

A woman is shown from the waist up, smiling and holding a brown paper grocery bag. The bag is overflowing with fresh produce, including several carrots, a yellow bell pepper, a red bell pepper, and a bunch of cilantro. She is wearing a light-colored t-shirt. The background is slightly blurred, showing what appears to be a market or grocery store setting with other produce visible.

Impulso multicanal de productos alimenticios

Tipos de ambiente

Tipos de ambiente

El ambiente cordial

Al negociar, la mayoría de los clientes prefieren ambientes en los que puedan sentirse cómodos. Para ello hay que generar espacios de confianza sin entrar en cierres de venta muy rápidos. Ofrecer una bebida es una buena opción.

El ambiente cordial se utiliza cuando:

- No se tiene la habilidad suficiente para negociar.
- Se negocia con una persona muy cordial.
- Se espera conservar la relación entre las partes a largo plazo.

El *riesgo* de este tipo de ambiente es que produce desconfianza en clientes no habituados a esta clase de trato, ya que, en ocasiones, la cordialidad puede confundirse con debilidad.

El ambiente formal

Es neutral, minimiza las emociones al establecer procedimientos.

Se utiliza cuando:

- No hay claridad sobre el ambiente más idóneo.
- No se conoce al cliente.
- Las negociaciones se darán entre colectivos y se requiere estricto orden.
- Los temas son complejos y es necesario explicar detalles.

El riesgo de este ambiente está en que las personas pueden sentirse incómodas, porque se resta flexibilidad al proceso.

Ambiente indiferente

Depende en gran medida de la actitud manifiesta de los organizadores y puede tomarse como cordial o formal.

Se utiliza cuando:

- Es indiferente el acuerdo al que se llegue.
- Se busca dar la idea de poder para la negociación.

Los riesgos para este ambiente son dos: sobreestimar las necesidades de la otra parte y perder oportunidades para solucionar conflictos.

Ambiente antagónico

Se utiliza cuando las personas tienen intereses diferentes y buscan llegar a un acuerdo.

Se utiliza cuando:

- La cultura del sector o país así lo determine
- Se negocia con una persona dominante que siempre pretende imponerse.

Los riesgos para este ambiente están en que crea resistencia y reduce oportunidades futuras, pues por lo general, a nadie le gusta aceptar de manera forzada.

Ambiente hostil

No es del agrado de las personas y se emplea muy poco.

Solo se utiliza cuando:

- Se busca cambiar de forma drástica la postura del cliente.
- Se identifica fraude por una de las partes.

Los riesgos para este ambiente son, como en el ambiente anterior, que genera resistencia en la negociación y reduce oportunidades futuras, pues a nadie le gusta aceptar de manera forzada.