



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIEROS EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA

TÁCTICAS DE CONFIANZA Y NEGOCIACIÓN EN LAS EMPRESAS
EXPORTADORAS DE SÁBILA

AUTORES:

SEBASTIÁN STEVEEN SARANGO BRIONES
NILA JOHANNA MONTOYA SÁNCHEZ

TUTOR:

ECO. LUIS ASECIO, MSC.

GUAYAQUIL, 11 SEPTIEMBRE 2018



Repositorio nacional en ciencias y tecnología		
Ficha de registro de tesis/trabajo de graduación		
Autores: Nila Montoya Sánchez Sebastián Steveen Sarango Briones		Tutor: Eco. Luis Asencio, MSc. Revisor: Abg. Julio Baque Mielles MSc.
Tema: Tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila		
Institución: Universidad de Guayaquil		
Facultad: Ciencias Administrativas		
Carrera: Comercio Exterior		
Grado obtenido: Ingeniería en Comercio Exterior		
Fecha de publicación:		N° de págs.: 93
Áreas temáticas: Negociación Internacional		
Palabras claves/ keywords: Tácticas, negociación, exportación, sábila		
<p>Resumen: La presente investigación se halla dirigida a la profundización de la importancia que posee el uso de tácticas de confianza y negociación dirigida a la exportación de sábila, cuyo desarrollo ha sido efectuado con el objetivo de determinar la influencia que existen entre las tácticas de confianza y negociación en torno a la exportación de sábila. La negociación es el proceso de intercambio de información y compromisos entre dos partes que tienen intereses en común, la sábila es un producto que posee propiedades cosméticas y medicinales que representan una cantidad de beneficios por su aloe vera. Colonche s.a es una empresa dedicada al sembrío de sábila para su exportación por lo que es importante establecer tácticas de confianza de manera asertiva que fortalezca la negociación y exportación del producto. Para esto se realizó un estudio de campo, cualitativo en donde se realizaron entrevistas dirigidas al gerente de la corporación colonche s.a, y expertos académico en el ámbito del comercio exterior, en donde se pudo evidenciar en el análisis e interpretación de los resultados que es necesario la implementación de un manual de tácticas de confianza y negociación para los exportadores locales y puedan mejorar de manera asertiva la comunicación al momento de establecer la negociación, esto ayudará indirectamente al desarrollo del comercio de este producto fidelizando el mercado ecuatoriano al exterior. Por lo que se ha propuesto un manual de tácticas de confianza y negociación que ayude en el proceso del comercio exterior en la exportación de la sábila.</p>		
N° de registro:		N° de clasificación:
Dirección url:		
Adjunto pdf	<input checked="" type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> no
Contacto con autores: Nila Johanna Montoya Sánchez Sebastián Steveen Sarango Briones	Teléfono: 0982976217 0997881751	E-mail: nilajohanna@gmail.com sarango95@hotmail.es
Contacto con la institución:	Nombre: Secretaria de la Facultad	
	Teléfono: (04) 25896830	
	E-mail: fca.infocomputo@u.edu.ec	



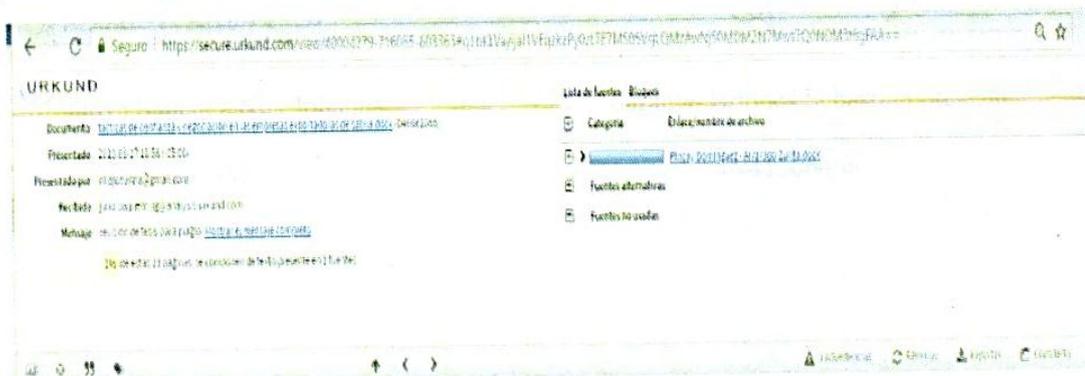
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COMERCIO EXTERIOR



Certificado porcentaje de similitud

Habiendo sido nombrado **Eco. Luis Roberto Asencio Cristobal, MSc.** tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por los estudiantes: **Montoya Sánchez Nila Johanna con C.C. 0920118387 Y Sarango Briones Sebastián Steven con C.C 0941306466**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**.

Se informa que el trabajo de titulación: **“Tácticas de confianza y negociación para las empresas exportadoras de sábila”** ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio URKUND quedando el **1%** de coincidencia.



Eco. Luis Roberto Asencio Cristóbal, MSc.

C.C. 0915338255

No.Reg.Senescyt:1006-14-86046960

Docente Tutor



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COMERCIO EXTERIOR



Derechos de autor

Por medio de la presente certificamos que todo el contenido desarrollado en la tesis titulada **“Tácticas de confianza y negociación para las empresas exportadoras de sábila”** es de absoluta propiedad y responsabilidad de los autores Montoya Sánchez Nila Johanna con C.C. 0920118387 Y Sarango Briones Sebastián Steeven con C.C. 0941306466

Montoya Sánchez Nila Johanna

0920118387

Sarango Briones Sebastián Steeven

0941306466



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COMERCIO EXTERIOR



**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO
 COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Nosotros, Nila Johanna Montoya Sánchez con C.I. 0920118387 y Sebastián Steven Sarango Briones con C.I. 0941306466, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Tácticas de Confianza y Negociación para las empresas exportadoras de Sábila” son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizamos el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

 Montoya Sánchez Nila Johanna

0920118387

 Sarango Briones Sebastián Steven

0941306466

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COMERCIO EXTERIOR



Guayaquil, 24 de Agosto 2018

Certificación del tutor revisor

Ha sido nombrado el tutor Eco. Luis Roberto Asencio Cristóbal, MSc.
del trabajo de **“Tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila”** certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por, Montoya Sánchez Nila Johanna con C.C. 0920118387 Y Sarango Briones Sebastián Steeven con C.C. 0941306466 con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería En Comercio Exterior, en la carrera comercio exterior Autorizada de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Eco. Luis Roberto Asencio Cristóbal, MSc.

C.C.0915338255

No.Reg..SEnescyt:1006-14-86046960

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres que son la base fundamental de mi vida, donde siempre estuvieron presente apoyándome en todo momento sin dudar en ningún momento.

Sarango Briones Sebastián Steveen

Mi tesis la dedico a Dios primeramente si no fuera por su inmenso amor no hubiera podido realizarla ya que tuve muchos obstáculos pero siempre me guio y me demostró que cuando una puerta se cierra es porque una más grande se abrirá.

A mi madre Juana Sánchez por su apoyo incondicional ya que ella me enseñó a ser una mujer guerrera y luchadora por lo que uno desea alcanzar.

A mi padre Nolberto Beltrán por ayudarme con mis bebes para que yo pueda dedicarme a mi tesis.

A mi esposo Tyrone Quispe por sus concejos a no darme por vencida frente a las adversidades ayudarme a batallar este largo camino gracias mi amor.

A mis hijos Nicole, Milka y Thiago mi motor fundamental para este logro, mi mayor inspiración fueron uds para enseñarles que la edad no importa si eres perseverantes conseguirán lo que se proponen siempre.

A mi papá Boris Montoya por su ayuda económica.

Nila Johanna Montoya Sánchez

Agradecimiento

El presente trabajo se lo dedico primeramente a Dios, mis padres y docentes que estuvieron siempre presente apoyándome en todo momento por darme la oportunidad de culminar con mis estudios.

Sarango Briones Sebastián Steven

A Dios por enseñarme a no perder la fé y encender una luz cuando toda era oscuridad.

Al Ing. Rafael Apolinario por ayudarme en todo este proceso desde que inicie la carrera Ud. me enseñó a que con humildad se pueden obtener grandes logros y este es uno de los primeros.

A todos los docentes por su dedicación y tiempo a cada uno de nosotros sus alumnos ya que Uds. dedican e imparten todos sus conocimientos sin guardarse nada.

A mis Padres, esposo e hijos sin su apoyo moral, espiritual y económico no hubiera podido lograrlo los amo no me alcanzan las palabras para decirles los agradecida y afortunada por tenerlos y contar con Uds. familia.

A mi compañero de tesis Sebastián Sarango por trabajar conjuntamente en este proceso por el tiempo y dedicación.

Nila Johanna Montoya Sánchez

Índice General

Certificado porcentaje de similitud	III
Derechos de autor.....	IV
Certificación del tutor revisor	VI
Dedicatoria	VII
Agradecimiento	VIII
Índice General	IX
Índice de Figuras	XIII
Resumen.....	XIV
Abstract	XV
Introducción	1
Capítulo I Planteamiento del problema.....	2
1.1. Antecedentes de investigación.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	4
1.3. Formulación de la pregunta de investigación	4
1.4. Preguntas de investigación.....	4
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1. Objetivo General	4
1.5.2. Objetivos Específicos	5
1.6. Justificación e Importancia	5
1.6.1. Justificación teórica.....	5

1.6.2.	Justificación práctica	5
1.6.3.	Justificación metodológica	5
1.7.	Viabilidad del estudio	6
1.8.	Hipótesis	6
1.9.	Variables	6
1.9.1.	Variable Independiente	6
1.9.2.	Variable Dependiente	6
1.10.	Operacionalización de Variables	7
Capítulo II Marco teórico		8
2.1.	Antecedentes de la investigación	8
2.2.	Bases Teóricas	9
2.2.1.	Tácticas de confianza y negociación	9
2.2.2.	Historia de la negociación	10
2.2.3.	Importancia de la negociación.....	11
2.2.4.	Características de las tácticas de confianza y negociación	12
2.2.5.	Ventajas y desventajas de las tácticas de confianza y negociación.....	13
2.2.6.	Etapas de las tácticas de confianza y negociación	14
2.2.7.	Exportación de la sábila	15
2.2.8.	Historia	15
2.2.9.	Clasificación de la sábila.....	17
2.2.10.	Proceso de producción de sábila.....	19

2.2.11. Beneficios de la sábila	20
2.3. Marco Conceptual	22
2.4. Marco Contextual.....	23
2.5. Marco Legal	30
Capítulo III Marco Metodológico	32
3.1. Diseño de la investigación	32
3.2. Tipos de Investigación	33
3.2.1. Investigación exploratoria	33
3.2.2. Investigación descriptiva.....	33
3.2.3. Investigación de campo	34
3.2.4. Investigación Explicativa	35
3.3. Población y Muestra	35
3.4. Métodos de investigación	35
3.5. Técnicas de Instrumentos de Investigación	36
3.5.1. Entrevista.....	36
3.6. Análisis e Interpretación de los resultados.....	43
Capitulo IV Propuesta	46
4.1. Título.....	46
4.2. Introducción	46
4.3. Objetivos	46
4.3.1. General	46

4.3.2. Específicos	47
4.4. Justificación	47
4.5. Alcance del manual de tácticas de confianza y negociación	48
4.6. Políticas generales.....	48
4.6.1. Política general de la empresa.....	49
4.6.2. Política de venta	49
4.6.3. Políticas de pago y cobro	49
4.6.4. Políticas de entregas y devoluciones	50
4.7. Factibilidad de aplicación	50
4.7.1. Técnica:	50
4.7.2. Humanos:	51
4.8. Flujograma de tácticas de negociación	51
4.9. Aspectos básicos de una negociación exitosa.....	52
4.10. Tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila...53	
Conclusiones	71
Recomendaciones.....	72
ANEXOS.....	73
BIBLIOGRAFÍA.....	3

Índice de Figuras

Figura N° 1. Operacionalización de las variables	7
Figura N° 2 Coloncheline	23
Figura N° 3 Casa parrocial de Padre Bertram en bajada/colonche	26
Figura N° 4 Riego de la Sábila	26
Figura N° 5 Cosechamiento de la Sábila	27
Figura N° 6 El Padre Bertram	27
Figura N° 7 Procesamiento de la sábila	28
Figura N° 8 Pulpa líquida de aloe era	28
Figura N° 9 Jugo puro de aloe vera.....	29
Figura N° 10 Tunas de sábila.....	29
Figura N° 11 Cosméticos artesanales.....	29
Figura N° 12. Análisis e interpretación de los resultados	43
Figura N° 13. Flujograma de tácticas de negociación	51
Figura N° 14. Manejo del Lenguaje.....	54
Figura N° 15. Mantener buena reputación	56
Figura N° 16. Realizar concesión	58
Figura N° 17. Elementos de desarrollo	59
Figura N° 18. Ejercer presión	60
Figura N° 19. Articular propuestas	61
Figura N° 20. Negociar intereses	62
Figura N° 21. Crear empatía cognitiva	63
Figura N° 22. Buscar socios y no clientes	65
Figura N° 23. Escuchar antes de hablar	66
Figura N° 24. Separar hechos de ideas	68
Figura N° 25. Ser sincero y realista	69



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COMERCIO EXTERIOR



Tema: Tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila.

Autores: Nila Johanna Montoya Sánchez, Sebastián Steven Sarango Briones

Tutor: Eco. Luis Asencio, MSc

Resumen

La presente investigación se halla dirigida a la profundización de la importancia que posee el uso de tácticas de confianza y negociación dirigidas a la exportación de sábila, cuyo desarrollo ha sido efectuado con el objetivo de determinar la influencia que existen entre las tácticas de confianza y negociación en torno a la exportación de sábila. La negociación es el proceso de intercambio de información y compromisos entre dos partes que tienen intereses en común, la sábila es un producto que posee propiedades cosméticas y medicinales que representan una cantidad de beneficios por su aloe vera. Colonche S.A es una empresa dedicada al sembrío de sábila para su exportación por lo que es importante establecer tácticas de confianza de manera asertiva que fortalezca la negociación y exportación del producto. Para esto se realizó un estudio de campo, cualitativo en donde se realizaron entrevistas dirigidas al gerente de la corporación Colonche S.A, y Expertos académico en el ámbito del comercio exterior, en donde se pudo evidenciar en el análisis e interpretación de los resultados que es necesario la implementación de un manual de tácticas de confianza y negociación para los exportadores locales y puedan mejorar de manera asertiva la comunicación al momento de establecer la negociación, esto ayudará indirectamente al desarrollo del comercio de este producto fidelizando el mercado ecuatoriano al exterior. Por lo que se ha propuesto un manual de tácticas de confianza y negociación que ayude en el proceso del comercio exterior en la exportación de la sábila.

Palabras Claves: Táctica, negociación, exportación, sábila



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COMERCIO EXTERIOR



Tema: Tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila.

Autores: Nila Johanna Montoya Sánchez, Sebastián Steven Sarango Briones

Tutor: Econ. Luis Asencio, MSc

Abstract

The present investigation has been directed to the deepening of the importance that has the use of tactics of confidence and restriction directed to the export of aloe vera, whose development has been carried out with the objective of determining the influence that exists between the tactics of trust and negotiation . around the export of aloe. Negotiation is the process of exchange of information and commitments between parties that have common interests, aloe vera is a product that has cosmetic and medicinal properties that represent a number of benefits for its aloe vera. Colonche S.A is a company dedicated to the sector of aloe to export abroad so it is important tactical measures of trust in an express way that strengthens the negotiation and export of the product. For this, a qualitative field study was conducted where interviews were conducted with the manager of the corporation Colonche SA, academic experts in the field of foreign trade and government organizations responsible for exporting the product, where it was evident in the analysis and interpretation of the results that it is necessary to implement a manual of tactics of trust and negotiation for local exporters and users that are not related to the information at the time of the creation of this product, loyalty to the Ecuadorian market abroad. Therefore, a manual of confidence and negotiation tactics has been proposed to help in the process of foreign trade in the export of aloe vera.

Keywords: Tactics, negotiation, export, aloe

Introducción

El aloe vera también conocido como sábila, aloe de Barbados o aloe de Curazao es una planta procedente de Arabia cuya presencia se encuentra en las zonas cálidas del mundo. Países como Estados Unidos, Japón y México se comprenden como sus principales productores, que implica que haya un posicionamiento en la exportación de la sábila desde el enfoque del mercado latinoamericano.

Se define como exportación al envío de un producto o servicio a un país extranjero con objetivos comerciales, que implica que el envío se halle regulado por un conjunto de disposiciones de tipo legal e impositiva cuyo desarrollo se halla íntimamente relacionado por los vínculos comerciales entre países. (Emprenderpyme, 2015)

El crecimiento económico que conforma el ámbito empresarial posee una amplia relación con factores relacionados a la confianza y negociación, que integran la importancia de la exportación desde el ámbito económico.

Las técnicas de negociación se comprenden como un elemento de importancia en procesos de riesgos que requieren trabajar aspectos relacionados a la confianza, buscando aumentar una probabilidad que implique conversaciones con otras partes.

Desde lo evidenciado, se concibe que la profundización de la investigación está relacionada al proceso que caracteriza al aprendizaje cuya evolución relacionada con la negociación y su desarrollo, que se halla involucrada a la actividad que conforma la exportación de sábila.

Capítulo I Planteamiento del problema

1.1. Antecedentes de investigación

Europa posee un posicionamiento de sábila en relación a un porcentaje de consumo que involucra el 20% de la producción mundial, que no abastece de manera total a la región. Dentro de ello, se detecta en países como España, una excepción en el cultivo de la planta, lo que refleja una diferenciación en torno a la relación que otros países tienen a nivel del mercado con el producto. A partir de ello, se produce una evidencia relacionada al incremento de plantaciones para abastecer la demanda europea, que aproxima a ser un potencial mercado dentro del negocio. Por ello, su preparación involucra un aumento del consumo, que se concibe en otros países como Francia, Alemania y Reino Unido donde hay una tendencia creciente del mercado por el consumo de sábila. (Asocialoe, 2014).

El consumo de sábila en Europa refleja un creciente interés de su mercado en adquirirlo, lo cual marca como punto evidente, el potencial comercial que tiene a nivel de producto, desde el ámbito que integra el mercado, dentro del cual su producción solo se evidencia posible en España, mientras que para los otros países la importación es elemental para su consumo, lo cual marca una pauta de interés en el posicionamiento que la sábila tiene a nivel de mercado, que a su vez refleja un acercamiento de gran importancia a enfoques de carácter significativo que conforman aproximaciones evidentes a nivel global dentro del mercado.

Desde lo que conforma a Latinoamérica, se evidencia que el consumo y producción de sábila es una actividad elemental de la región que identifica un posicionamiento dentro del consumo y de su producción hacia el extranjero, que está sustentado en la importancia cultural que tiene la planta, lo cual influye en que haya un creciente interés por mantenerla y expandirla a nivel de mercado, debido a beneficio que representa para la salud, cuyo uso está relacionado con la producción de jugos, cremas y recetas que se expande desde la región al extranjero en relación a la calidad y disponibilidad que posee. (Fresh Plaza, 2015)

Latinoamérica refleja un posicionamiento elemental de sábila como producto principal de la región y como potencial producto de expansión económica, que evidencia la necesidad de sostener una importancia del mismo. Por ello, su desarrollo es importante para el mercado a nivel internacional, porque su interés creciente es demandando en regiones como Norteamérica y Europa donde su uso extensivo está relacionado con la proliferación de productos, debido a los beneficios que tiene la planta, lo cual es importante desde la salud y el sector estratégico que integra el mercado.

A nivel nacional, la producción de sábila posee un gran posicionamiento en la provincia del Guayas, donde su uso es ampliamente realizado en la provincia de Santa Elena, lo cual posee un desarrollo que está formado por la cosecha de la planta, que a nivel local y nacional es un producto de consumo regular desde la perspectiva que caracteriza a la salud potencial económico como negocio.

La provincia del Guayas refleja una importancia elemental como territorio de producción de la planta que se exporta a nivel internacional, lo cual implica que su producción se sostenga económicamente gracias a la rentabilidad, evidenciando a través de la necesidad de exportación dificultades relacionadas a la cimentación en el ámbito nacional, justificando con ello la búsqueda que mercado potencial en el extranjero justificado con la alta rentabilidad que posee a nivel de mercado. (El Universo , 2014).

El uso, desarrollo y posicionamiento de sábila a nivel nacional, evidencia una repercusión amplia en la provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil y Santa Elena donde la producción de sábila se halla ampliamente posicionada y desarrollada, por ende ello refleja que su desarrollo y posterior exportación representa una actividad económica de gran dinamismo en el mercado nacional, cuyo posicionamiento a nivel internacional posee una amplia repercusión en el ámbito que conforma al mercado global, justificando a través de ello una repercusión de gran importancia dentro de lo que concibe el mercado a nivel nacional.

1.2. Planteamiento del problema

La sábila es uno de los géneros más habituales con aloe vera, valorado por su amplio valor medicinal, a través de lo cual posee una amplia aceptación a nivel mundial por sus cualidades curativas por encima de su valor ornamental. La producción y proliferación de la sábila a nivel global evidencia la necesidad de establecer a nivel de mercado tácticas de confianza y negociación que logren dirigir y posicionar en el mercado internacional el producto, por ende, se detecta que dentro de la práctica empresarial nacional se requiere estructurar las directrices que conforman las tácticas de confianza y negociación. De esta manera se comprende que desde lo evidenciado, las tácticas empleadas requieren una reestructuración que se adapte a los desafíos que caracterizan a la práctica competitiva del mercado global, logrando a través de ello, un desarrollo de todo lo que conforma la práctica dentro del rol empresarial.

1.3. Formulación de la pregunta de investigación

¿Cuáles son los factores que influyen en la negociación entorno a la exportación de sábila?

1.4. Preguntas de investigación

- ¿Qué influencia tienen las tácticas de confianza y negociación en el ámbito empresarial?
- ¿Qué posicionamiento en el mercado posee la exportación de sábila a nivel global?
- ¿De qué manera se puede complementar el uso de tácticas de confianza y negociación en la exportación de sábila?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Establecer la relación entre las tácticas de confianza y negociación en torno a la exportación de sábila

1.5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el sector exportador de sábila en la provincia de Santa Elena.
- Caracterizar las tácticas de confianza y negociación en el ámbito empresarial.
- Proporcionar estrategias de negociación dirigidas a la sábila en el ámbito empresarial.

1.6. Justificación e Importancia

1.6.1. Justificación teórica

El desarrollo de las tácticas de confianza y negociación son un elemento de gran importancia dentro de la comprensión que integra la profundización de la sábila, por ello su desempeño se caracteriza por el desarrollo y dirección de los enfoques es importante para dirigir y desarrollar a nivel empresarial lo que conforma la investigación. Por ello, se sostiene la justificación teórica a partir del valor que posee en torno a la utilidad que representa a nivel del estudio, profundización y desarrollo el rol que las tácticas ejercen dentro del ámbito que conforma la exportación de sábila.

1.6.2. Justificación práctica

La investigación sostiene su implicación práctica en la utilidad que las herramientas de negociación poseen en la exportación de sábila desde la perspectiva empresarial, que implica el desarrollo de tácticas de amplio alcance empresarial. Por ello, a nivel práctico se determina la importancia que posee el uso de tácticas dirigidas a la actividad empresarial.

1.6.3. Justificación metodológica

La investigación posee una utilidad metodológica en relación al antecedente que representa dentro de los procesos que componen a las tácticas de confianza y negociación ante la exportación de sábila, mediante un estudio cualitativo, en donde se entrevistarán a profesionales del área ya que necesitamos conocer el posicionamiento de las tácticas de confianza y negociación como un elemento de relevancia en el posicionamiento de las

empresas exportadoras de sábila, que comprende a nivel del estudio una importancia ante la calidad que integra la actividad.

1.7. Viabilidad del estudio

El estudio sostiene su viabilidad en la apertura que la exportación de la sábila posee dentro del mercado actual a nivel del posicionamiento, puesto que como elemento de alcance económico a nivel potencial evidencia un desarrollo de gran alcance, lo que facilita la aproximación a los elementos empleados dentro de la investigación. El posicionamiento de la sábila en el mercado mundial de la actualidad refleja una amplia popularidad para el sector nacional que la produce, representando una oportunidad de expansión a nivel económico que puede integrar de manera estratégica que su uso pueda ser desarrollado de manera ventajosa a partir de la instauración de tácticas que se adecuen a las características competitivas del mercado global, por ello el desarrollo y profundización del estudio es viable, ya que se cuenta con el entorno en el que se desarrolla en el fenómeno investigado, logrando de esta manera un acercamiento objetivo a la resolución del fenómeno que engloba a la investigación.

1.8. Hipótesis

Con la aplicación de Tácticas de confianza en las empresas exportadoras de sábila de nuestro país, se logrará acrecentar la salida del producto internacionalmente.

1.9. Variables

1.9.1. Variable Independiente

Tácticas de Confianza y Negociación

1.9.2. Variable Dependiente

Exportaciones de Sábila

1.10. Operacionalización de Variables

Variables	Definiciones	Dimensiones	Instrumentos	Unidad de Análisis
Tácticas de Confianza y Negociación	La negociación integra un proceso de carácter dinámico a través del que se produce una resolución de diferencias y defensa de intereses mediante la solución de acuerdos.	Negociación	Observación Entrevistas	Exportadores Toda Estrategia requiere una táctica y una operación
		Etapas de las tácticas de confianza y negociación	Observación Entrevistas	Comercializador Hay grandes oportunidades con los exportadores aprovechando el Gobierno y los convenios con la U.E.
Exportaciones de Sábila	La sábila es un género de plantas cuyo representante más conocido es el aloe vera y se concibe como un género de alto valor medicinal cuyo efecto y beneficio es de carácter curativo	Sábila	Entrevistas Observación	Docente Son apropiados, aunque no tienen mucho apoyo del Gobierno
		Beneficios		

Figura N° 1. Operacionalización de las variables

Fuente: Autores

Elaborado por: Sebastián Sarango & Nila Montoya

Capítulo II Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

La Universidad Miguel Hernández de Elche citó a (Navarro, 2015) en la tesis titulada “Efecto de los tratamientos de gel de aloe, aplicados en pre- o post-recolección sobre la calidad de frutos de hueso y uva de mesa” donde indicó que el desarrollo de soluciones que engloban a la tesis partieron del desarrollo de investigaciones cuya estructura se halla encaminada a la realización de investigaciones dirigida a la evaluación del efecto que el tratamiento con gel de aloe posee sobre el cuidado de los frutos. Por ende, la investigación desarrollada partió de una profundización dirigida al interés comercial que conformó a la ciruela, cereza, melocotón, nectarina y uva de mesa, cuya profundización de que el gel de Aloe vera es capaz de inhibir el crecimiento ante la reducción de procesos derivados de la maduración del fruto de hueso, lo cual también partió de la aplicación de gel de aloe como tratamiento pre-cosecha a través de la reducción del proceso de maduración característico de la calidad.

La investigación, partió del desarrollo de tratamientos dirigidos a la precosecha, con gel de Aloe vera comercial y a partir de la elaboración propia a través de los atributos de calidad, contaminación microbiana y aparición de podredumbres de la uva de mesa, tanto en la recolección como durante su conservación.

(Guerrón & Gañán, 2016) en la tesis titulada “Estudio de variabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de sábila en Dosquebradas Risaralda” indicó que durante el desarrollo de la investigación se partió por la profundización de la producción y comercialización de la sábila a partir de la aplicación de un estudio de factibilidad ante la creación de una empresa productora y comercializadora de sábila que desarrolló la investigación dentro del departamento de Risaralda, lo cual evidenció la importancia de establecer un estudio de carácter exploratorio cuya práctica facilitó la comprensión de la

demanda del producto de parte de las empresas orientadas a la comercialización de sábila, evidenciando un conjunto de conclusiones positivas sobre la investigación desarrollada.

La Universidad de Guayaquil cita a (Ferruzola & Yáguar, 2017) en la tesis titulada “Análisis de la factibilidad para la creación de una empresa exportadora de concentrado de aloe vera al mercado de Estados Unidos” donde el aloe, su uso y comercialización comprendió una importancia como una planta a partir de la cual concibió beneficios como antialérgico, antiinflamatorio, cicatrizante entre otras. Ecuador produce una planta debido al crecimiento que posee con facilidad en el suelo fértil, que implica en la actualidad el desarrollo de proyectos derivados de los enfoques característicos de la producción y exportación de productos sostenidos en base al aloe vera. Por ello, el proyecto se halla íntimamente relacionado a la creación de una empresa dedicada a la exportación de aloe vera hacia el mercado de Estados Unidos, por ello se efectuó un análisis dirigido al uso del concentrado de aloe vera como materia prima en la elaboración de productos cosméticos, alimenticios y medicinales, a través de lo cual se identificaron estrategias precisas dentro de la exportación del concentrado a partir de indagar preferencias de consumo que operen dentro del mercado americano.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Tácticas de confianza y negociación

La negociación integra un proceso de carácter dinámico a través del que se produce una resolución de diferencias y defensa de intereses mediante la solución de acuerdos.

(Economipedia, 2015) en el artículo “Negociación” indica lo siguiente:

La negociación es un proceso caracterizado por el intercambio de información y compromisos en el que dos o más partes poseen intereses de tipo común y divergente que engloban un acuerdo, por ende conforma un proceso en el que los

agentes interesados dentro de un acuerdo poseen una particularidad, dentro del intercambio, información, promesas y compromisos formales. (p.1)

Se comprende como negociación al diálogo que integra el interés que una o varias partes dentro del interés que hay en torno a las condiciones que lo conforman, por ello se definen desde su desarrollo como proceso al intercambio que engloba la actividad, por ello su desarrollo es de gran importancia dentro de la actividad.

2.2.2. Historia de la negociación

La negociación y el conocimiento de los antecedentes engloban un conjunto de conocimientos de elemental importancia en la comprensión del ámbito que engloba las tácticas de negociación en el ámbito empresarial.

(MBA Online, 2016) en el artículo “El origen de la negociación” indica lo siguiente:

La negociación posee antecedentes que se remontan a la antigua Grecia, a quienes se les adjudicaba un conjunto de características que caracterizó a los primeros negociadores formales. Por ende, a partir del siglo VI a. C, los oradores de mayor elocuencia de la comunidad desarrollaban las negociaciones en dirección a desarrollo de causas ciudadanas, para las que establecieron asambleas populares de las confederaciones o representantes de las ciudades extranjeras. Por ende, las comunidades integraron la negociación como una actividad dirigida para celebrar conferencias de tipo diplomático ante la resolución de problemas políticos y procedimientos comerciales.

En el Imperio Romano las tradiciones heredadas de los griegos fueron superadas por la aspiración imperialista, que dentro del contexto que forma parte de las relaciones de comercio entre Roma y sus colonias se concibe una subordinación que integra el origen del comercio que inició en el Antiguo Imperio Romano, desarrollando diferentes formas de negociación.

Desde la caída del Imperio Romano, ese efectuó la necesidad de entablar amistad entre pueblos vecinos, lo cual partió del rol que el emperador Constantino creó con el desarrollo

de los Métodos de Negociación, por ende, dentro de lo evidenciado en la Edad Media, los negociadores eran enviados a la Iglesia Católica. A partir de ello, se desarrollaron enfoques de negociación multilateral que a partir de la Primera Guerra Mundial conformó el desarrollo de negociaciones dirigidas a las relaciones familiares entre la monarquía. Después de la Segunda Guerra Mundial, se creó un giro hacia la negociación que englobó un conjunto de acuerdos comerciales. Desde una perspectiva internacional se efectuaron dimensiones dirigidas a flujos comerciales de carácter internacional que englobaron una capacitación dirigida a la negociación, que implicó una expansión global, que se mantiene hasta la actualidad.

Los antecedentes que engloban a la negociación están ampliamente caracterizados por un conjunto de elementos que definen de manera continua el desarrollo efectuado por la actividad, lo cual caracteriza que su desarrollo forme parte de herramientas de carácter renovador que integra un proceso característico de la actividad, lo cual recopila un desarrollo a nivel de la negociación, lo cual implica un proceso que va de la Grecia Antigua al Imperio Romano, y de este a la Edad Media, donde el influjo de la iglesia determinó el posicionamiento que las técnicas aplicadas en la negociación tuvieron ante el advenimiento de la Primera y Segunda Guerra Mundial, donde el desarrollo de acuerdos comerciales representó una herramienta de amplia importancia y determinó gran parte del enfoque que hoy caracteriza a la negociación.

2.2.3. Importancia de la negociación

La negociación es una herramienta fundamental en el mundo actual, porque a partir de su aplicación se comprende un desarrollo de gran importancia dentro del proceso que conforma a la actividad empresarial.

(Cegos, 2015) en el artículo “La importancia de la negociación comercial” indica:

Desde la perspectiva que conforma el entorno socio económico actual, las empresas que conforman una competencia a nivel organizacional requieren del interés y atención del público que engloba una complejidad dentro del ámbito que compone a la negociación. Por ello su desarrollo parte de alcanzar objetivos desde la aplicación de diferentes estrategias, lo cual engloba una habilidad ante el desarrollo de beneficios desde la perspectiva económica y estratégica. Por ende, la negociación integra el rol empresarial requiere un desarrollo a nivel operacional. (p.1)

Desde el ámbito social y económico que caracteriza a la actualidad, se concibe una importancia que forma parte de las competencia que a nivel organizacional representan un interés de amplio desarrollo, que es elemental dentro del enfoque estratégico que define a las tácticas empleadas en negociación, indispensables en la obtención de habilidades que proporcionen ventajas a nivel económico y estratégico. De esta manera, el desarrollo que conforma el rol empresarial se halla íntimamente relacionado con el rol estratégico.

2.2.4. Características de las tácticas de confianza y negociación

Las tácticas empleadas a nivel de negociación poseen un conjunto de características orientadas a la profundización de los procesos que lo conforman, lo cual es importante para determinar la manera en que se efectúa.

(Descuadrando, 2015) en el artículo “Negociación” indica lo siguiente

Entre las características que forman parte de la negociación se evidencia lo siguiente:

Se evidencia un conflicto entre dos o más partes sobre un tema determinado, que implica un acuerdo o desacuerdo.

- Las partes negocian de manera voluntaria porque prefieren realizarlo a través de las obligaciones que forman parte de la negociación.
- Las partes requieren de un pacto que pueda forzar acuerdos violentos de forma agresiva o a través de acudir a una autoridad superior.

- Toda negociación forma parte de un proceso requerido para ante el desarrollo de un acuerdo.
- No hay reglas, normas o procedimientos orientados a la resolución de acuerdos.
- Se evidencia una serie de factores que pueden intervenir en el proceso de negociación, lo que implica la necesidad de defender valores y principios, capacidad de comunicar con claridad un punto de vista, mostrarse firme y convincente, establecer metas e intereses de las partes, parecer justo y honrado para proteger la reputación.

Dentro de lo que respecta las cualidades que engloban a la negociación se hallan los diferentes elementos que conforman las características, lo cual evidencia una importancia que se sostiene en diversos factores que engloba normas, procedimientos y acuerdos, que determinan la naturaleza de la negociación, lo que evidencia la necesidad de establecer soluciones que proporcionen a su desarrollo.

2.2.5. Ventajas y desventajas de las tácticas de confianza y negociación

La negociación desde el proceso que la conforma está caracterizada por ventajas y desventajas mediante las cuales se comprende el desarrollo del proceso.

(Negociación, 2016) en el artículo “Ventajas y Desventajas” indica lo siguiente:

Ventajas

Entre las ventajas que poseen la aplicación de técnicas derivadas de la negociación se halla lo siguiente:

- Satisfacción de los intereses inherentes de las partes en conflicto.
- Relación equitativa en la distribución de los resultados.
- Identificación de opciones favorables para la negociación
- Solución del conflicto en corto tiempo de manera clara, viable y duradera.
- Producción de soluciones integrativas
- Proyección de un clima de apertura y confianza.

Desventajas

- Riesgo de indisposición de una de las partes al proceso de negociación.
- Riesgo de incumplimiento de lo acordado por una de las partes.
- Temor a la confrontación.
- La vergüenza y el temor a los propios intereses,
- Falta de confianza.
- Necesidad de ganar indefinidamente.
- Tendencia a la manipulación.
- Dificultad para aceptación de la diferencia y diversidad. (p.1)

Dentro de lo que respecta a las ventajas y desventajas presentes se determina la importancia que se posee en torno al conocimiento del proceso a través del potencial que pueda ser empleado dentro de su preparación, que implica un desarrollo de amplio acercamiento en torno a la práctica que involucra a las tácticas empleadas en la consecución de objetivos derivados de la negociación.

2.2.6. Etapas de las tácticas de confianza y negociación

El conocimiento de la negociación en relación a las etapas que la conforman son un elemento de gran importancia dentro del rol que caracteriza al proceso.

(Escamilla, 2016) en el artículo “Etapas de la negociación” indica lo siguiente:

Preparación: La negociación requiere de una preparación sostenida en aspectos de carácter técnico, sostenidos en el desarrollo de estrategias de negociación que formen parte de objetivos propios y de la indagación de información.

La discusión: Engloba la parte central de la negociación, que requiere un diálogo por turno cuyo desarrollo se realiza de forma oral, ya que emplea un tipo de argumentación de tipo verbal y no verbal.

El cierre: Engloba la parte final de la etapa de discusión que se relaciona al límite de la negociación y el cierre que proporcione un acercamiento a las etapas características de la negociación.

Los acuerdos: Es una etapa que nace del resumen de los logros de la negociación, lo que involucra asuntos tratados y preacuerdos ante la reafirmación de la negociación. Parte de la consideración de acuerdos y mecanismos de seguimiento.

Resultados: Entre los resultados que pueden producirse se encuentra el rompimiento, la postergación, el compromiso y el seguimiento.

Las etapas que forman parte de la negociación poseen un desarrollo que se caracteriza por la utilidad que representan a nivel de las técnicas empleadas dentro de la negociación, que es de gran importancia dentro del desarrollo que conllevan, por ende su uso es indispensable dentro del rol que involucra el proceso que engloba las tácticas de negociación.

2.2.7. Exportación de la sábila

La sábila de importancia elemental debido a sus propiedades cosméticas y medicinales que representan una cantidad de beneficios característicos de su consumo.

(Heidemeyer, 2017) en el artículo “¿Qué es la sábila?” indica lo siguiente: “La sábila es un género de plantas cuyo representante más conocido es el aloe vera y se concibe como un género de alto valor medicinal cuyo efecto y beneficio es de carácter curativo”. (p.1). La sábila es un tipo de planta de alto potencial medicinal, cuyo uso es de elemental importancia por el beneficio curativo que ofrece, es más relevante que posee en relación a su aplicación.

2.2.8. Historia

Los antecedentes que engloban el origen, desarrollo y actualidad de la sábila se remite a la importancia que el conocimiento de su historia, por ende, su estudio proporciona una comprensión necesaria.

(Asocialoe, 2016) en el artículo “El aloe vera desde los egipcios hasta nuestros días. Origen.” indica lo siguiente:

La planta de Aloe vera ha sido empleada y utilizada durante siglos por sus propiedades curativas como remedio de tipo medicinal y como recurso de uso cosmético. Su nombre deriva de la palabra árabe “alloe” que significa “sustancia amarga brillante”. Hace 2000 años, los científicos griegos posicionaron al aloe vera como una sustancia universal que parte de los egipcios y la civilización que forma parte del aloe, que era empleado de manera diversa en el antiguo Egipto.

Desde la Antigüedad se cita en distintas obras en el mundo, como se evidencia en el libro griego El Papiro Ebers Ya en el siglo I d.C. Dioscórides, en su herbario griego, ofrece una descripción de la planta debido a sus propiedades medicinales y cosméticas. Dentro de lo que respecta al año 330 a. C, Alejandro Magno fue herido en el asedio de Gaza y un discípulo de Aristóteles lo curó con un aceite a base de aloe, extraído de la isla de Socotra, luego en el viaje hacia el nuevo mundo, Cristóbal Colón menciona la importancia medicinal del aloe en sus expediciones.

Luego de la llegada a Europa, a través de los árabes que lo llevaron hasta España, los Jesuitas lo difundieron hasta proporcionar un acercamiento dentro del continente americano. A partir de 1930 se inició el estudio de las propiedades evidenciadas por los antepasados, el Dr. Collins y su hijo evidenciaron una eficacia para curar las quemaduras que los Rayos X que producía a pacientes y médicos. Por ende, las investigaciones continuaron con las quemaduras causadas en las poblaciones de Hiroshima y Nagasaki ante las explosiones atómicas.

En 1970, el farmacéutico Bill Cotas, logró separar la aloína de la corteza y estabilizar el gel tomado de la hoja agregándole vitamina C, vitamina E y sorbitol, lo que masificó el uso del aloe y produjo una industria en torno a la planta. Entre los estudios efectuados, de

manera inicial en Estados Unidos y la Unión Soviética se concibió un desarrollo de las propiedades curativas del aloe en dolencias como las úlceras, eczemas, quemaduras y diferentes enfermedades cutáneas. En la década de los 80 emergen explotaciones comerciales de aloe vera en países como Argentina, Paraguay, Brasil y México.

En España inicia su cultivo en la década de los 90, donde aparecen pequeñas plantaciones por el sur de la península, principalmente por la zona de Málaga y Cádiz, donde se incorporan agricultores de las Islas Canarias que se conciben como los mayores productores de aloe en España y Europa.

Desde una perspectiva histórica, se comprende que el origen y desarrollo de la sábila posee un antecedente que remonta a la antigüedad, que implica una cercanía con la civilización humana, que indica que su desarrollo ha estado presente desde un principio a través del desarrollo de elementos característicos de la actividad, que implica un uso y reconocimiento de importancia dentro de la actividad, motivo por el que se requiere de una profundización de la relación histórica que tiene con el ser humano para posicionar la importancia que posee desde la actualidad.

2.2.9. Clasificación de la sábila

La sábila es una planta que posee una variedad de ejemplares cuya función medicinal y cosmética varía según su constitución biológica, como también las características que corresponden a su desarrollo.

(Club Planeta, 2015) en el artículo “Tipos de sábila” indica lo siguiente:

Aloe vera: Es la variación que posee propiedades medicinales y de belleza, poseen manchas blancas que desaparecen a medida que la planta madura, florecen en la primavera y verano con flores amarillas.

Aloe arborescens: Es conocida como una prima del aloe Vera y es empleada en la jardinería por crecer muy rápido como la especie que proviene de Sudáfrica. Crece en forma

de arbusto, llegando a los 4 metros de altura con respecto a propiedades y es benéfica ante las quemaduras y estimula la cicatrización.

Aloe saponaria: Se le conoce como Pita real y posee hojas en roseta, que son anchas y carnosas, de 15 a 20 cm de largo, de color verde azulado o pardo rojizo, con manchas blanco crema y bordes con espinas marrones.

Aloe aristata: Es un rosetón pequeño de 15 a 30 cm de diámetro, sin tallo, con hojas dentadas y suculentas. Engloba un tallo floral que sale del centro de la planta y posee flores ricas en néctar que pueden atraer pájaros, abejas y avispas, procede del centro de África.

Aloe brevifolia: Conocido como Diente de cocodrilo, posee hojas de color verde grisáceo, triangular y punzante con dientes en los márgenes. En primavera los tallos florales llegan a 50 cm de longitud, con flores de color rojo brillante y en forma de campana estrecha.

Aloe ciliaris: Conocida como aloe trepador, posee hojas lanceoladas, estrechas y verdes, con el borde dentado con flores de 20-25 cm de altura y cargadas de florecillas tubulares colgantes, de color escarlata, marcadas de amarillo en su extremo. Florece en invierno-primavera y es muy resistente a la sequía.

Aloe ferox: Posee un tallo simple que puede superar los 2 m de altura, hojas de color verde glauco, grandes, lanceoladas y carnosas. Posee flores pequeñas, tubulares, agrupadas con un tallo largo de color rojo, anaranjado y marrón que florece en invierno.

Aloe striata: Es una planta en forma de rosetas encajadas de unos 45 cm de diámetro, sin espinas que posee racimos de flores acampanadas naranja oscuro sobre tallos largos.

Aloe variegata: Es un tipo de aloe en miniatura mide entre 10 y 20 cm de ancho. Tiene marcas blancas en las hojas. Inflorescencia ramificada de unos 30 cm de alto con racimos cilíndricos de 10-20 cm de largo que agrupan a 20 o 30 flores de un bonito color asalmonado que miden 3.5-4.5 cm de longitud.

Aloe juvenna: Se parece a un aloe común y crece de forma vertical y agrupada. Sus hojas forman rosetas en espiral de color verde con motitas blancas y pequeñas espinas, forma parte de climas cálidos.

La sábila y su clasificación engloba un conjunto de variaciones cuyo conocimiento es importante dentro de la profundización que implica su uso, por ende, la categorización determina la utilidad que lo caracteriza, lo cual es de suma importancia en el conocimiento de la planta, de las propiedades que posee y de su uso.

2.2.10. Proceso de producción de sábila

(Asocialoe, 2016) en el artículo “Proceso desde la recolección a la transformación de la hoja de aloe vera” indica lo siguiente:

A partir del desarrollo que conlleva la producción de aloe vera, se concibe un proceso de transformación de la hoja en relación a los procesos separados y distanciados de la realidad, lo cual implica una recolección, transporte y transformación.

El proceso de recolección, transporte y transformación difiere de un transformador a otro aunque todos coinciden en que lo ideal es que pase el menor tiempo posible entre el corte de la hoja y su transformación para asegurar que un producto de calidad. La recolección de la hoja de aloe es efectuada en otoño o en primavera, lo cual dependerá del clima, puesto que su desarrollo en otoño como en la primavera implica una buena época y en el frío, que indica que la planta debe presentar un corte más importante.

La transformación que forma parte de la cosecha de aloe vera implica el mejoramiento de la calidad, que consiste en después del verano y de las hojas represente una plantación a partir del clima templado y de lo desarrollado a través de la primavera y el verano. Luego de recolectada se procede a transportarla y a transformarla, lo que implica que desde el frío se desarrolle una recolección evidenciada en medio de la temperatura.

Las hojas son cortadas por la tarde y procesadas a la mañana siguiente, lo cual implica una extracción del gel interior que tiene la hoja, indispensable para evitar la oxidación, para lo cual debe conservar la cadena de frío hasta su posterior manipulación. El productor realiza pautas de recolección del transformador hacia el que se dirige la hoja, porque engloba procedimientos que pueden diferir con una variedad de detalles.

El proceso de producción de sábila está ampliamente relacionado con la instauración de procesos derivados de la recolección, transporte y transformación, que implica el desarrollo de una variación ligada a la calidad de la producción desarrollada, lo cual refleja la importancia de establecer procesos desde la recolección de la planta hasta su procesamiento industrial. Por ende, el desarrollo y aplicación del conjunto de factores que forman parte de la producción de sábila responden a la capacidad de producir el crecimiento que requiere la planta, que se sustenta en la importancia que posee su desarrollo dentro de la actividad.

2.2.11. Beneficios de la sábila

La sábila es una planta que posee múltiples beneficios cosméticos y medicinales, razón por la cual su uso es de gran importancia para el ser humano y con ello también el aprendizaje que deriva de ello.

(Saludeo, 2015) en el artículo “Propiedades y beneficios medicinales de la Sábila o Aloe Vera” indica lo siguiente:

Entre los beneficios que destacan con el uso de la sábila indican lo siguiente:

Usos medicinales

Cicatrizante: El gel del aloe vera facilita la cicatrización de heridas abiertas, a partir de la regeneración celular y tisular que posee la planta, que presenta un efecto antiinflamatorio y antimicótico que puede curar las heridas de forma correcta.

Coagulante Funciona como coagulante desde el uso de elementos como el calcio, potasio y celulosa, lo que produce heridas en la formación de una red de fibras que pueden

proporcionar soluciones a las plaquetas de sangre, para que se coagulen de forma rápida y cicatricen la lesión.

Anti gástrico: El Aloe Vera es un gel que posee una propiedad en torno a la regeneración celular y tisular que puede curar las llagas, ulceraciones bucales, , lesiones inflamatorias e irritaciones de la mucosa intestinal.

Anti Asma: El gel de la planta actúa como broncodilatador desde su uso como vaso constrictor mejorando la respiración.

Anti úlceras: A partir de sus propiedades antiinflamatorias y su actividad dentro de la mucosa gastroduodenal se efectúa una acción protectora para las lesiones.

Anti varicoso: Parte de reducir la presencia de los procesos varicosos a partir de su acción vasoconstrictora, lo cual evita su formación.

Usos cosméticos

Aloe vera para el pelo: Promueve el cuidado del cabello y cuero cabelludo, facilitando el crecimiento y regeneración del cabello.

Aloe vera para la cara, acné: La planta previene y cura el acné, que conlleva una acción desinfectante cuya aplicación limita la proliferación de bacterias que estimula la formación del acné.

Aloe vera para la piel: Posee una acción hidratante y limpiadora que engloba la regeneración natural de la piel, porque posee nutrientes naturales, minerales, las vitaminas, aminoácidos y enzimas que estimulan la producción de nuevas células.

La sábila y la clasificación que poseen desde el desarrollo del aloe vera reflejan la ventaja que posee en torno a la diversificación de su aplicación desde su uso medicinal y cosmético, que es importante para establecer un desarrollo de amplia relevancia en torno a su aplicación, por ello es importante que a partir de la categorización que engloba su uso se determinen aproximaciones dirigidas al desarrollo de soluciones que formen parte de la actividad.

2.3. Marco Conceptual

Biológico: Relacionado con la biología o el estudio de los seres vivos. Propiedad o efecto de las radiaciones al actuar sobre los seres vivos.

Confianza: La confianza es la seguridad o esperanza firme que alguien tiene de otro individuo o de algo.

Cosméticos: Los cosméticos son productos que se utilizan para la belleza o higiene del cuerpo.

Diálogo: El diálogo es una forma de comunicación verbal o escrita en la que se comunican dos o más personas en un intercambio de información, alternándose el papel de emisor y receptor.

Intereses: Interés, en economía y finanzas, es un índice utilizado para medir la rentabilidad de los ahorros e inversiones así también el costo de un crédito.

Medicinales: Se denomina plantas medicinales a aquellas plantas que pueden utilizarse, enteras o por partes específicas (hojas, flores, frutos, cortezas, tallos o raíces), para tratar enfermedades de personas o animales.

Negociación: La negociación es un proceso de intercambio de información y compromisos en el cuál dos o más partes, que tienen intereses comunes y otros divergentes, intentan llegar a un acuerdo.

Proceso: Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico.

Sábila: La sábila es una planta medicinal, también llamado Aloe vera o Aloe de curazao que puede ser utilizada en diferentes tratamientos de belleza, especialmente para mejorar la salud del cabello o de la piel.

Tácticas: Una Táctica es una estrategia que se realiza predeterminadamente destinada a cumplir un objetivo, siguiendo una serie de pasos y cumpliendo una serie de pasos que deben ser descritos y entendidos por las personas involucradas en el proyecto.

Temperatura: La temperatura es una magnitud referida a las nociones comunes de calor medible mediante un termómetro. En física, se define como una magnitud escalar relacionada con la energía interna de un sistema termodinámico, definida por el principio cero de la termodinámica.

2.4. Marco Contextual

Corporación ecuatoriana

Coloncheline

Colonche - Santa Elena - Guayas - Ecuador

COLONCHELINE es una pequeña empresa FAIRTRADE sin fines de lucro, en Suiza, Alemania y Austria funciona una pequeña empresa Fairtrade, administrada por voluntarios sin sueldo que produce a base de maquila cosméticos de alta calidad y los comercializa en diferentes puntos de venta en los tres países.



Figura N° 2 Coloncheline

Un proyecto de desarrollo integral

El cultivo y la producción de Aloe vera y tunas u opuntia se realiza en una zona hostil al desarrollo agrícola por un clima semiárido y semidesértico. La agricultura convencional - necesitada de buenos recursos hídricos - nunca pudo desarrollarse por falta de agua, de vías de comunicación y recursos para impulsar la adquisición de tecnología apropiada para producción y mercado competitivos.

A parte de la falta de infraestructura la zona sufre de una mal sistema de instrucción y formación escolar de los pobladores y la juventud queda marginada para todo un futuro.

El proyecto Aloe vera y opuntia nació como base para unas escuelas que van a autogestionarse. Con esta medida se espera superar la gran crisis de formación de los niños de la zona.

Paralelamente se busca financiar un Colegio particular para poder mantener bajos los costos de educación. Actualmente estudian 139 jóvenes en esta institución. (2005)

Lo que inicialmente fue un proyecto comunitario - y sigue siéndolo- se amplió para que las familias de agricultores puedan estabilizar su economía doméstica.

Los agricultores tienen sus propias tierras y guardan la dignidad de ser dueños e independientes. En un plazo de 15 años esperamos poder elevar el nivel de vida de tal manera que las necesidades básicas como alimentación sana y equilibrada, viviendas dignas y bonitas, educación para todos incluido el acceso a estudios universitarios o superiores, acceso a servicios de salud y una modesta jubilación para los mismos agricultores.

Convencidos de que el campo puede mejor favorecer un desarrollo humano integral, estamos muy interesados en detener la constante migración hacia los centros urbanos del país y hacia el exterior.

Se busca: Mercado solidario

Conscientes de no poder competir con los grandes productores de aloe en el mercado mundial - buscamos a socios de mercado que se dirigen a una clientela consciente de problemas sociales en el hemisferio sur.

Quisiéramos vender nuestros productos a clientes que buscan conseguir productos de primera calidad y que están dispuestos a pagar un precio solidario.

Portador del proyecto - un perfil

En septiembre de 1994 el P. Bertram Wick, sacerdote suizo, fue nombrado párroco de la Iglesia católica de Colonche. En los siguientes años el sacerdote buscó a través de un sinnúmero de ensayos de cultivos verificar los más idóneos para esta zona semidesértica de Colonche. Se hicieron intentos con hortalizas, frutas como papaya, piñas, uva, maracuyá etc.

Los más prometedores en los últimos años fueron la sábila y recientemente las tunas u opuntia.

La vida de párroco no solamente consiste en la asistencia y dirección espiritual de los feligreses - en más del 90 % católicos -, sino también en el esfuerzo continuo por conseguir condiciones de vida más humanas.

Nació hace 5 años el Colegio parroquial, se construyó un consultorio médico y una farmacia popular. Se construyeron 120 viviendas y se reconstruyó el histórico templo parroquial, testimonio del siglo XVIII de pura madera tropical, se reconstruyeron albarradas, caminos vecinales y se dieron centenares de becas para secundaria y universidad.

Todos los fondos para estas obras provinieron del exterior, especialmente de Suiza, Alemania, Estados Unidos, Italia y Austria.

Queriendo superar la situación de innumerables peticiones y solicitudes intentamos llegar a una solución más digna de nuestros problemas: a base de nuestro trabajo conseguir un notable mejoramiento de las condiciones de vida.

Una vez establecido el proyecto con cierta “seguridad de mercado” se quiere intensificar la formación administrativa de los agricultores y formar una corporación dentro de la cual los socios serán los protagonistas. Sin embargo creemos que ello tomará bastante tiempo.

Una división de la Fundación Ecuatoriana Santa María del Fiat

El P. Bertram Wick es miembro de la Fundación con sede en Manglaralto, extremo norte de la Península de Santa Elena. - Esta Fundación con sus múltiples labores y proyectos sociales es la cuna de nuestro proyecto.



Figura N° 3 Casa parrocial de Padre Bertram en bajada/colonche

Cultivo biológico

En la zona montañosa de Colonche, Península Santa Elena, Guayas, Ecuador, cultivamos sábila o "aloe vera barbadéncis miller" en tierras vírgenes sin ningún fertilizante para garantizar un crecimiento no acelerado de las plantas.



Figura N° 4 Riego de la Sábila

Para mantener la planta siempre verde se procura administrar la humedad necesaria en tiempos de sequía por riego a pulso, es decir individual y manual.

El riego manual permite además detectar irregularidades en el crecimiento y desarrollo de las plantas, como la detección de plagas.



Figura N° 5 Cosechamiento de la Sábila

El ecosistema no es afectado por esta forma de cultivo y el producto responde a todas las exigencias de una producción de complementos alimenticios de primer orden. Lo mismo vale para la elaboración de medicinas naturales y de cosméticos de alta calidad.



Figura N° 6 El Padre Bertram

Procesamiento de la sábila



Figura N° 7 Procesamiento de la sábila

Productos

Cristal o pulpa liquada en tanques de 200 kg o Bag-in-Box de 20 kg, envasado asepticamente en fundas “Goglio” sin ningún aditivo o preservante. Contenido de aloina: inferior a 1 mg/lit. La pulpa es extraída manualmente.



Figura N° 8 Pulpa líquida de aloe vera

Pulpa o filetes de aloe vera congelados en fundas (y cartón) de 10 kg.

Mermeladas: cubitos de aloe vera (en diferentes proporciones) con pulpa de fruta de mango, piña, papaya y maracuyá. Contiene azúcar morena y en el caso de maracuyá pectina.

Galletas “Colonchitas”: contienen harina integral, margarina, huevo, azúcar morena, aloe vera, chaya, achogcha y ajonjolí.

Jugo puro de aloe vera: puro jugo de aloe vera, pasteurizado con adición de 3 ml/lit de jugo de limón en botellas de 750 ml.



Figura N° 9 Jugo puro de aloe vera

Miel de flor de aloe vera: extracto de flor de aloe vera con panela 100% pura. (no se trata de miel de abejas) Frascos de 250 ml.

Tunas: Pencas tiernas de tunas (opuntia) en escabeche. (noplitos). Contenido en seco: 230 grs/envase.



Figura N° 10 Tunas de sábila

Cosméticos artesanales: Champú de aloe vera con 20% de aloe: envases de 500 ml y 250 ml. Crema para el día: ingredientes naturales como sheabutter, etc. Pote de 70 ml. Crema para la noche: ingredientes naturales Pote de 70 ml. Bodylotion: Frasco de 190 ml



Figura N° 11 Cosméticos artesanales

2.5. Marco Legal

La legislación ecuatoriana incluye dentro de su marco jurídico al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, publicado en Registro Oficial Suplemento 351 de diciembre 29 de 2010, última modificación al 19 de abril de 2016, que dispone fomentar la producción nacional, el comercio y el consumo sustentable, así como ampliar los incentivos a las nuevas inversiones en activos productivos y generar nuevas fuentes de trabajo. Así mismo, si las empresas cumplen con los siguientes requisitos, podrán acogerse a los incentivos estipulados en la norma; esto es, para los beneficios sectoriales: empresas constituidas a partir de la fecha de publicación del COPCI, diciembre 29 de 2010; pertenecer a los sectores priorizados, detallados en el código; su ubicación no debe ser alguna de las jurisdicciones urbanas de Quito o Guayaquil; y contratación de nuevos trabajadores al iniciar la inversión.

De igual manera se decretan los siguientes beneficios generales: reducción progresiva de 3 puntos porcentuales del impuesto a la renta; reducción de 10 puntos de la tarifa del impuesto a la renta por reinvertir utilidades en activos productivos; exoneración del pago del anticipo a la renta durante 5 años al realizar inversiones nuevas: viabilidad en el pago de tributos al comercio exterior, anulación del pago al impuesto de salida de divisas en los regímenes aduaneros especiales de los bienes que se exporten; y, exoneración en el pago del impuesto a la salida de divisas de los dividendos que distribuyan las sociedades domiciliadas en Ecuador a sociedades o personas naturales, extranjeras o no residentes en Ecuador y que no sean paraísos fiscales según lo estipula el Art. 18 de la (Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado, 2011). Las pequeñas y medianas empresas, pueden acogerse a la deducción del 100% adicional en los gastos: por entrenamiento y capacitación; mejora de la productividad; y, aquellos gastos que se deriven de promocionar

internacionalmente a la compañía y sus productos, estos últimos sólo alcanzarán la deducción de hasta el 50% (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI, 2016).

De esta manera el sector productivo ecuatoriano se encuentra regulado en su actividad, dentro del marco jurídico, con los diferentes documentos que reglamentan el COPCI, mismos que se detallan a continuación:

- Reformas a los reglamentos: para la aplicación del régimen tributario interno, de aplicación del régimen tributario interno, de aplicación del impuesto a la salida de divisas, y para la aplicación del impuesto a las tierras rurales.
- Reglamento de aplicación libro IV del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en materia de política comercial, sus órganos de control e instrumentos.
- Reglamento General a la ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.
- Reglamento a la estructura e institucionalidad de desarrollo productivo, de la inversión y de los mecanismos e instrumentos de fomento productivo, establecidos en el código de la producción.
- Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del Libro V del Código orgánico de la producción, comercio e inversiones.
- Reglamento general para la organización y funcionamiento del instituto de promoción de exportaciones e inversiones extranjeras pro ecuador.
- Reglamento de aplicación del Régimen excepcional de delegación de servicios públicos de transporte.

Capítulo III Marco Metodológico

3.1. Diseño de la investigación

Desde lo desarrollado en la presente investigación realizada en la provincia del Guayas y Santa Elena se parte del estudio de las empresas exportadoras de sábila, lo cual plantea desde el diseño de investigación que un enfoque de carácter cuantitativo y otro de carácter cualitativo, que conforma es el desarrollo de investigación. De esta manera, se concibe que en la relación inherente entre ciencia y conocimiento se desarrolla a partir de una variedad de conocimientos desarrollados en torno al objeto de estudio.

La investigación que se efectúa desde el factor cuantitativo se orienta al uso de técnicas de carácter estadístico que formen parte del interés de la población. (Hueso, 2012) Por ende, refleja que el desarrollo del procedimiento investigativo se halla relacionado al estudio y profundización de los procedimientos que formen parte de la comparación. ”: (p. 47)

Según el documento (Abreu, 2012):

La información cuantitativa obtenida puede ser desarrollada numéricamente, como sucede con la puntuación desde la evaluación de una persona seleccionada, lo que implica la obtención de determinado rasgo de software multimedia (hojas de cálculo), que es evidenciado a través de categorías de información. (p. 8)

La investigación cualitativa conforma una distancia dirigida al desarrollo de principios sostenidos en conceptos derivados en la formulación de hipótesis en evaluación, lo cual implica conceptos dirigidos a la instauración de procesos investigativos.

Por ende, su uso implica un estudio de carácter investigativo que conforma el direccionamiento de enfoques epistemológicos, metodológicos y teóricos, ya que caracteriza a la problemática en relación al proceso.

Desde la perspectiva planteada se concibe a la problemática como la escasez de control de un manual de procedimientos en el área de inventaros, que conforma los ingresos de la

empresa, que engloban una falta de control en el inventario, por ende, la justificación propuesta implica que el estudio conforme un análisis de los resultados.

(Bermúdez, 2016) menciona que:

Se parte del desarrollo de posibilidades características de métodos de tipo cualitativos y cuantitativos involucrados a la inmersión de un proyecto determinado, por ende, los métodos cualitativos engloban un contexto cuantitativo. (p. 98)

Desde lo propuesto se concibe la práctica metodológica y sus resultados.

3.2. Tipos de Investigación

3.2.1. Investigación exploratoria

(Fernández, 2013) indica que “El proceso de investigación exploratorio se halla ampliamente relacionado al cumplimiento de oportunidades ligadas al reconocimiento del conflicto, por ello desde lo propuesto se concibe que las posibilidades que forman parte del proceso están dirigidas a la investigación”. (p. 15). La investigación exploratoria se halla ampliamente relacionada a los esfuerzos derivados del proceso desarrollado, que permite que la práctica derivada de la formación de proyectos integre la recolección de la información.

Las empresas Exportadoras de sábilas forman parte de procesos investigativos derivados del rol exploratorio que parten del desarrollo investigativo, por ello, el desarrollo de soluciones alternativas engloban teorías ligadas a la responsabilidad social.

Desde allí surge la obtención y definición de fuentes de información dirigidas a textos, periódicos digitales, artículos científicos, periódicos digitales, enciclopedias virtuales y fuentes verídicas y confiables.

Por ello, parten de efectuar una ausencia en torno al manual de tácticas de confianzas y negociación de las empresas exportadoras de sábila a nivel nacional.

3.2.2. Investigación descriptiva

Según (Arias, 2012) indica en su labor investigativa que “engloba un hecho, fenómeno, grupal o individual que se halla determinado por la estructura y comportamiento. El resultado de la investigación conforma un trabajo derivado del rol propuesto”. (p. 93). La investigación descriptiva se define de la siguiente manera: Estudios de medición de variables independientes e Investigación Correlacional, que caracterizan una tipificación y la cuantificación de características que engloban a la investigación ya que engloba variables dirigidas a fenómenos determinados.

La investigación efectuada por (Lomelín, 2014) indica que “la Investigación Descriptiva posee como objetivo la profundización de situaciones y comportamientos que engloban determinados hechos, por ende, el uso de datos implica la realización de una encuesta, instrumento, observación directa o indirecta o entrevista a profundidad”. (p. 37). Desde lo propuesto se entiende que la investigación descriptiva se halla ligada a las actividades derivadas de la producción de sábila. Por ende, el desarrollo de los objetivos efectuados implica la elaboración de un manual de tácticas de confianza y negociación.

3.2.3. Investigación de campo

Desde lo definido por (Rojas, 2011) :

El uso de técnicas se halla conectada con los procedimientos dirigidos al sujeto-objeto donde surge la observación directa, o sujeto-sujeto de la entrevista. Desde lo propuesto la práctica del proceso derivados de la dimensión social parten del almacenamiento de datos derivados del proceso investigativo a través de estudios determinados. (p. 85)

La práctica investigativa se halla dirigida al desarrollo característica de la problemática, cuyo desarrollo engloba el problema. De esta manera, la investigación de campo involucra la información referente a la exportación de sábila, como a la práctica derivada de la recolección de información, lo cual parte de la aplicación de un manual de tácticas de confianza derivado de la exportación.

3.2.4. Investigación Explicativa

Desde (Cazau , 2016) se indica: “La investigación efectuada parte de la correlación entre definiciones dirigidas a la búsqueda de anomalías ligadas al rol situacional que caracteriza a las variables efectuadas”. (p. 28). La investigación explicativa conforma el mantenimiento y planificación de posibilidades y limitaciones, por ende su rol desde la perspectiva explicativa parte del acceso a las problemáticas sostenidas en la presente investigación.

3.3. Población y Muestra

Se comprende como población a la suma de elementos cuyas características forman parte de un universo a través del que se efectúan observaciones integradas por elementos que engloban una conclusión determinada. La población es limitada según lo propuesto por la dimensión a nivel definido e indefinido, que engloba elementos no contables relacionados a las empresas exportadoras de sábila, en la presente investigación se tomará al Gerente de la empresa exportadora Colonche. La muestra está formada por la población y el desarrollo que lo caracteriza a nivel estadístico, que implica referencias dirigidas a la población de uso limitado, que engloba una muestra cuya labor se haya íntimamente relacionado a la población.

3.4. Métodos de investigación

La práctica que engloba a la investigación parte del uso de métodos y técnicas de estudio dirigidas al desarrollo de problemáticas características del manual de tácticas de confianza y negociación de las empresas exportadoras de sábila.

Método Deductivo: Engloba una demostración interpretativa ligada a la lógica, cuyo desarrollo implica el desarrollo de premisas que caractericen una veracidad en torno a las conclusiones. La deducción engloba un razonamiento dirigido al conocimiento general.

Rivas (2010) manifiesta al respecto:

El método deductivo parte de una generalización y posteriormente del uso del razonamiento lógico, deducción y de la suposición de los principios generales orientados a la comprobación de la validez. (P. 2)

Parte de la deducción de causas y problemas contables que engloban a la investigación.

Método Inductivo: Está formado por leyes que engloban una observación de los hechos, a través del comportamiento desarrollado. Rivas (2010) indica:

La inducción sintetiza a nivel del método la observación de proposiciones que a nivel general parte del estudio y análisis de problemáticas determinadas. (p. 3)

Por ello, engloba una generalización a través de la lógica cuyo desarrollo se halla relacionado al desarrollo de conclusiones. La conclusión engloba una aplicación parcial a nivel de la lógica y la validez.

La inducción se relacionada a la generalidad de las causas características de las tácticas de confianza y negociación.

3.5. Técnicas de Instrumentos de Investigación

3.5.1. Entrevista

Es el intercambio de opiniones e ideas a través de la conversación entre uno, dos o más individuos en que el entrevistador desarrolla preguntas.

La entrevista engloba a la empresa exportadora de sábila relacionada a la creación de preguntas que forman parte de necesidades ligadas al manual de tácticas de confianza y negociación de las empresas exportadoras de sábila partiendo de un análisis situacional.

Es un instrumento empleado en la gerencia en relación a los problemas evidenciados. En la presente investigación se realizarán entrevistas a personas, el gerente, académicos profesiones les que coscan del área.

Tema: Tácticas de Confianza y Negociación para las Empresas Exportadoras de Sábila

Nombre del entrevistado: Ing. Mónica González MSc.

Cargo: Docente de la Universidad de Guayaquil

1. ¿Cómo considera la fortaleza de las empresas exportadoras de sábila en relación a sus procesos negociadores?

Deben de tener una excelente infraestructura con buenas oportunidades de mercado

2. ¿Cómo considera los incentivos del gobierno a emprendimientos de negocios de exportación de productos agrícolas?

Las microempresas tienen mucho apoyo del gobierno, entidades como MIPRO

3. ¿Cómo considera las oportunidades de crecimiento para empresas ecuatorianas que realizan actividades de exportación de sábila?

Excelente, PRO-ECUADOR da muchas oportunidades de crecimiento

4. ¿Cómo considera las facilidades de logística brindadas por el gobierno en ruedas de negocios internacionales?

Tiene una buena logística en marketing PRO-ECUADOR

5. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación nacional?

Por medio del PIS, tesis

6. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación internacional?

Simulación de negociación y excelente cátedra

7. ¿Cómo considera la formación académica que reciben los egresados de comercio exterior en relación a procesos de negociación internacional?

Por los continuos cambios en la malla curricular se revisa constante estas entidades de la excelencia académica

8. ¿Qué conocimientos tiene el ejecutivo acerca de tácticas de negociación internacional en relación a su formación académica?

Los empresarios se preparan a varias necesidades oportunamente

9. ¿Cómo considera las necesidades de capacitación del ejecutivo que labora en empresas exportadoras de sábila referente a entrevistas y sesiones de negocios?

Atención y satisfacción del cliente, bodega de calidad y excelente logística

10. ¿Qué importancia le da a la utilización de tácticas en un proceso de negociación?

Es de mucha importancia saber sobre las tácticas de negociación para un comercio sostenible.

Tema: Tácticas de Confianza y Negociación para las Empresas Exportadoras de Sábila

Nombre del entrevistado: Ing. Guido Poveda

Cargo: Docente de la Universidad de Guayaquil

1. ¿Cómo considera la fortaleza de las empresas exportadoras de sábila en relación a sus procesos negociadores?

No conozco el sector exportador de sábila pero sé que por ubicación geográfica y clima nuestros productos son competitivos

2. ¿Cómo considera los incentivos del gobierno a emprendimientos de negocios de exportación de productos agrícolas?

Son apropiados aunque mal dirigidos y/o administrados

3. ¿Cómo considera las oportunidades de crecimiento para empresas ecuatorianas que realizan actividades de exportación de sábila?

Siendo con certificación orgánica son muy buena opción

4. ¿Cómo considera las facilidades de logística brindadas por el gobierno en ruedas de negocios internacionales?

Considero innecesarios pues el gobierno debe brindar seguridad jurídica y la actividad empresarial debe actuar por cuenta propia

5. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación nacional?

Muy básica o casi nula, pues muchos no han participado en procesos productivos o comerciales

6. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación internacional?

Igual a respuesta 5

7. ¿Cómo considera la formación académica que reciben los egresados de comercio exterior en relación a procesos de negociación internacional?

Muy elemental, falta un verdadero emporamiento en este tema.

8. ¿Qué conocimientos tiene el ejecutivo acerca de tácticas de negociación internacional en relación a su formación académica?

Poquísimo por cuanto no se está fomentando vínculo Gobierno–Universidad–Empresa

9. ¿Cómo considera las necesidades de capacitación del ejecutivo que labora en empresas exportadoras de sábila referente a entrevistas y sesiones de negocios?

No conozco del tema, pero asumo debe tener experiencia con productos agrícolas de otra naturaleza y en exportación

10. ¿Qué importancia le da a la utilización de tácticas en un proceso de negociación?

La táctica al igual que la estrategia debe ser ya central de la organización

Tema: Tácticas de Confianza y Negociación para las Empresas Exportadoras de Sábila

Nombre del entrevistado: Úrsula Kälin

Cargo: Directora Ejecutiva de la Corporación Colonche Line

1. ¿Cómo considera la fortaleza de las empresas exportadoras de sábila en relación a sus procesos negociadores?

Radica en que el producto natural es utilizado para la elaboración de una variedad de productos masivos internos, que pueden ser también externos como el consumo externo “exportaciones”

2. ¿Cómo considera los incentivos del gobierno a emprendimientos de negocios de exportación de productos agrícolas?

Considero que son medidas adecuadas debido a que permiten la importación de la maquinaria, implementos, etc., que sirven para la producción de los bienes de exportación

3. ¿Cómo considera las oportunidades de crecimiento para empresas ecuatorianas que realizan actividades de exportación de sábila?

Formidable debido a que el crecimiento de la producción permite el crecimiento de la empresa, la cual repercute directamente en la balanza comercial y por ende en la balanza de pago.

4. ¿Cómo considera las facilidades de logística brindadas por el gobierno en ruedas de negocios internacionales?

Como oportunas debido a que el comercio exterior sin una logística adecuada no progresa.

5. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación nacional?

Debemos recordar que el desarrollo de los pueblos se da cuando la academia ayuda a solucionar los problemas reales de la sociedad (sector empresarial, industrial, etc) y el estado regula dicha relación empresa – academia

6. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación internacional?

El Comercio Exterior es dinamismo comerciante la cual obliga a que las empresas nacionales y con mayor razón las internacionales se encuentran actualizadas ante la situación la academia brinda oportunidades de actualización lo cual se traduce en desarrollo social, económico, etc.

7. ¿Cómo considera la formación académica que reciben los egresados de comercio exterior en relación a procesos de negociación internacional?

Considero que es pilar fundamental debido a que no hay comercio exterior si no hay negociación internacional, es por esto que las universidades se encuentran ofertando la asignatura de negociaciones internacionales dando un plus a las carreras que promocionan.

8. ¿Qué conocimientos tiene el ejecutivo acerca de tácticas de negociación internacional en relación a su formación académica?

Depende de la titulación que tenga el ejecutivo por ejemplo en las carreras administrativas tienen un valor agregado a diferencia de profesionales matemáticos, filósofos o ejecutivos que no tengan un título universitario.

9. ¿Cómo considera las necesidades de capacitación del ejecutivo que labora en empresas exportadores de sábila referente a entrevistas y sesiones de negocios?

Yo le recomendaría estudiar Comercio Exterior lo cual no solo enriquecería su curriculum sin que le daría otra perspectiva a lo que son negocios internacionales.

10. ¿Qué importancia le da a la utilización de tácticas en un proceso de negociación?

La importancia que tiene radica en lo estratégico, recordemos que toda estrategia requiere una táctica y una operación donde la estrategia es lo que vamos a hacer, y la operación es la ejecutividad de la estrategia basada en la táctica

Tema: Tácticas de Confianza y Negociación para las Empresas Exportadoras de Sábila

Nombre del entrevistado: Ing. Mario Mata MSc.

Cargo: Gerente General de Conservera Guayas

1. ¿Cómo considera la fortaleza de las empresas exportadoras de sábila en relación a sus procesos negociadores?

La calidad del producto y la credibilidad de la negociación es fundamental

2. ¿Cómo considera los incentivos del gobierno a emprendimientos de negocios de exportación de productos agrícolas?

Normal no es mucho el boom

3. ¿Cómo considera las oportunidades de crecimiento para empresas ecuatorianas que realizan actividades de exportación de sábila?

Hay grandes oportunidades con los exportadores aprovechando el gobierno y sus negociaciones

4. ¿Cómo considera las facilidades de logística brindadas por el gobierno en ruedas de negocios internacionales?

Considera que es buena la logística con Navieras y Aduana esa es la negociación

5. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación nacional?

Buena que es óptima

6. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación internacional?

Con el Ministro Pablo Campana están progresando con los métodos Harvard

7. ¿Cómo considera la formación académica que reciben los egresados de comercio exterior en relación a procesos de negociación internacional?

Excelente con prácticos ejemplares, negociaciones puntuales

8. ¿Qué conocimientos tiene el ejecutivo acerca de tácticas de negociación internacional en relación a su formación académica?

Muy buenos

9. ¿Cómo considera las necesidades de capacitación del ejecutivo que labora en empresas exportadoras de sábila referente a entrevistas y sesiones de negocios?

Debe tener constante capacitación no solo en el tema de sábila sino a nivel general

10. ¿Qué importancia le da a la utilización de tácticas en un proceso de negociación?

Las herramientas de la negociación deben ser fundamentales ya que si no conocemos las herramientas del negocio que se va a negociar no se puede realizar un dialogo.

3.6. Análisis e Interpretación de los resultados

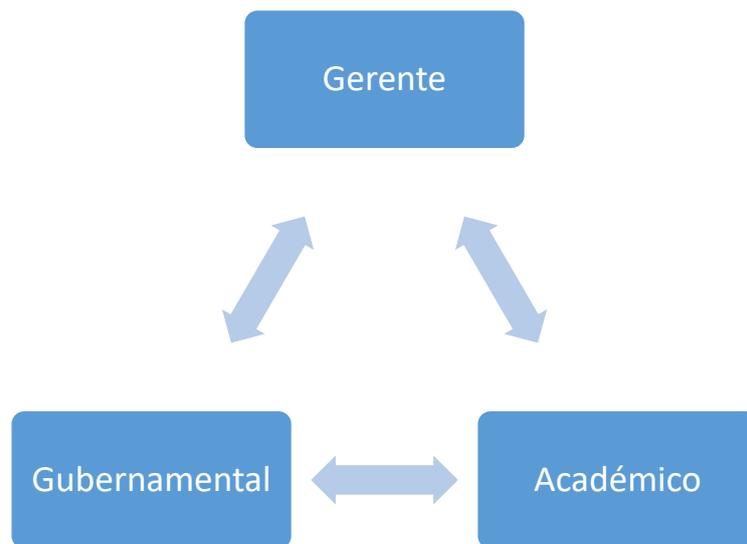


Figura N° 12. Análisis e interpretación de los resultados

Fuente: Autores

Elaborado por: Sebastian Sarango & Nila Montoya

1. ¿Cómo considera la fortaleza de las empresas exportadoras de sábila en relación a sus procesos negociadores?

Se enfoca que el producto tiene que estar apto en todas sus condiciones tanto: calidad, credibilidad, infraestructura, ubicación geográfica, el clima que lo hace competitivo y

contar con buenas oportunidades de mercado. Son las fortalezas que la empresa exportadora de sábila tiene que contar en relación a sus procesos negociadores.

2. ¿Cómo considera los incentivos del gobierno a emprendimientos de negocios de exportación de productos agrícolas?

Los incentivos del Gobierno son relativamente bueno para quienes los explotan en su totalidad y esto ocasiona abrir brechas donde se puedan tener mejores oportunidades de negocios para la exportación de productos agrícolas. Ejemplo el MIPRO

3. ¿Cómo considera las oportunidades de crecimiento para empresas ecuatorianas que realizan actividades de exportación de sábila?

Tenemos una acogida positiva de opiniones acerca de las oportunidades que existen para el crecimiento de las empresas Ecuatorianas donde participa PRO-ECUADOR, donde repercute directamente a la balanza comercial y por ende a la balanza de pagos.

4. ¿Cómo considera las facilidades de logística brindadas por el gobierno en ruedas de negocios internacionales?

Tenemos opiniones positivas hacer de la logística que son oportunas por motivo que son necesarias para un buen trámite de Aduanas y Navieras pero no obstante que deberían brindar seguridad jurídica.

5. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación nacional?

Que si hay apoyo por parte de los académicos hacia las investigaciones una de ellas es la tesis y PIS, pero no obstante aun cuenta con muchas falencias por falta de incentivos por motivos que no cuenta con la participación de procesos productivos y comerciales.

6. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación internacional?

Existen estimulación por parte del Gobierno con el Ministro Pablo Campana con los métodos de Harvard también simuladores de negociación, pero aun cuenta con falencias a nivel académico para una buena negociación internacional.

7. ¿Cómo considera la formación académica que reciben los egresados de comercio exterior en relación a procesos de negociación internacional?

A medida que pasan los años se ha tratado de brindar la mejor enseñanza posible para los estudiantes en el área de comercio exterior con prácticos ejemplares en el área, mejoras en la malla curricular pero no obstante aún existe de deficiencia para complementar una buena relación en los procesos de negociación internacional.

8. ¿Qué conocimientos tiene el ejecutivo acerca de tácticas de negociación internacional en relación a su formación académica?

Hay ejecutivos del área muy buenos, pero esto no quiere decir que netamente se hayan preparado dentro del País natal, o que sus estudios sean empíricos. Aún existe la carencia de conocimiento para unas buenas tácticas de negociación internacional porque en la actualidad no se aplica en vínculo Gobierno – Universidad – Empresa.

9. ¿Cómo considera las necesidades de capacitación del ejecutivo que labora en empresas exportadores de sábila referente a entrevistas y sesiones de negocios?

Tendría que estar muy empapado del tema tanto en lo general como específico, contar con un buen manejo y satisfacción del cliente, buen control del bodegaje de calidad y excelente logística.

10. ¿Qué importancia le da a la utilización de tácticas en un proceso de negociación?

Siempre van hacer fundamente el buen manejo de las tácticas para una buena negociación.

Capítulo IV Propuesta

4.1. Título

Manual de tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila

4.2. Introducción

Tanto a nivel nacional como internacional, la habilidad negociadora se ha convertido en una de las principales aptitudes que las empresas buscan ávidamente en el mercado de recursos humanos. La fortaleza de un departamento comercial radica en contar entre su personal a ejecutivo con alta capacidad negociadora que se encuentre en capacidad de lograr, además de beneficios económicos para la empresa, crear lazos comerciales fuertes que aseguren el mercado por tiempo indefinido.

Las relaciones comerciales perdurables se basan en la confianza, pues la misma constituye el nexo que une una empresa con otra, pues ambas consideran que se encuentran beneficiadas sin el temor de engañada o perjudicada en sus intereses.

La presente propuesta tiene como objetivo presentar tácticas que puede utilizar el ejecutivo comercial de empresas exportadoras de sábila al momento de negociar con otras empresas y de esta manera asegurar beneficios comerciales a largo plazo, sea encontrando nuevos nichos de mercado en el exterior o fortaleciendo los mismos.

El Manual de tácticas de confianza y negociación se constituye en una guía práctica y objetiva al momento de sentarse a discutir condiciones de negocios con otras empresas relacionadas a la industria de la sábila en el mercado internacional.

4.3. Objetivos

4.3.1. General

- Establecer un instrumento normativo que sirva como guía práctica para mejorar el rendimiento de empresas exportadoras de sábila mediante la aplicación de tácticas de confianza y negociación.

4.3.2. Específicos

- Proporcionar información básica para la planeación e implementación de tácticas de confianza y negociación.
- Servir como medio de guía y orientación a los ejecutivos de la empresa, para facilitar su desempeño en las funciones de encontrar mercados de exportación.

4.4. Justificación

La elección adecuada de estrategias y tácticas en el proceso de negociación con otra empresa se trate de proveedor o cliente, hace la diferencia entre el éxito o el fracaso. Las empresas que se abren paso en el mercado hasta posicionarse en el tiempo, son aquellas que tienen entre sus colaboradores personal capacitado con fuertes actitudes y aptitudes de negociación.

Las empresas exportadoras de sábila requieren permanentemente de personal ejecutivo especializado que tenga como su principal fortaleza su capacidad negociadora. Para esto se requiere la utilización de tácticas de confianza y negociación que garanticen lograr ingresar a los nichos del mercado extranjero tanto de Europa como de Estados Unidos.

El presente Manual de tácticas de confianza y negociación consiste en una secuencia de acciones, posturas y actitudes, basadas en estrategias, con la finalidad de obtener éxito en un proceso de negociación, que se traduce en beneficios económicos para la empresa.

Con el Manual de tácticas de confianza y negociación, el ejecutivo de ventas estará en capacidad de mejorar sus técnicas de negociación, haciendo frente a cualquier situación con la que se encuentre en el proceso, sea ésta previsible o no.

Los beneficios expuestos justifican la implementación del Manual de tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila como un recurso útil para la planta ejecutiva encargada de establecer relaciones comerciales y negociar beneficios a favor de la empresa.

4.5. Alcance del manual de tácticas de confianza y negociación

- El manejo de las relaciones con los clientes que empiezan con la cita de negocios y terminan con un acuerdo favorable, no favorable o ningún acuerdo. La empresa exportadora debe lograr acuerdos que le permitan colocar su producto o artículo en el mercado extranjero de forma que sea favorable a los intereses de la empresa.
- Este Manual de Tácticas y negociación contiene procedimientos basados en acciones pro activas destinadas a ganarse la confianza del cliente en un proceso de negociación que sirvan como referencia o guía al ejecutivo el mismo que, después de un estudio de los aspectos específicos y singulares de la situación podrá aplicarlos con la finalidad de lograr una negociación exitosa.
- El Manual de Tácticas y negociación tiene un alcance muy amplio, pues se puede aplicar a muchas áreas de la vida cotidiana en el que necesariamente el ser humano tiene que negociar, desde un conflicto familiar hasta problemas de enorme complejidad como evitar la violencia que podría generar muertes. En forma específica de las empresas exportadoras de sábila, su alcance involucra a toda la empresa, pudiendo ser de utilidad a los ejecutivos que tienen que lidiar con proveedores, transportistas, etc. de tal manera que siempre puedan obtener negociaciones ventajosas para la empresa.

4.6. Políticas generales

Los procedimientos, las prácticas y las directrices para el manejo de las relaciones humanas conducentes a lograr objetivos comerciales mediante la práctica de una negociación, requiere de ciertas políticas empresariales que guían sus procesos, constituyéndose en principios que rigen el espíritu de la empresa en concordancia a su misión, visión y objetivos para la que fue creada.

Tener procedimientos adecuados al momento de una negociación protege los intereses de la empresa pues se reduce el riesgo de fracaso y aumenta las expectativas de éxito.

Las principales políticas que deberán cumplirse en las empresas exportadoras de sábila son:

4.6.1. Política general de la empresa

La política general de la empresa es mantener de manera óptima la calidad de su producto de exportación y, administrar de manera eficiente sus recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales de forma sustentable de tal manera que contribuyan a su desarrollo y crecimiento a mediano y largo plazo en los diferentes mercados internacionales.

4.6.2. Política de venta

1.- Para clientes nacionales que deseen obtener una línea de crédito se requiere llenar solicitud de crédito para investigación crediticia y una vez aprobada mediante una carta se le hará conocer la línea de crédito en monto y plazo que deberá ser firmada por ambas partes.

2.- Las tres primeras compras serán de contado.

3.- Se pactará el precio con cada cliente, el mismo que estará sujeto a revisiones e incrementos con previo aviso.

4.- El Tiempo de entrega dependerá del lugar de destino y de las facilidades de transporte y logística que existan para ese destino, quedando la fecha de entrega estipulada en el contrato de forma específica para cada cliente. En caso de incumplimiento por fuerza mayor la empresa notificará oportunamente al cliente y negociará nueva fecha de entrega.

5.- Por ningún motivo la fecha de entrega será menor a los 15 días.

7.- El contrato firmado a la hora de negociación contendrá un master firmado por el cliente, que avale las características del producto.

4.6.3. Políticas de pago y cobro

1. Los pagos se harán según el detalle de la factura, en conformidad a los acuerdos llegados en la negociación.

2. En casos de incumplimiento en los pagos acordados, la empresa se reserva el derecho de futuras entregas y programación de pedidos hasta su regularización o re negociación.

4.6.4. Políticas de entregas y devoluciones

1. La empresa aceptará devoluciones en caso de haber recibido el producto fuera de especificaciones acordadas.

2. Es responsabilidad del cliente revisar el producto inmediatamente al momento de recibir el producto y realizar sus reclamos de no estar conforme con lo recibido dentro de los primeros ocho días. Después de esta fecha la empresa no recibirá devoluciones ni hará compensaciones por ningún concepto.

3. En ningún caso se aceptará como devolución producto que se haya malogrado producto del mal manejo de transporte del puerto hasta las bodegas del cliente en el país de destino.

4. La empresa no aceptará cargos o devoluciones sin previo aviso y validados por el área comercial de la empresa.

5. Debido a que los productos de la empresa son de origen vegetal, se aceptará por parte del cliente una tolerancia de -5% y + 5% en entregas contra cantidades solicitadas.

6. Los desarrollos solicitados pasarán a la Dirección comercial, y luego de ser aprobados se entregarán en un lapso de 15 a 21 días hábiles.

7. Todo desarrollo solicitado tendrá costo de acuerdo a su contenido.

4.7. Factibilidad de aplicación

4.7.1. Técnica:

A continuación se detallan los principales recursos técnicos y tecnológicos que se requieren para implementar la propuesta.

- Computadora
- Proyector
- Impresora

4.7.2. Humanos:

El recurso humano que se requiere es el siguiente:

- Capacitador
- Ejecutivos de negociación y venta

Los recursos de infraestructura, técnicos y humanos necesarios los posee cualquier empresa desde su creación o se encuentran a su alcance en el mercado local por lo que es factible la aplicación de la propuesta “Manual de Tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila.”

4.8. Flujograma de tácticas de negociación

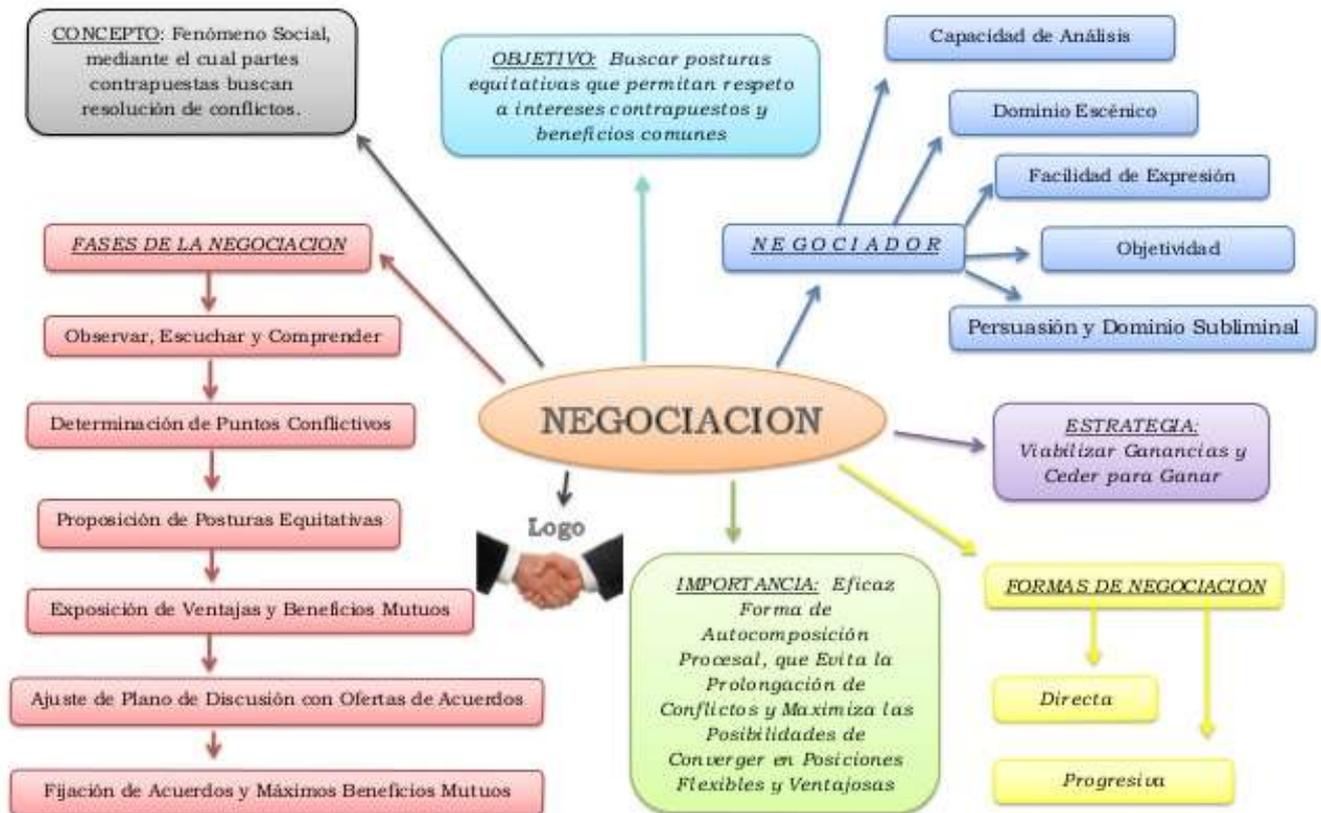


Figura N° 13. Flujograma de tácticas de negociación

Fuente: Autores

Elaborado por: Sebastian Sarango & Nila Montoya

4.9. Aspectos básicos de una negociación exitosa

En toda empresa se deben adoptar actitudes y tomar acciones que conlleven una negociación exitosa con los clientes de tal manera que se obtengan buenos resultados para ambas partes. Entre las principales son:

La planificación

- Preparar con antelación la negociación
- Tener total dominio de la información y de la situación
- Tener muy claros los objetivos que se quieren alcanzar.

Rigurosidad

- Ser detallistas y perfeccionista en lo que se refiere a las condiciones de negociación
- No dejar nada al azar

Respeto hacia los demás

- Tener claro que no existen enemigos en el proceso de negociación
- Reconocer que todos los intervinientes solo son colaboradores con el objetivo de conseguir un acuerdo que satisfaga las demandas y los intereses de todos.
- Manifestar respeto en todo momento, pues el respeto favorece la creación de un clima de colaboración.

Empatía

- Conocer los intereses de los negociadores, además de sus debilidades y fortalezas, ayuda a dar con la mejor solución.

Flexibilidad

- Adaptarse a las nuevas características de la situación, de esta manera es más probable poder encontrar soluciones alternativas ante situaciones difíciles de negociación

Creatividad

- Buscar formas ingeniosas y creativas de llegar a un acuerdo constituye el mejor recurso para superar aspectos conflictivos.

Asertividad

- Establecer una comunicación eficaz para evitar malentendidos
- Saber decir no

Confianza

- Generar confianza, pues ésta es básica para una buena negociación.
- Crear desde el inicio un clima de confianza entre las partes.

4.10. Tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila

La táctica constituyen las acciones que realiza el negociador en función de una estrategia.

El éxito de una táctica dependerá inequívocamente de haberse planteado la estrategia correcta. La táctica consiste en la realización de acciones que a corto plazo permitirán alcanzar objetivos a largo plazo.

No existen tácticas buenas o malas, pues estas solo responden a las metas y objetivos de quienes la utilizan.

La táctica debe tener en cuenta aspectos como:

- Cómo se inicia el proceso negociador
- Cómo se abandona el proceso negociador
- Cuál será la primera oferta
- Qué concesiones se pueden hacer
- Organizar el equipo negociador
- Designar funciones del equipo y coordinarlas
- Distribuir la información sobre las necesidades y objetivos de la otra parte
- Cómo satisfacer las necesidades de la otra parte

Táctica # 1

Manejo del lenguaje



Figura N° 14. *Manejo del Lenguaje*
Fuente: www.google.com

Objetivo: Ganar la confianza del cliente

La confianza en una negociación es muy importante, sin embargo, es difícil de conseguir, pues esta se construye con el tiempo, lo que los participantes en una mesa de negociación, no tienen. Esto hace que la mayoría de negociadores la reemplacen con acuerdos cuidadosos, limitando las transacciones, realizando pocas concesiones y evitando dar información a la otra parte.

Es importante, al inicio del proceso de negociación expresar que se ha trabajado para entender la perspectiva de la otra parte, sus necesidades e intereses, pero que se espera y se valora recibir lo mismo de la contraparte, debido a que habrá mucho por aprender a medida que transcurra el proceso negociador y se consolida la relación comercial.

El manejo del lenguaje, constituirá una parte fundamental como táctica para ganarse la confianza. A continuación se exponen los puntos a considerar al momento de poner en práctica esta táctica de negociación:.

- Manejar correctamente el idioma que habla el cliente

Es importante que los negociadores hablen el mismo idioma. Esto implica que el ejecutivo de negocios debe aprender varios idiomas, siendo el inglés, como lenguaje universal, el primero en ser aprendido.

- Cuidar el uso de tecnicismos, jergas y expresiones coloquiales, usos extendidos de un término, etc.

Más allá de conocer el significado y la pronunciación de términos, se trata de entender aparte de la jerga técnica, los tecnicismos, modismos, las expresiones coloquiales, el lenguaje figurado, como expresiones cargadas de matices culturales.

Una simple expresión verbal o no verbal puede ser entendida de forma distorsionada, generar desconfianza y arruinar el proceso negociador.

- Conocer lo más que se pueda el significado de lo que se dice en el contexto de las implicaciones culturales en la que se desenvuelve el cliente

El negociador debe tomarse el tiempo para investigar el contexto cultural en la que se desenvuelve la otra parte, de esta manera estará manifestando respeto e interés mediante el manejo adecuado del lenguaje, que al ser interpretado como compromiso y dedicación por la otra parte generará confianza.

- Reconocer rápidamente cómo la otra parte utiliza las palabras para transmitir ideas

La escucha activa y la observación cuidadosa de las expresiones, generarán la capacidad de empatía y permitirá al negociador experto reaccionar adecuadamente y con expresiones similares a la otra parte, ganarse la confianza.

Táctica # 2

Mantener buena reputación



Figura N° 15. *Mantener buena reputación*

Fuente: www.google.com

Objetivo: Ganar la confianza del cliente

La reputación precede a todos los actos del ser humano, en todos los aspectos de su vida.

Una mala reputación empresarial puede ser la causa de fracaso de una negociación, aún antes de haber empezado.

La ventaja indiscutible de una buena reputación, es que la otra parte tendrá mayor disposición a superar cualquier dificultad, pues está menos predispuesta a pensar que se la trata de engañar o timar, por los antecedentes de seriedad e integridad que se posee como empresa. De esta manera la reputación se convierte en un importante recurso en el proceso negociador.

Los aspectos que el negociador debe tomar en cuenta para mantener buena reputación son:

- Mantener como eje transversal en la comunicación los principios y valores corporativos.

Desde la conformación de la empresa se expresaron junto a los objetivos, la misión, visión, principios y valores corporativos. En los folletos de presentación se deben exponer los mismos y se deben expresar en todo el proceso negociador, relatando el hecho de que gracias a esos principios y valores la empresa ha crecido en su buena reputación en los países en los que ha ofrecido sus servicios.

- Hacer mención de acciones realizadas por la empresa que hablan de su buena reputación.

Dar a conocer las obras y servicios importantes, reconocidas y fácilmente identificables en el medio, ubicará a la empresa en el escenario comercial generando confianza.

Así también, la exposición de obras benéficas hablarán de su responsabilidad y compromiso social ante el equipo negociador que se tiene enfrente.

- Exponer la opinión de terceros del sector, socios empresariales o proveedores que dan fe de la buena reputación que goza la empresa.

La referencia de otros empresarios del sector acerca de la calidad de nuestros servicios o mercancías, será de relevante valor para ganarse la confianza de la otra parte que considerará que si importantes empresas confían y negocian con nuestra empresa es porque la misma es de confiar.

- Ofrecer distintas formas de evidencia de éxito en el pasado en relaciones similares.

Estas evidencias o referencias pueden ser un informe comercial o una reseña aparecida en algún importante medio de comunicación o redes sociales.

Táctica # 3

Realizar concesión



Figura N° 16. *Realizar concesión*
Fuente: www.google.com

Objetivo: Ganar la confianza del cliente

El proceso negociador con empresas que no se conocen tiende a basarse en la desconfianza, por lo que ambas partes miden cuidadosamente lo que ganan en cada concesión realizada por la otra parte; mientras que, las negociaciones con empresas conocidas, con las que se ha tenido relaciones comerciales a largo plazo se basan en la confianza por lo que lo que se gana o se pierde por una concesión no posee mayor significado.

Las negociaciones difíciles se enmarcan en el primer caso, para esto se recomienda poner en práctica lo siguiente:

- Diseñar cuidadosamente una concesión de manera unilateral con la finalidad de impulsar la confianza en el cliente.

Una concesión unilateral en el proceso negociador, cuidadosamente elaborada será de gran utilidad para generar confianza, pues transmite a la otra parte la idea de

que se considera que la relación es cordial y existe potencial para generar ganancias a largo tiempo.

- La concesión no debe suponer un costo elevado ni un alto porcentaje de riesgo, pero sí ha de ser importante para el cliente que se beneficia de ella.

Estar dispuesto a conceder algo importante, pues el conceder algo sin mayor beneficio para la otra parte, puede ser considerado como una ofensa para la otra parte.

- No debe implicar ningún tipo de compromiso o concesión desde el otro lado.

La concesión unilateral no debe implicar compromisos de la otra parte. Tales concesiones deben realizarse con poco o ningún costo o riesgo para nuestra empresa, pero sí debe ser de gran beneficio para la otra parte. Esto permite forjar la confianza al ser considerados como quienes valoran la otra parte.

Táctica # 4

Elementos de desarrollo



Figura N° 17. *Elementos de desarrollo*

Fuente: www.google.com

Objetivo: Determinar las estrategias y tácticas a seguir observando el desarrollo ante ciertas acciones.

El desarrollo de un proceso negociador depende de ciertos elementos que contribuyen su crecimiento hasta llegar a un final en que ambas partes se sientan ganadoras. La información es parte de estos elementos, pues cada aspecto que conozca la otra parte puede convertirse en una herramienta o recurso.

Para esto se recomienda:

- Facilitar toda la información o solo la que se considere necesaria a la otra parte
Dependiendo el antecedente con la empresa que estamos negociando, se considerará si es posible darle toda la información o si por el contrario restringírsela.
- Ser el primero en ceder o esperar que sea la otra persona quien lo haga.

La cautela, como fruto de la desconfianza obligará a analizar cuidadosamente la decisión de dar el primer paso en dar información.

Táctica # 5

Ejercer presión



Figura N° 18. *Ejercer presión*

Fuente: www.google.com

Objetivo: Debilitar al rival haciendo prevalecer la postura propia

Esta táctica, es considerada como poco ética en un tiempo en el que se consideran las relaciones basadas en ganar a corto y largo plazo. Sin embargo, no siempre nos interesa seguir manteniendo relaciones comerciales con esa empresa, por lo que el proceso negociador será único. Generalmente estos procesos negociadores son de vital importancia, de tal manera

que perder en este proceso pudiera ocasionar graves daños a la empresa o constituir su quiebra.

Para ganar en este proceso recomendamos:

- Desgastar al cliente sin abandonar la postura sin ceder ni hacer concesiones.
- Mantener la ofensiva presionando e intimidando al contrario y rechazando sus propuestas de acuerdo. Generar un clima tenso que incomode al contrario.
- Engañar sin importar la ética, proporcionando información falsa o aparentar estados de ánimo, expresar opiniones fuera de contexto o irreales. Táctica poco recomendable.
- Decretar ultimátum forzando a la otra parte a tomar una decisión sin que pueda reflexionar mediante expresiones como “o lo toma o lo deja”; “hay otras personas interesadas, así que decídase”.
- Aumentar las exigencias aprovechando las cesiones que otorga el oponente con la finalidad de que cierre pronto el trato.

Táctica # 6

Articular propuestas



Figura N° 19. *Articular propuestas*
Fuente: www.google.com

Objetivo: Que todas las partes consigan resultados óptimos

Las propuestas van y vienen en un proceso negociador. Para esto el estudia el momento preciso de ofrecerlas o tomar la decisión de restringirlas. Se recomienda el tanteo para avanzar según la reacción que observemos en el oponente.

Para esto se recomienda:

- Tantear al oponente mediante la propuesta abstracta – abstracta. No se dice el valor de la compra ni el valor del descuento. Ejemplo: Si me compra le hago un buen descuento.
- Ganarse la confianza dando prioridad al interés del contrincante mediante la propuesta abstracta – concreta. No se dice el valor de la compra, pero si el valor del descuento. Ejemplo: Si compra le hago el 20% de descuento.
- Demostrar poder, forzando al cliente con un valor determinado, con la propuesta concreta – abstracta. Se dice el valor de la compra, pero no se dice el valor del descuento. Ejemplo: Si me compra 5000 unidades le hago un descuento.
- Cerrar el proceso de negociación mediante la propuesta concreta – concreta. Ejemplo: Si me compra 1000 unidades le hago el 20% de descuento.

Táctica # 7

Negociar intereses



Figura N° 20. *Negociar intereses*
Fuente: www.google.com

Objetivo: Encontrar intereses favorables para ambas partes negociadoras

Debido a la complejidad de la negociación, en la que son muchos los aspectos a ser negociados, estos procesos suelen ser muy extensos, siendo posible olvidar en lo que se quedó en la sesión anterior. Para esto se agrupan los aspectos en paquetes en los que quedan explícitos los acuerdos a los que se han llegado junto.

De la misma manera, podremos ofrecer paquetes de beneficios ante determinada concesión de la otra parte, negociando paquetes por paquetes, lo que permitirá agilizar la negociación y tener una visión general del proceso.

Para esto debemos:

- Dividir la negociación en partes y proceder paso a paso, en el que en cada paso ambas partes consiguen beneficios y luego pasan a la siguiente.
- Generar un paquete de condiciones que pueden ser negociado luego por otros paquetes.
- Incorporar elementos a la negociación que no se tuvieron en cuenta en un principio.

Táctica # 8

Crear empatía cognitiva



Figura N° 21. *Crear empatía cognitiva*
Fuente: www.google.com

Objetivo: ganarse la confianza del cliente mediante la generación de un vínculo positivo con el cliente

Las relaciones basadas en la confianza generan empatía cognitiva. El carisma del negociador le permitirá entronizar en el aspecto cognitivo de la otra parte de tal manera que se consideraren parte de un solo equipo.

Para esto se recomienda:

- Sonreír

La sonrisa es un lenguaje universal, generalmente una sonrisa se devuelve con otra generando confianza.

- Contar un chiste

Un buen chiste dentro del contexto social en que se desenvuelven las actividades negociadoras, romperá el hielo y fomentará confianza, haciendo cómodo el proceso negociador.

- Mantener una actitud amigable y simpática

Las personas del otro equipo negociador, lejos de sentirse confrontado se sentirán cómodas con una actitud amigable. Situación que preparará el terreno para el intercambio de propuestas.

- Realizar acciones comunicativas positivas en forma verbal y no verbal mediante palabras adecuadas y gestos, posturas, miradas, movimientos, señales, manos, tono de voz, velocidad al hablar y distancia personal.

Táctica # 9

Buscar socios y no clientes



Figura N° 22. *Buscar socios y no clientes*

Fuente: www.google.com

Objetivo: ganarse la confianza del cliente haciéndole sentir que se pertenece a un mismo equipo.

Producto de la estrategia ganar – ganar, el buscar socios y no clientes como mentalidad empresarial es muy favorable en este tiempo en que la voracidad de las relaciones comerciales por captar clientes o negocios han hecho de esta labor una actividad agresiva. El trabajar con socios, buscando el equilibrio de la balanza en el que ambas partes ganan, genera confianza compartida.

Para esto se debe considerar:

- Tratar con respeto

El respeto como el padre de todos los valores, fomentan empatía y confianza. Las relaciones basadas en el respeto tienden a ser duraderas y crecer con el paso del tiempo.

- Hacer sentir al cliente de igual a igual

El proceso de empatía en la cual todos somos iguales es de gran ayuda, pues el cliente no se sentirá intimidado, ni amenazado, teniendo una actitud más abierta al momento de realizar concesiones.

- Comunicación efectiva para disipar cualquier duda e inseguridad

La comunicación será afectiva, disipando inmediatamente toda duda o inseguridad de la otra parte. Avanzar en los proceso deberá hacérselo únicamente cuando haya quedado zanjada toda duda o inseguridad en lo tratado anteriormente.

Táctica # 10

Escuchar antes de hablar

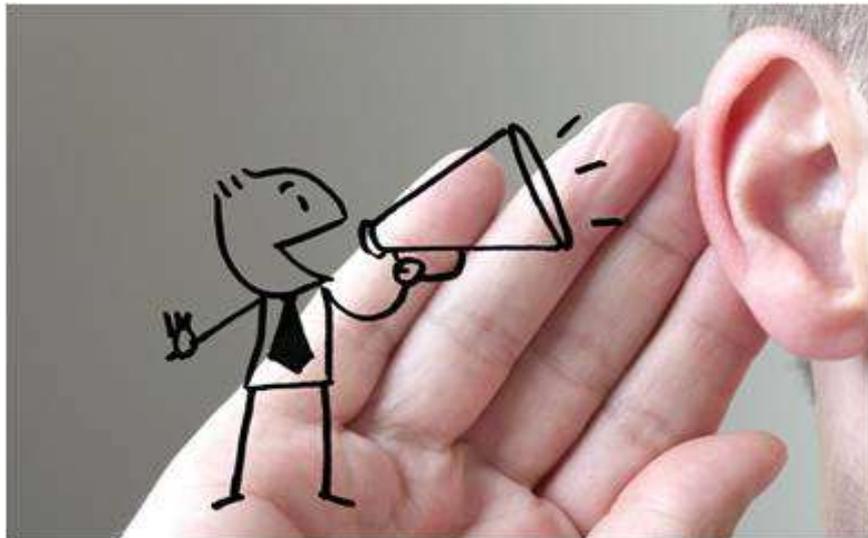


Figura N° 23. *Escuchar antes de hablar*

Fuente: www.google.com

Objetivo: Conocer primero las propuestas del contrario para realizar propuestas efectivas.

La escucha activa es de gran importancia, pues permite conocer a la otra parte. Saber sus expectativas, permitirá el análisis de sus propuestas y el planteo de las nuestras con mayor objetividad.

Se recomienda:

- Analizar características y necesidades antes de realizar cualquier propuesta
Esto permitirá adaptar nuestra propuesta para hacer más efectivo el beneficio, pues se adaptarán a sus características y necesidades específicas.
- Estudiar la situación durante la reunión para saber si los cálculos son correctos y percibir si el interlocutor será convencido por los términos que se proponen.
Cuando la negociación involucra cifras, se deberá presentar cuadros de fácil entendimiento con cálculos fiables que no induzcan la percepción de estar siendo engañados. Debemos asegurarnos de que la otra parte comprende íntegramente nuestra propuesta expresada en números y cifras.
- Comprender que a veces hay que salir con un paquete de beneficios inferior a lo esperado.

Las reuniones de negocios pueden ser por largo tiempo, en un solo proceso negociador se puede ganar poco, pero en el próximo se puede ganar mucho, recuperando así lo anterior.

Táctica # 11

Separar hechos de ideas



Figura N° 24. *Separar hechos de ideas*

Fuente: www.google.com

Objetivo: Lograr una negociación basado en hechos objetivos

La subjetividad genera sospechas y desconfianza. Para esto el negociador debe basarse en hechos concretos, verificables y medibles.

Para esto se recomienda:

- Evitar utilizar palabras como “creo” y “pienso”

Las palabras que encierran posiciones personales, lejos de generar confianza, tienen un efecto contrario. En el mundo de los negocios no se considera lo que se cree o se piensa, sino lo que se demuestra.

- Utilizar cifras, número y palabras especializadas

Los números son irrefutables pues son los que demuestran tácitamente una operación. El uso de palabras especializadas demuestra dominio del campo y define y conceptualiza íntegramente lo que se desea expresar.

- No exponer ideas o creencias personales

Creencias como cábalas, destino, corazonadas, pueden ser mal vistas en el mundo de los negocios, pues algunos consideran que no pueden arriesgar su dinero y

ganancias dejándolos en manos de creencias, suerte o destino. El hombre de negocios solo confía en lo que se logra como fruto de la planificación, el trabajo y la dedicación.

- Ser rigurosamente objetivo evitando todo tipo de subjetividad

La honestidad se ve reflejada en palabras objetivas. La subjetividad da lugar a sospechas y desconfianzas. El buen negociador se sienta en la mesa con certezas como fruto de su preparación previa, conocimiento y dominio del tema a negociar. Por ejemplo: Palabras en condicional como podría, generaría, ganaría que demuestran inseguridad y sospecha de no cumplirse por falta de condiciones, deben ser reemplazadas con podrá, generará, ganará... que demuestran confianza y seguridad de ser llevadas a cabo.

Táctica # 12

Ser sincero y realista



Figura N° 25. *Ser sincero y realista*

Fuente: www.google.com

Objetivo: Ser concreto y específico al momento de la negociación

La creación de falsas expectativas de ganancias extraordinarias en equipos negociadores experimentados genera sospecha e inseguridad. Se debe ser cauto a la hora de hacer propuestas relacionadas con utilidades obtendría la otra parte al aceptar nuestra propuesta, pues de ser exagerada se obtendrá el efecto contrario a lo que deseamos.

Se recomienda:

- Jamás maquillar cifras

La tecnología actual permite descubrir casi de inmediato las cifras expuestas con intención de engaño. El maquillar cifras nos pone inmediatamente en el sitio de tramposos y embaucadores con los que nadie quiere hacer negocios.

- Admitir que el cliente no tendrá 100% ventajas en la negociación, porque esto no existe.

No existe el negocio redondo, ninguna actividad es una mina de oro. Si esto fuera así, nadie la daría a conocer ni la negociaría. El toma y dame de una negociación implica que existen riesgos y que se puede ganar o perder en una actividad de negocios. Los hombres experimentados en su actividad conocen el porcentaje máximo de utilidad a la que pueden aspirar.

- Exponer pro y contras de la posible decisión del cliente, resaltando los pro.

El cliente o equipo negociador contrario valorará la información que le demos de ciertos riesgos del negocio, pues saben que en todo negocio estos riesgos existen. Sin embargo al resaltar los pro, se minimizará los contra y habremos generado confianza en la otra parte

Conclusiones

En el presente trabajo de investigación, se ha comprobado que la mayoría de las empresas dedicadas a la exportación de sábila consideran de vital importancia los procesos de negociación, por lo que requieren contar con personal capacitado que atienda el corazón mismo de la empresa que es colocar el producto en los mercados internacionales.

Las empresas exportadoras de sábila evidencian deficiencias al momento de intentar establecer nichos en el mercado internacional, por lo que se requiere de un personal que se halle capacitado para establecer relaciones comerciales perdurables que permitan establecer, consolidar y mantener las exportaciones.

En el presente trabajo de investigación se observó que los ejecutivos no contaban con conocimientos de negociación que, mediante estrategias y tácticas logren ganar la confianza del cliente, y a la vez establecer relaciones comerciales que permitan la venta de la sábila en los mercados de Estados Unidos y Europa.

La presente propuesta busca mejorar los procesos y procedimientos del ejecutivo de las empresas comercializadoras de sábila mediante el manual de “Tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila”, mediante el cual, el ejecutivo sigue las instrucciones del manual aplicando las tácticas que considere procedentes de acuerdo al rápido análisis de diversos aspectos que rodean el proceso negociador en el que se encuentra y logra negociaciones exitosas en su difícil labor de realizar exportaciones de sábila en el exterior.

Recomendaciones

Seguir investigando los procesos que intervienen en la negociación, en forma particular aquellos en los que los actores de la otra parte tienen contextos culturales e idiomáticos diferentes.

Considerar el tipo de estrategia previo a la elección de la táctica a utilizar en el momento de la negociación, pues cada sesión de negocios es diferente, por contar con actores y contextos muy particulares, que el ejecutivo experimentado y sagaz logra reconocer como primer paso en el momento que se sienta en una mesa negociadora.

Realizar actividades de capacitación permanentemente al personal ejecutivo que se encarga de los procesos negociadores de colocación de la sábila en los mercados internacionales, buscando de preferencia expertos con amplia experiencia en la forma de hacer negocios a nivel internacional.

Implementar el Manual de Tácticas de confianza y negociación en las empresas exportadoras de sábila” como medida de solución para las falencias detectadas en los procesos negociadores que se dan a nivel internacional para encontrar mercados para la exportación de la sábila.

La implementación de la presente propuesta se constituirá en un importante recurso que permitirá eliminar o reducir debilidades o falencias en los procesos negociadores de exportación de la sábila, de tal manera que se logre aumentar las ventas y de esta manera mejorar la rentabilidad de la empresa y el bienestar de todo el personal que labora directa o indirectamente en la misma.

ANEXOS



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Administrativas



Ingeniería en Comercio Exterior

Tema: Tácticas de Confianza y Negociación para las Empresas Exportadoras de Sábila

1. ¿Cómo considera la fortaleza de las empresas exportadoras de sábila en relación a sus procesos negociadores?
2. ¿Cómo considera los incentivos del gobierno a emprendimientos de negocios de exportación de productos agrícolas?
3. ¿Cómo considera las oportunidades de crecimiento para empresas ecuatorianas que realizan actividades de exportación de sábila?
4. ¿Cómo considera las facilidades de logística brindadas por el gobierno en ruedas de negocios internacionales?
5. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación nacional?
6. ¿Cómo considera la actividad de investigación realizada por académicos en relación a procesos de negociación internacional?
7. ¿Cómo considera la formación académica que reciben los egresados de comercio exterior en relación a procesos de negociación internacional?

8. ¿Qué conocimientos tiene el ejecutivo acerca de tácticas de negociación internacional en relación a su formación académica?

9. ¿Cómo considera las necesidades de capacitación del ejecutivo que labora en empresas exportadoras de sábila referente a entrevistas y sesiones de negocios?

10. ¿Qué importancia le da a la utilización de tácticas en un proceso de negociación?

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. L. (2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 1-11.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Asocialoe. (2014). *España goza de una posición privilegiada para la producción del aloe vera en Europa*. Obtenido de Asocialoe : <https://asocialoe.com/espana-goza-de-una-posicion-privilegiada-para-la-produccion-del-aloe-vera-en-europa/>
- Asocialoe. (2016). *El aloe vera desde los egipcios hasta nuestros días. Origen*. Obtenido de Asocialoe: <https://asocialoe.com/el-aloe-vera-desde-los-egipcios-hasta-nuestros-dias/>
- Asocialoe. (2016). *Proceso desde la recolección a la transformación de la hoja de aloe vera*. Obtenido de Asocialoe: <https://asocialoe.com/proceso-desde-la-recoleccion-a-la-transformacion-de-la-hoja-de-aloe-vera/>
- Bermúdez, C. (2016). *Paradigmas de Investigación sobre lo Cuantitativo y Cualitativo*. Nueva Granada: Ciencia e Ingeniería neogranadina.
- Cazau , P. (2016). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales*. Buenos Aires.
- Cegos. (2015). *La importancia de la negociación comercial*. Obtenido de Cegos: <https://www.cegosonlineuniversity.com/la-importancia-de-la-negociacion-comercial/>
- Club Planeta. (2015). *Tipos de sábila*. Obtenido de Club Planeta: https://www.clubplaneta.com.mx/tipos_de_sabila.htm
- Descuadrando. (2015). *Negociación*. Obtenido de Descuadrando: <http://descuadrando.com/Negociaci%C3%B3n>
- Economipedia. (2015). *Negociación*. Obtenido de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/negociacion.html>

El Universo . (28 de Junio de 2014). *El aloe vera se exporta y deja fondos para educar en Colonche*. Obtenido de El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2014/06/28/nota/3158146/aloe-vera-se-exporta-deja-fondos-educa>

Emprenderpyme. (2015). *Emprenderpyme.net*. Obtenido de ¿Qué es la exportación de productos?: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-exportacion-de-productos.html>

Escamilla, J. (28 de Septiembre de 2016). *Etapas de la negociación*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/etapas-de-la-negociacion/>

Fernández, Á. (2013). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: ESIC.

Ferruzola, E., & Yáguar, E. (2017). *Análisis de la factibilidad para la creación de una empresa exportadora de concentrado de aloe vera al mercado de Estados Unidos*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Fresh Plaza. (2015). *El aloe vera, producto emergente en la categoría tropical*. Obtenido de Fresh Plaza: <http://www.freshplaza.es/article/106533/El-aloe-vera,-la-yuca-y-los-cocos,-productos-emergentes-en-la-categoría-tropical>

Guerrón, C., & Gañán, N. (2016). *Estudio de variabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de sábila en Dosquebradas Risaralda*. Pereira: Universidad de Pereira .

Heidemeyer, P. (01 de Septiembre de 2017). *¿Qué es la sábila?* Obtenido de Nutridieta: <https://www.nutridieta.com/que-es-la-sabila/>

Hueso, A. (2012). *Metodología y Técnicas de Investigación*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

Lomelín, M. (2014). *Cómo hacer investigación cuantitativa en educación física*. Barcelona: INDE.

MBA Online. (2016). *El origen de la negociacion*. Obtenido de MBA Online:

<http://www.mbaonline.es/origen-de-la-negociacion/>

Navarro, D. (2015). *Efecto de los tratamientos de gel de aloe, aplicados en pre- o post-recolección sobre la calidad de frutos de hueso y uva de mesa*. Alicante: Universidad Miguel Hernández de Elche.

Negociación. (2016). *Ventajas y Desventajas*. Obtenido de Negociación:

<https://univimnegociacion.wordpress.com/2014/09/25/ventajas-y-desventajas/>

Rojas, I. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de Educar*, 297.

Saludeo. (2015). *Propiedades y beneficios medicinales de la Sábila o Aloe Vera*. Obtenido de Saludeo: <https://www.saludeo.com/propiedades-beneficios-medicinales-sabila/#propiedades-de-la-sabila>