

## ELCHAT

Para participar ingrese a: <http://chat.elcomercio.com.pe>

Para ingresar a otros países no basta con tener un buen producto o servicio y conocer los procedimientos de exportación, también es necesario conocer la cultura del país al que se está apuntando. No todos nos saludamos igual. También hay diferentes patrones de consumo que se deben evaluar.



**Oswaldo Morales**  
Profesor de la Universidad ESAN

# Las relaciones internacionales

## LILIANA ROSARIO:

**¿Qué tan importante para un empresario es conocer las diferencias culturales del país donde piensa llegar a exportar?**

## OSWALDO MORALES

Es muy importante, a veces incluso más que el negocio mismo. Al analizar un mercado también se deben evaluar las características de su gente. Si quieres exportar a Japón, debes saber que la presentación y los envases de los productos son muy importantes a diferencia de otras culturas. Si tu producto es bueno, pero la presentación no es la adecuada, puedes ser rechazado.

## LILIANA ROSARIO:

**¿Entonces en muchos casos tendría que rediseñar mi producto?**

## OSWALDO MORALES

Sí, hay que hacer variaciones. El hecho de que esté posicionado en tu país no implica que se asimile en otro lugar. Por ejemplo, aquí la maca está posicionada como un producto saludable y se ofrece en cápsulas, pero en otros países la venta es más efectiva en bebidas. No temas cambiar. Incluso McDonald's al entrar en la India ha tenido que adaptar sus hamburguesas sobre la base de pescado, porque allí no consumen carne de vaca.

## CYNTHIA PÁEZ:

**¿Dónde puedo encontrar información útil para conocer este tema?**

## OSWALDO MORALES

Hay diferentes medios. Tienes a los expertos en comercio exterior, los departamentos comerciales de las embajadas, Internet y programas académicos. Pero la mejor forma es viajar al mercado al que se piensa vender.

## ROCIOCHR:

**¿Cuál es la manera más sencilla de hacer un análisis de mercado en el**



ILUSTRACIÓN: CLAUDIA GASTALDO

## extranjero?

## OSWALDO MORALES

Por Internet. Allí hay mucha información. Otra forma fácil es contactar a residentes de ese país. Algo más costoso, pero mucho más efectivo, es viajar a esa zona. El análisis etnográfico, es decir la evaluación en el mismo lugar, le da al empresario una visión total de la forma cómo son las personas.

## LESLEY:

**¿Existen personas que se dediquen a averiguar sobre las diferentes culturas y su efecto sobre los productos?**

## OSWALDO MORALES

En el ámbito comercial, tienes a los brokers o agentes, que son los encargados de ser intermediarios entre los exportadores y los compradores. También hay asesores de mercado. En otros países hay empresas que brindan esta

asesoría. Por otra parte, existen ferias internacionales donde uno puede establecer contactos, conocer a las personas de otros países y documentarse sobre su forma de vida.

## CYNTHIA PÁEZ:

**¿Qué debe tener en cuenta todo empresario para poder llegar al mercado extranjero?**

## OSWALDO MORALES

Existen diferentes aspectos a tener en cuenta: idioma, leyes, códigos culturales, costumbres y en especial patrones de consumo. Por ejemplo, si quiero exportar alfombras a Japón debo saber que en las casas la gente entra sin zapatos. Entonces, la fibra y características del producto deben ser diferentes.

## LILIANA ROSARIO:

**Luego de posicionarme en otro país, ¿cómo mantengo una relación fluida y**

**favorable con los clientes?**

## OSWALDO MORALES

Eso quiere decir que ya realizó una inversión importante en recursos y en conocimiento del lugar. Lo siguiente es seguir de cerca los patrones de consumo, porque los gustos evolucionan y aparecen nuevos públicos. También se debe mantener canales de comunicación abiertos con los clientes para darles consejos, opiniones y críticas.

## LESLEY:

**¿Cómo sé cuál es el patrón cultural dominante de un país?**

## OSWALDO MORALES

La única manera es realizando un estudio profundo. China en sí es todo un continente donde hay regiones muy diferenciadas entre sí. Incluso en el Perú podemos encontrar características propias de gente de la selva, la costa y la sierra. Las costumbres y las formas de relacionarse varían de un punto a otro. Hay algunos autores como Fons Trompenaars y Gerard Hendrik Hofstede que han estudiado las diferencias culturales entre los países. Ellos nos pueden dar ideas generales en este ámbito.

## LESLEY:

**¿De qué manera se puede aprovechar la marca Perú para presentar productos o servicios?**

## OSWALDO MORALES

La marca país es muy importante como estrategia de negocios internacionales, porque nos da un respaldo general. En Colombia, por citar un caso, existe una federación de productores de café que exporta bajo la marca Café Colombiano. Nosotros podríamos usar de igual forma el prestigio de la comida peruana. Otro caso de marca país es el del turismo mexicano. Ellos se venden muy bien en Asia como un destino exótico. Acá también se podría usar esa ventaja.