de 80. Esto demuestra que las personas no sienten rechazo hacia las figuras poderosas y la desigualdad es ampliamente aceptada. Esto está relacionado con la influencia de los valores del confucianismo en China, como la obediencia y el respeto hacia las personas mayores o los superiores (Graham & Lam, 2003). Asimismo, la capacidad de liderazgo y la iniciativa son vistas como valores positivos en la sociedad. En contraste, la cultura española se sitúa en la media con una puntuación de 57, lo que indica que es una sociedad jerarquizada, pero con mayor equidad en comparación con China. En España, se acepta la estructura jerárquica y la desigualdad dentro de la

organización, pero se valora más la figura de un jefe benevolente. En el ámbito laboral existe una mayor cercanía entre los jefes y empleados, lo que favorece un ambiente más casual y el uso del tuteo.

En el contexto de la negociación china, el respeto hacia la jerarquía es fundamental y la negociación debe establecerse entre personas que se encuentren en el mismo nivel de la estructura organizacional de las empresas que participan; de lo contrario, los chinos dudarán de las intenciones y de la sinceridad de la empresa extranjera. Las reuniones bajo dicho contexto son encuentros más formales, a diferencia de que en España son más casuales, por lo que es necesario utilizar apelativos formales como el uso del usted, y conocer de antemano la posición jerárquica de los miembros de la empresa china (Castro, 2014). Los subordinados toman un papel secundario, por lo que reciben menos consideración. Bajo dicho contexto de la negociación, cuando ambas culturas tengan un encuentro, es necesario que el intérprete tenga en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Uso de apelativos formales: el intérprete deberá utilizar apelativos formales como «usted» al dirigirse a los participantes de mayor estatus chinos.
- Presentación jerárquica: es necesario tener en cuenta la estructura jerárquica de los participantes chinos. Siempre hay que presentar en primer lugar a los superiores (apellido y cargo), y posteriormente a los subordinados, de lo contrario podrían sentirse ofendidos o sentirse poco valorados por la otra parte. En cambio, en España la presentación es más relajada y es común el uso del nombre de pila.

- **Individualismo (*Individualism*)**

En esta dimensión la cultura china y española presentan puntuaciones diferentes. China tiene una puntuación de 43 en individualismo, lo que la convierte en una sociedad más colectivista. En este contexto, las personas sacrifican los logros personales para preservar el grupo, lo que resulta una interdependencia social mayor. A cambio, España es una sociedad individualista, con una puntuación de 67. Esto significa que las personas tienden a enfocarse más en sus propias metas que en las del colectivo y el tejido social está menos cohesionado.

En el ámbito de la negociación en China, se debe evitar el conflicto y mantener la armonía en todo momento. Como dice el proverbio chino «人际和谐» [Renji Hexie (armonía interpersonal)], es importante conservar relaciones armónicas entre los socios de negocios, ya que la amistad y los sentimientos positivos fortalecen las relaciones entre ambas partes (Graham & Lam, 2003). Por ello, Ying y Walker (2006) recomiendan fomentar las relaciones sociales a través de actividades de ocio, ya que estas demuestran a los chinos el interés en desarrollar una amistad y facilitan la obtención de información útil para el negocio (Ying & Walker, 2006). Además de las reuniones de negocios, es muy probable que se esperen actividades fuera del ámbito laboral, como cenas con grandes banquetes y brindis, actividades deportivas como el golf, o si es la primera vez que el equipo de españoles visita China, los anfitriones chinos ofrecerán hacer un tour por la ciudad que podría durar varios días. Todo esto fomenta la creación de vínculos de confianza más fuertes, sujetos por el *guanxi* en China. El *guanxi* se refiere a las relaciones personales y redes de contacto que son fundamentales en la cultura china para hacer negocios. Implica una red de relaciones basadas en la reciprocidad, confianza y lealtad, donde las conexiones personales son cruciales para los acuerdos comerciales (Graham & Lam, 2003). En dicho caso, el intérprete deberá tener cuidado con:

- Mantener la armonía y manejo de expectativas: el intérprete debe procurar que las interacciones sean siempre respetuosas y armoniosas, especialmente al tratar con los participantes chinos. Asimismo, debe concienciar a la parte española que en la cultura china el fomento de actividades de ocio ayuda a construir relaciones más estrechas y fuertes. En situaciones de ocio, como cenas o actividades deportivas, las conversaciones serán más informales y centradas en temas más cotidianos, como las diferencias entre los países, costumbres, la comida, la familia, entre otros. Es importante que el intérprete sepa cambiar el estilo y tono para reflejar la informalidad sin perder el profesionalismo. Si los españoles se muestran ansiosos para hablar del trabajo en el «tiempo libre», el intérprete deberá anticiparles que los chinos evitan hablar de negocios en una cena. Esto es debido a que la paciencia y la perseverancia son virtudes que se tienen en cuenta para elegir un socio de negocios. En las actividades de ocio los chinos también evalúan la voluntad y la sinceridad de sus futuros socios en la relación contractual.

- Cómo manejar el conflicto: en caso de desacuerdo, el intérprete debe ser sensible a las formas en que se resuelven los conflictos en ambas culturas. En China, es preferible resolver los conflictos de manera indirecta y privada, evitando confrontaciones públicas que puedan hacer perder el *mianzi* (面子), que significa «la cara», a los participantes chinos. En España, los desacuerdos pueden abordarse de manera más directa, pero siempre buscando soluciones colaborativas y consensuadas.

- **Motivación para el logro y el éxito (*Motivation towards Achievement and Success*)**

China presenta una puntuación de 66 en la escala de motivación para el logro y el éxito. Esto significa que es una sociedad donde prevalecen los valores tradicionales masculinos, como la competitividad, el logro, la búsqueda de la recompensa material, es decir, valores que se asocian al ganador. A cambio, España tiene una puntuación de 42, lo que indica que predominan valores tradicionales femeninos como la modestia, cooperación y la búsqueda de equivaler el trabajo y el tiempo libre.

En la negociación, debido a que en China prevalecen valores masculinos, es habitual que los directivos no consulten a sus subordinados para conocer su opinión. En otras palabras, los subordinados no tienen voz en la toma de decisiones, ya que siempre son los cargos de alto estatus quienes tienen la autoridad definitiva. En cambio, en España, debido a que predominan valores como la cooperación, es decir valores más femeninos, es más probable que los superiores pregunten a sus subordinados su juicio acerca del tema. Bajo dicho contexto, el intérprete deberá tener cuidado con:

- La toma de decisiones: el intérprete deberá siempre consultar a los superiores chino y evitar preguntar a los subordinados, ya que esto podría causarles incomodidad o problemas dentro de su estructura jerárquica. En China, los cargos de alto estatus son los que tienen la autoridad definitiva en la toma de decisiones.

- **Aversión a la incertidumbre (*Uncertainty avoidance*)**



La aversión de la incertidumbre en China presenta una puntuación de 30, lo que indica que es una sociedad con una alta tolerancia hacia situaciones ambiguas o desconocidas. En otras palabras, los individuos en China manejan la incertidumbre de manera que no les genera inseguridad. Sin embargo, en España este parámetro es de 86, lo que indica que los españoles tienden a evitar los riesgos y buscan estabilidad en sus vidas.

En el contexto de la negociación las diferencias en este parámetro pueden influir en las estrategias de negociación utilizadas y diferentes enfoques de plantear un caso. La estrategia de negociación en China difiere de los países Occidentales, es más común que los negociadores chinos piensen con una mayor visión del conjunto, conocido como «整体观念», [Zhengti Guannian (pensamiento holístico)], mientras que en el caso de los occidentales prefieren realizar las tareas de manera más estructurada (Graham & Lam, 2003). Los negociadores chinos tienden a ser más espontáneos y flexibles. Pueden abordar múltiples temas a la vez, y cambian de un asunto a otro sin necesidad de zanjar cada punto antes de pasar al siguiente. Por ejemplo, pueden estar discutiendo del precio y de un momento a otro cambiar a la entrega del producto. La alta tolerancia permite a los negociadores chinos adaptarse a cambios de situación y ajustar estrategias conforme al desarrollo de la reunión. En contraste, los negociadores españoles prefieren un enfoque más lineal y secuencial, por ejemplo, les gusta tratar cada tema de manera exhaustiva antes de pasar al siguiente, y quieren asegurarse de que todos los detalles estén claros y pactados en la firma del contrato. Este enfoque es un claro ejemplo de cómo los españoles buscan minimizar la incertidumbre y evitar sorpresas.

El intérprete en dicho caso es un mediador en los estilos de negociación. Dado que los chinos tienden a ser más flexibles y los españoles más estructurados, el intérprete puede explicar estas diferencias culturales para prevenir frustraciones y malentendidos. Por ejemplo, puede señalar a los españoles que un cambio de tema por parte de los chinos no significa falta de interés o seriedad; sugerir a los chinos que los españoles prefieren cerrar cada tema antes de pasar al siguiente; informar de antemano a los españoles que estén preparados para una mayor flexibilidad en la conversación; y comunicar a los chinos que ofrezcan mayor claridad y detalle en sus propuestas.

De esta manera el intérprete se asegura de reducir la confrontación y malentendidos en la negociación. Aunque según Miguel Rodrigo (1997), hay que reconocer que los malentendidos son parte natural de los encuentros interculturales, y no necesariamente indican un fracaso en la comunicación (Rodrigo, 1997).

Al preparar reuniones, el intérprete debe asegurarse de que la agenda y los puntos de discusión se compartan de antemano, permitiendo a los participantes chinos discutir internamente y llegar a un consenso antes de la reunión. En reuniones con españoles, el intérprete debe estar preparado para una discusión más dinámica, donde los participantes pueden esperar compartir sus opiniones y debatir en el momento.

- **Orientación a largo plazo (*Long-term Orientation*)**

La orientación a largo plazo en China es de una puntuación de 77, lo que significa que es una sociedad que enfoca sus valores en la perseverancia, el pragmatismo y el sacrificio del presente por un mejor futuro. En cambio, en España la orientación a largo plazo es muy baja, con una puntuación de 47, lo que significa que es una sociedad más cortoplacista. Esta es caracterizada por una tendencia al materialismo, la búsqueda de resultados inmediatos y el gasto por presión social.

En el caso de la negociación, es probable que debido a la mentalidad largoplacista, los chinos prefieren construir relaciones personales y de negocios más duraderas. Por lo tanto, valoran más la calidad y la confianza de estas relaciones que simplemente buscar un resultado comercial exitoso de manera inmediata. A diferencia, en España, debido a la mentalidad cortoplacista que prioriza los resultados inmediatos, se suele dar mayor importancia al objetivo comercial que a la construcción de una relación duradera. Esta diferencia podría generar roces entre ambas partes durante la negociación. Como sostienen Graham y Lam (2003): «No espere resultados inmediatos. Las viejas amistades hacen milagros con el paso del tiempo; cada año invertido ahora en China le dará frutos en el futuro, porque en un mundo con memoria milenaria las relaciones necesitan tiempo y paciencia para crecer» (Graham & Lam, 2003). El intérprete deberá actuar como un mediador de la comunicación:

- Gestión de expectativas: el intérprete debe ayudar a ambas partes a comprender las prioridades y expectativas de la otra. Por ejemplo, en China se valoran más las relaciones interpersonales que los resultados comerciales inmediatos, por lo que se

necesitará más tiempo de lo habitual para construir la confianza en la relación. Mientras que, en España se da mayor prioridad al logro de objetivos comerciales y se espera obtener resultados inmediatos. Es importante resaltar que estas diferencias culturales no son necesariamente obstáculos, sino nuevas oportunidades. Asimismo, debe destacar que ambas aproximaciones tienen sus méritos y que la clave reside en encontrar un equilibrio que satisfaga las necesidades y expectativas de ambas partes.

- Motivación y empatía hacia la otra cultura: el intérprete deberá concienciar a los interlocutores de conocer y comprender la cultura del otro, y mostrar empatía hacia ella (Rodrigo, 1997).

- **Indulgencia (*Indulgence*)**

La indulgencia en China presenta una puntuación de 24, lo que indica que es una sociedad restrictiva donde se controla la gratificación de las necesidades básicas, y el hecho de disfrutar y divertirse es visto como un pecado. En contraste, España también tiene una tendencia hacia la restricción, con una puntuación de 44, pero permite un poco más la gratificación de los deseos humanos básicos y naturales, como la de disfrutar de la vida y divertirse. A pesar de ello, España sigue siendo un país restrictivo, en el que prevalecen valores pesimistas y las personas se delimitan por las leyes o normas de la sociedad.

En el ámbito de la negociación es más probable que existan menos roces debido a que ambas culturas presentan valores muy parecidos. No obstante, hay ciertas diferencias a considerar. En China, hacer horas extras es una práctica muy extendida en el ámbito laboral. Los empleados a menudo trabajan más horas de las estipuladas en su contrato, y muchas veces sin una remuneración adecuada. Esto es conocido como la práctica «996», que significa trabajar desde las 9 de la mañana hasta las 9 de la noche, durante seis días a la semana. En cambio, en España, aunque también sea una sociedad restrictiva, existe una estricta regulación de las horas laborales y extras. Normalmente, la jornada laboral es de 40 horas semanales, y cualquier trabajo adicional debe ser compensado con tiempo libre o pago adicional.

El intérprete deberá tener en cuenta las diferencias culturales en el ámbito laboral para evitar conflictos. Es muy probable que los españoles respeten más los horarios de trabajo y, fuera de ellos, prefieran no responder ni hablar del trabajo. En cambio, en China, debido a

que no existe una verdadera separación entre el trabajo y la vida personal, es común que las horas laborales duren más de la cuenta. El intérprete debe concienciar a ambas partes que existen diferencias de horarios laborales, y destacar la importancia de reconocer y respetar las diferencias culturales en la ética laboral. Mientras que los chinos pueden ver el trabajo adicional como una muestra de compromiso y diligencia, los españoles pueden valorar la eficiencia y el cumplimiento de los horarios como una forma de profesionalismo. Una solución al problema es facilitar una conversación entre las partes sobre las expectativas laborales y encontrar un terreno común. Esto puede incluir negociar horarios de reuniones que respeten las horas laborales de ambas partes, y acordar métodos de comunicación que se alineen con las preferencias culturales.

### 5.1.2. Comparación de las dimensiones de Hall entre China y España

En este apartado, se analizarán las diferencias culturales entre China y España utilizando los parámetros de Hall. Los cuales exploran las variaciones en los estilos de comunicación y en la percepción del tiempo. Comprender estas diferencias es esencial para mejorar la interacción intercultural tanto para los participantes de una negociación internacional como para el intérprete. A su vez, se comentarán las implicaciones para el intérprete en cada uno de los casos.

- **Culturas de alto y bajo contexto**



Figura 4 Fuente: «The Culture Map», Erin Meyer.

China se sitúa en una de las primeras posiciones de la escala de culturas de alto contexto, caracterizado por un estilo de comunicación indirecto, en el que la información se transmite de manera implícita. En cambio, España se encuentra en una posición intermedia de la escala

tendiendo más hacia una cultura de alto contexto. Esto implica que ambas culturas tienen similitudes en sus estilos de comunicación; sin embargo, aún podrían surgir malentendidos en la comunicación.

En una negociación sino-española, los chinos, en lugar de decir que «no» directamente, prefieren cambiar el tema de conversación, quedarse en silencio, hacer otra pregunta o responder de forma ambigua con expresiones vagas y positivas que pueden tener sutiles connotaciones negativas. Ejemplos de estas expresiones incluyen *haibucuo* (no parece equivocado), *haihao* (parece bastante acertado), y *haixing* o *haikeyi* (parece bastante aceptable). Solo una persona nativa puede interpretar correctamente la entonación, las expresiones faciales y el lenguaje corporal que los negociadores chinos muestran durante una sesión formal de trabajo (Graham & Lam, 2003). Por otro lado, los españoles, cuando no tienen claro lo que quieren hacer, tienen intereses laborales o económicos en juego, o les preocupa ofender a alguien, también adoptan un estilo de comunicación indirecto. Un ejemplo común es la una frase «vamos viendo», que implica que la propuesta no les agrada del todo, pero lo expresan de una manera más implícita.

Bajo dicho contexto, el intérprete no debe limitarse al sentido literal de las palabras, sino que debe interpretar el significado detrás de ellas. Si los negociadores chinos utilizan expresiones positivas pero ambiguas, el intérprete deberá transmitir a la parte española que los chinos no están completamente de acuerdo con la propuesta. De igual manera, deberá interpretar y transmitir las expresiones indirectas de desacuerdo de la parte española a los negociadores chinos.

- **Cultura monocrónica y policrónica**

Los países de cultura policrónica se basan en la idea de que «el tiempo es oro», por lo que aprovechan cada minuto para buscar la mayor productividad y rendimiento. La cultura china es un claro ejemplo de la cultura policrónica. En China, la puntualidad varía según el estatus social de los individuos: a los jefes se les permite llegar tarde, mientras que a los de menor estatus no se les permite tal acto. Las relaciones sociales, conocidas como *guanxi*, son clave para una relación exitosa a largo plazo. Aunque las interrupciones son aceptadas, los

negociadores chinos no suelen interrumpir, ya que son más pacientes y prefieren escuchar primero antes de hablar. La cultura española y china presentan similitudes en cuanto a ser policrónicas, pero también tienen diferencias notables. Los españoles valoran la flexibilidad horaria y no siempre se adhieren estrictamente a los horarios. Es común que las reuniones comiencen más tarde de lo previsto y que las comidas y eventos sociales se prolonguen. En cuanto a las interrupciones, es mucho más común entre los negociadores españoles. Como describe Royo (2016), «los españoles hablan la mayor parte del tiempo, mientras que los chinos escuchan la mayor parte del tiempo» (Royo, 2016).

En este contexto, el intérprete debe prestar especial atención a mantener turnos de palabra equilibrados entre ambas partes. Por ejemplo, si un ejecutivo español tiende a monopolizar la conversación, el intérprete puede intervenir suavemente para asegurar que los ejecutivos chinos también tengan la oportunidad de expresar sus opiniones y preguntas. Por ejemplo, puede decir: «ahora, quizás podamos escuchar la perspectiva del equipo de Tmall».

### **5.1.3. Análisis del papel del intérprete de enlace ante el caso de Tmall y Aceites La Sierra S.L.**

Para analizar la negociación entre Aceites La Sierra S.L. y Tmall, se utilizarán los parámetros de Aguirre y Roca (2015). Cada uno de los nueve parámetros será considerado en el contexto específico de esta negociación, evaluando cómo influyen en el papel del intérprete de enlace.

#### **1. Rol de intérprete en el esquema de la comunicación de Jakobson (1960)**

En este caso, el intérprete desempeñará el rol del participante. Durante la negociación, su función no se limitará a la transmisión literal del mensaje, sino a la interpretación del significado figurado de las palabras, asegurando que ambas partes comprendan el contexto cultural y las sutilezas del lenguaje. Así, se posicionará como un participante y tercer actor en la comunicación, pero sin llegar al extremo. Por lo que podrá mantener el equilibrio entre la imparcialidad y la intervención activa para asegurar una negociación efectiva. El chino tiene muchas expresiones idiomáticas difíciles de traducir, donde es crucial entender el significado detrás de las palabras para transmitir el mensaje con precisión.

Un ejemplo, es la interpretación literal de ciertas expresiones idiomáticas en chino como: «欢迎来到寒舍,不胜荣幸, 粗略粗茶淡饭, 不成敬意». (Huanying laidao hanshe, busheng rongxing, culue cucha danfan, bucheng jingyi). Una traducción literal de esta frase resultaría en: «bienvenido a nuestra humilde choza, es un extraordinario honor para nosotros. Hemos preparado un poco de té rústico y comida sosa, que no llegan a representar nuestra reverencia». Sin embargo, la traducción más adecuada sería: «bienvenido, es un honor tenerlo en nuestra casa. Le queríamos invitar a comer y esperamos que disfrute de la comida» (Chang, 2013). Este ejemplo demuestra cómo una traducción literal puede resultar en algo sin sentido en español, pero comprender el contexto y el propósito detrás de la expresión lleva a una traducción más natural y precisa.

## **2. Concepción de la comunicación**

En este parámetro, el intérprete buscará una comunicación interactiva y basada en el diálogo. Ya que un intérprete monológico se limitaría a la mera transmisión del mensaje, sin garantizar que el receptor lo comprenda completamente. En una negociación, es esencial que ambas partes entiendan el mensaje de cada una. En este caso, Tmall y Aceites La Sierra S.L. tienen intereses contrapuestos lo que generaría un conflicto ante la decisión de quien cede el paso, el diálogo es esencial para encontrar soluciones y llegar a un acuerdo mutuo.

Por ejemplo, el ejecutivo Zhang dice: «creemos que un precio fijo puede ser poco flexible para el mercado chino, donde las condiciones cambian rápidamente». El intérprete reformula la oración y añade frases para crear el diálogo entre las partes: «el señor Li indica que un precio fijo podría ser poco flexible para el mercado chino, donde las condiciones cambian rápidamente. ¿Podrían explorar alguna opción que permita cierta flexibilidad en los precios?».

## **3. Gestión de la multiculturalidad**

En la negociación sino-española, dadas las diferencias culturales, es esencial que el intérprete desempeñe un papel multilingüe, facilitando la gestión de dichas diferencias, tal como se mencionó en los apartados anteriores del análisis.

Por ejemplo, en las reuniones de negocios en China, es común ofrecer regalos como muestra de cortesía, respeto y establecimiento de relaciones personales. Dado que en este caso los anfitriones fueron el equipo de negociadores chinos, ellos se encargaron de invitar y pagar todos los banquetes para los españoles. Sería adecuado que Aceites La Sierra S.L correspondiera con un regalo de igual, o mayor al recibido. En cuanto al tipo de regalo, si los ejecutivos españoles no están familiarizados con estos protocolos, el intérprete debe guiarlos para asegurarse de que sigan estas costumbres adecuadamente, evitando así ofender a los anfitriones chinos. Lo más común es regalar productos característicos del país de origen. En el caso de España, pueden ser vinos, jamón de alta calidad, aceite de oliva, entre otros. Hay ciertos regalos que deben evitarse debido a las connotaciones negativas en la cultura china, como zapatos (traen mala suerte), relojes (se interpreta como una intención de apresurar la muerte) y abanicos (se asocian con la separación).

#### **4. Gestión de las relaciones de poder**

Tmall, como anfitrión en Shanghái, tiene una ventaja en la negociación debido a su familiaridad con los procedimientos y protocolos empresariales en China. Los ejecutivos se sienten chinos cómodos con el estilo de comunicación empresarial, que es más jerárquico y formal que el español, y saben manejar los turnos de palabra y cuándo intervenir. Además, al haber invitado a los españoles, Tmall controla la agenda, el ritmo y el tono de las reuniones, lo que les da la iniciativa en la comunicación. Asimismo, el grupo de representantes chinos consta de seis miembros, mientras que los españoles son solo cuatro. Esta diferencia en el número de participantes y el hecho de estar en un país desconocido pueden generar cierta sensación de desventaja para los españoles.

En este caso, el intérprete debe actuar como llave de la puerta, ya que no existe una neutralidad absoluta. Deberá ayudar a que el poder se equivalga entre las partes, adaptando el lenguaje y añadiendo explicaciones a los españoles sobre los procedimientos y el funcionamiento de las plataformas de venta en línea en China.

#### **5. Visibilidad del intérprete**



En este caso de la negociación sino-española el papel del se situaría hacia el lado de un intérprete visible, debido a que el grupo de negociadores españoles se encuentran en un país distinto, el intérprete deberá hacer diversas explicaciones y aclaraciones al respecto.

Por ejemplo, los negociadores españoles proponen un precio fijo debido a los altos costes de producción. El intérprete puede añadir una explicación al respecto para explicar la razón de un precio más alto: «El señor García propone mantener un precio fijo debido a los altos costes de producción. Quisiera agregar que estos costos incluyen no solo la materia prima, sino también el transporte y la logística, que han aumentado significativamente en España». Esto ayuda a que la comunicación sea más fluida sin modificar el original. Al mismo tiempo, que los chinos suelen ser personas que desconfían de las empresas extranjeras por lo que, es recomendable explicar lo que se ha dicho a la parte española para que no desconfíen del intérprete y de sus intenciones. Los chinos desconfían de las empresas extranjeras debido a la larga historia de invasiones y guerras, por lo que únicamente se fían de su cuenta bancaria y de la familia (Graham & Lam, 2003).

## **6. Dimensión social del papel del intérprete**

Tal y como se ha mencionado previamente, en las negociaciones chinas siempre hay que mantener la armonía interpersonal. Por lo que en este caso el intérprete deberá actuar como un miembro del grupo para ambas partes a ayudarles con sus objetivos e intereses. Es decir, en el caso de los españoles, el intérprete podría proponer estrategias que resaltan la alta calidad del aceite de oliva virgen extra y su potencial en el mercado chino, así como subrayar la confiabilidad de Aceites La Sierra S.L., como proveedor. Para los chinos, el intérprete podría sugerir formas de lograr un precio competitivo, explicando la importancia de establecer una relación a largo plazo con un proveedor confiable. Al hacerlo, el intérprete asegurará que ambas partes se sientan comprendidas y valoradas, facilitando así una negociación más fluida y efectiva.

## **7. Coordinación de la comunicación**

El intérprete en este caso actúa como un coordinador de la comunicación, especialmente en situaciones de conflicto o cuando los turnos de palabra son desequilibrados.

Tal y como se ha analizado en apartados anteriores, los españoles tienden a interrumpir y hablar más durante las negociaciones, mientras que los chinos suelen escuchar y observar con mayor atención. Para asegurar una comunicación más fluida, el intérprete deberá compensar estos turnos de palabra, facilitando que ambas partes tengan oportunidades equitativas para expresarse y ser comprendidas. El intérprete puede establecer una estructura de rotación de turnos para garantizar que todos los participantes tengan la oportunidad de hablar. Por ejemplo, podría decir: «ahora que hemos escuchado la opinión de los españoles, vamos a dar la palabra a cada miembro del equipo chino para que compartan sus ideas sobre el próximo paso a seguir». Al equilibrar la participación, el intérprete no solo mejora la dinámica de la negociación, sino que también contribuye a mantener la armonía y el respeto entre los participantes.

## **8. Concepción de la fidelidad**

En la fidelidad funcional, el intérprete considera legítimo modificar el significado literal del original. En posibles situaciones en las que existan confrontaciones directas como expresiones desagrado, insultos y observaciones que puedan crear tensiones entre las partes, el intérprete deberá omitirlas o cambiarles el significado para crear un ambiente armonioso. Por ejemplo, un ejecutivo chino muestra descontento con la propuesta española, y dice: «Esta propuesta es totalmente inadecuada y no respeta nuestras expectativas». Una interpretación funcional sería: «Nos gustaría discutir algunos aspectos de la propuesta para alinearla mejor con nuestras expectativas y necesidades». En la negociación sino-española, la fidelidad funcional es esencial para asegurar que la comunicación no solo sea entendida en términos literales, sino que también promueva un ambiente de cooperación y respeto mutuo. El intérprete debe ser capaz de suavizar las expresiones conflictivas y reformular las críticas para mantener una atmósfera constructiva y evitar malentendidos que podrían poner en riesgo el éxito de las negociaciones.

## **9. Distancia identificativa**

La primera persona puede generar confusiones sobre quién está hablando realmente, si ha sido un comentario de los participantes o del propio intérprete, por lo que puede causar malentendidos. A cambio, la tercera persona permite al intérprete distinguir entre sus propias

intervenciones y las de los participantes, lo que facilita la inclusión de valoraciones, indicaciones culturales, consejos y ejemplos durante la negociación. Esto proporciona claridad y objetividad en la comunicación, y permite al intérprete ofrecer orientación y asesoramiento de manera imparcial y efectiva, mientras mantiene una posición neutral entre las partes involucradas.

Tras el análisis de los 9 parámetros, se ha llegado a la conclusión de que en el caso de la negociación entre Aceites La Sierra S.L. y Tmall, la figura del intérprete está más inclinada hacia el lado de un defensor en la comunicación. Esto se debe a las diferencias culturales y lingüísticas entre las partes involucradas, así como a la complejidad del contexto empresarial chino. El intérprete no solo actúa como un canal de comunicación entre ambas partes, sino que también desempeña un papel crucial en la facilitación del entendimiento mutuo, la clarificación de malentendidos y la defensa de los intereses y necesidades de los negociadores españoles en un entorno extranjero. Su papel va más allá de la mera traducción de palabras; implica una comprensión profunda de las sutilezas culturales y empresariales para garantizar el éxito de la negociación.

## 10. Conclusión

En este último apartado, se expondrán las conclusiones derivadas tras la exploración de las diferencias culturales entre China y España, concretamente en el ámbito de la negociación. En primer lugar, los resultados obtenidos del análisis confirman que la cultura tiene un impacto significativo en el proceso de la negociación intercultural. Las principales características y diferencias entre las culturas china y española en este contexto incluyen aspectos como, el enfoque de las relaciones personales, variaciones en la formalidad de las reuniones, la toma de decisiones y la manera de resolver el conflicto, entre otras. Pero al mismo tiempo, se ha observado que también muestran similitudes como un estilo de comunicación indirecta y una percepción del tiempo policrónico. Aunque en su mayoría son diferencias culturales, y estas pueden influir en la forma en que se abordan y se desarrollan las negociaciones, desde la forma de establecer relaciones de confianza hasta la manera de expresar desacuerdos o llegar a acuerdos. Es crucial para el intérprete entender y adaptarse a estas diferencias culturales para lograr una comunicación efectiva y alcanzar resultados exitosos en las negociaciones interculturales. En segundo lugar, el análisis del caso hipotético planteado revela que el rol del intérprete en la negociación es esencialmente el de un mediador intercultural. Este mediador no solo conoce ambos idiomas, sino que también posee un conocimiento profundo de las prácticas culturales, cómo prever posibles problemas, resolver conflictos y guiar la negociación hacia el resultado esperado para ambas partes.

A partir de un análisis detallado de las diferencias y características de las culturas china y española, se propone un decálogo para el intérprete de enlace de chino-español en una negociación:

1. El intérprete deberá informarse de antemano sobre los objetivos e intereses de ambas partes. De este modo, podrá facilitar la comunicación de manera más efectiva y ayudar a cada parte a alcanzar sus metas específicas.
2. El intérprete debe garantizar que la agenda y los puntos de discusión se compartan previamente para permitir a los chinos alcanzar un consenso interno antes de la

reunión. En contraste, en reuniones con españoles, el intérprete debe estar preparado para debates dinámicos donde se comparten opiniones y se debate en el momento.

3. El intérprete deberá dirigirse a los ejecutivos de alto estatus chinos con apelativos formales, como el «usted», y presentarlos con el apellido y cargo. De no hacerlo, podría resultar una ofensa y crear confusión. En España, el estilo es más informal, por lo que presentarlos con el nombre de pila y el cargo es suficiente.
4. El intérprete siempre deberá consultar a los superiores chinos para la toma de decisiones. Asimismo, evitará dirigirse a los subordinados sobre temas importantes para no causar incomodidad o problemas dentro de su estructura jerárquica.
5. El intérprete deberá entender y aprovechar el concepto de *guanxi* (关系) en las relaciones comerciales chinas. Por lo que ayudará a construir y mantener buenas relaciones interpersonales durante la negociación, ya que esto puede influir significativamente en el éxito de las conversaciones.
6. El intérprete deberá siempre ayudar a mantener la armonía interpersonal entre las partes, asegurándose de que la comunicación se realice de manera respetuosa y considerada, evitando malentendidos y tensiones innecesarias. En caso de conflicto, el intérprete deberá abordar los conflictos de manera indirecta y privada para evitar que los participantes chinos pierdan el *mianzi*, o la «cara». En España, aunque los desacuerdos pueden abordarse de manera más directa, el intérprete deberá fomentar soluciones colaborativas y consensuadas.
7. El intérprete no debe limitarse al sentido literal de las palabras, sino que debe interpretar el significado detrás de ellas. Esto es especialmente importante cuando los estilos de comunicación son indirectos.
8. El intérprete tiene la responsabilidad de fomentar la comprensión mutua entre los interlocutores, ayudándoles a conocer y comprender la cultura del otro. Esto implica

mostrar empatía hacia las diferencias culturales y promover un ambiente de respeto y apertura durante la negociación.

9. El intérprete debe gestionar las expectativas de ambas partes, considerando las diferencias culturales en cuanto a la priorización de resultados comerciales y relaciones interpersonales. Mientras que, en China se valora más la construcción de confianza a través de relaciones a largo plazo, en España se priorizan los logros comerciales inmediatos. Es crucial destacar que estas diferencias no son necesariamente obstáculos, sino oportunidades para encontrar un equilibrio que satisfaga las necesidades de ambas partes.
  
10. El intérprete debe garantizar que los turnos de palabra estén equilibrados entre ambas partes. Si un ejecutivo español domina la conversación, el intérprete puede intervenir para asegurar que los ejecutivos chinos también puedan expresar sus opiniones y hacer preguntas.

## 11. Bibliografía

- Aguirre, E., & Roca, A. (2015). Perfiles y roles del intérprete en los servicios públicos. *Investigación emergente en Traducción e Interpretación*, 19-34.
- Brett, J. (2000). Culture and Negotiation. *International Journal of Psychology*, 35(2), 97-104.
- Cádiz, L. V. (2018, Noviembre 26). China, el gigante asiático que apuesta por San Fernando. *La Voz de Cádiz* .
- Castro, O. (2014). Elementos culturales en los procesos de negociación internacional. Caso China. *Suma de negocios* , 143-147.
- Cervantes, C. (2024). *Centro Cervantes* . Retrieved from Diccionario de términos clave de ELE :  
[https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/paralinguistico.htm](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/paralinguistico.htm)
- Chang, S. (2013). *Análisis de errores frecuentes de alumnos chinos en el aprendizaje de la interpretación español-chino y medidas de corrección*. Beijing: Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing.
- Chen, G.-m., & Starota, W. (1996). Intercultural Communication Competence: A Synthesis. In B. B. A.W., *Communication Yearbook 19* (pp. 353-383). London: Sage .
- Datacomex. (2023). *Comercio Exterior*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- Datosmacro. (2022, Mayo 17). *Exportaciones de mercancías 2021*. Retrieved from Datosmacro.com:  
<https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones/china#:~:text=Las%20ventas%20al%20exterior%20representan,es%20el%20mayor%20exportador%20mundial.>
- Eco, U. (1985). ¿El público perjudica a la televisión? In M. Moragas, *Sociología de la comunicación de masas, II. Estructura, funciones y efectos*. (pp. 175-192). Barcelona: Gustavo Gili.
- Esteban, M. (2023, Abril 4). Una mirada hacia el futuro de las relaciones entre España y China. *Real Instituto Elcano*, pp. 1-8.
- García-Lomas, O. L. (Mayo de 2011). *La influencia de la cultura en los negocios internacionales*. Boletín económico de ICE, Información Comercial Española.
- Gile, D. (1995). *Regards sur la recherche en interprétation de conférence*. Lille: Presses Universitaires de Lille.
- Gile, D., & Pöchhacker, F. (1994). *Opening up in interpretation studies*. Amsterdam.
- Grabarczyk, A. (2009). *La mediación cultural en la interpretación bilateral de negociaciones empresariales*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Graham, J., & Lam, M. (2003). Negociación a la manera China . *Harvard Business Review*, 68-79.
- Hall, T. E. (1960). *The silent language in overseas business*. New York : Double Day & Company, INC.
- Hall, T. E. (1989). *Beyond Culture* . New York: Double Day & Company, INC.
- Handian. (2024). *Handian*. Retrieved from Handianzidejieshi:  
<https://www.zdic.net/hans/%E8%B0%88%E5%88%A4>
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Obtenido de Organisational culture:

- [https://www.hofstede-insights.com/organisational-culture?utm\\_source=adwords&utm\\_medium=ppc&utm\\_term=hofstede%20cultural%20model&utm\\_campaign=Organisational+culture&hsa\\_tgt=kwd-354507454286&hsa\\_net=adwords&hsa\\_cam=1156261367&hsa\\_mt=b&hsa\\_src=g&hsa\\_kw=hofst](https://www.hofstede-insights.com/organisational-culture?utm_source=adwords&utm_medium=ppc&utm_term=hofstede%20cultural%20model&utm_campaign=Organisational+culture&hsa_tgt=kwd-354507454286&hsa_net=adwords&hsa_cam=1156261367&hsa_mt=b&hsa_src=g&hsa_kw=hofst)
- Hofstede, G. (1980). *Hofstede Insights*. Obtenido de The Culture Factor: <https://news.hofstede-insights.com/news/what-do-we-mean-by-culture>
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations*. Sage.
- Hofstede, G. (2010). The GLOBE debate: Back to relevance. *Journal of International Business Studies*.
- Hofstede, G., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.
- Hofstede, G., Arrindell, Best, Mooij, Hoppe, & Vliert, V. d. (1998). *Masculinity and Femininity: The taboo dimension of national cultures*. Sage.
- Khanna, P. (2019). *The Future is Asian*. Simon & Schuster.
- Liu, S. (2021). "Yidai yilu" tiyi beijing xiagaoxiao xibangyayu kouyi jiaoxue gaige xingtan [Una nueva exploración de la reforma de la enseñanza de la interpretación del español en colegios y universidades en el contexto de la "Nueva Ruta de la Seda"]. *The Science Education Article Collects*.
- Llamazares, O. (2018). *Negociación Internacional. Tipos de negociadores. Proceso de negociación. Tácticas más utilizadas. Negociación intercultural. Estilos de negociación. Estrategias por países*. Ayala.
- Mehrabian, A., & Ferris, S. (1967). Inference of Attitudes from Non-Verbal Communication in Two Channels. *Journal of Consulting Psychology*, 248-52.
- Ministerio de Asuntos Exteriores, U. E. (Febrero de 2024). *Ficha país China República Popular (de) China*. Obtenido de Oficina de información diplomática: [https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/china\\_ficha%20pais.pdf](https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/china_ficha%20pais.pdf)
- Ministerio de Economía, C. y. (2024, febrero 21). *Fundación Consejo China y España*. Retrieved from España y China en cifras : <https://spain-china-foundation.org/relaciones-economicas-espana-china/>
- Nida, A. (1964). *Towards a science of translating*. Boston: Brill.
- Pérez, R. J. (2023, Marzo 30). *Newtral*. Retrieved from Las claves de la relación política y comercial entre España y China: <https://www.newtral.es/relaciones-espana-china/20230330/>
- Reiss, K., & Vermeer, H. (1984). *Towards a General Theory of Translational Action : Skopos Theory Explained*. London.
- Ríos, X. (2019). LAS RELACIONES ENTRE ESPAÑA Y CHINA: ¿UNA NUEVA ERA? *Comillas Journal of International Relations*, 109.
- Rodrigo, M. (1997). Elementos para una comunicación intercultural. *Cibob d' afers*, 11-21.
- Rodrigo, M. (1999). *Comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- Royo, J. (2016). La distancia de la cultura empresarial con China: una aproximación para el empresario español. *evista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, 221-238.
- Salacuse, J. (1991). *Making global deals: negotiating in the international market places*. Boston: Random House.
- Salacuse, J. (2003). *The Global Negotiator*. Palgrave MacMillan.



- Samovar, L., Porter, R., McDaniel, E., & Roy, C. (2007). *Communication between cultures*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Schuster, C., & Copeland, M. (1996). *Global Business: planning for sales and Negotiations*. Harcourt Brace and Company.
- Taft, R. (1981). *The role and personality of the mediator*. Cambridge: The mediating person: Bridges between Cultures.
- Wadensjö, C. (1998). *Interpreting as interaction*. London: Longman.
- Ying, L. S., & Walker, A. (2006). *Explaining guanxi. The Chinese business network*. New York: Routledge.
- Zaragoza, A. d. (2019, Marzo 15). *Ayuntamiento de Zaragoza* . Retrieved from Zaragoza Noticias : <https://www.zaragoza.es/sede/servicio/noticia/228756>

## **12. Anexo 1**

Ante la dificultad de encontrar datos fehacientes sobre la situación de la interpretación chino-español en la literatura académica, se ha recurrido a una encuesta realizada a tres intérpretes del mercado español: Núria Barberá (N.B), Irene Gómez (I.G) y Pablo Sánchez (P.S), en mayo de 2024. A través de sus respuestas, se busca obtener una visión más clara y actualizada sobre la demanda y las condiciones laborales de los intérpretes en esta combinación lingüística, así como las principales diferencias y retos en comparación con otras combinaciones más comunes, como el inglés-español. A continuación, se presentan las respuestas de estos profesionales y un análisis detallado de sus experiencias y perspectivas.

### **Intérpretes encuestados**

Núria Barberá: graduada en Traducción e Interpretación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Asimismo, ha realizado diversos programas de formación adicional como el máster en Relaciones Internacionales en la Universidad de Nanjing. Además de ser profesora para diversas instituciones como la Universidad de Complutense de Madrid y la Universidad de Alcalá.

Irene Gómez: estudió Traducción e Interpretación en la Universidad Oberta de Catalunya, con la combinación de inglés y alemán. Posteriormente, hizo diferentes programas de formación como Enseñanza del chino para Extranjeros y el máster de Comunicación Intercultural, Interpretación y Traducción en Servicios Públicos (chino-español) en la Universidad de Alcalá, entre otros.

Pablo Sánchez: cursó el grado de Traducción e Interpretación en la Universidad de Granada, con la combinación de español, inglés y chino. Posteriormente, hizo el máster de Interpretación de Conferencias en la Universidad de Lengua y Cultura de Pekín (inglés-chino).

- **¿Cree que hay más trabajo de traducción o interpretación del chino-español en los últimos años?**

**N.B:** Creo que siempre ha habido mucha demanda de traducción e interpretación de chino-español, aunque quizás recientemente ha aumentado un poco, porque cada vez hay más intercambios entre ambos países, más sinergias y más colaboraciones. La traducción audiovisual y de videojuegos también está siendo muy relevante y, por lo tanto, hace que aumente la demanda.

**P.S:** Recientemente, está habiendo una mayor demanda tanto de traducción como de interpretación de chino al español. Es cierto que la demanda de traducción sigue siendo mayor que la de interpretación, pero ambas están al alza.

- **¿En qué ámbito especialmente?**

**N.B:** Interpretación: colaboraciones comerciales; ámbito tecnológico; traducción de localización de videojuegos; traducción audiovisual; traducción literaria.

**I.G:** Diría que hay más trabajo de interpretación, concretamente en el ámbito comercial e institucional.

**P.S:** En cuanto a la traducción, podemos percibir una gran demanda en la traducción audiovisual, concretamente de localización de videojuegos. Si hablamos de interpretación, la demanda de estos servicios se vio afectada durante la pandemia, pero actualmente se está volviendo a retomar y se centra normalmente en interpretación bilateral en el ámbito de los negocios (reuniones empresariales, comerciales, etc.).

- **A diferencia de otras combinaciones lingüísticas como el inglés-español, ¿es cierto que son menos los intérpretes especializados en esta combinación.**

**N.B:** Sí, por supuesto. Hay muchísimos menos intérpretes de chino-español que de inglés. Incluso en las grandes ciudades, hay dificultad de encontrar intérpretes calificados de esta combinación lingüística.

**I.G:** Sí, en España somos pocos intérpretes y traductores con la combinación chino-español.

**P.S:** Sí. Normalmente, es muy difícil encontrar a intérpretes profesionales con esta combinación lingüística y la mayoría son estudiantes bilingües (chino y español) o estudiantes nativos de chino. Esto puede deberse a dos factores: 1) la dificultad del chino, lo cual impide a muchos estudiantes nativos de español alcanzar el nivel de chino suficiente

para interpretar; 2) la escasez de programas de grado que enseñen chino a un nivel tan elevado, así como de programas de posgrado que formen a intérpretes profesionales.

- **¿Crees que la escasez de intérpretes en chino-español influye en la menor exigencia por parte de los clientes, en comparación con combinaciones más comunes como el español-inglés, donde se requiere una formación más rigurosa, como la obtención de un máster de interpretación?**

**N.B:** Por desgracia, es posible que sí. No se pide tanta experiencia o trayectoria educativa/profesional, porque hay menos personas con la capacidad de hacer este trabajo. Los clientes buscan que se pueda cubrir la vacante, que se pueda realizar el trabajo, y quizás no exigen tanto nivel a los intérpretes como tal.

**I.G:** Depende de para que ámbitos. Para el comercial posiblemente haya menos exigencia, pero para el institucional suele exigirse máster en interpretación o mucha experiencia.

**P.S:** Sí. Como he mencionado en la pregunta anterior, es muy difícil encontrar a intérpretes profesionales con formación específica en interpretación. Por esto mismo, la exigencia por parte de los clientes también es menor. Si los clientes piden como requisito la obtención de un máster en interpretación, el número de intérpretes cualificados para ello sería muy escaso y, por consiguiente, el acceso a este servicio sería muy limitado. Esta cuestión requiere un análisis más profundo y puede aludir a otros aspectos, como el número de programas de máster que cuentan con esta formación. Actualmente, en España solo hay un programa de máster especializado en interpretación chino-español, y otros dos de traducción e interpretación con dicha combinación lingüística. Entonces, es lógico que el número de intérpretes especializados sea mucho menor y, por consiguiente, la exigencia o los requisitos por parte de los clientes, también no sean tan altos.

- **¿Cuál suele ser la nacionalidad de los intérpretes de chino-español? Es decir, si son nativos de español o chino.**

**N.B:** Suelen ser de nacionalidad china, en su mayoría. Sobre todo, en simultánea y consecutiva. Quizás en bilateral hay más de españoles, pero poquitos.

**I.G:** La nacionalidad de los intérpretes puede ser tanto china como española. Creo que está bastante equilibrada.

**P.S:** Con respecto a la primera pregunta, hay muchos más intérpretes nativos de chino que de español, ya que es muy raro encontrar a nativos de español con un nivel de chino lo suficientemente bueno como para interpretar. Diría que la proporción podría ser un 90/10.

- **En caso de haber trabajado como intérprete en las negociaciones, ¿crees que es importante tener en cuenta las diferencias culturales, ¿por qué?**

**I.G:** Por supuesto, las diferencias culturales son cruciales, ya que los protocolos que se llevan a cabo en los procesos de negociación en China y en España difieren. Es importante conocer en profundidad ambas culturas y protocolos para poder intervenir y mediar en caso de que surja algún malentendido o confusión, lo que es muy habitual.

**P.S:** En cuanto a la segunda pregunta, las diferencias culturales es algo que debemos tener siempre presente, sobre todo en culturas tan diferentes como la china y la española. Como mediadores lingüísticos, es también nuestra responsabilidad que la idea y la intención se entiendan bien en la otra cultura, y esto es algo que va más allá de la cuestión lingüística.

**N.B:** Es sumamente importante tener en cuenta las diferencias culturales. No se puede hacer una interpretación comercial sin tener conocimiento de los protocolos de cada país. Como intérpretes, debemos también adaptar nuestro mensaje y ser cuidadosos con lo que decimos, para que no haya ni malentendidos, ni posibles ofensas. También es muy importante la comunicación no verbal, cómo usamos las manos, qué gestos realizamos... cada cultura tiene su propio lenguaje no verbal y tenemos que saberlo comunicar debidamente.