



Ficha técnica para negociar con Brasil



Perfil del consumidor Brasileño

- En promedio, el consumidor brasileño ha dejado atrás las marcas de alta gama y se ha concentrado en la búsqueda de productos accesibles y promociones al por mayor.
- Sin embargo, en el caso de consumidores con mayor capacidad de compra, el consumo de productos está más vinculado a la calidad de los productos y al compromiso social de la empresa. Del mismo modo, estos segmentos poseen hábitos de consumo parecidos a los de Estados Unidos y países Europeos; a diferencia de aquellos consumidores de bajos ingresos que optan por mercados informales.
- En cuanto a productos, existe mayor consumo en productos de alimentación y vivienda. También, en productos como bebidas alcohólicas y cuidado personal, los consumidores suelen optar por productos costosos.



Cuidados en el Proceso de Negociación

- Durante los procesos de negociación es importante tener en cuenta que se será un proceso lento hasta que no se establezca una relación de confianza. De la misma forma, se debe evitar utilizar tácticas de presión para acelerar el proceso de negociación, al igual que cualquier actitud arrogante o superioridad; en ambos casos será totalmente rechazado. También se debe tener en cuenta que en tierras brasileñas los acuerdos se dan de forma global.
- Es importante también aclarar las formas de pago para evitar cualquier riesgo comercial; así también, se debe prescindir del regateo. Por último, es necesario tener en cuenta que la redacción de los contratos debe hacerse en inglés y en una divisa diferente al real, **en caso contrato se sitúa** fuera de Brasil; de caso contrario, **el** gobierno de Brasil exige que el contrato sea redactado en portugués y en la moneda del país, en este caso, el "real". Además, es necesario contar con un abogado que posea amplios conocimientos en el sistema legal brasileño, debido a la complejidad de este.



Estrategias de Negociación



- El empresariado brasileño valora mucho las relaciones de confianza; de aquí que el proceso de negociación sea tan prolongado; por ello es necesario múltiples contactos telefónicos para concretar una reunión, además de múltiples reuniones personales con el fin de evaluar personalmente a la persona con la que se hará el proceso de negociación.
- El ejecutivo brasileño tiene elementos subjetivos que pueden tomarse en cuenta en reuniones de negocios; por ejemplo, suelen presentar sus ideas con convicción y argumento, sosteniendo una posición definida. El desafío reside en reconocer en ellos expresiones como sus miradas rígidas o esquivas al sostener una idea o compartir información; de detectarse dichos gestos, podría darse el caso de que se trata de información limitada.
- Se sugiere pre definir una agenda de puntos específicos sobre los cuales abordar en la reunión, además de haber propuesto con anticipación horarios holgados y apropiados que favorezcan el desplazamiento. Complementariamente, es útil administrar la reunión para abordar los temas con la suficiente tertulia previa, con sutileza y cortesía suficientes.
- Es necesario mencionar que el empresario brasileño analizará cada una de las propuestas y entrará en debate, de ser necesario, hasta que este conforme con lo propuesto. De la misma forma, no aceptará comprar algo si no lo ha probado antes.

Información General de Brasil

Inflación:

En el año 2016 fue de 6,29% y de 10,67% en el 2015.

Fuentes: Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE)

Tipo de Cambio:

La moneda oficial de Brasil es el Real Brasileiro. La cotización es a 3.25 reales brasileños por Dólar Americano.

PBI Brasil:

De acuerdo con el IBGE, en el 2015 el PIB cayó en 3.8% y en el 2016 cayó 3.6

Puertos Internacionales:

- Curitiba
- Santos
- Sepetiba
- Suape
- Victoria
- Manaus
- Salvador
- Fortaleza
- Paranaagua
- Porto Alegre
- Rio de Janeiro
- Belo Horizonte
- Rio Grande do Sul

Aeropuertos Internacionales:

- De Brasilia Juscelino Kubitschek,
- De San Pablo Guarulhos,
- De San Pablo en Campinas Viracopos,
- De Florianópolis Hercílio Luz,
- De Joao Pessoa Presidente Castro Pinto,
- De Belém Val-de-Cans,
- De Cuiabá Marechal Rondon,

Normas de Protocolo

- El uso del idioma nativo será bien visto entre el empresariado de este país; sin embargo, en caso de que el empresario no hable español, es posible el uso del inglés. Las tarjetas de presentación deben preferentemente estar en idioma portugués y el idioma natal de la empresa; no olvidar que la entrega de las mismas se hace al finalizar la reunión, pero antes del apretón de manos.
- Para pactar una cita con el empresario brasileño es necesario concertarlo con semanas de antelación. Se recomienda puntualidad y tomar precauciones en cuanto al tráfico vial del país. No debe sobresaltarse si los ejecutivos se muestran demasiado amistosos ya que es una situación normal en Brasil.
- Se aconseja tener nociones básicas de portugués o si se prefiere contar con un intérprete con el fin de tener los acuerdos más claros. Durante el primer contacto, es necesario mantener la formalidad con el uso de títulos distintivos como "Señor, Doctor, Ingeniero".
- En su mayoría, las negociaciones se dan en portugués; además, se acostumbra que sea el empresario brasileño quien inicie el tema de negociación. Asimismo, la decisión final será tomada por aquella persona que ocupe el rango jerárquico más alto. En cuanto a la forma de vestirse, es importante mantener una vestimenta formal y conservadora.