III Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento

20 a 22 de outubro de 2014

CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL

EPH0285

NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL: DIFERENÇAS CULTURAIS ENTRE BRASIL E ÍNDIA

CAROLINE THAMIRES DA SILVA
carolline_ts@hotmail.com
BACHARELADO EM COMÉRCIO EXTERIOR
UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

ORIENTADOR(A)
MARCO ANTONIO MOREIRA ORTIZ
UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

RESUMO

A intenção básica deste estudo é contribuir para o debate a respeito da relação da cultura nas negociações internacionais, frente aos desafios das necessidades de conhecimentos existentes. O pressuposto adotado é o fato de cada país possuir uma cultura totalmente diferente da outra, podendo influenciar no desenvolvimento de acordos comerciais, tendo como exemplo Brasil e Índia, uma vez que uma negociação pode não ser bem sucedida pela falta de conhecimento por parte do importador ou do representante que fechará o negócio. Para que isso aconteça, contudo, é necessário obter o máximo de informações possíveis como comportamentos, hábitos diários, religiões, já que aspectos como estes definem o processo de decisão, além das estratégias que devem ser planejadas com base nas informações adquiridas. Assim, este estudo busca compreender como funciona um processo de negociação internacional envolvendo somente o fator cultural para que estejamos preparados para negociar em qualquer lugar do mundo. Utilizando o método do estudo de caso, foi conduzida uma pesquisa que mostra como se comportar diante das diferenças de culturas entre Brasil e Índia, bem como a importância do conhecimento antes de se fazer qualquer tipo de negociação. A negociação é uma ação importante que está relacionada há muitos aspectos do nosso dia a dia, e não só nas relações empresariais, podendo-se dizer que a todo tempo estamos negociando. Porém, mais importante do que o ato de negociar, é a socialização, afirmar os laços de amizades e a interação entre culturas que apesar de serem distintas não invalida a negociação. Isso porque atualmente existem diversas ferramentas dentro das organizações para conseguir informações relacionadas a vários aspectos do oponente. Avaliar o perfil e estilo do negociados, idioma, saudação, hábitos e outros fatores culturais são essenciais para ter um resultado positivo no mercado internacional, evitando assim que os negócios não sejam concretizados pela falta de informação. Na Índia, a religião é predominante em todas as ações dos indianos, possuem rituais em cada hora do dia como ao acordar e nas refeições, por exemplo, enquanto no Brasil, o que prevalece é a informalidade e na maioria dos casos a improvisação, uma vez que os brasileiros são considerados como pessoas que não se preparam com antecedência para situações formais. Tendo em vista as divergências culturais entre Brasil e Índia, o fator cultura não resulta em conflitos se tratando de acordos internacionais entre ambas as nações. Os países possuem estratégias para acordos futuros já que estão em fase de desenvolvimento e tem os mesmos objetivos comerciais, sendo um deles aumentar o valor de suas relações econômicas até o ano de 2015.