

Recomendaciones generales



1. Prácticas comerciales

Es fundamental que el exportador se presente bien preparado en el mercado norteamericano. La comunicación debe ser en inglés y su contenido claro y objetivo. Es importante tener en cuenta que existe la posibilidad de tratar con empresarios estadounidenses de otros países, principalmente españoles, árabes u orientales. La correspondencia escrita puede ser en forma de correspondencia postal, fax o correo electrónico. Al utilizar mensajes electrónicos, la forma de comunicación más utilizada en la actualidad, el exportador debe prestar atención a la corrección gramatical e incluir siempre la información de contacto completa (teléfono, fax y correo electrónico). Las cotizaciones generalmente se solicitan sobre una base FOB, CIF o DDP, y las cartas de crédito son el principal medio de financiamiento de las importaciones en la fase inicial. La formalización del trato se realiza mediante un contrato de compraventa, que debe reflejar la complejidad de la transacción y especificar claramente las responsabilidades de cada parte contratante. Las negociaciones se pueden realizar en los más variados entornos (oficina del importador, hotel, etc.) y es habitual que se realicen durante los almuerzos y desayunos. En términos generales, el negociador estadounidense está facultado para determinar los términos del contrato y cerrar el trato, incluso si no es el propietario de la empresa o un ejecutivo de alto rango. El estilo de negociación es informal y sencillo. Programar citas es fundamental y la puntualidad se toma muy en serio.

2. Denuncias, litigios y arbitraje comercial

Cualquier queja comercial se envía directamente al socio comercial. En algunos casos, el importador estadounidense busca el apoyo de las representaciones diplomáticas brasileñas en los EE. UU. Si es imposible llegar a un acuerdo satisfactorio, las partes son responsables de recurrir a recursos legales y mecanismos alternativos de resolución de disputas (mediación, arbitraje, etc.). En los últimos años, en los Estados Unidos, se ha observado un uso creciente de estos medios alternativos. El arbitraje es, con mucho, el medio más popular para resolver disputas comerciales y su popularidad ha crecido como alternativa al litigio.

Existen varias organizaciones de arbitraje, pero para una empresa extranjera involucrada en una disputa comercial con una firma estadounidense, las tres más importantes son la Cámara de Comercio Internacional - ICC, con sede en París, la "London Court of International Arbitration-LCIA" (Cámara of London International Arbitration) y la "Asociación Estadounidense de Arbitraje - AAA" (Asociación Estadounidense de Arbitraje), con sede en Nueva York.

Una de las ventajas de utilizar la AAA es que los tribunales estadounidenses están familiarizados con la organización y sus procedimientos. Para obtener información adicional o para presentar un caso a la AAA, las partes

interesadas deben comunicarse con el Centro Internacional de Resolución de Disputas de la asociación (120 Broadway, Floor 21, New York, NY 10271; Tels .: 212 / 484-4181, 212 / 716-5833; fax: 212 / 246-7264; www. Adr .org).

3. Viajes de negocios

Es importante que el exportador se presente en Estados Unidos bien preparado. Debe traer consigo material promocional con gráficos de buena calidad y escrito en buen inglés, lista de precios en dólares, información detallada sobre su empresa, preferiblemente en forma de folleto, y un buen número de tarjetas de presentación impresas en inglés. Si el exportador no habla inglés, o tiene grandes dificultades para comunicarse en el idioma, se recomienda contratar un intérprete con experiencia en comercio exterior. El momento menos recomendado para un viaje de negocios a Estados Unidos es el período de verano (junio, julio, agosto), meses en los que la mayoría de la gente se toma vacaciones, aprovechando el período de vacaciones escolares. También debe evitar viajar en fechas cercanas a los principales feriados nacionales (Independencia, "Acción de Gracias", etc.). Se llama la atención sobre las observaciones contenidas en el ítem de Prácticas comerciales anterior, particularmente en lo que respecta a la programación de reuniones, las cuales deben programarse con razonable anticipación y ser atendidas a tiempo.

Los empresarios deben prestar atención a las medidas de seguridad implementadas en los aeropuertos de Estados Unidos como resultado de los ataques terroristas de 2001. Se recomienda solicitar información actualizada a la agencia de viajes o las representaciones diplomáticas de Estados Unidos.

4. Asistencia profesional a emprendedores colombianos

El exportador tiene una variedad de opciones de asistencia profesional en los USA. La Administración del Comercio Internacional proporciona herramientas, asistencia y conocimiento experto para ayudar a su empresa a crecer en el mercado global, en el sitio www.trade.gov/export-solutions.

Para la creación de este ebook, la guía Cómo exportar - Estados Unidos, del Ministerio de Relaciones Exteriores, disponible en el enlace:

<https://investexportbrasil.dpr.gov.br/arquivos/Publicacoes/ComoExportar/CEXEstadosUnidos.pdf>

