

¡BIENVENIDOS!

**Su participación da
especial realce a este
Congreso Nacional**

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA



I Congreso Nacional de Innovaciones Agroindustriales de Productos Andinos y Amazónicos

Noviembre 2014

ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN EN EMPRESAS AGROINDUSTRIALES

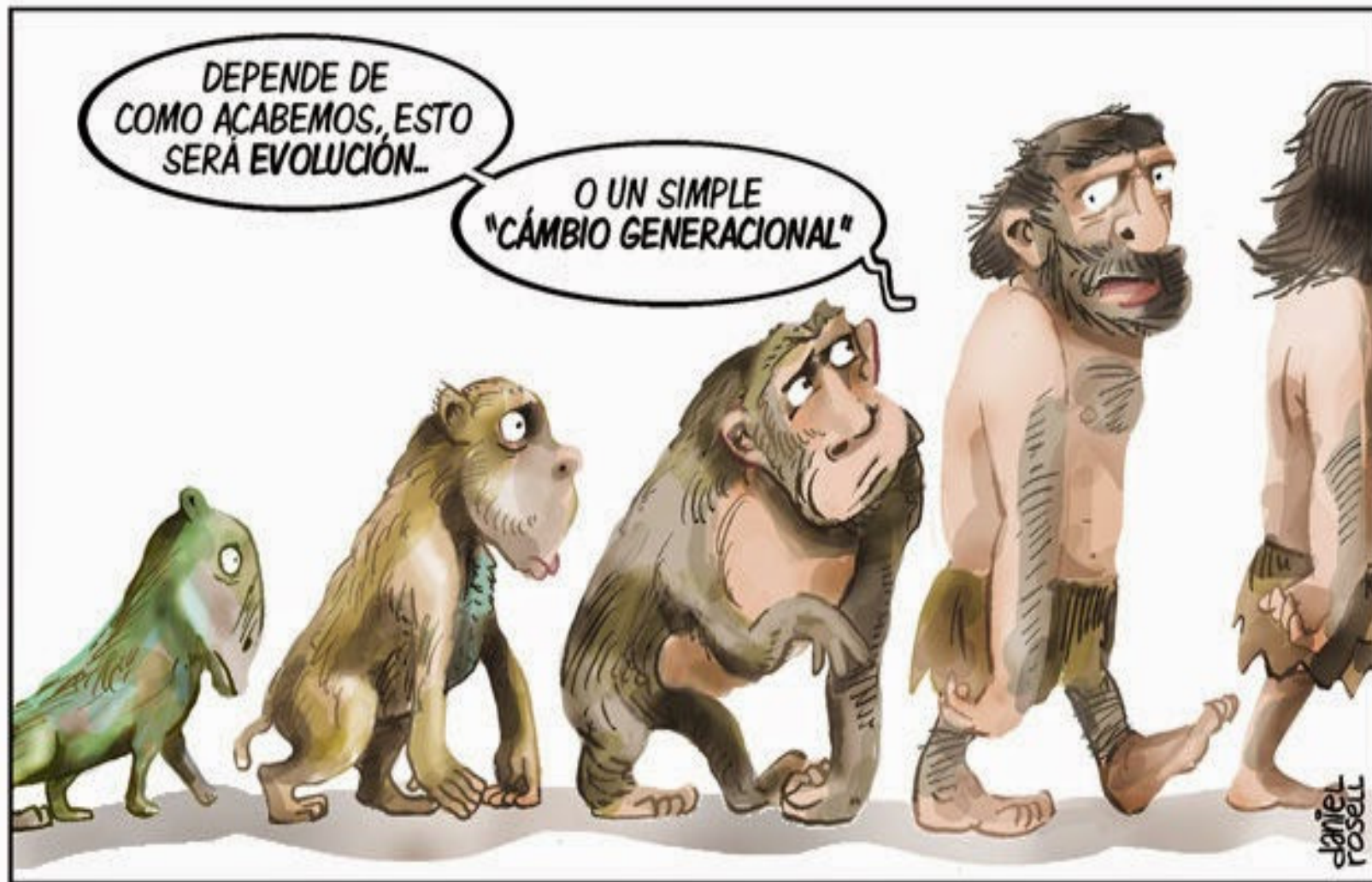
JESÚS ESPINOZA OSCANOA

**Coordinador Programa de Alta Especialización en
Relaciones Comunitarias y Desarrollo Sostenible
UNALM**

Gerente General

Innovation & Consulting Group SAC

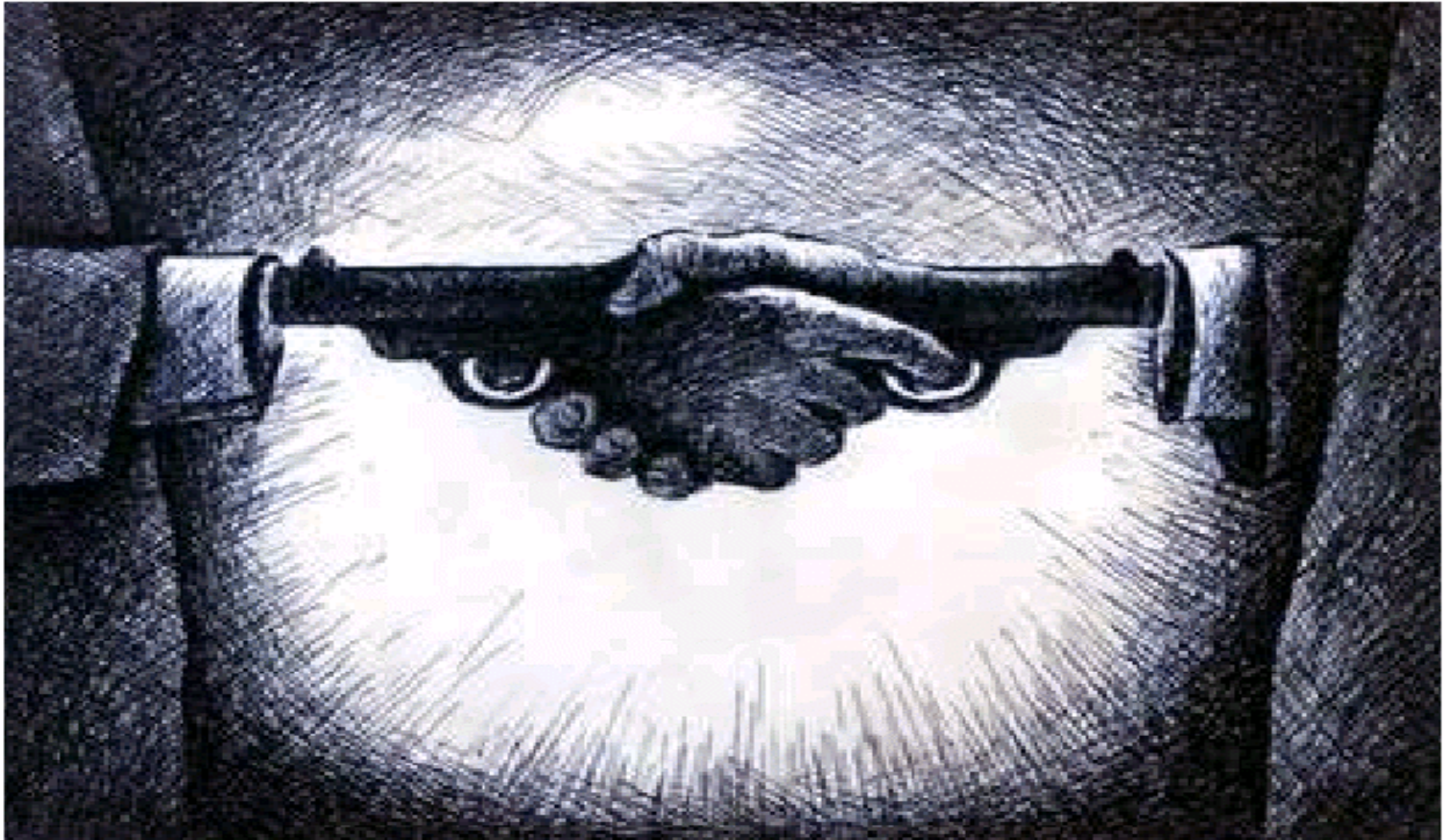
¿EVOLUCIÓN GERENCIAL?



TAMBIÉN EN LA NEGOCIACIÓN

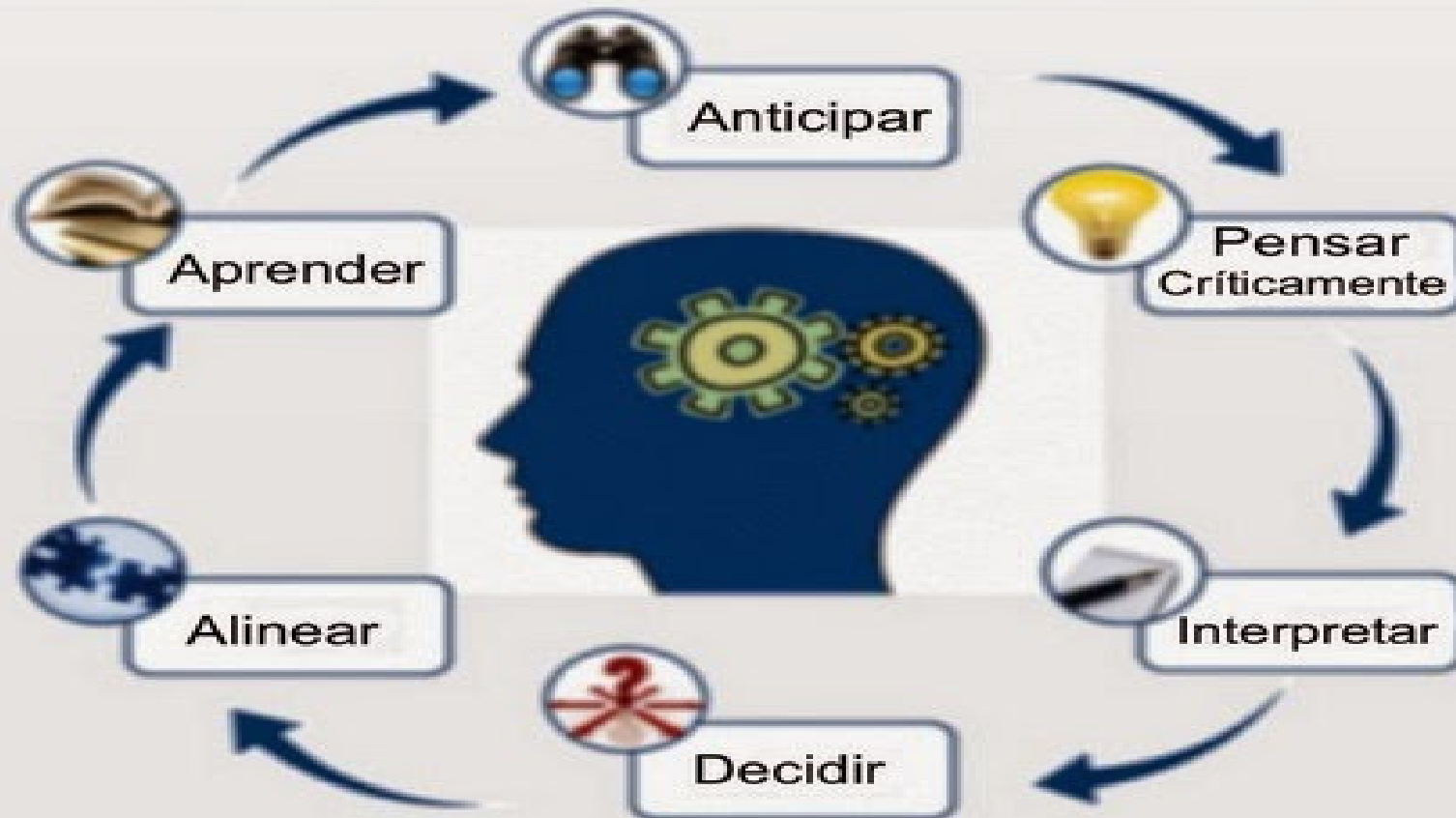


NUNCA



ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

Marco de Aptitudes Estratégicas

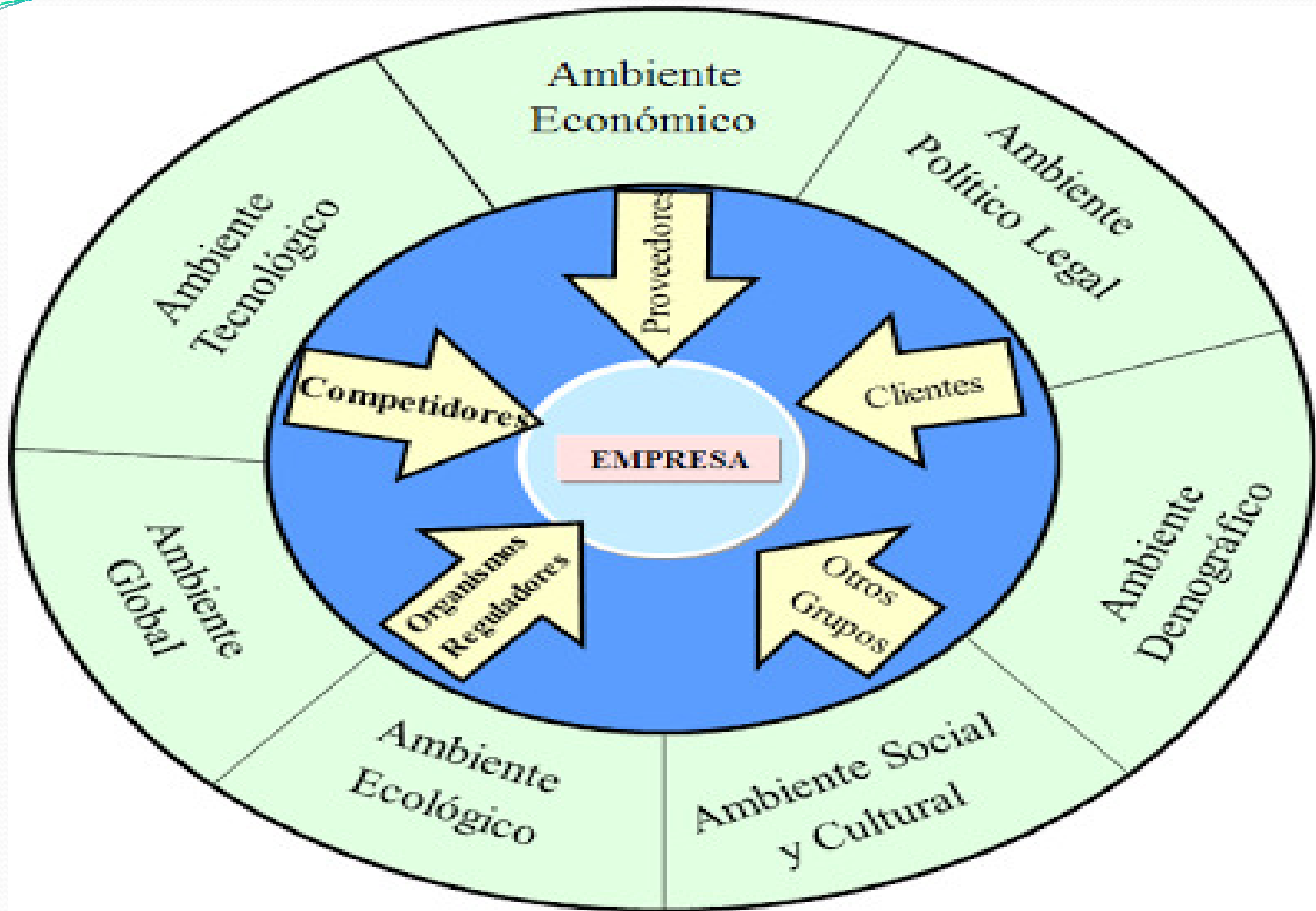


RELACIONES DE LARGO PLAZO

Estrategias de negociación son diversas **acciones** que se llevan a cabo con el fin de cumplir los objetivos propuestos en una negociación.

Toda información que nos haga comprender mejor a la otra parte, nos situará en una **mejor posición** para negociar. Además una buena estrategia de negociación será la llave para obtener recursos y generar relaciones de **largo plazo**.

INFORMACIÓN ES PODER DE NEGOCIACIÓN



EL ARTE DE CEDER Y ACEPTAR

La Negociación es un procedimiento entre dos partes, donde cada una de las cuáles posee algo que el otro desea, acuerdan un intercambio tras un ***“regateo”***.

Entonces, si queremos acceder a diversos recursos para desarrollar nuestro proyecto o emprendimiento, necesitamos negociar. Y “regatear” en el buen sentido, saber cuál es lo ***máximo*** que estamos dispuestos a ceder y lo ***mínimo*** que estamos dispuestos a aceptar.

CONDICIONANTES PARA NEGOCIAR CON ÉXITO



PROCESO DE UNA NEGOCIACIÓN

PREPARACIÓN

NEGOCIACIÓN

CIERRE

EL PODER DE LA COMUNICACIÓN CORPORAL

**55% se atribuye
al LENGUAJE
CORPORAL**

gestos, posturas,
movimientos, respiración

**38% a la
VOZ**

entonación,
proyección,
resonancia, tono

**7% a las
PALABRAS**

PREPARACIÓN

¿Quién es mi contraparte y cuáles son sus necesidades?

¿Qué es lo que esperamos obtener de una negociación?

Es importante tener a disposición diferentes alternativas de negociación. ***Combinemos*** lo que necesitamos nosotros, con lo que debemos dar a cambio según lo que sabemos que necesita nuestra contraparte.

FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

Factores de la Negociación

En toda negociación empresarial inciden factores de diferentes tipos, cuyo aprovechamiento implica ventajas o desventajas para las partes involucradas.

INTERNOS

- Habilidad social
- Diálogo y empatía
- Intuición

EXTERNOS

- Información
- Cultura
- Tiempo
- Grado de Dominio
- Entorno

OTROS

- Económico
- Político
- Social
- Cultural

NEGOCIACIÓN

- a) Crear un buen clima: ***Sonreír***, invitar a la distensión, dejar de lado miraras hostiles o desconfiadas.
- b) Prometer solo lo que podemos cumplir: Saber claramente hasta donde podemos llegar.
- c) Estudiar el ***“lenguaje corporal”*** de nuestra contraparte: Hay varias señales (ej. brazos cruzados implica resistencia, mostrar la palma de las manos comunica confiabilidad, tocarse la nariz implica algo sospechoso, etc.).

NEGOCIACIÓN

d) Manejar nuestros tiempos y posibilidades.

e) Ceder: En lo que es menos importante y resguardar lo que más nos interesa.

f) En ocasiones, posibilitar mediaciones de terceros: Cuando es una negociación compleja o si conocemos en común a un tercero confiable.

NEGOCIACIÓN CORPORAL



NEGOCIACIÓN ACTIVA NEURORAL



ATENDER

- Contacto visual y postura de interés
- Proveer un ambiente libre de distracciones
- Ofrecer la oportunidad de "hablar"



SEGUIR

- Hacer preguntas abiertas
- Usar expresiones que estimulen al otro a hablar "sí"...
- Hacer preguntas que se relacionen con emociones "¿Qué sientes?"
- No opinar



REFLEJAR

- Reflejar empatía: "Comprendo que te sientas... por..."
- Parafrasear
- Reflejar sentimientos
- Reflejar el significado (vincular sentimientos con contenido y contexto)

CIERRE

En esta etapa de cierre se debe conservar la ***calma***, estar atento al tipo de acuerdo al que se llegará, mantener la ***cabeza fría***. Ser asertivo no significa ser sumiso no agresivo, pero si firmeza. Los acuerdos deben ser redactados y dejarse por ***escrito***, y luego de una lectura minuciosa firmarlo en forma conjunta.

NEGOCIAR CON ÉXITO



**NEGOCIACIÓN
GANAR GANAR**

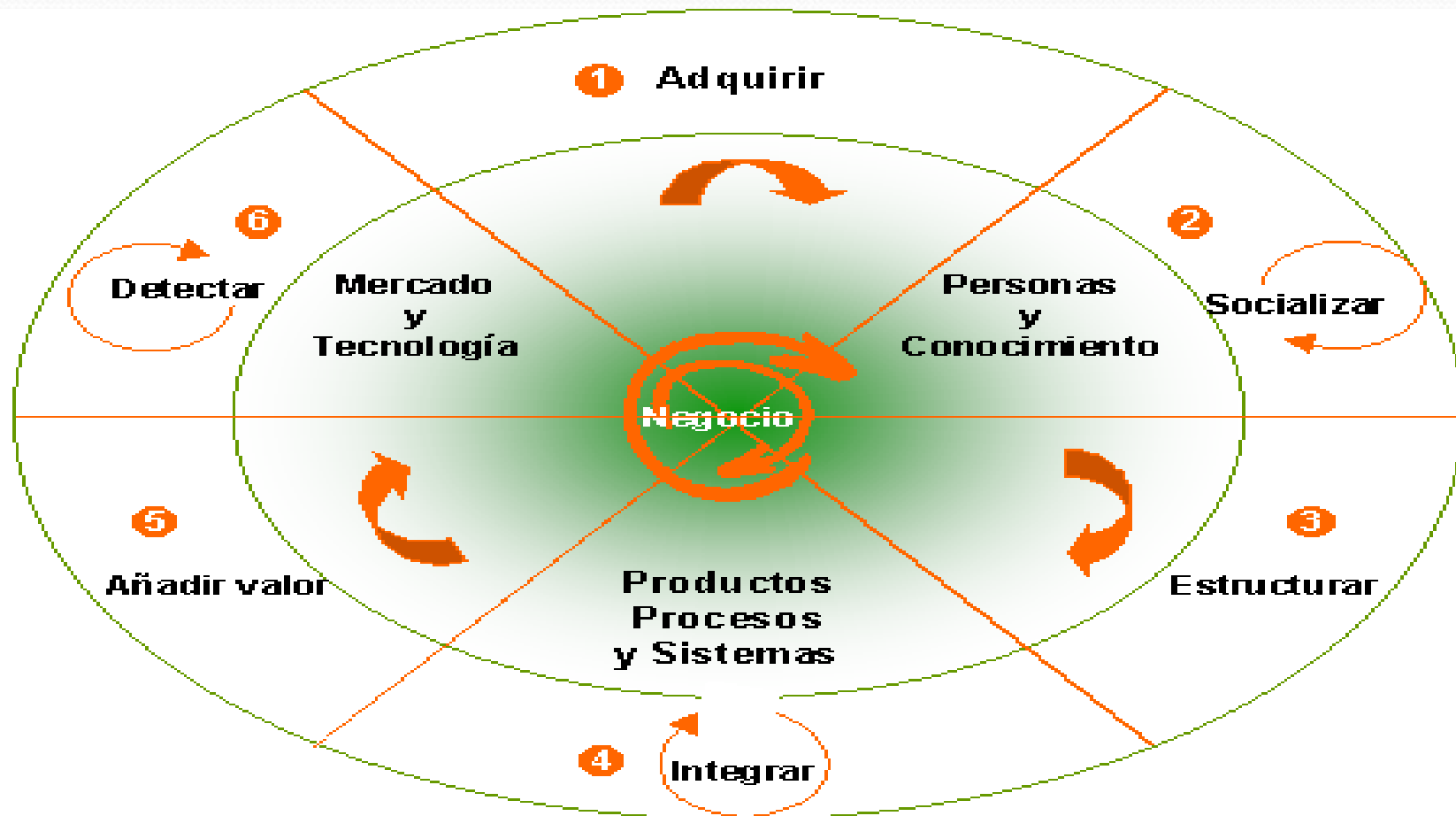
MEJORAR NUESTRAS HABILIDADES DE NEGOCIACIÓN

Nuestras habilidades la gestamos trabajando en tres herramientas básicas: el conocimiento de uno mismo o ***autoconocimiento***, impulsando nuestra ***personalidad negociadora*** que cada individuo lleva dentro y dando soporte así a la capacidad de ***liderazgo*** propio de un profesional exitoso o exitosa.

CUALIDADES DE UN NEGOCIADOR



NEGOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL EN BASE AL CONOCIMIENTO



La rotación del conocimiento. Sus seis procesos

TENDENCIAS LOGÍSTICAS HORTOFRUTÍCOLAS

- 1. Satisfacción de la demanda de los consumidores (incremento de la calidad y seguridad de los alimentos, e información y trazabilidad).**
- 2. Desarrollo de procesos industriales (automatización, control y tecnologías de conservación).**
- 3. Innovación en productos (alimentos funcionales).**
- 4. Sostenibilidad y ciclo de vida (reducción del impacto medioambiental).**
- 5. Desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (trazabilidad, gestión, logística y control).**
- 6. Cambios en el modelo de distribución alimentaria.**

ALIANZA ESTRATÉGICA PARA COMPETIR CON ÉXITO



TENDENCIAS INNOVADORAS EN LÁCTEOS

El surgimiento de los “**lácteos funcionales**” que ofrecen beneficios más allá de los meramente nutricionales en beneficio de la salud.

Se provee al consumidor **alternativas “naturales”** para el control y manejo de enfermedades como: hipertensión, gastritis, síndrome de colon irritable, alergias, eczema e hipercolesterolemia y otras.

¿SERÁ INNOVACIÓN?



TENDENCIAS INNOVADORAS EN LÁCTEOS

El ***yogur y las leches fermentadas*** son excelentes productos para penetrar mercados emergentes gracias a su capacidad para adaptarse a las preferencias domésticas de sabor y contexto en diferentes regiones del mundo.

La aparentemente ***ilimitada demanda de leche*** en polvo por parte de China continúa siendo un elemento clave de decisión para algunas compañías que se debaten entre la venta de commodities o el desarrollo de productos lácteos procesados.

NEGOCIAR E INNOVAR UN NUEVO DESAFÍO PARA TODOS



**ESTRATEGIAS INNOVADORAS
PARA DESARROLLAR
ALIMENTOS MÁS SALUDABLES**

LÁCTEOS FUNCIONALES

Nuevos *estilos de vida*.

Las enfermedades crónico-degenerativas y una *población envejecida* amenazan con impactar el bienestar de la sociedad, los probióticos, prebióticos, ácido linoléico conjugado, ácidos grasos omega tres, péptidos lácteos bioactivos y fitosteroles se han convertido en parte fundamental de la oferta de productos *lácteos funcionales* que son ya ampliamente reconocidos por consumidores alrededor del mundo y que aparentemente “llegaron para quedarse”.

¿QUÉ NECESITAMOS PARA GENERAR NUEVOS NEGOCIOS?.....

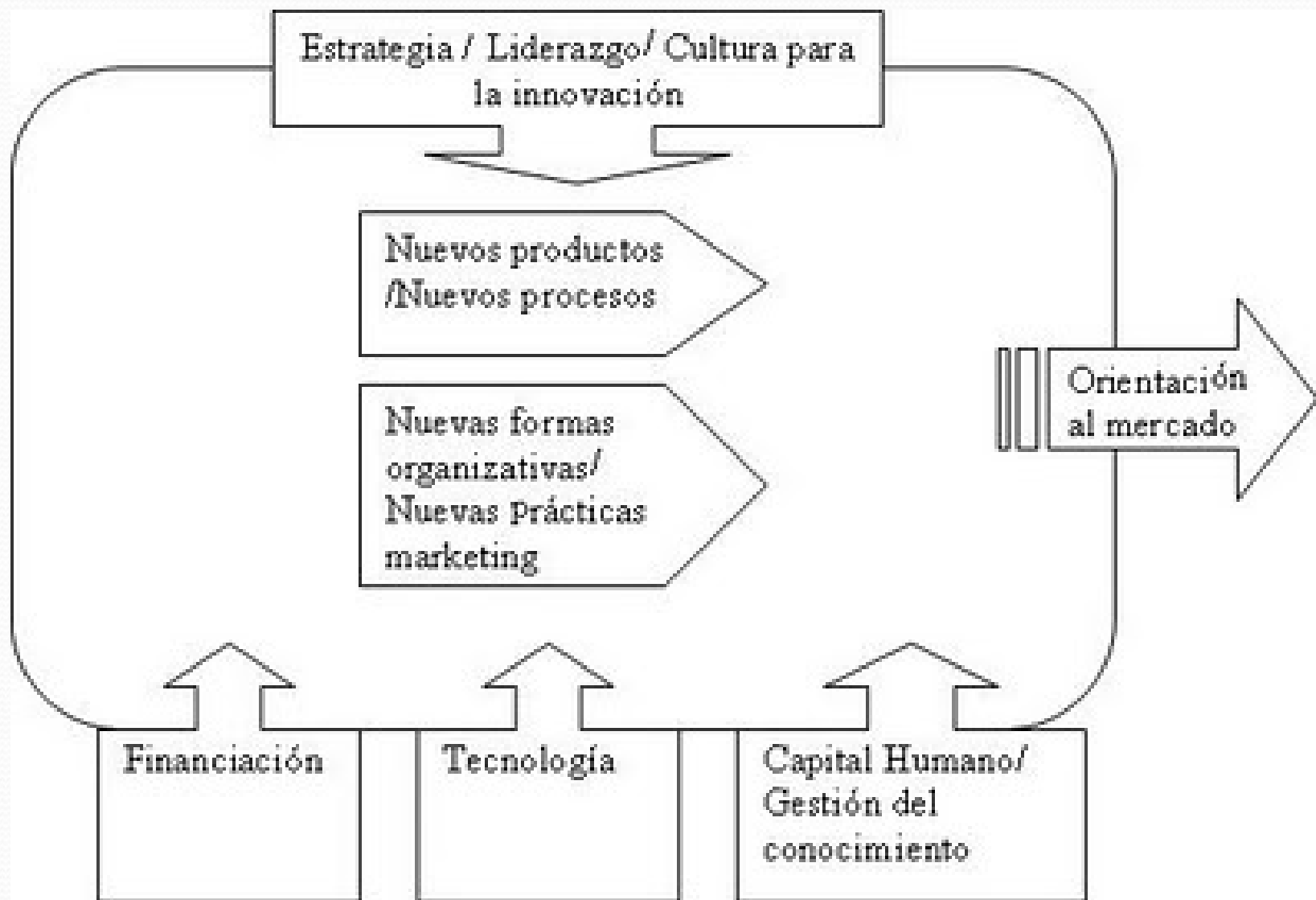
MEJOREMOS NUESTRA CAPACIDAD NEGOCIADORA



CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO PERUANO

- El empresario peruano es un emprendedor innovador, pero ***le cuesta convertir esa innovación en un negocio***. La innovación y las estrategias para llegar adecuadamente al mercado son fundamentales.
- El gran reto para los emprendedores peruanos radica en ***convertir su idea o proyecto innovador en un negocio rentable*** y, sobre todo, sostenible en el tiempo. Convertir una idea innovadora en empresa antes que otro lo haga.
- El emprendedor debe afrontar diversos desafíos como ***atraer capital humano talentoso***.

ORIENTACIÓN AL MERCADO



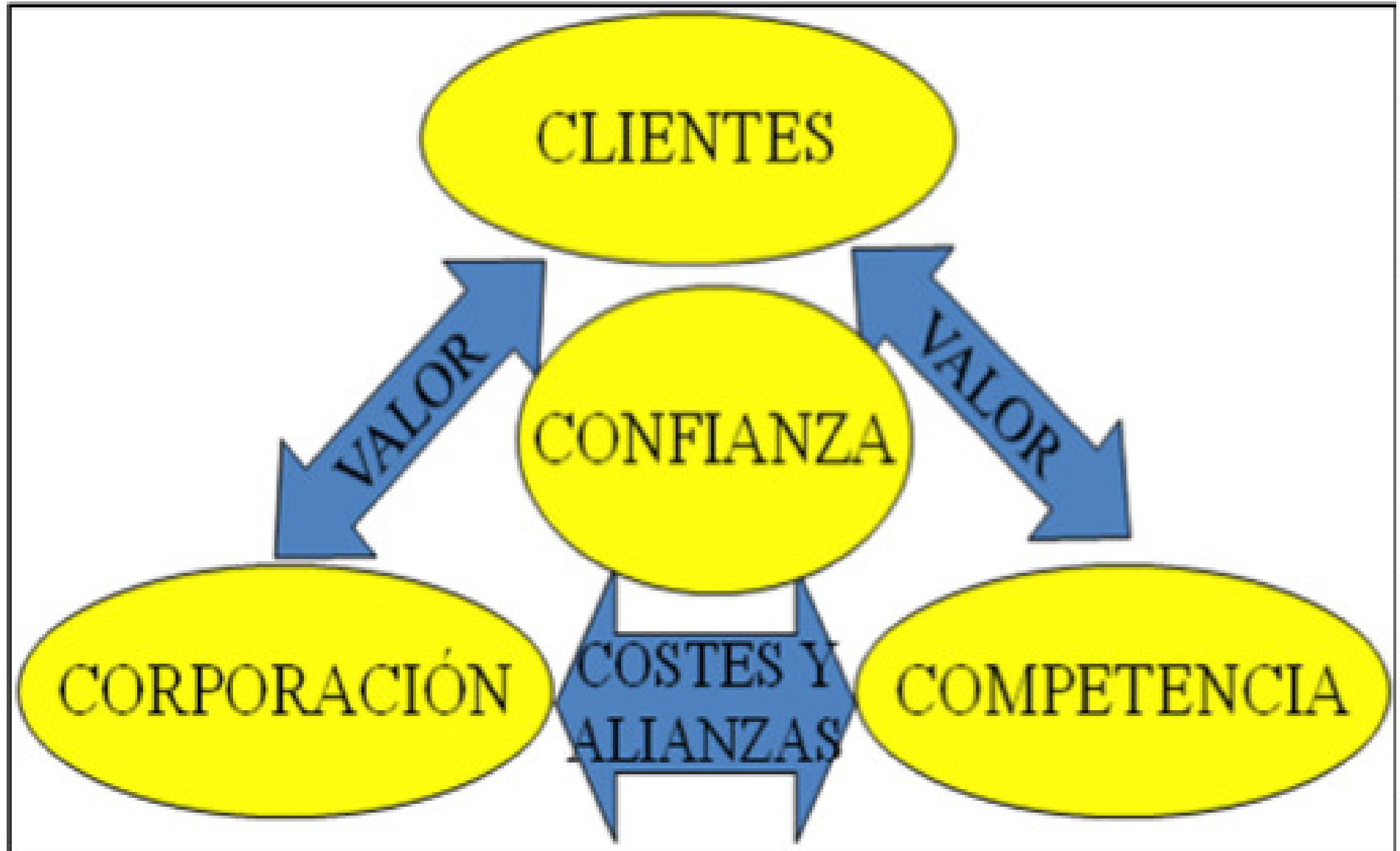
CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO PERUANO

- El 80% de emprendimientos en el Perú son microempresas que generan máximo 5 puestos es sinónimo de autoempleo pero no de crecimiento.
- A partir de la premisa anterior dividimos a los emprendedores en dos grandes grupos : el emprendedor por oportunidad (67%) que es aquel que inicia un negocio porque hay posibilidades de ingreso en los mercados y el emprendedor por necesidad (33%) que es aquel que pone un negocio por la falta de empleo y la necesidad de sobrevivir.
- Unas 3500 micro y pequeña empresa peruanas participan en los mercados internacionales.
- De cada tres exportadores, 2 son pequeños o micro empresarios. Algunos se aprovechan de los tratados internacionales.

TRABAJEMOS EN ALIANZAS ESTRATÉGICAS



DEMOS MAYOR VALOR A NUESTRAS NEGOCIACIONES



CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO PERUANO

- Costos de la tecnología y tener las habilidades (generar ***know how***) para el tipo de negocio a emprender.
- Es importante actuar como un ***equipo multidisciplinario***.
- Desarrollar una buena estrategia de negociación para tener un ecosistema del emprendedor, incluyendo todos los aspectos relacionados con al emprendedurismo interactuando al unísono ***superando el individualismo***.
- Algo muy importante es lograr la innovación permanente. En un mundo de cambios constantes hay que competir por innovación, por ***diferenciación de productos***.
- La capacitación es otro tema muy importante. Los micros y pequeños ***empresarios deben capacitarse*** para ser más eficientes, no solo en los temas relativos a su negocio, sino también en temas administrativos, contables, legales y de comercio exterior.

¿PODEMOS SER LIDERES?



INNOVACIÓN PERMANENTE



Nuestra mayor fuente de conocimiento son
nuestros clientes más insatisfechos

(Bill Gates)

¡MUCHAS GRACIAS!



Vamos a promover un
Cambio de Actitud
que exalte el bienestar
de todos.



**JESÚS
ESPINOZA OSCANOVA**

innovador2021@gmail.com