



PRO ECUADOR

INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES



Plátano en Estados Unidos

Parte III Negociación



NEGOCIACIÓN

PROCESO DE COMPRAS

- ✓ Las empresas estadounidenses se encuentran en constante investigación e identificación de la oferta en el mercado.
- ✓ Para identificar a sus potenciales proveedores a través de visitas de prospección; visita a eventos de promoción comercial especializadas; relacionamiento con entidades gubernamentales de promoción de exportaciones; o realizan reuniones periódicas en distintas zonas con potenciales proveedores que han aplicado y han sido previamente calificados.
- ✓ Las tendencias del mercado son factores determinantes al momento de la toma de decisiones en el tipo de productos a adquirir.

NEGOCIACIÓN

PROCESO DE COMPRAS

- ✓ Dependiendo del tamaño de la compañía podemos encontrar los siguientes roles:
 - ❑ **“Decision Makers” o tomadores de decisiones:** Miembros de la alta dirección que de manera conjunta comprometen fondos y toman decisiones de las compras finales.
 - ❑ **“Influencers” o influenciadores:** Son empleados que influyen en el proceso de la toma de decisiones, establecen estándares y tienen un rol de asesoramiento a sus superiores.
 - ❑ **“Buyers” o compradores:** son agentes de compra o especialistas en adquisiciones, se especializan en cierta línea de productos y son los que buscan, evalúan e identifican nuevos productos. Por lo general tienen poder de decisión en el proceso de adquisición y términos de contrato de compra venta.
- ✓ Una compañía genera confianza y está dispuesta a realizar negocios cuando su potencial proveedor cumple con la normativa estipulada por la FDA, cuenta con un producto innovador avalado con certificaciones; su precio es competitivo; la calidad es destacable y el relacionamiento con la empresa exportadora es formal e inmediato.

NEGOCIACIÓN

CULTURA DE NEGOCIO

- ✓ Estados Unidos es uno de los países con mayor diversidad cultural y racial, y ello se refleja también en el campo de los negocios. Aunque cada Estado de EE.UU. es diferente; existen patrones culturales que se repiten, sin importar el Estado donde se realicen los negocios.

MANEJO DEL IDIOMA

- 80% habla únicamente inglés.
- 20% habla una segunda lengua.
- El español es el idioma más influyente.

ESTILO DE COMUNICACION

- Cultura orientada a los resultados efectivos
- Valoran la lógica y un pensamiento lineal.
- Es necesario ser asertivo, claro, cordial.

TIPO DE VESTIMENTA

- Se recomienda adaptar la vestimenta acorde a la estación del año.
- Vestir traje y conservador es siempre bien visto en los negocios.

NEGOCIACIÓN

CULTURA DE NEGOCIO

SALUDO Y PRESENTACIÓN

- Apretón de manos firme y mirada a los ojos
- Se recomienda usar un título (Mr., Mrs) seguido del apellido.

DESARROLLO DE REUNIONES

- Programan tiempos y los cumplen.
- Solicitar reuniones con anticipación
- No es recomendable cancelar.
- Contar con la información suficiente.
- Pueden darse reuniones virtuales.

OTRAS DEMOSTRACIONES DE PROFESIONALISMO

- Ofrezca su tarjeta de presentación.
- Absténgase de temas personales o experiencias.

ESTRUCTURA DE NEGOCIOS

- CEO o Chief Executive Officer es la máxima autoridad.
- Buscarán conocer su posición en la empresa, sus habilidades y poder de decisión.

SERVICIOS



SERVICIOS Y ASESORÍA AL EXPORTADOR

- Asesoría al emprendedor y exportador regular.
- Formación y capacitación técnica.
- Programas y proyectos para el fortalecimiento del exportador.
- Fomento y promoción de comercio justo y sustentable.



SERVICIO Y ASESORÍA AL EXPORTADOR

- Eventos de promoción comercial.
- Asesoría especializada.
- Desarrollo de contactos de negocios.
- Articulación interinstitucional.



INTELIGENCIA COMERCIAL

- Estudio de mercado sobre productos potenciales.
- Estadísticas y análisis de comercio internacional.
- Guías y estrategias de accesos a mercados.
- Información nacional de comercio e inversiones por sector.



PROMOCIÓN DE INVERSIONES

- Información del clima de negocios, incentivos y oportunidades de inversión.
- Agendas especializadas y acompañamiento con actores públicos y privados.
- Asistencia durante el proceso de inversión.
- Atención de requerimientos de información específica.





PRO ECUADOR

LA MEJOR OPORTUNIDAD PARA HACER **NEGOCIOS** CON EL **MUNDO**

A través de nuestra red de oficinas a nivel nacional e internacional, usted puede acceder a una amplia gama de servicios especializados para internacionalizar los productos y servicios de su empresa.

Y tú, ¿qué esperas para empezar a hacer negocios con el mundo?

PRO ECUADOR Matriz Guayaquil:

Av. Francisco de Orellana, mz 111 Edificio World Trade Center, Torre A piso 13 / Telf.: 593 4 2597980

PRO ECUADOR Oficina Quito

Av. De los Shyris y Holanda, Edificio Shyris Center, Planta Baja / Telf.: 593 2 3997226



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES



PRO ECUADOR



@Pro_Ecuador



saeconsultas@proecuador.gob.ec



www.proecuador.gob.ec