



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



Administrar LO PÚBLICO

Décima edición

Posters Científicos y Profesionales
Jornadas de Investigación

••••• **ALP X Administrar lo Público**
••••• **Enero - Diciembre**
••••• **Vol. 1, Núm. 1 (2022)**
••••• **Décima compilación**

VI Vicerrectoría de
Investigación

CICAP

Centro de Investigación y
Capacitación en
Administración Pública



Somos #CienciaAbierta

ALP X

ADMINISTRAR LO PÚBLICO 10MA. COMPILACIÓN

C O S T A R I C A



VI

Vicerrectoría de
Investigación

CICAP

Centro de Investigación y
**Capacitación en
Administración Pública**

ADMINISTRAR LO PÚBLICO

Compilación académica sobre docencia, investigación y acción social
Academic compilation on teaching, research, and services to society

ISBN 978-9968-932-43-1

Universidad de Costa Rica
Vicerrectoría de Investigación
© Centro de Investigación y Capacitación en Administración Pública
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio



Enero – Diciembre
Vol. 1 Núm. 1 (2022)
Primera edición: 2022
10ma. Compilación

Dirección y Edición | Direction & Edition
Esteban O. Mora-Martínez

Gestión, edición de textos, traducciones, diseño, diagramación, portada y control de calidad:
Proceso de Investigación, Innovación y Difusión | Management, text editing, translations,
design, layout, cover and quality control: Research, Innovation and Dissemination Process

Imagen de portada: Technology poster, template 13558753: [Freepik.com](https://www.freepik.com). Esta portada ha
sido diseñada usando activos de Freepik.com | Cover image: Technology poster, template
13558753: [Freepik.com](https://www.freepik.com). This cover has been designed using assets from Freepik.com.

La Compilación Administrar Lo Público es de Acceso Abierto, con una Licencia | The
Compilation Manage the Public is Open Access, licensed under a [Creative Commons
Attribution 4.0 International License \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Documento aprobado e impreso digitalmente, producto del Proyecto de Investigación 225-
C2-756 Actividades de apoyo a la sistematización de intervenciones y difusión sobre la
Gestión de lo Público, 2022 | Document approved and digitally printed, product of Research
Project 225-C2-756 Activities to support the systematization of interventions and
dissemination of Public Management, 2022

San José, Costa Rica



351.728.6

A238a Administrar lo público, 10ma. compilación : ALP X / editor
Esteban O. Mora-Martínez. – Primera edición. – San José,
Costa Rica : Universidad de Costa Rica, Vicerrectoría de
Investigación, CICAP, 2022.
1 recurso en línea (122 páginas) : ilustraciones a color,
archivo de texto, PDF, 6.96 MB.

En la cubierta: “Posters científicos y profesionales
jornadas de investigación”
ISBN 978-9968-932-43-1

1. COSTA RICA – ADMINISTRACIÓN PÚBLICA –
ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC. 2. FUNCIÓN
PÚBLICA – ASPECTOS CONSTITUCIONALES –
COSTA RICA. 3. RELACIONES CULTURALES.
4. NEGOCIACIONES INTERNACIONALES. 5. PEQUEÑA
Y MEDIANA EMPRESA – POLÍTICA GUBERNAMENTAL
– COSTA RICA. 6. COMERCIO. 7. TECNOLOGÍA DE
LA INFORMACIÓN. 8. TRANSPORTE TERRESTRE.
9. CALIDAD TOTAL. 10. INTERNET EN LA EDUCACIÓN
SUPERIOR – COSTA RICA. 11. GOBIERNO ELECTRÓNICO.
12. CENTRO NACIONAL DE EDUCACIÓN HELLEN KELLER
– PLANIFICACIÓN – COSTA RICA – CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. 13. COSTA
RICA. MINISTERIO DE
EDUCACIÓN PÚBLICA – GASTOS PÚBLICOS – PLANIFICACIÓN – CONGRESOS,
CONFERENCIAS, ETC. I. Mora
Martínez, Esteban O., editor.

CIP/3916
CC.SIBDI.UC

Universidad de Costa Rica
Vicerrectoría de Investigación
© Centro de Investigación y Capacitación en Administración Pública
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio

Primera edición: 2022

Editor: Dr. Esteban O. Mora-Martínez

Gestión, edición de textos, traducciones, diseño, diagramación, portada y control de calidad: Proceso de Investigación, Innovación y Difusión.

Documento de Acceso Abierto.

Documento aprobado e impreso digitalmente, producto del Proyecto de Investigación 225-C2-756 Actividades de apoyo a la sistematización de intervenciones y difusión sobre la Gestión de lo Público, 2022

San José, Costa Rica



Administrar Lo Público es una obra periódica del **Centro de Investigación y Capacitación en Administración Pública (CICAP)** de la **Universidad de Costa Rica (UCR)** desarrollada desde el Proceso de Investigación, Innovación y Difusión que tiene como propósito acercar a la comunidad universitaria, científica y a la sociedad en general, a temas de interés en el ámbito de políticas públicas, administración pública, participación ciudadana, ciencias sociales y ciencias económicas.

COMITÉ EDITORIAL

M.Sc. Juan Hernández Castillo

Coord. Gral. de Gestión

Licda. Gina Valverde Díaz

Jefa Administrativa

Lic. Elí Sancho Méndez

Coord. Programa de Servicios
de Asesoría y Consultoría

Coord. Programa de Desarrollo Municipal

M.Sc. Gabriela Muñoz Lara

Coord. Programa de Educación Continua y
Permanente

COMITÉ CIENTÍFICO

Dr. Orlando Hernández Cruz

Director CICAP

M.Sc. Angélica Vega Hernández

Dir. Escuela Admón. Pública

M.Sc. Víctor Garro Martínez

Repr. Sist. Estudios Posgrado

M.Sc. Johanna Alarcón Rivera

Investigadora Adscrita

M.Sc. Carlos Carranza Villalobos

Investigador Adscrito

M.Sc. Jhon Fonseca Ordoñez

Investigador Adscrito

M.Sc. Rodolfo Romero Redondo

Investigador Adscrito

DIRECCIÓN EDITORIAL Y CIENTÍFICA

Dr. Esteban O. Mora Martínez

Director y Editor Científico

Web: <http://www.cicap.ucr.ac.cr>

e-mail: Publicaciones.CICAP@ucr.ac.cr

Tel.: (506) 2511-3748

Montes de Oca, San José, Costa Rica

SOBRE ADMINISTRAR LO PÚBLICO

- **CICAP** estableció entre sus estrategias, la publicación de libros, revistas y otros materiales impresos y electrónicos dirigidos a la difusión de sus actividades sustantivas de investigación, capacitación, asesoría y consultoría.
- El **Comité Editorial** está representado por todos los programas internos del CICAP que requieran publicar información como parte de sus proyectos y actividades de trabajo.
- El **Comité Científico** tiene la responsabilidad de velar por el rigor científico e idoneidad de los contenidos desarrollados para las publicaciones del CICAP.
- **Administrar Lo Público** es una continuidad de **Publicaciones de UCR-CICAP**.
- Los autores de esta publicación son responsables de los mismos y las opiniones expresadas aquí no reflejan necesariamente las del CICAP ni las de la UCR.

UCR | Universidad de Costa Rica

CICAP | Centro de Investigación y Capacitación en Administración Pública



Esta obra se escribió con un uso inclusivo del lenguaje de género y está bajo una [Licencia Creative Commons Attribution 4.0 International \(CC BY 4.0\)](#).

ISBN 978-9968-932-43-1

2022, Costa Rica





El negociador latino-caribeño: efectos de la identidad bicultural en contextos de negociación

The Latin-Caribbean negotiator: bicultural identity effects in negotiation contexts

Enos E. Brown²

Artículo postulado: 19/09/2022

Artículo aprobado: 01/11/2022

Citación | *Citation*

Brown, E. E. (2022). Efectos de la identidad bicultural en contextos de negociación Caribe – Latino. *Compilación Administrar lo Público*, p. 17-25; 10ma. Edición; Enero-Diciembre, Vol. 1 Núm. 1. ISBN 978-9968-932-43-1, San José, CR. Licencia [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Resumen: Es bien sabido que la economía global descansa sobre la base de la negociación internacional. Por esta razón, para lograr el éxito en cualquier negociación fuera de la frontera nacional es vital entender el papel que juegan elementos intangibles como la identidad cultural de las personas con quienes negociamos durante un proceso de acuerdo comercial. Comprender el comportamiento cultural de los negociadores juega un papel decisivo en los resultados de una negociación internacional. Durante las últimas décadas y como consecuencia de la migración internacional, la presencia de personas biculturales se ha convertido en una creciente población demográfica en la región de Centroamérica y el Caribe, que participa activamente en el contexto del comercio regional. Si bien es cierto que

este grupo tiene interesantes particularidades culturales en cuanto a su identidad, su comportamiento y su idiosincrasia - y aun sabiendo que la cultura tiene una influencia directa en los contextos de negociaciones internacionales – el negociador bicultural sigue siendo un tema poco estudiado por la literatura de la negociación cultural. Esto podría justificarse por la sesgada práctica de pensar que los países son homogéneos en cuanto a su identidad cultural e ignorando la presencia de la diversidad cultural interna. Con esto en mente, este trabajo ofrece una propuesta de investigación cualitativa que tiene como objetivo principal comprender los efectos de la doble identidad cultural en contextos de negociaciones comerciales. Para lograr esto, se utilizarán muestras de personas negociadoras biculturales de tres cámaras

² Máster en Gerencia de Negociaciones Internacionales. Investigador, Centro de Investigación y Capacitación en Administración Pública, Universidad de Costa Rica. enos.brown@ucr.ac.cr



de comercio de países del Caribe latinoamericanos (Costa Rica, Colombia y Panamá). Se espera que los hallazgos brinden nuevas y efectivas herramientas que fortalezcan las estrategias del negociador público costarricense durante aquellos procesos de negociación donde interactúa con personas latino-caribeñas.

Palabras clave: Biculturalismo; Diversidad cultural; Cultura y Negociación; Identidad Cultural.

The Latin-Caribbean negotiator: bicultural identity effects in negotiation contexts

Enos E. Brown

Abstract: *It is well known that global economy rests on an international negotiation bedrock. To achieve success in any negotiation outside the national border, it is vital to understand the role of intangible elements such as the cultural identity of the people with whom we negotiate during a trade agreement process. Understanding the cultural behavior of negotiators has decisive role to play in the results of an international negotiation. As a consequence of international migration during that participates actively in regional trade. Although it is true that this group has some interesting cultural peculiarities in terms of their identity, behavior and idiosyncrasy - and even knowing that culture has a direct influence in the context of international negotiations - the bicultural negotiator continues to be a little studied subject by the cultural negotiation literature. This fact could be explained by the bias strategy that thinks of a country's cultural identity as a homogeneous whole ignoring the presence of internal cultural diversity. Bearing this in mind, this*

paper offers a qualitative research proposal. The main objective is to understand the effects of having dual cultural identity and its dynamics in trade negotiation context. To achieve this, samples of bicultural negotiators were considered from three chambers of commerce of Latin American Caribbean countries (Costa Rica, Colombia and Panama). The findings are expected to provide new and effective tools that strengthen the strategies of the Costa Rican public negotiator during those negotiation processes where he interacts with Latin Caribbean people.

Keywords: *Biculturalism; Cultural Diversity; Culture and Negotiation; Cultural Identity.*

Introducción

En el ámbito de las negociaciones comerciales con otros países, existe un pensar generalizado que supone que las personas negociadoras tienen un solo perfil cultural, esta es, su cultura nacional. Sin embargo, hoy en día es evidente notar que las características demográficas de la población mundial están expuestas a constantes influencias y patrones de cambio gracias a la migración internacional producto de la globalización (Brannen et al., 2010).

En la actualidad, es común que las personas tengan múltiples antecedentes culturales producto de tener padres de diferentes culturas, vivir en otro país diferente al país nativo por estudio o trabajo o bien, compartir por tiempos prologados en ambientes étnicos (Liu, 2017) generado una serie de experiencias que inciden en la construcción y complejidad de las identidades culturales



(Chu et al. 2017), entendiéndose esta como aquel sentido de pertenencia (formal o informal) a un grupo social quien transmite e inculca formas de vida, creencias, valores, actitudes y tradiciones (Jameson, 2007). El estar expuesto al roce con otras culturas se ha convertido hoy en una norma más que una excepción, por esta razón, Jameson sostiene que este tipo de identidad no solo cambia con el tiempo y sino que trasciende la nacionalidad de las personas.

Un claro ejemplo de estas nuevas identidades culturales -considerada herencia de la globalización- encontramos el biculturalismo: aquellas personas que internalizan y experimentan dos perfiles culturales de manera simultánea integrando dentro de su propia identidad, los valores, sistemas tradicionales y comportamientos relacionados de su cultura étnica, familiar o patrimonial con los valores y comportamientos de una cultura huésped o cultura nacional (Chu et al, 2017).

Gracias a los estudios seminales de Hofstede (1980) cuyas dimensiones culturales son consideradas como la base y el fundamento teórico de la mayoría de los estudios sobre negociación y cultura, se ha abrazado y casi estandarizado la estrategia de definir las características y el comportamiento de la persona que negocia a partir de la comparación entre dos o más países. Por años, esta práctica se ha estado realizando de manera indiscriminada bajo la hoy cuestionada premisa de que la cultura de un país (cultura nacional) es homogénea,

suponiendo entonces que, en un escenario de negociación, todas las personas nacidas en un país deberán tener los mismos rasgos de comportamiento. Este sesgado ejercicio invisibiliza por completo las diferentes mezclas e interacciones culturales internas producto de las combinaciones y asociaciones migratorias que usualmente ocurren dentro de un país y que provocan una varianza cultural interna que incide su identidad cultural de los habitantes.

Desde esta perspectiva, algunos autores sostienen que, en un país las personas biculturales pueden considerar su pertenencia a una de las culturas (dominante o no-dominante) como más importante o significativo que otro (por ejemplo, en el caso de un “chicano” (mexicanoamericano) la persona podrá sentirse más mexicano que americano o viceversa) o bien, integrar de manera armoniosa su doble identidad cultural. (Benet-Martínez y Haritatos, 2005).

En este nuevo contexto global y con estas particularidades culturales en mente, un negociador público, cuya responsabilidad es negociar un tratado internacional en la región del caribe de América Central o Colombia, por ejemplo, se podrá encontrar con negociadores representantes de un país que en realidad tienen una doble condición cultural (efectos de la varianza interna) y que partir de la integración de sus dos culturas deben desenvolverse en un escenario de negociación internacional. Sin embargo, la literatura es escasa (para no decir nula) al tratar de



conceptualizar y explicar las estrategias de negociación de personas biculturales, dejando sin análisis ni respuesta la comprensión de los efectos de la dinámica de la identidad bicultural dentro de contexto de negociación comercial, Schwartz et al (2019). En este escenario y frente a este elemento intangible, el negociador público podría estar en una clara desventaja.

Ahora bien, por ser la biculturalidad y la negociación un binomio que presenta desafíos tanto teóricos como metodológicos para la investigación en negociación intercultural, este novedoso estudio busca contribuir con la literatura de la ciencia de la negociación para aportar nuevo conocimiento al vacío que existe sobre la dinámica del biculturalismo en los procesos de negociación. Su objetivo es analizar cómo se comporta la identidad biculturalidad en un escenario de negociación comercial. El tema cobra gran relevancia principalmente por la gran diversidad cultural presente en algunos países del continente americano como consecuencia tránsito de turistas, los nuevos nómadas digitales, la migración, la presencia de expatriados, los matrimonios interraciales y los estudiantes extranjeros, así como los cotidianos intercambios con personas que provienen de diferentes orígenes culturales pero que conviven en una misma región geográfica.

Esta diversidad cultural se acentúa aún más a lo largo del Caribe Continental de América –estos son aquellos países del

continente americano cuyas costas son bañadas por el Mar Caribe– desde México hasta Colombia y cuya variedad cultural usualmente se invisibiliza dentro los estudios de cultura nacional y negociación comercial internacional.

Como el sesgado enfoque de “cultura única” sigue dominando la literatura de negociación internacional, esta propuesta cobra importancia no solo porque pone en la mesa el tema del regionalismo y la identidad cultural como poderosas variables intangibles que pueden definir los resultados de una negociación, sino también por el desafío que existe para extender los alcances teóricos y predicciones de las investigaciones de cultura y negociación a países poco estudiados como lo son los de América Latina y aún en menor escala países del Caribe-latinoamericano como lo son Costa Rica, Colombia y Panamá.

Métodos y materiales

Este estudio pretende, desde un enfoque cualitativo inductivo apoyarse en las bondades del diseño de investigación del estudio de caso, construir nuevos modelos e hipótesis del tema investigado a partir de los datos recolectados utilizando una perspectiva epistemológica socio-constructivista que confía en la opinión de los participantes en la construcción del conocimiento.

Desde esta estrategia de investigación cualitativa, donde lo que se pretende es abordar aquellos fenómenos, situaciones o hechos dentro de su propio contexto para obtener una mayor y más profunda



comprensión de su complejidad, Creswell (2009), se busca determinar el efecto que tiene la identidad bicultural en los procesos de negociación comercial.

Debido a las características particulares de esta investigación, la selección intencional de participantes es la estrategia que más se adapta a esta propuesta, por lo que se tomará como referencia casos de negociadores biculturales de las tres cámaras de comercio ubicados en el Caribe Continental de Costa Rica, Colombia y Panamá. A partir de la selección de los participantes, se les aplicará una entrevista con formato semiestructurado, misma que fue validada y corregida utilizando el método de la entrevista cognitiva para mejorar el instrumento. Se espera realizar las entrevistas de manera presencial para lograr registrar la mayor cantidad de información posible.

Los datos recolectados serán transcritos y triangulados a partir de uso de la entrevista y la revisión de la literatura junto con pares para comprender la influencia de la presencia de percepciones, valores, motivaciones personales y sociales de las identidades culturales y su dinámica durante los procesos de negociación.

Hallazgos teóricos

Estar equipado con las adecuadas habilidades de negociación es un requisito clave para desenvolverse de manera efectiva en el escenario de la política internacional. Sin embargo, es común

escuchar entre los actores del escenario internacional, usar y recomendar la muy conocida frase: “Cuando estás en Roma, actúa como romano”. Como si fuera una receta estratégica para desenvolverse en cualquier terreno fuera de las propias fronteras, autores como Toomey et al. (2013) consideran que esta “regla de oro” ha provocado que la mayoría de los estudios transculturales fomenten inadvertidamente la suposición de una homogeneidad cultural como norma en las relaciones internacionales. Según estos investigadores, esto es debido a la visión sociológica aplicada a las dimensiones culturales de Hofstede (1980) que hoy en día siguen siendo las bases teóricas de los estudios interculturales.

En la actualidad, las investigaciones socioculturales han demostrado que el comportamiento de los individuos y del grupo de personas en general, se entiende mejor a través del análisis y la lectura individual considerando el contexto, así como de todas aquellas características particulares (Fatehi et al., 2015). Según el autor, en cualquier país se encontrarán que no todos se ajustan a la norma general, por lo que es un error suponer una homogeneidad nacional. Por esta razón, lo más recomendado es que cuando nos encontramos en un contexto de negociación cultural, la recomendación de imitar al romano Roma no es tan estratégica y efectiva como se supone, y más bien debería sustituirse por: “Cuando estes en Roma, conoce al romano”.



Una de las particularidades -consideradas como ventaja- que poseen las personas con una identidad bicultural es que pueden moverse con facilidad entre sus dos contextos culturales; pero este aparente beneficio puede también crear tensión o exigencias (reales o percibidas) que ponen a la persona bicultural en el dilema de tener que satisfacer las expectativas de alguna de sus dos culturas: la cultura étnica y la

cultura nacional. Esta disyuntiva aumenta cuando se enfrenta al reto de tener que responder a ambas al mismo tiempo (Schwartz et al, 2010). Para comprender mejor cómo se comportan las personas con identidad bicultural, Huyn et al. (2011) hace una recopilación de las diferentes tipologías utilizadas por teóricos sobre esta población.

Tabla 1. Tipología de la Persona Bicultural

Descripción tipológica	Postulantes Teóricos					
	Ramírez (1984)	La Framboise et al. (1993)	Birman (1994)	Phinney y Devich-Navarro (1997)	Benet-Martínez et al. (2002)	Benet-Martínez y Haritatos (2005)
Identificación con y buen desenvolvimiento en ambos contextos culturales.	Mezcla	Fusión	Mezcla	Mezcla	Alta IBI	Alta Harmonía
		Fluctuación			Fluctuación	Baja I IBI
Buen desenvolvimiento en ambos contextos culturales, pero se identifica solo con la cultura anfitriona.	Funcional-dominante		Integración			
Buen desenvolvimiento en ambos contextos culturales, pero se identifica solo con su cultura étnica.	Funcional-étnica					
Buen desenvolvimiento en ambos contextos culturales, pero sin identificarse con ninguna.			Instrumental			

Nota: Esta tabla hace un breve recorrido histórico de los estudios realizados del tema de la identidad bicultural para ampliar el conocimiento sobre la tipología de estas personas.



En la última década, y a partir de estas propuestas tipológicas, se ha desarrollado la idea de que a nivel cognitivo las personas biculturales activan un proceso mental llamado Cambio de Marco Cultural (CFS de su sigla en inglés). En este marco, la persona bicultural navega entre sus dos cuadros interpretativos, intercambiándolos a conveniencia para responder a las señales del entorno social (Hong et al., 2016). Al respecto, estudios como los de Benet- Martínez et al., (2002) han demostrado que las personas en condición de biculturalidad se “desplazan” en un continuo llamado “identidad bicultural integrada” que mide o identifica el grado en que la identidad cultural étnica y la cultura dominante (cultura nacional) son percibidas opuestas o compatibles entre sí.

Aunque se piensa que el CFS es un proceso inconsciente y automático, como, por ejemplo, cuando se nota que una persona bicultural cambia de idioma dependiendo de la audiencia, muchas veces este proceso puede ser calculado y gestionado como herramienta para potenciar no solo las habilidades de la persona negociadora, sino también para fortalecer las estrategias de negociación orientadas a tener cierto grado de controlen el escenario y lograr balancear a favor el balance de poder en un contexto de negociación.

Referencias

- Benet-Martínez, V., & Haritatos, J. (2005). Bicultural Identity Integration (BII): Components and psychosocial antecedents. *Journal of Personality, 73*(4), 1015–1050. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2005.00337.x>
- Benet-Martínez, V., Leu, J., Lee, F., & Morris, M. W. (2002). Negotiating biculturalism: Cultural frame switching in biculturals with oppositional versus compatible cultural identities. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 33*(5), 492–516. <https://doi.org/10.1177/0022022102033005005>
- Brannen, M. Y., & Thomas, D. C. (2010). Bicultural Individuals in Organizations: Implications and Opportunity. *International Journal of Cross Cultural Management, 10*(1), 5–16. <https://doi.org/10.1177/1470595809359580>
- Chu, E., White, F. A., & Verrelli, S. (2017). Biculturalism amongst ethnic minorities: Its impact for individuals and intergroup relations. *Australian Journal of Psychology, 69*(4), 229–236. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12153>
- Creswell, J. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Sage.
- Fatehi, K., Kedia, B. L., & Priestley, J. L. (2015). Mindscapes and



- individual heterogeneity within and between cultures. *Journal of Business Research*, 68(2), 291-298.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.07.005>
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Hong, Y. Y., Zhan, S., Morris, M. W., & Benet-Martínez, V. (2016). Multicultural identity processes. *Current opinion in psychology*, 8, 49–53.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.020>
- Jameson, D. A. (2007). Reconceptualizing Cultural Identity and Its Role in Intercultural Business Communication. *The Journal of Business Communication* (1973), 44(3), 199–235.
<https://doi.org/10.1177/0021943607301346>
- Liu, S. (2017). Identity, bicultural and multicultural. *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*, 1–9.
<https://doi:10.1002/9781118783665.ieicc0034>
- Schwartz, S. J., Unger, J. B., Zamboanga, B. L., & Szapocznik, J. (2010). Rethinking the concept of acculturation: Implications for theory and research. *American Psychologist*, 65(4), 237–251. <https://doi.org/10.1037/a0019330>
- Schwartz, S., Meca, A., Ward, C., Szabo, Á., Benet-Martínez, V., Lorenzo-Blanco, E., Sznitman, G. A., Cobb, C. L., Szapocznik, J., Unger, J. B., Cano, M. Á., Stuart, J., & Zamboanga, B. L. (2019). Biculturalism dynamics: A daily diary study of bicultural identity and psychosocial functioning. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 62, 26-37.
<https://doi.org/10.1016/j.appdev.2018.12.007>
- Toomey, A., Dorjee, T., & Ting-Toomey, S. (2013). Bicultural identity negotiation, conflicts, and intergroup communication strategies. *Journal of Intercultural Communication Research*, 42(2), 112-134.
<https://doi.org/10.1080/17475759.2013.785973>



El Negociador latino-caribeño: efectos de la identidad bicultural en contextos de negociación

Enos E. Brown | Prof. Inveestigador -CICAP | enos.brown@ucr.ac.cr

MIGRACIÓN INTERNACIONAL

La población mundial está expuesta a múltiples influencias culturales gracias a la migración internacional. Esto genera una serie de experiencias que inciden en la construcción y complejidad de las identidades culturales



TENDENCIA GLOBAL

Hoy, el contar con padres de diferentes culturas, vivir en otro país diferente al país nativo por estudio o trabajo y compartir por tiempos prologados en ambientes étnicos es la norma



IDENTIDAD CULTURAL

Comprender el comportamiento cultural de los negociadores es decisivo en los resultados del proceso de negociación internacional



PERSONAS BICULTURALES

Creciente población demográfica en la región de Centroamérica y el Caribe, que participa activamente en el contexto del comercio regional



CULTURA NACIONAL

Pensar en cultura nacional sin contemplar la diversidad interna de un país puede provocar desaciertos en la negociación.

