PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

prom perú

Perú

Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Técnicas de Negociación Comercial en Mercados Europeos

Lima, 03 de Abril de 2024

Jorge Caycho

jcaycho@bpnetworking.pe

1 Contexto de las Negociaciones Comerciales

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

ELEMENTOS CLAVES AL INTERIOR DE LA EMPRESA EXPORTADORA

- CONTAR CON UN PLAN DE NEGOCIOS ACTUALIZADO
- CONTAR CON UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CLARA, SOSTENIBLE Y COMPETITIVA
- CONTAR CON EL CONOCIMIENTO CABAL DE LA EMPRESA Y DOMINIO TÉCNICO DE PRODUCTO POR PARTE DEL ÁREA COMERCIAL
- CONTAR CON UN PLAN ANUAL (OPERATIVO) EN EL ÁREA COMERCIAL
- DOMINAR, COSTOS, PRECIOS Y COTIZACIONES INTERNACIONALES (MAS ALLÁ DE LOS INCOTERMS)
- PLANIFICAR CADA NEGOCIACIÓN
- DESARROLLAR HABILIDADES PERSONALES Y PROFESIONALES
- DOMINAR LAS TÉCNICAS Y TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

ETAPAS EN LA NEGOCIACIÓN

"El mayor engaño sobre las negociaciones es presentar el fenómeno como eventos cortos ó separados, en lugar de momentos sucesivos en un contexto que evoluciona"

W.Zartman

- ***Prenegociación***
- ***Preparación***
- ***Negociación Formal***
- ***Acuerdo Final***

2 Tiempos y Estilos

TIEMPO MONOCRÓNICO

Las culturas monocrónicas son las que mantienen un grado alto en la planeación, concentración en una tarea a la vez.

El tiempo monocrónico significa que se tiene que fijar la atención en una sola cosa a la vez. Debido a que el individuo se concentra en una sola acción.

El tiempo monocrónico mantiene a las personas aisladas y como resultado se intensifican ciertas relaciones mientras se cortan otras.

TIEMPO POLICRÓNICO

Las culturas policrónicas mantienen relaciones humanas y las interacciones son valuadas por encima de los planes y las citas.

El tiempo policrónico significa estar involucrado en varias cosas a la vez, es decir que se caracteriza por la ocurrencias de varios acontecimientos simultáneos y la participación de varias personas.

DIFERENCIAS

TIEMPO MONOCRÓNICO	TIEMPO POLICRÓNICO
Una cosa cada vez	Varias cosas cada vez
Realización de programas	Realización de transacciones
Baja sensibilidad al contexto	Elevada sensibilidad al contexto
Control de la realización de programas	Control de la descripción y evaluación de tareas
Orientación a los programas y procedimientos	Orientación a las personas y relaciones
Grandes organizaciones	Pequeñas organizaciones

Elaboración: Jorge Caycho

ESTILO DE NEGOCIACIÓN:

DE ALTO CONTEXTO VS BAJO CONTEXTO

ESTILO DE NEGOCIACIÓN DE ALTO CONTEXTO

- Son aquellas en las que la información se maneja en forma vaga y poco precisa, ya que está contenida en un contexto físico o en la persona.
- Las actitudes y circunstancias en las que se desarrolla la negociación son más importantes que las propias expresiones.
- Este tipo de comunicación está centrada en la persona y sus sentimientos y es típica de culturas como la japonesa, la árabe o la mediterránea.

ESTILO DE NEGOCIACIÓN DE BAJO CONTEXTO

- Son aquellas que utilizan expresiones verbales y no verbales muy claras y específicas, con expresiones gramaticales completas y poca interpretación subjetiva.
- La información está contenida en un código transmitido por mensajes.

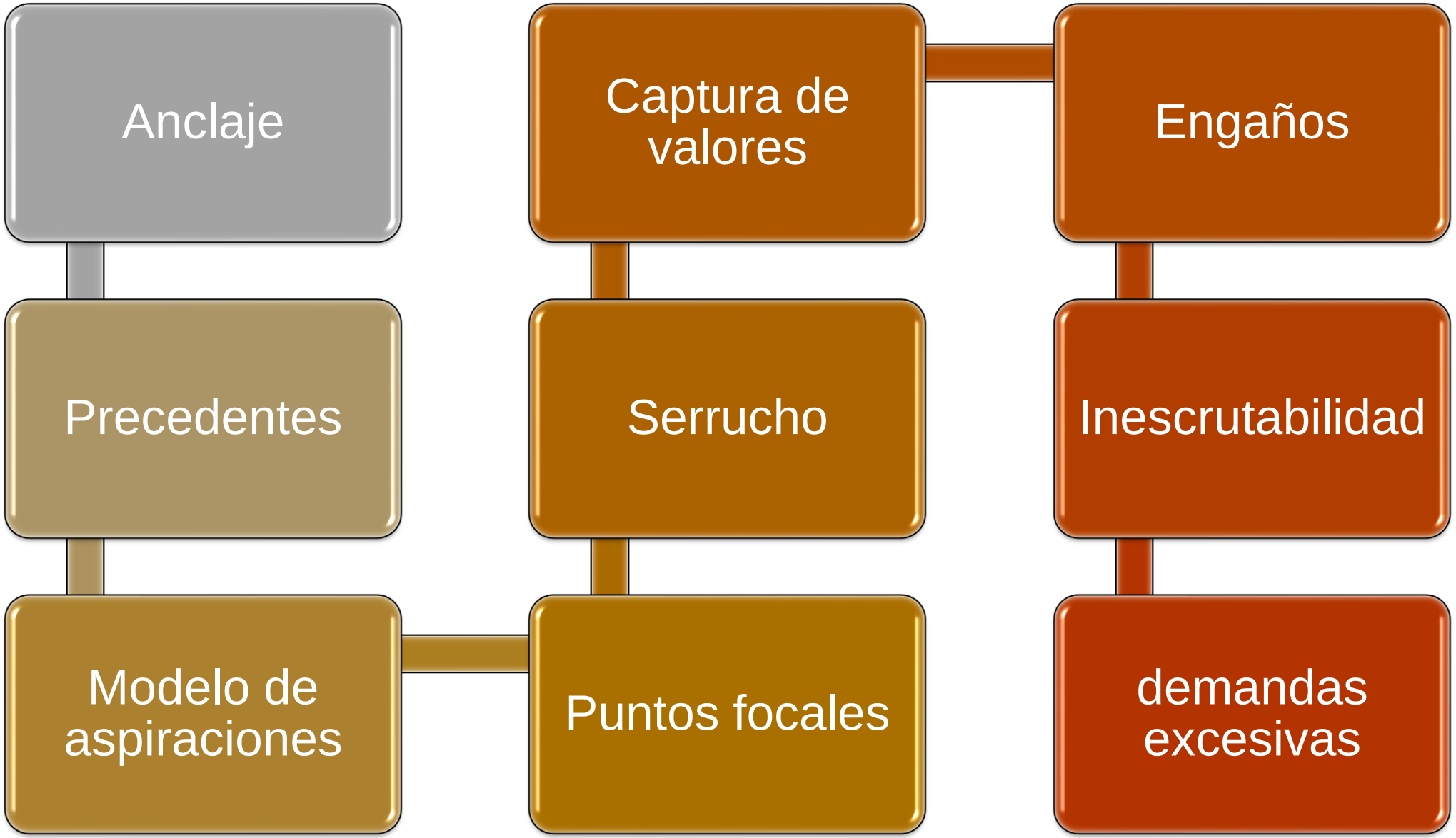
Elaboración: Jorge Caycho

DIFERENCIAS

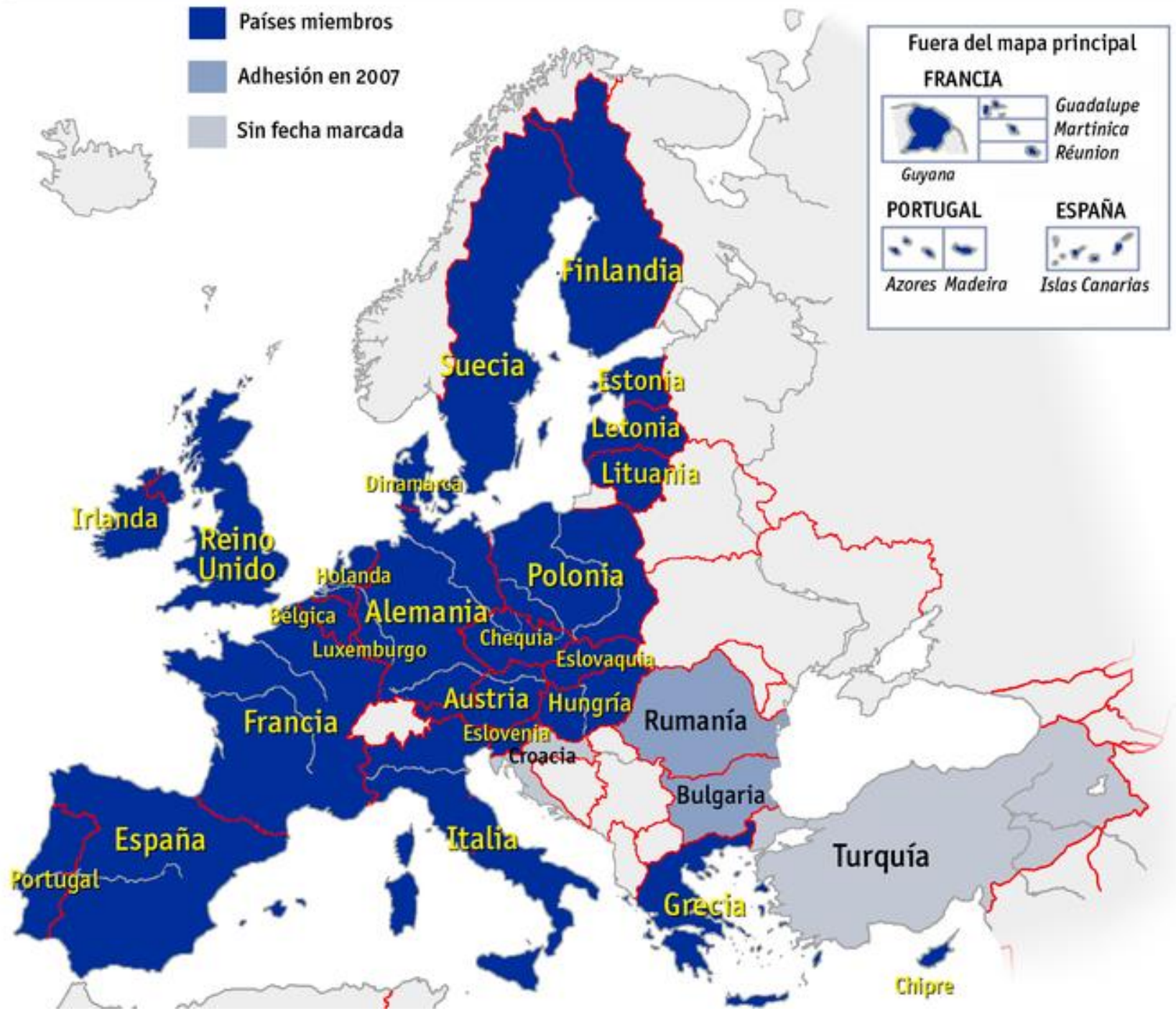
ALTO CONTEXTO	BAJO CONTEXTO
Las relaciones son duraderas y estrechas	Las relaciones entre individuos son relativamente cortas
La comunicación es rápida, eficiente y económica	Los mensajes deben ser explícitos
Muchos acuerdos son orales, y sujetos a ulterior modificación	Los acuerdos se plasman en rígidos contratos escritos.
Se establece una gran diferencia entre los miembros del grupo y los que no forman parte de él.	Las diferencias entre miembros cercanos y extraños son menores
Los patrones culturales son rígidos y sólidamente establecidos.	Ciertos patrones culturales pueden cambiar en un plazo no muy largo

Elaboración: Jorge Caycho

Técnicas y Tácticas


Anclaje
Precedentes
Modelo de aspiraciones
Captura de valores
Serrucho
Puntos focales
Engaños
Inescrutabilidad
demandas excesivas

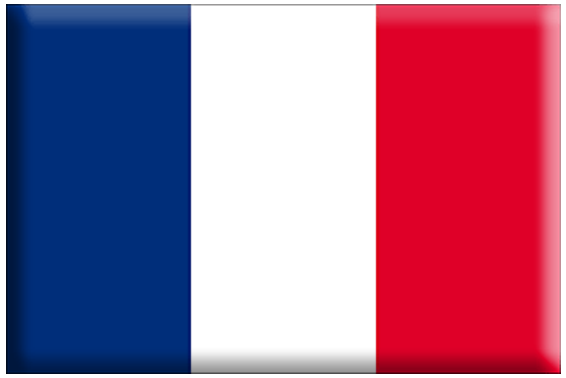
4 Mercado Europeo


Países miembros
Adhesión en 2007
Sin fecha marcada
Fuera del mapa principal
FRANCIA
Guadalupe
Martinica
Réunion
Guyana
PORTUGAL
ESPAÑA
Azores Madeira
Islas Canarias
Finlandia
Suecia
Estonia
Letonia
Lituania
Dinamarca
Irlanda
Reino Unido
Holanda
Polonia
Bélgica
Alemania
Chequia
Luxemburgo
Eslovaquia
Austria
Hungría
Rumanía
Francia
Eslovenia
Croacia
Bulgaria
España
Italia
Turquía
Portugal
Grecia
Chipre

¿Cómo Negociar con Europeos?

TIPS AL NEGOCIAR CON FRANCESES

(No generalizar)



- Evitar tomar una actitud demasiada amistosa, así como hacer preguntas personales o confidenciales, tenga en cuenta que el empresario francés traza una linera distintiva entre sus relaciones personales y profesionales.
- En caso de no hablar francés, en necesario pedir disculpas y contar con un intérprete, de no contar con uno, puede expresarse en español. Recuerde que el español es mejor visto que el inglés, intente evitarlo.
- Suelen no estar cómodos hablando de dinero, por lo que es sustancial llegar a este tema al final de la negociación, de la misma forma prescindir de toda táctica de regateo. Se debe tener en cuenta que los empresarios franceses también tienen dificultades para dar un “no” rotundo.
- Evitar pedir otras opiniones durante la negociación, se debe estar en la capacidad de tomar las propias decisiones. Es transcendental que los contratos estén redactados en francés y evitando cualquier anglosajismo.

TIPS AL NEGOCIAR CON REINO UNIDO

(No generalizar)

Informarse de la actualidad económica, política e incluso deportiva permitirá acentuar la imagen profesional y culta que el británico suele reconocer, debido a que es usual tocar distintos temas generales durante las reuniones de negocios.

Se recomienda indagar si la firma tiene alguna relación comercial, de sponsor o imagen publicitaria asociada a algún equipo, deportista, artista o personalidad pública.

TIPS AL NEGOCIAR CON ESPAÑOLES

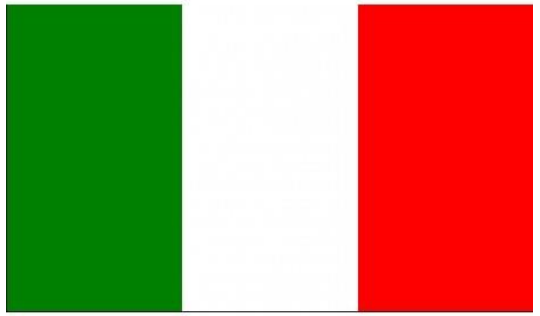
(No generalizar)

- Se recomienda hacer uso de un contacto personal para ser introducido y entablar lazos comerciales con los españoles. Una vez realizado el contacto, es necesario dedicar tiempo para lograr una relación personal.
- Es necesario confirmar las citas una semana antes y recordarlas dos días antes; es muy importante mantener contacto con las secretarias de la Dirección, ya que manejan las agendas de los directivos.
- Algunos españoles son recelosos de las personas con gran preparación o muchos conocimientos, es preferible ser modesto y no avasallar.
- Los españoles suelen dar consejos y corregir las opiniones de las otras personas, por lo que no hay que darse por ofendido y menos entrar en una confrontación.

TIPS AL NEGOCIAR CON ITALIANOS

(No generalizar)

- Los italianos suelen ser desconfiados por lo que no debe sorprender que apelen a sus normas nacionales, y de ese modo, evitar riesgos al negociar con firmas extranjeras. En espacios de confianza, se muestran amables y en ocasiones muy amistosos.
- Procuran ser competitivos y detallistas en aquello que se proponen lograr, por lo que eventualmente podrían mostrar momentos de frustración. Se recomienda por tanto proveer información clara, concreta y certera de manera que se evite ser protagonista de emociones negativas que pudiéramos generar en ellos.
- La seriedad en el manejo de las reuniones, la formalidad (apariencia, trato, manejo personal) y jerarquía de los participantes juegan un papel fundamental en la percepción del hombre de negocios italiano, se gana respeto y consideraciones mientras mayor status gerencial sea el ofertante.



TIPS AL NEGOCIAR CON HOLANDESES

(No generalizar)

- Poseen una cultura de negocios basada en la neutralidad, la tolerancia y la cooperación. Por esta razón, es importante mostrarse puntual a las citas concertadas y mostrarse como una persona idónea para hacer negociaciones.
- Evite saludar con el beso en la mejilla ya que este tipo de saludo es exclusivo para amigos cercanos. En el ambiente ejecutivo y de negocios, el holandés distingue los espacios sociales de los profesionales. Del mismo modo, evitar llamar a su interlocutor por su nombre, al menos hasta que él lo invite a hacerlo.
- Se debe evitar actitudes arrogantes y tácticas de presión. Un comportamiento modesto y sin alardeos, suman a favor del interesado.

6 Interculturalidad & Gestión Comercial

MAZONA'S IMPORTS Inc.

Sedano's
Supermarkets

V.GOTEX TRADING

MÉXICO

Ontario

THE NEW MART
127 E 9TH STREET

19°MEETING
SEGRETARI GENERALI DELLE CCIE
REGISTRAZIONE

4
la settimana della
CUCINA PERUVIANA
23/29 LUGLIO
KATALY INCONTRA IL PERÚ

21C 신무역인 양성화 해커
WTA

CONECTANDO
A PERÚ
CON EUROPA

ITALIA, mayo 2024

Del 05 al 10 mayo

MISIÓN COMERCIAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

02 Ferias Internacionales – Compradores
Distribuidores - Supermercados – Networking

MILÁN – PARMA – BOLONIA – RIMINI

CIBUS
22° SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE
PARMA.7|10MAGGIO.2024

MACFRUT 2024

FRUIT & VEG PROFESSIONAL SHOW
8 - 9 - 10 May 2024 - Rimini - Expo Centre

“El éxito comercial depende de cuanto inviertes en conocimientos y en aprovechar otras experiencias, para acortar el tiempo que toma tener resultados”.

Autor: Jorge Caycho

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

prom perú

Perú

Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Preguntas y respuestas

www.jorgecaychocelle.com