

**UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO
RECINTO DE RÍO PIEDAS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD**

Aida R. Lozada Rivera, CPA, MBA, PhD

INTELIGENCIA INTERNACIONAL

CAPITAL INTERNACIONAL

Es el bulto lleno de conocimientos que surgen de las experiencias acumuladas por las exposiciones a cosas distintas, trabajos nuevos, viajes, estadías y convivencias con personas de entornos distintos al tuyo. También, se incluyen las lecturas, conversaciones, seminarios de temas nuevos. Además, se añade probar, sentir y vivir emociones en el exterior. Se debe conocer en general otros países, sus factores socio económicos, entre otros.

La internacionalización es un proceso que requiere esfuerzo continuo para unificar las relaciones entre las diversas culturas (Crosman, 2010). Se puede medir la *internacionalización* y la *multinacionalidad* usando indicadores a nivel de individuos (Kurk, 2019) y de empresas en base a ventas activos y empleados (Doupnik and Perera, 2011). El grado de internacionalidad va aumentando en la medida que se adquiere interés por la comida, la música, la rutina y la historia de otros lugares que son distintos al lugar donde vivimos.

CAPITAL INTELECTUAL

Este conjunto de fases vividas se va acumulando y forman el **capital intelectual** de las personas. Este es un activo intangible que cada uno posee y que debe utilizarse para crear un entorno favorable y exitoso. Es un agregado que comprende diversos aspectos, madurez, desarrollo, innovación, crecimiento, conocimientos técnicos, generales e internacionales. El capital intelectual, de los individuos es transferido y utilizado en las empresas, y en otros entornos en donde convergen las destrezas adquiridas de todos para lograr un ambiente de tolerancia y crecimiento internacional.

CAPITAL CULTURAL

Es necesario determinar cuándo se genera un ambiente internacional culturalmente distante, para convertirlo en un campo culturalmente inteligente, *cultural intelligence field*. Esto es la habilidad para adaptarse a nuevos ambientes culturales. Esta destreza se genera cuando se obtiene conocimiento de cómo funcionan otras culturas (Crossman y Clarke, 2010). Cada persona debe crear conciencia de sí mismo sobre la cultura de otros, *building a culture of self awareness* (Da Costa, 2017). Es importante crear este pensamiento, *cultural awareness* a nivel de individuos y en la empresa. En lo personal se logra creando tolerancia ante la diversidad y desarrollado una mentalidad globalizada. Las empresas crean la conciencia a través de sus cultura organizacional, de esta manera logran canalizar mejor los recursos de la empresa que tienen disponible al servicio de los instresados en la empresa, *stakeholders* (Cross,2020).

Cultural worldview son las características que distinguen a una cultura. Resulta difícil para las personas que no han tenido experiencias interculturales adaptarse y tolerar otras culturas. Si los

individuos solo están expuestos a su cultura, *monocultural*, entonces, no pueden entender la diferencia entre su percepción y las que tienen las personas de otra cultura. (Hammer, Bennett and Wiseman, 2003).

Todos deben mostrar sensibilidad cultural, *cultural sensitivity* que es, mostrar interés por otras culturas. Deben ser capaz de notar las diferencias y respetarlas. Si es necesario se deben modificar las conductas para mostrar empatía hacia personas de otras culturas. **Intercultural sensitivity** se refiere a la capacidad de identificar diferencias culturales importantes. **Intercultural competence** se trata de actuar de forma apropiada interculturalmente. Mientras mayor sean estas, entonces, mayor **sensibilidad cultural**, se mostrará.

INDIVIDUOS Y EMPRESAS COMO CAMPO DE INTELIGENCIA INTERNACIONAL

El intercambio de ideas conlleva a que se genere valor en los distintos entornos en los cuales nos relacionamos a nivel personal y profesional. Las experiencias vividas, destrezas profesionales, relación con los clientes y otras empresas hacen que se genere valor añadido. De esta manera todos puedan maximizar sus fortalezas. Se concentran en los lugares internacionales dos capitales necesarios para generar un ambiente de trabajo exitoso, el *capital humano* que son las destrezas de los empleados y el *capital organizacional*, es la disposición de la empresa para apoyar el talento de los empleados y todo lo relacionado a partes interesadas o “*stakeholders*”. La eficiencia y la efectividad empleada va a determinar el potencial de desarrollo o incremento del capital internacional.

**UNIVERSITY OF PUERTO RICO
RIO PIEDRAS CAMPUS
BUSINESS ADMINISTRATION FACULTY
ACCOUNTING DEPARTMENT**

Aida R. Lozada Rivera, CPA, MBA, PhD

INTERNACIONAL INTELLIGENCE

INTERNATIONAL CAPITAL

It is the bundle full of knowledge that comes from the experiences accumulated by exposures to different things, new jobs, trips, stays and coexistence with people from different environments than yours. Also included are readings, conversations, seminars on new topics. In addition, testing, feeling, and living emotions abroad is added. Other countries, their socio-economic factors, among others, must be generally known.

Internationalization is a process that requires continuous effort to unify the relationships between diverse cultures (Crosman, 2010). *Internationalization and multinationality* can be measured using indicators at the level of individuals (Kurk, 2019) and companies based on active sales and employees (Doupnik and Perera, 2011). The degree of internationality increases as interest in food, music, routine, and the history of other places that are different from where we live are acquired.

INTELLECTUAL CAPITAL

This set of lived phases accumulates and forms the **intellectual capital** of people. This is an intangible asset that everyone owns and should be used to create a favorable and successful environment. It is an aggregate that includes various aspects, maturity, development, innovation, growth, technical, general, and international knowledge. The intellectual capital of individuals is transferred and used in companies and in other environments where everyone is acquired skills converge to achieve an environment of tolerance and international growth.

CULTURAL CAPITAL

It is necessary to determine when a culturally distant international environment is generated, to turn it into a culturally intelligent field, *cultural intelligence field*. This is the ability to adapt to new cultural environments. This skill is generated when knowledge of how other cultures work is obtained (Crossman and Clarke, 2010). Each person must create self-awareness about the culture of others, *building a culture of self awareness* (Da Costa, 2017). It is important to create this thinking, cultural awareness at the level of individuals and in the company. Personally, it is achieved by creating tolerance for diversity and developing a global mindset. Companies create awareness through their organizational culture, in this way they manage to better channel the company's resources that are available to the service of the instigated in the company, stakeholders (Cross, 2020).

Cultural worldview are the characteristics that distinguish a culture. It is difficult for people who have not had intercultural experiences to adapt and tolerate other cultures. If individuals are only

exposed to their culture, *monocultural*, then they cannot understand the difference between their perception and those of people from another culture. (Hammer, Bennett and Wiseman, 2003). Everyone must show *cultural sensitivity*, cultural sensitivity that is, show interest in other cultures. They must be able to notice the differences and respect them. If necessary, behaviors should be modified to show empathy towards people from other cultures. *Intercultural sensitivity* refers to the ability to identify important cultural differences. *Intercultural competence* is about acting appropriately interculturally. The greater these are, then, the greater cultural sensitivity will be shown.

INDIVIDUALS AND COMPANIES AS AN INTERNATIONAL INTELLIGENCE FIELD

The exchange of ideas leads to the generation of value in the different environments in which we interact on a personal and professional level. The lived experiences, professional skills, relationship with clients and other companies make it generate added value. In this way everyone can maximize their strengths. Two capitals necessary to generate a successful work environment are concentrated in international places, the *human capital* that is the skills of the employees and the *organizational capital*, is the willingness of the company to support the talent of the employees and everything related to interested parties or “*stakeholders*”. The efficiency and effectiveness employed will determine the potential for development or increase of international capital.