

PROTOCOLO EMPRESARIAL INTERNACIONAL NA ALEMANHA

1. Língua Oficial e Outras Línguas

A língua oficial do país é o Alemão (*Deutsch*), sendo este falado por todos os Alemães. O Alemão é dividido em vinte e sete grupos linguísticos, com o Alto Alemão (*Hoch-deutsch*) a ser o dialeto nacional aceite (Morrison, 2006, p. 180).

No entanto, é importante notar que o Inglês e o Francês são as línguas preferidas pelos executivos Alemães que cresceram na antiga Alemanha Oriental, uma população que está em declínio (Morrison, 2006, p. 180). No contexto empresarial, é fundamental falar, ler e escrever o conteúdo completo de cartas e outros documentos na língua do contacto Alemão, sempre que possível, em vez de usar o idioma do próprio país. É crucial evitar deixar frases inacabadas, pois tal comportamento é malvisto (Morrison, 2006, p. 178).

2. Formas de Cumprimento e Tratamento

Cumprimentos e Protocolo

Em situações de negócio, o cumprimento comum é o aperto de mão na chegada e na partida, que pode ser acompanhado por um aceno de cabeça (Morrison, 2006, p. 186).

É importante seguir as regras de etiqueta:

- O indivíduo mais idoso ou de posto mais alto geralmente entra primeiro na sala.
- Deve-se manter o contacto visual prolongado, pois é inofensivo e esperado.

Títulos e Formas de Tratamento

Na Alemanha, onde a ordem dos nomes segue a tradição europeia (o nome próprio precede o apelido), o tratamento caracteriza-se pela formalidade, sendo esta norma particularmente rigorosa durante o primeiro contacto profissional.

As formas de tratamento mais comuns são:

- Herr para o sexo masculino (equivalente a Senhor).
- Frau para o sexo feminino, casada ou solteira (equivalente a Senhora). A palavra *Fräulein* (Senhorita) é usada apenas para mulheres com menos de 18 anos.

É muito importante usar títulos profissionais. Por exemplo, alguém com um Ph.D. (Doutoramento) deve ser tratado como *Herr* ou *Frau* seguido do título profissional completo (*Herr Doktor*, *Frau Professor*, etc.) mais o apelido. É necessário assegurar-se de usar o título profissional correto (Morrison, 2006, p. 187).

3. Pontualidade, Agendamento de Reuniões e Práticas Comuns

Pontualidade e Agendamento

Visto que a pontualidade na Alemanha é considerada mais importante do que em qualquer outro lugar.

- Chegar a horas para compromissos de negócios ou sociais é obrigatório. Ligar apenas cinco minutos atrasado pode ser considerado um insulto (Morrison, 2006, p. 182).
- Os compromissos devem ser marcados com bastante antecedência, dando pelo menos uma semana de aviso prévio (Morrison, 2006, p. 182, 183).
- As reuniões não devem ser marcadas nas tardes de sexta-feira, nos meses de julho e agosto, nem nas semanas que antecedem o Natal e a Páscoa (Morrison, 2006, p. 183).
- Ao escrever datas, o formato é dia-mês-ano (ex: 3.12.10 para 3 de dezembro de 2010) (Morrison, 2006, p. 182).
- O horário usado é o sistema de 24 horas (Morrison, 2006, p. 183).

Práticas Comuns nas Reuniões

- A tomada de decisão é um processo lento e minucioso, pois todos os envolvidos têm o cuidado de participar. Consequentemente, uma vez tomada a decisão, esta é imutável. (Morrison, 2006, p. 182).
- O ritmo da decisão empresarial é metódico (Morrison, 2006, p. 183).
- Os Alemães esperam que um contrato seja cumprido rigorosamente (Morrison, 2006, p. 184).

Cartões de Visita

É habitual o porte de uma quantidade generosa de cartões de visita, nos quais se recomenda a inclusão visível da data de fundação caso a empresa possua um longo historial de volume de negócios com o mercado alemão. (Morrison, 2006, p. 184.186).

4. Negociação: Processo de Decisão e Locais para Fechar Negócios

Processo de Decisão e Evidência

A negociação e a tomada de decisão Alemã são altamente estruturadas e dependem de factos objetivos (*Data, data, data*).

- O envolvimento emocional é inaceitável (Morrison, 2006, p. 181).
- Os Alemães abominam o exagero.
- O processo decisório Alemão geralmente envolve vários intervenientes "ocultos" (Morrison, 2006, p. 183).
- O desejo de consenso e o respeito pela ordem (*Ordnung muss sein*) são características da tomada de decisão. As decisões devem ser tomadas em referência aos requisitos da lei, da sociedade, da empresa e, por último, da família (Morrison, 2006, p. 181).

Documentação:

Embora a apresentação do historial e de casos práticos privilegie a concisão, existe a expectativa implícita de que seja disponibilizada, quando necessário, uma vasta e detalhada quantidade de informação de suporte. (Morrison, 2006, p. 183).

Locais e Formas de Fechar um Negócio

Os negócios são tipicamente "fechados" no ambiente de escritório ou num ambiente profissional formal.

- As reuniões de pequeno-almoço de negócios ainda são incomuns.
- Os almoços de negócios são costumeiros.

O convite para um jantar na residência do anfitrião constitui uma honra, apesar de o entretenimento social não ser a via habitual para o fecho de negócios; adicionalmente, vigora a proibição de fumar no local de trabalho (Morrison, 2006, p. 185, 188).

5. Etiqueta Empresarial

Comportamento em Eventos Sociais e Refeições

- Pontualidade: A pontualidade é esperada em eventos sociais (Morrison, 2006, p. 182).
- Mesa de Refeição: Ao comer, use os utensílios de forma extensiva; nunca toque nos alimentos com as mãos.
- Fumo: Se fumar, deve sempre oferecer o cigarro a todos os presentes antes de acender o seu (Morrison, 2006, p. 185).
- Ruído: Evite arrotar ou fazer ruídos altos (Morrison, 2006, p. 186).

Dress Code

O *dress code* (código de vestuário) empresarial na Alemanha é muito conservador.

- Homens de Negócios: Vestem fatos escuros.
 - Camisas brancas, azul claro e gravatas cinzentas não são aceitáveis.
- Mulheres de Negócios: Também se vestem de forma conservadora .
- O vestuário de negócios é apropriado para a maioria dos eventos sociais formais, como jantares ou teatro. É esperado que se use um casaco (Morrison, 2006, p. 188).

Gestos

- Olhar: Manter o contacto visual prolongado.
- Mãos: Não abane ou acene.
- Pés: Ao sentar-se, pode-se cruzar uma perna sobre a outra, mas deixe a perna descansar sobre o joelho; não coloque o pé sobre nada além de um apoio para os pés (*footstool*) (Morrison, 2006, p. 186).

Presentes

No âmbito empresarial, não se cultiva a expectativa de oferecer ou receber presentes dispendiosos, recaindo a preferência sobre artigos de pequena dimensão ou valor moderado.

- **Objetos Apropriados:** Bens de qualidade alimentar, bebidas alcoólicas, produtos eletrónicos importados de preço razoável (como leitores MP3) ou livros ilustrados (Morrison, 2006, p. 187).
- **Flores:** Um *bouquet* de flores deve ser grande e ter um número ímpar de flores (mas não treze). Não se deve incluir cravos, rosas vermelhas, crisântemos ou flores *calla* (Morrison, 2006, p. 188).

Referências

Morrison, T., & Conaway, W. A. (2006). *Kiss, bow, or shake hands* (2.^a ed.). Adams Media.