

Seminario Miércoles del exportador

Estrategias y Técnicas de Negociación Comercial para el Mercado de EEUU y Canadá

bienvenidos@sostenibilidadempresarial.pe

Jorge Caycho Celle

Lima, 04 de marzo de 2026



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**

USTED REQUIERE INFORMACIÓN ESTRATÉGICA EN:

Perfil del cliente

Segmentos de mercado

Características del mercado

Tipos de consumidores

Motivaciones de compra

Demanda potencial

Análisis de la competencia

Análisis de riesgos

Factores de éxito

ACTIVIDADES

- Información estratégica de los mercados
- Pruebas de venta
- Comportamiento de compra
- Análisis de la competencia
- Precios
- Tendencias
- Oportunidades comerciales
- Análisis de riesgo de compradores



1. Ficha País

- ✓ Sistema Político
- ✓ Calendario Electoral
- ✓ PIB
- ✓ Tipo de Cambio
- ✓ Inflación
- ✓ Índice de Desarrollo Humano (PNUD)

2. Entorno Empresarial

- ✓ Institucionalidad Gremial
- ✓ Cámaras de Comercio
- ✓ Organizaciones de Consumidores
- ✓ Organizaciones de Productores
- ✓ Regulaciones de Protección de Marcas, Patentes y Franquicias
- ✓ Regulaciones de Constitución de Empresas

Negociaciones Interculturales e Internacionales

3. Entorno General de Negocios

- ✓ Puertos Internacionales
- ✓ Líneas Navieras
- ✓ Aeropuertos Internacionales
- ✓ Líneas Aéreas
- ✓ Calendario Comercial

4. Acceso a Mercados

- ✓ Acuerdos Comerciales Vigentes
- ✓ Entidades Reguladoras en Requisitos Técnicos de Acceso a Mercados
- ✓ Entidades Reguladoras en Importaciones

5. Gestión de Negociaciones

- ✓ Perfil General del Consumidor
- ✓ Cuidados en el Proceso de Negociación
- ✓ Estrategias de Negociación
- ✓ Normas de Protocolo

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



Negociaciones Interculturales e Internacionales

¿Cómo es nuestro interlocutor?

¿Cuáles son sus intereses?

¿Qué podemos intercambiar?

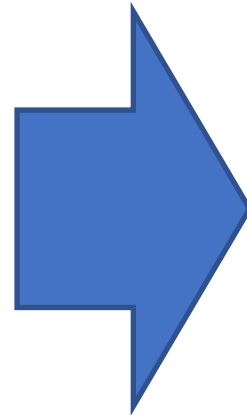
¿Qué opciones nos puede plantear?

¿Qué consecuencias positivas y negativas tendría para mí aceptar su propuesta?

¿Qué consecuencias positivas y negativas tendría para él aceptar mi propuesta?

¿Puedo cambiar mi propuesta en algunos aspectos para reducir las inconveniencias o para aumentar las ventajas, que tiene para él?

Métodos



- A. Método por colaborativa
- B. Método por intereses
- C. Método por posiciones

A) Método por colaboración

La negociación debe realizarse cuando dos o más partes no pueden ponerse de acuerdo en algo o no se escuchan, generalmente esto sucede cuando las personas no tienen una visión a largo plazo y no tienen posturas razonables.

El negociador tendrá la disposición de llevar la negociación sin presiones hacia las partes y de una manera que permita aclarar las posturas y aceptar un punto de equilibrio conveniente.



B) Método por intereses

Principios durante el proceso de negociación:

- Mantener separadas a las personas de los problemas (las personas son tratadas con respeto, los problemas con dureza).
- Concentrarse en los intereses o necesidades planteadas y no en las posiciones dogmáticas de las partes.
- Dedicarse a generar de manera conjunta varias soluciones creativas que generen mejores beneficios para las partes.
- Realizar evaluaciones basadas en criterios y objetivos establecidos.

C) Método por posiciones

Posiciones:



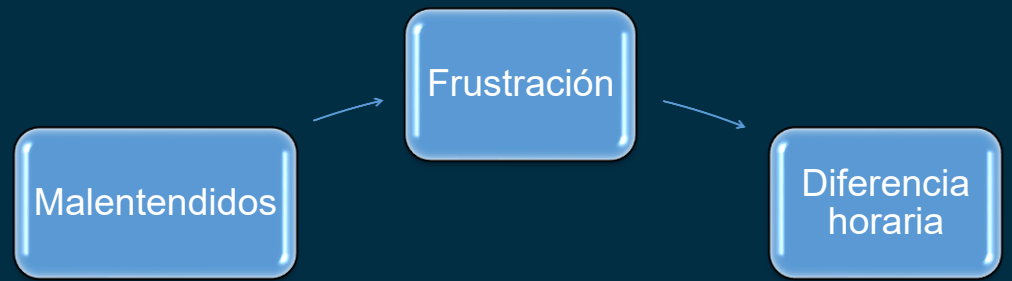
1. Dura y poco transigente: En esta posición no se tiene capacidad de escuchar muchos argumentos.



2. Flexible y condescendiente: En la cual argumentará y dejará que la contraparte argumente.



INTERFERENCIAS CULTURALES



“Similitud cultural”

Ausencia de lenguaje corporal



Estereotipos - paradigmas

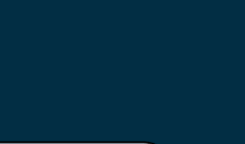
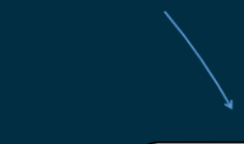
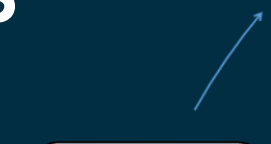
Distracciones por exceso de información



interpretación de motivaciones

Actitud defensiva

Contraparte = adversario



Gestión Comercial en el Mercado Norteamericano



Perfil General del Consumidor de EEUU

El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros, la variedad de los productos es muy diversa. El consumidor estadounidense es adinerado y muy diferente en sus intereses y gustos. Valoran la comodidad en casa, la alimentación y los autos. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores estadounidense que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros y la utilización de créditos de consumo es muy alta

Perfil General del Consumidor de EEUU

La crisis mundial aumentó los precios de los consumidores llevando a muchos de ellos a cambiar sus marcas habituales por unas menos caras. Los consumidores estadounidenses son cada vez más conscientes del medio ambiente al momento de tomar las decisiones de compra



Cuidados en el Proceso de Negociación

Los estadounidenses son de trato cordial y muy atentos, son muy buenos negociadores, dominantes y directos durante la negociación y si algo no les gusta suelen demostrarlo de una manera recia, siempre buscan negociar para obtener resultados iguales para ambas partes y así mantener las relaciones comerciales por mucho tiempo y son muy persistentes a la hora de resolver algún problema durante la negociación

Cuidados en el Proceso de Negociación

La manera de saludarse es con apretón de manos, de igual manera trate de siempre dirigirse por primera vez por el apellido antecedido del título “Dr., Ms., Miss, o Mr.” según el caso. La vestimenta es formal y tenga siempre presente el lugar donde se llevará a cabo la negociación, son muy directos, buscan resultados rápidos y valoran la información

Las empresas norteamericanas son accesibles y se recomienda antes de la cita proporcionar alguna información sobre la empresa, si bien su estilo de negociación puede no gustar, pero por ello no se les debe subestimar algunos antes de la entrevista van pidiendo ofertas previas para ver si ésta en el precio y no perder tiempo en una entrevista

Estrategias de Negociación

Son muy profesionales y es por ello que se debe acudir con un buen material promocional, utilizar un buen equipo comercial y hacer una presentación eficaz.

Estrategias de Negociación

El lenguaje debe ser directo y claro, las respuestas poco claras pueden interpretarse como desconfianza o falta de sinceridad. Pueden cambiar de idea rápidamente por eso tienen que estar preparados para responder, les gusta mucho la confrontación, por ejemplo: “take it o leave it” (lo tomas o lo dejas)

Gestión Comercial en el Mercado Canadiense



¿Cuáles son...?

- Perfil General del Consumidor Canadiense
- Cuidados en el Proceso de Negociación
- Estrategias de Negociación







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

