

Inteligencia de Mercados/ Cultura de Negocios de Israel

### **Comunicación clara y directa, características de los empresarios israelíes**

Por: Legiscomex.com

Julio 10 del 2013

#### **Negociaciones**

Los israelíes son buenos negociadores, no se involucran en actividades que no conocen y se cercioran de que no estén jugando con ellos, especialmente si se trata de dinero. Son expertos en el tema que se está negociando es por eso que siempre buscarán que se les dé los mejores precios y exigirán muy buena calidad en los materiales y/o productos terminados.

Como se mencionó anteriormente, en las negociaciones prima la eficacia. Se habla directamente con las personas que toman las decisiones y estos a su vez buscarán siempre ir al punto exacto por el cual están reunidos.

Aunque el inglés es el idioma de los negocios, muchos empresarios que tiene relaciones con países de habla hispana ya tienen en su compañía personas que hablan español.

Los israelíes también tiene unas características que los define a la hora de entablar una relación comercial: ellos suelen decir lo que piensan de una forma firme y franca y esperan lo mismo de sus colegas. Suelen tomar la iniciativa al momento de las decisiones y tienen la capacidad de improvisar a la hora de resolver problemas de último minuto.

También, están orientados al trabajo en equipo y mantiene la igualdad de estatus sin atribuir importancia a los distintos tipos de autoridad de una empresa. Según la Cámara de Comercio Colombo Israelí, los empresarios de esta nación valoran las intervenciones y opiniones de cualquier persona, sin importar el cargo que tenga dentro de la entidad. "Esta cultura no es jerárquica, se valora el cuestionamiento abierto de todas las autoridades".

Olegario Llamazares García-Lomas, autor del libro "**Cómo negociar con éxito en 50 países**"<sup>1</sup> destacó unas estrategias básicas para tener en cuenta al momento de iniciar un pacto comercial con un empresario israelí, estas son algunas de ellas:

- Los israelíes tienen un sentido de los negocios muy próximo a los valores capitalistas, aprendido secularmente en sectores como la banca o la joyería, en los que la idea de beneficio, productividad o rentabilidad están muy presentes.
- La mayoría de los israelíes utilizan un sistema de confrontación con argumentos contundentes y emocionales. Se les debe responder en el mismo tono. No hay que ceder aunque generen tensión.
- Los negociadores suelen adoptar una postura proactiva, tratan de adelantarse a los movimientos de la otra parte. Es mejor dar la información poco a poco, ya que de esta forma estarán preocupados por averiguar la posición de la otra parte y se centraran menos en sus objetivos.

---

<sup>1</sup>Llamazares García-Lomas, Olegario. Cómo negociar con éxito en 50 países. Global Marketing Strategies. Pág. 117.

- Les gusta mucho la polémica y rara vez dan la razón a la parte contraria, aunque tampoco esperan que la otra parte comparta sus opiniones.
- En las discusiones es normal interrumpir al interlocutor. Si bien en la mayoría de las culturas se considera una falta de educación, para ellos es un signo de interés.
- Es obligado realizar ofertas competitivas, ya que este empresario suele conocer muy bien la oferta internacional de su sector.
- La negociación sobre el precio, el aspecto más importante para ellos, debe dejarse para el final. El regateo será duro. Conviene partir con un amplio margen e ir haciendo concesiones poco a poco, combinando mejoras en el precio con otros argumentos (condiciones de pago, descuentos por volumen de compra, etc.).
- A pesar de su hospitalidad, las relaciones personales que se puedan establecer no influirán en las relaciones profesionales. En el trato personal no se deben realizar halagos, ya que por su carácter desconfiado les podrían resultar sospechosos.
- Aunque el país tiene sus raíces en movimientos cooperativistas, la cultura de la competitividad que impera favorece las decisiones individuales. Cada gerente es responsable de las decisiones en su área de competencia.
- Las relaciones comerciales se basan en la mutua confianza, si bien todos los acuerdos deben formalizarse por escrito. Por lo general, los agentes y distribuidores exigen exclusividad, puesto que el mercado es pequeño y la información fluye rápidamente entre los clientes potenciales.

Material  
de consulta  
LEGISCOMEX.com