

Tema 4: Cultura de negocio

Negociación intercultural

Para tener éxito en una negociación internacional, se debe dominar los argumentos técnicos y publicitarios de la oferta exportable, y también se requiere tener conocimiento de las diferencias culturales de los países y grupos sociales.



Así es Pedrito, ahora estoy en conversaciones para una venta de cacao a Italia, ¿te imaginas cómo será eso?



¡Mamamía! ¡Cuánta pasa, cuánta fruta! Jajajaa! Congratulazione, Exporberto!



¡Jajajaa!

Lenguaje verbal y no verbal



Exporberto, te veo bien producido.



Jajajaa, es que voy a la reunión que tengo con el comprador italiano y veremos oportunidades de negocios.



¡Con razón tanta elegancia!



Claro Pedro, todo entra por los ojos.

El cuidado de la imagen personal es decisiva e implica no solo nuestra identidad como profesional sino también el de la empresa.

Lucir bien, además de generar una buena impresión a los clientes, inspira confianza y seriedad.



Exporberto, te has convertido en todo un experto en imagen personal.



Bueno, he aprendido mucho a lo largo de este camino de las exportaciones.

Recuerda que además de la ropa, debes tener un lenguaje corporal adecuado. Una mirada, un gesto o ciertas actitudes pueden comunicar amabilidad, empatía y credibilidad.

Por ejemplo el apretón de manos, consolida una relación, transmite un acuerdo y conformidad entre ambas partes.



Exporberto, que importante todo eso. Voy a practicarlo en mis futuras reuniones de trabajo.

Muchas gracias por enseñarme.

Técnicas de negociación internacional

Exporberto utilizará diversas técnicas de negociación que le permitirán desarrollar una excelente reunión de negocios.

Él toma contacto al más alto nivel. Es decir, se reunirá con el gerente general de la empresa italiana, quien tiene el poder de decisión para aprobar la compra de su cacao.

Exporberto conoce el comportamiento actual del mercado internacional y esto le servirá como técnica para sostener argumentos sobre disponibilidad de materia prima, volúmenes reales de oferta actual en países competidores y posibles efectos de cambio climático.

Asimismo, desarrollará una táctica para condicionar los márgenes dentro de los cuales se centrará la negociación, conociendo bien los precios a ofertar, el lugar de entrega y la forma de pago.