

Nombres

Fecha

CASO B: Comercialización de Papa Andina en el Mercado Mayorista

Contexto:

La Cooperativa Agroproductiva *Pukara*, conformada por productores de papa andina en la provincia de Chimborazo, ha logrado diversificar sus cultivos con variedades nativas como la cacho, la chaucha y la negra andina, con características altamente nutritivas y demanda creciente en mercados especializados de Quito y Cuenca. Un supermercado regional de alto volumen, *FrescoMax*, busca abastecerse de papas a bajo costo y propone a la cooperativa un contrato de seis meses con precios fijos, sin considerar las variaciones de la producción ni los costos logísticos en zonas rurales. La empresa también exige un volumen mínimo mensual, sin garantizar apoyo técnico o visibilidad de marca. La negociación se inicia bajo un enfoque competitivo y distributivo, centrado en el precio y condiciones unilaterales. Sin embargo, los representantes de la cooperativa, con asesoría técnica, replantean su propuesta: proponen incluir una tabla de precios vinculada a la estacionalidad, una campaña de diferenciación con el sello de *papa andina originaria*, y un convenio de capacitación en buenas prácticas agrícolas para mejorar la trazabilidad del producto. La contraparte se muestra abierta a esta nueva propuesta, reconociendo que podría posicionarse como una marca que apoya la agricultura local y mejorar su imagen institucional.

1. ¿Qué elementos evidencian que la negociación inició bajo un enfoque justo, competitivo y distributivo?
2. ¿Qué transformaciones permiten afirmar que se está construyendo una negociación adecuada, integrativa o colaborativa?
3. ¿Por qué es importante en este caso comprender la diferencia entre intereses y posiciones al momento de negociar?
4. ¿Qué tipo de argumentación puede fortalecer la propuesta de la cooperativa frente a una empresa con mayor poder de mercado?