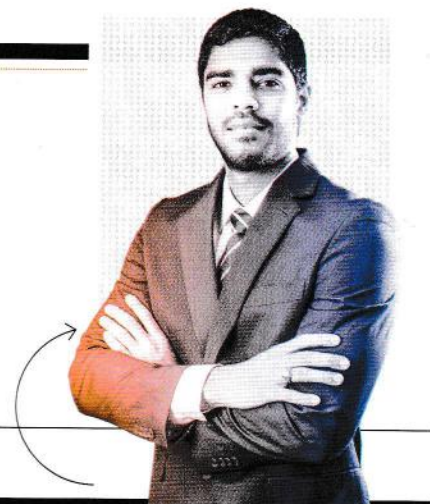


La cultura de negocios en las agro exportaciones

El entorno económico mundial se ha caracterizado por la interdependencia creciente y la apertura comercial dada por la globalización. Mayor cantidad de productos que las empresas comercializan en mercados foráneos. El país no es la excepción.

PUNTO DE VISTA DE EMMANUEL GUZMÁN
Programa Exporta Calidad



LA FIRMA DE ACUERDOS COMERCIALES NO es garantía del éxito en los negocios internacionales que realicen las empresas de los países signatarios. República Dominicana tiene el privilegio de contar con acuerdos comerciales con la Unión Europea y con Estados Unidos. Sin embargo, en la generalidad de los casos, estas preferencias arancelarias no han sido lo bastantes capitalizadas por la empresa privada dominicana, tomando en cuenta que hay una lista de factores que inciden en esto, un elemento poco mencionado dentro de las limitantes para explotar mejor los acuerdos internacionales es la cultura de negocios.

Se conoce como cultura de negocios el conjunto de prácticas, acciones y actitudes comunes en los interlocutores comerciales de los distintos países. Este elemento contempla detalles que van desde la postura de un negociador sobre la mesa, hasta la forma de sostener una tarjeta de presentación en un primer encuentro.

En el contexto internacional, la cultura en los negocios es un elemento fundamental para desarrollar y mantener relaciones comerciales sostenibles. La confianza entre el importador y el exportador guarda una estrecha relación con las prácticas usuales que conforman la cultura de cada interlocutor.

A nivel regional se pueden distinguir rasgos generales de las culturas. En Latinoamérica se destacan negociaciones basadas en comunicación verbal, en Norteamérica y Europa Occidental optan más por usar la comunicación escrita. La comunicación telefónica suele servir de primer contacto para los negocios en Norteamérica, no obstante, en Europa Occidental, las llamadas telefónicas no son recomendadas para un primer acercamiento. A seguida, algunas puntualizaciones sobre la cultura de negocios en el sector agroexportador dominicano: En primer lugar, se debe hacer una clara diferenciación entre la cultura que se practica en el sector agroexportador y el sector industrial, la cual suele ser más sofisticada y con mayor injerencia extranjera, dada la incidencia de la inversión, así como la competencia extranjera en el país.

Los acuerdos contractuales en el sector agroexportador continúan siendo escasos. El negocio posee un gran número de factores externos que las partes no controlan, también es cierto que la utilización de este mecanismo trae consigo un mayor compromiso entre las partes. Es por esto que países con condiciones similares al nuestro, han incrementado sustancialmente el uso de acuerdos

formales, mientras que en RD persiste cierta resistencia entre los actores a comprometer sus productos a precios y compradores específicos.

En el plano internacional, son múltiples las prácticas con grandes oportunidades de mejora. En base a los grandes avances en las tecnologías de comunicación, el intercambio de información luce desmejorado y sobresale por lo complejo que resulta a los compradores internacionales establecer comunicación eficiente con potenciales suplidores en el país. Al parecer, por ningún otro motivo particular más que el cultural.

La tarea de contestar llamadas y correos de potenciales compradores internacionales es, además de un rol comercial, un gesto de respeto y cortesía ante el comprador internacional que se interesa por la empresa y los productos de un exportador; que a la vez, responden al principio de la reciprocidad que es tan valorado en la diplomacia comercial.

Reforzar las prácticas culturales del comercio exterior, mejoraría significativamente la aceptación y percepción de los exportadores dominicanos para un enfoque global, que potencie las oportunidades del sector agroexportador, ampliando mercados e incrementando la satisfacción de los compradores internacionales.