

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales en Ferias y Misiones

Jorge L Caycho Celle

jcaycho@bpnetworking.pe

Seminario Miércoles del Exportador -

PromPerú

07 de marzo de 2018

Lima, Perú



Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

Jorge Caycho Celle, Gerente General BP & NETWORKING SRL

Licenciado en Administración de Negocios Internacionales por la Universidad San Martín de Porres y candidato a Magister en Gerencia Social por la PUCP. Master Coach y consultor en Programación Neuro-Lingüística por el Instituto Latinoamericano de PNL-Perú, estudios en Promoción Comercial y de Inversiones en Seúl-Corea y estudios oficiales del FDA en Better Process Control en Louisiana State University de Estados Unidos de América.

Cuenta con estudios en PMI, programas y proyectos de desarrollo, marketing internacional, logística internacional, herramientas de inteligencia de mercados y Responsabilidad Social Empresarial y NegociosInclusivos.

Fue Asesor del Despacho Ministerial del Ministerio de la Producción y Coordinador del Grupo de Trabajo Multisectorial de Alto Nivel COOPERA PERÚ (PRODUCE, MINAG y MINCETUR).

Fue Gerente de Negocios Internacionales de MAXIMIXE CONSULT SA, Coordinador General del Proyecto BID-Fomin/ADEX referido a requisitos técnicos de acceso a mercados internacionales, Project Manager en Nathan Associates Inc. para el Proyecto Mype Competitiva de USAID/PERÚ y Consultor del Banco Mundial, la Presidencia del Consejo de Ministros, MINCETUR, PROMPERU, MINAGRI, IICA, Cámara de Comercio de Lima, PERUCAMARAS, CITE Agroindustrial. Ex Gerente de Promoción y Desarrollo de CETICOS Matarani y Coordinador General del Proyecto Formando Pymes Exportadoras de SIPPO/SECO/ADEX.

Fue Especialista de PROMPEX, es Docente en los Programas ADOC en Negociaciones de PROMPERU, la CCL y PERUCAMARAS, y Catedrático en gestión empresarial, gestión de negocios internacionales y responsabilidad social de las Universidades San Ignacio de Loyola, San Martín de Porres y Continental, de la Escuela de Comercio Exterior de ADEX y del Instituto de Desarrollo de Comercio Exterior -IDEX.



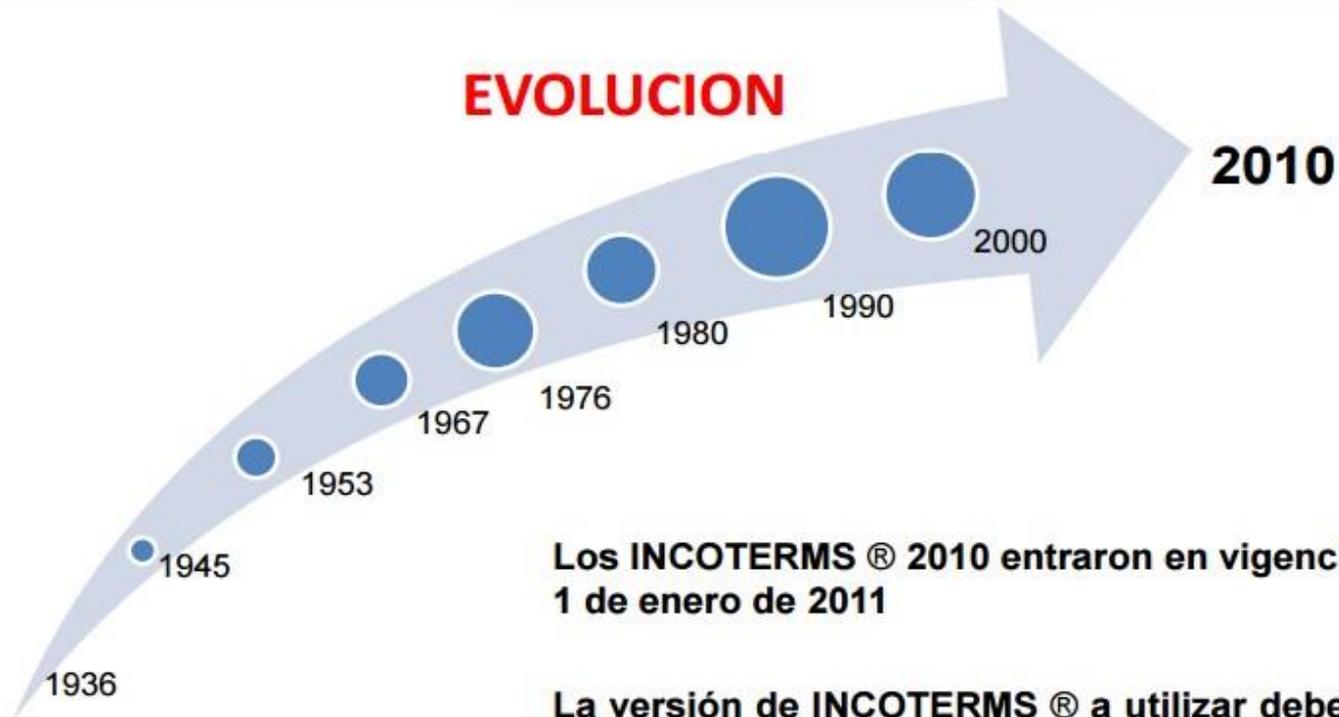
Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

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 DOMINIOTÉCNICO 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

EVOLUCION



Los INCOTERMS® 2010 entraron en vigencia el 1 de enero de 2011

La versión de INCOTERMS® a utilizar debe ser acordada entre las partes y especificada en el contrato de compra venta internacional

Incoterms® 2010

de la Cámara de Comercio Internacional (ICC)

	PAÍS, CIUDAD, LUGAR DE ORIGEN						TRANSPORTE PRINCIPAL		PAÍS, CIUDAD, LUGAR DE DESTINO			
	Embalaje verificación control	Licencias autorizaciones otras formalidades	Carga al camión o contenedor en fábrica o almacén	Transporte interior país de origen. De fábrica a puerto, a aero- puerto a terminal o a transportista.	Formalidades aduaneras exportación.	Costes manipulación terminal origen. Puerto, aeropuerto, tir, tren, etc	Transporte principal internacional	Seguro mercancía Seguro transporte	Costes manipulación terminal destino. Puerto, aeropuerto, tir, tren, etc	Formalidades aduaneras importación. Arancel, impuestos interiores y especiales, y trámites	Transporte interior país de destino. De puerto, aeropuerto o terminal a fábrica u operador logístico.	Recepción y descarga
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Incoterms® 2010 ICC - REGLAS PARA CUALQUIER MODO O MODOS DE TRANSPORTE

EXW Ex works Franco fábrica.	A Coste											
	Riesgo											
FCA Free carrier Franco porteador.	B Coste											
	Riesgo											
CPT Carriage paid to, Transporte pagado hasta.	C Coste											
	Riesgo											
CIP Carriage and insurance paid to, Transporte y seguro pagado hasta.	D Coste											
	Riesgo											
DAT Delivered at terminal. Entrega en terminal.	E Coste											
	Riesgo											
DAP Delivered at place. Entrega en lugar.	F Coste											
	Riesgo											
DDP Delivered duty paid. Entrega derechos pagados.	G Coste											
	Riesgo											

Incoterms® 2010 ICC - REGLAS PARA TRANSPORTE MARÍTIMO Y VÍAS NAVEGABLES INTERIORES

FAS Free alongside ship. Franco al costado del buque.	H Coste											
	Riesgo											
FOB Free on board, Franco a bordo.	I Coste											
	Riesgo											
CFR Cost and freight, Coste y flete.	J Coste											
	Riesgo											
CIF Cost, insurance and freight. Coste seguro y flete.	K Coste											
	Riesgo											

Vendedor Comprador

El vendedor debe proporcionar la documentación necesaria para la exportación y el comprador los de importación a petición riesgo y a expensas del demandante.

Dependiendo del lugar de entrega pactado

Obligatorio

Recomendaciones generales

Recomendaciones particulares



Incoterms 2010 y riesgos comerciales internacionales

RESPONSABILIDADES ANTE SINIESTROS A
LA CARGA







VILLE D' ORION
HAMBURG



Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

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

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

3. Entorno General de Negocios

- ✓ Puertos Internacionales
- ✓ Líneas Navieras
- ✓ Aeropuertos Internacionales
- ✓ Líneas Aéreas
- ✓ Calendario Comercial (Feriados 2017 - 2018)

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

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



Gestión de la 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?





Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

ALGUNOS ELEMENTOS CLAVES DE UN NEGOCIADOR GLOBAL

Escucha activa

<https://www.youtube.com/watch?v=jpu9lfKX7yU>

1:20 - 2:50

Rapport

<https://www.youtube.com/watch?v=NLGoJSubA>

IM

1:13 – 2:03

Interferencias culturales versus Un Buen Negociador

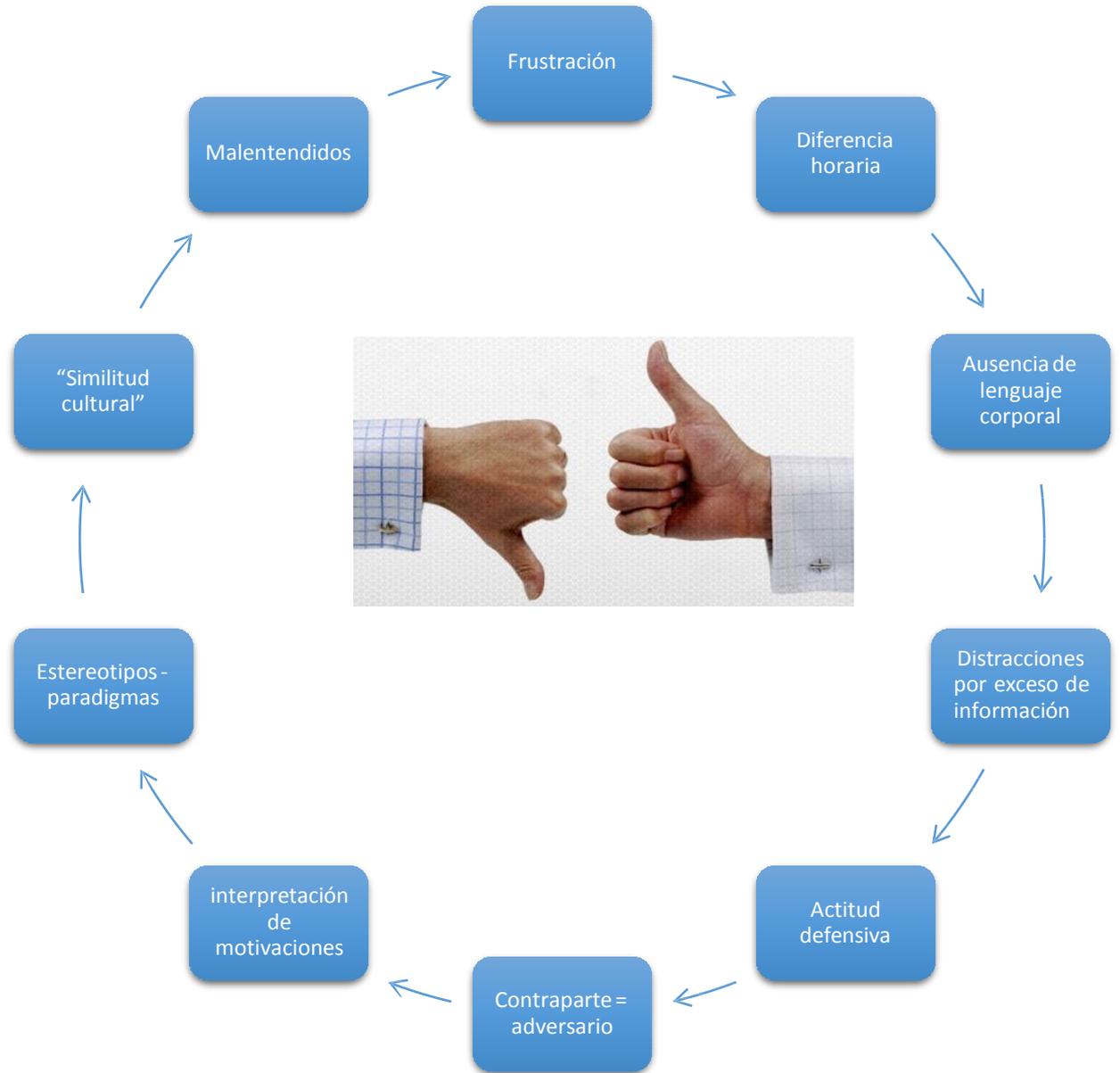


Trabajo Individual:

Describa su personalidad negociadora, modismos, actitudes, poses, y demás aspectos propios cuando negocia. Será presentado y comentado en clases

TIBURONES DE UNA MALA NEGOCIACIÓN:

INTERFERENCIAS CULTURALES



Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

INTERFERENCIAS CULTURALES VERSUS UN BUEN NEGOCIADOR

Ejercicio Grupal:

Cada grupo elegirá al menos 5 interferencias culturales del siguiente video y las comentará en clases

https://www.youtube.com/watch?v=Z1dRPt_4rZs

El Padrino 5:40

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

Perfiles de negociadores internacionales



Desenvolviéndose en negocios interculturales

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

TIPS AL NEGOCIAR CON ESPAÑOLES

(No generalizar)



Es muy común que el empresario español pida concesiones, es por ello que se tiene que aumentar el margen, para no poner en riesgo el éxito de tu negociación.

El proceso de decisiones es lento y muy jerarquizado sobre todo para los nuevos proveedores; no es una buena estrategia aplicar técnicas de presión, aunque es muy positivo estar en contactos cada cierto tiempo y preguntar “como va”.

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

TIPS AL NEGOCIAR CON COLOMBIANOS

(No generalizar)



Hay gran diferencia entre negociar con empresarios colombianos del interior del país a los empresarios de la costa.

Los empresarios del interior tienen fama de ser más formales y clásicos en los negocios. Los de la parte costera son más modernos y relajados en sus costumbres y formas de negociar.

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

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.

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

TIPS AL NEGOCIAR CON MEXICANOS

(No generalizar)



La conversación de negocios puede ser algo informal, no está sujeta a reglas de protocolo, lo que más les importa es negociar con la persona, no sólo con la compañía. Recién transcurridas un par de horas de conversación, es cuando el negocio puede cerrarse.

Los mexicanos acostumbran a invitar a las personas con quienes negocian a desayunar, almorzar o a cenar. Esa es la clave para poder comenzar a conversar sobre los temas que a ambas compañías le interesan.

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

TIPS AL NEGOCIAR CON NORTEAMERICANOS

(No generalizar)



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.

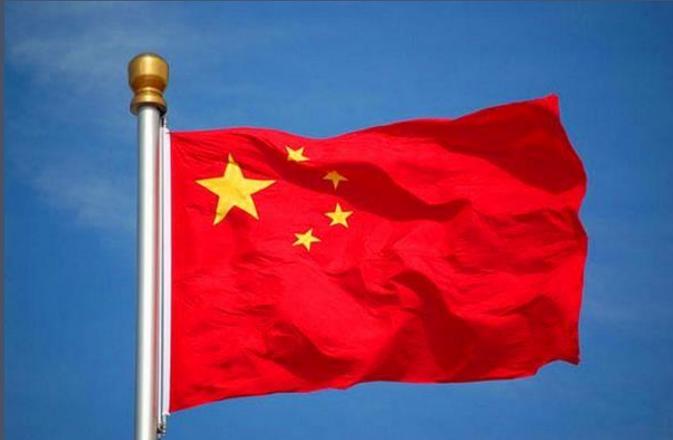
El lenguaje debe ser directo y claro, las respuestas poco claras pueden interpretarse como desconfianza o falta de sinceridad.

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 de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

TIPS AL NEGOCIAR CON CHINOS

(No generalizar)



Las negociaciones se realizan en grupos, por lo tanto se recomienda no viajar a China solo sino con un equipo negociador debido a que ellos reconocen un interés real de hacer negocios cuando ven a un equipo sólido y decidido con el cual trabajar a largo plazo, el cual debiera ser liderado por un directivo de alto rango.

No hablar en primera persona y tratar temas técnicos, hechos y cifras son puntos claves para establecer relaciones duraderas.

Gestión de la Negociaciones Interculturales e Internacionales

TIPS AL NEGOCIAR CON PAISES BAJOS

(No generalizar)



Es importante reconocer posibles técnicas que ellos suelen usar, por ejemplo, solicitar grandes volúmenes que comprometan buena parte de la producción (generando en el ofertante expectativa y a la vez dependencia comercial a un solo cliente) pues, a pesar de que se cuente con un contrato, posiblemente se generen controversias en el cumplimiento de pagos. En esos casos, procurar distraer solo parte de la oferta y asegurar los pagos al embarque.

Articulación Comercial y Negociaciones

Inteligencia de Mercados y Prospección
Comercial

Promoción de Proyectos de Inversión,
Innovación y Start Ups

Misiones Empresariales a Europa



MISIÓN DE PROMOCIÓN Y ARTICULACIÓN COMERCIAL A EUROPA



Italia, Alemania, Países Bajos, Bélgica, Francia, España



*Representación de empresas peruanas: visita a
retails mayoristas y minoristas, articulación
comercial, pruebas de venta, negociación y
análisis de riesgos de compradores*



Sectores y Líneas de Productos:
SuperFoods y Alimentos Procesados
Moda, Prendas de Vestir y Accesorios
Muebles, Decoración y Regalos



- Encuentre al Comprador Ideal para sus Productos -



MISIÓN DE INTELIGENCIA DE MERCADOS Y PROSPECCIÓN COMERCIAL A EUROPA



Italia, Alemania, Países Bajos, Bélgica, Francia, España

*Análisis de mercados y prospección comercial,
pruebas de venta, análisis de competencia y de
precios, tendencias, oportunidades comerciales,
análisis de riesgos de compradores*



Sectores y Líneas de Productos:
SuperFoods y Alimentos Procesados
Moda, Prendas de Vestir y Accesorios
Muebles, Decoración y Regalos



- Defina su Estrategia de Marketing Ideal para sus Productos -



MISIÓN DE PROMOCIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN, INNOVACIÓN Y START UPS A EUROPA



Italia, Alemania, Países Bajos, Bélgica, Francia, España



Promoción de proyectos de inversión, innovación y Start Ups peruanos, clasificación y pre-evaluación del financiamiento de proyectos



- Encuentre al Inversionista ideal para su Proyecto -

jcaycho@bpnetworking.pe

991 756 091

Skype: Jorge_caycho



MUCHAS GRACIAS

NETWORKING SRL
ASESORÍA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS

Asesoría y acompañamiento en la implantación de empresas peruanas en el exterior e implantación de empresas extranjeras al Perú, introducción comercial personalizada, coaching en negociaciones internacionales, asesoría en gestión comercial de importación y exportación.