Con el patrocinio de:

PORTA
Te siento cerca

Con el aval académico de:

CAPACÍTATE
PROGRAMA DE NEGOCIACIÓN EFECTIVA
EL UNIVERSO

MÓDULO III

Negociación EFECTIVA

A. NEGOCIACIÓN Y PERSUASIÓN. EL ARTE DEL CONSENSO

B. SABER, LUEGO NEGOCIAR. EL PODER DE LA INFORMACIÓN

C. **ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL: LA DEFENSA Y EL ATAQUE**

D. ANÁLISIS DE EXPRESIONES CORPORALES Y NEUROCIENCIA: LA MAGIA DEL DETALLE

Objetivo general: Proponer al microempresario un conjunto de herramientas de negociación que incidirán positivamente en los resultados empresariales actuales.

SABER, LUEGO NEGOCIAR. El poder de la información

Objetivos específicos:

- Identificar la forma de prevenir ataques estratégicos para estar preparados en negociaciones difíciles.
- Reflexionar acerca de los diferentes tipos de defensa a fin reconocer las intenciones del negociador.
- Reconocer las señales y las tácticas de negociación de tal manera que el negociador logre aumentar su percepción en la concreción de negocios.

Ninguna negociación es igual a otra

Preparar una negociación y persuadir, son los dos objetivos que en publicaciones pasadas se han tratado como temas relevantes. Podríamos decir que estos principios son básicos para una negociación efectiva, sin embargo hay que destacar, que no todas las negociaciones se desenvuelven de la misma manera, porque existen diferentes tipos de negociadores así como tácticas de ataque y defensa.

El estilo del negociador se convierte en una expresión más de su personalidad, lo que conlleva a que se debe entender perfectamente aquellos rasgos característicos que pudiesen enviar señales al interlocutor. Esto se puede percibir en la tonalidad de voz, la decoración de la oficina, su rostro y la mirada.

Los negociadores competitivos son propensos a ser impulsivos y a actuar con cierta agresividad, son fuertes en su trato. Esto es así porque ve al otro negociador como un adversario. Pero no todos los estilos son iguales, el negociador cooperativo en cambio, privilegia la relación, tienen un trato firme, cordial, y por lo general es más racional que emocional. A continuación se presenta un resumen claro de las dos tipologías más importantes:

Dime cómo negocias, y te diré quién eres.

Eduardo Reinoso

CARACTERÍSTICAS DE LA NEGOCIACIÓN COMPETITIVA

- Intentan dominar a la otra parte.
- Consideran a la otra parte como un adversario.
- Prefieren empezar por fuertes y a menudo excesivas exigencias.
- Tienden a ser inflexibles.
- Utilizan por lo general recursos emocionales y emociones premeditados.
- Exigen concesiones importantes, siendo las suyas pobres.
- Son evasivos y retienen información de forma intencionada.
- Hacen afirmaciones, en lugar de plantear preguntas (comunicación en un solo sentido).
- Son coactivos, obteniendo de esta manera la sumisión mediante el uso de la fuerza o amenazas.
- Tienen una solución preconcebida desde el principio.
- Muestran poco o ningún interés por las necesidades de la otra parte.
- Se concentran en el beneficio a corto plazo.
- Piensan en términos de ganar o perder.
- Consideran que han perdido si no pueden vencer al oponente.

CARACTERÍSTICAS DE LA NEGOCIACIÓN COOPERATIVA

- Interactúan en pie de igualdad con la otra parte.
- Ven a las partes como colaboradoras más que como adversarias.
- Prefieren empezar por exigencias más razonables o realistas.
- Tienden a ser más flexibles.
- Son más racionales, recurren menos a las emociones.
- Muestran reciprocidad llegando en el momento de hacer concesiones.
- Plantean preguntas en lugar de hacer afirmaciones (comunicación en ambos sentidos).
- Discuten un compromiso, en lugar de utilizar la fuerza para coaccionar.
- Están dispuestos a compartir la información, son más abiertos y confiados.
- Buscan una solución encontrando una salida conjunta hacia el problema.
- Se muestran interesados por las necesidades de la otra parte.
- Se concentran en las ganancias a largo plazo para ambas partes.
- Piensan en términos de ganar o ganar o beneficios mutuos.
- Se cercioran de que nadie salga perdiendo.

Las tácticas de negociación

Las tácticas de negociación cumplen dos finalidades principales. Deben ser utilizadas básicamente cuando las negociaciones tienen objetivos ocultos (bajo la mesa) o cuando el negociador tiene un estilo competitivo. La primera finalidad de los movimientos tácticos es alterar la percepción que tiene la otra parte de su propia posición, convenciéndola de que su idea tiene menos valor. La segunda finalidad es para oponerse al cambio a favor de nuestra posición, es decir siempre vale cuestionarse: ¿Qué táctica están empleando para influir en mí?

Una táctica identificada, es una táctica neutralizada.

Eduardo Reinoso

TÁCTICAS MÁS UTILIZADAS

1 PEDIRLE A LA OTRA PARTE QUE PRESENTE SU OFERTA

Puede que resulte ventajoso que sea la otra parte quien plantee primero su oferta inicial, en particular cuando él o ella tengan argumentos fuertes. Esto nos impedirá hacer cálculos errados sobre la fuerza de la otra parte.

2 PERMANECER EN SILENCIO

Cuando la otra parte está ansiosa por comenzar la negociación, nuestro silencio y aparente actitud de espera será muchas veces suficiente para que se lance a presentar su posición.

3 SUGERIR UNA OFERTA HIPOTÉTICA DE LA OTRA PARTE

Si parece que la otra parte está esperando a que seamos nosotros quienes empecemos, y nosotros no deseamos empezar la negociación presentando nuestros argumentos, siempre podremos plantear la oferta que en nuestra opinión está considerando la otra parte.

4 PRESENTAR UNA EXIGENCIA COMO CONDICIÓN PREVIA A LA NEGOCIACIÓN

Si la otra parte inicia o está ansiosa por iniciar la negociación, tenemos una buena oportunidad para imponer un condicionante antes de entrar en discusiones, por ejemplo una exigencia específica o curso de acción que deba emprenderse antes de que estemos dispuestos a negociar. Si la otra parte está de acuerdo con este punto, esto nos dará una ventaja sicológica, la posibilidad de ganar mucho dinero y negociar posteriormente sobre menos puntos.

5 PRESENTAR UNA PRIMERA EXIGENCIA AMBICIOSA

La investigación sugiere que los resultados favorables recaen en quienes presentan exigencias iniciales extremas y hasta poco razonables y no en quienes pecan de moderación.
Una ventaja derivada de presentar una primera exigencia ambiciosa consiste en evitar posteriormente errar en los cálculos. Es aconsejable suavizar las exigencias externas con algunas razones lógicas que le demuestren a la otra parte que usted es serio, reduciendo la posibilidad de que se retire.

6 PRESENTAR SUS EXIGENCIAS PRINCIPALES AL INICIO

A menudo es útil presentar al principio de la negociación algunas de nuestras exigencias principales agrupándolas, empezando por aquellas que a la otra parte le resulten más difíciles de conceder. Esto ayudará a generar un clima de éxito, buena voluntad y cooperación, pudiendo condicionar a la otra parte para que acceda más fácilmente a exigencias posteriores.

7 COMPROMETERSE

A veces es provechoso presentar su oferta inicial como nuestra "primera y última oferta". Por lo general, nuestra posición está basada en investigación exhaustiva, y presentamos la oferta entendiendo que es justa, firme y que no nos queda ya nada más para negociar.

El resultado de la negociación depende no solamente de las fortalezas y debilidades relativas de las partes (contenido), sino también de su poder percibido por las tácticas utilizadas que elijan los negociadores (proceso).
No se puede confundir las tácticas con la estrategia general, ni con el plan global de enfoque de una negociación. Las tácticas de negociación son más bien un componente de la estrategia.

CÓMO SALIR DE LOS PUNTOS MUERTOS DE LA NEGOCIACIÓN

Una negociación llega a un punto muerto cuando ninguna de las partes est satisfaciendo sus necesidades importantes. Los negociadores hábiles comprenden que el callejón sin salida se encuentra por lo general en el contenido, y no en el proceso.
Los siguientes pasos pudieran ser la clave que permita encontrar una salida.

- Identificar con precisión las necesidades de la otra parte que no están siendo satisfechas.
- Estudiar el proceso mediante el cual se está llevando la negociación, dejando de analizar el contenido del asunto que está bloqueado.
- Adoptar las medidas necesarias para que el proceso avance de manera que la otra parte considere que la negociación progresa hacia la satisfacción de sus necesidades, utilizar otras alternativas, imaginación y creatividad.

Saber responder

La forma de responder a las preguntas planteadas en la negociación es tan importante como saber plantearlas. Se debe tener cuidado de no responder a preguntas simplemente porque está socialmente condicionado a hacerlo. En una negociación el arte de responder preguntas
no está necesariamente ligado al hecho de que sean correctas o incorrectas, reside más bien en saber cuándo hay que responder con claridad y cuándo hay hacerlo con ambigüedades.
Debe estructurar respuestas en términos de la estrategia global.

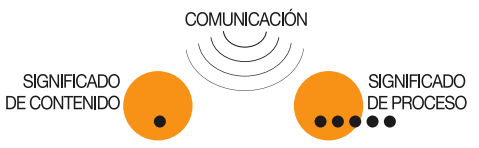
Por ejemplo, usted puede:

- Dar sólo una respuesta parcial o que no venga al caso.
- Reestructurar la pregunta y responder entonces en su versión revisada.
- Responder de manera que el otro interlocutor no le queden ganas de plantear más preguntas.
- Responder con otra pregunta "¿Por qué quiere saberlo?"
- Dejar la respuesta para otro momento.
- Recurrir al humor y burlarnos de la pregunta. No decir nada, utilizar la fuerza del silencio.

La fuerza del silencio: Es posible utilizar el silencio de forma táctica para instar a nuestro interlocutor a responder a su propia pregunta. Cuide la tentación de no caer en la trampa de responder a su propia pregunta. Simplemente porque la otra parte permanezca en silencio.

Significados ocultos de la comunicación

Un negociador sabe escuchar no oye sólo las palabras pronunciadas, sino también se fija en la elección misma de las palabras, cómo son dichas, el tipo de expresiones utilizadas, peculiaridades del lenguaje, tono de voz, ritmo, etc…



Algunas palabras en particular transmiten por sí mismas mensajes que indican desacuerdo y ayudan a fomentar un clima de confrontación y conflicto. Las azules son las frases más apropiadas al momento de negociar, está comprobado que no causan reacción.

PALABRAS ROJAS	PALABRAS AZULES
Problema	Situación, tema
Altercado	Asunto, puntos a discuir
Exigencia	Interesante, inusual
Negociar	Opción, sugerencia, petición
Perturbador	Comentar, analizar, consultar
Tiene que, debe	Nosotros (conjuntamente)
	Tal vez, acaso

Msc. Eduardo Reinoso

- Catedrático de Negocios y Marketing de pregrado y postgrado de la Facultad de Economía y Negocios de la Espol.
- Ingeniero Comercial - Máster en Programación Neurolingüística.
- Máster en Marketing Estratégico.
- Director de Profits Consulting Group.
- Director del Área de Negocios de Business Life Training.

RADIO CITY 89.3 FM

Escucha hoy, a las 20:00 en Radio City, a **Javier Ortega, Gerente General de Citybox,** conducida por Guillermo Maldonado.

89.3 en Guayaquil y 99.7 en la Península

Ingresa a www.eluniverso.com/capacitate y encuentra un glosario de términos, bibliografía de consulta y una autoevaluación. Si tienes dudas sobre esta clase, envíanos tus preguntas a capacitate@eluniverso.com

Paquita Calderón - Editora de textos y diseñadora de la estructura pedagógica.

EL FÚTBOL NO TERMINÓ CON EL MUNDIAL.

NUEVO Amigo Kit Nokia C3

NOKIA

24 cuotas de $13,06

Precio final de 24 cuotas: $313,41
Precio final de contado: $268,79

Recibe 3 meses GRATIS de Navegación, además 1 mes de Noticias del Campeonato Nacional.

Habla y mensajea Gratis!!
$50 Para hablar y $2.500 mensajes escritos

PORTA
Te siento cerca

Promoción válida del 01 al 30 de septiembre de 2010 ó hasta agotar stock. **Promoción de Amigo Kit Nokia C3: Tiempo aire, mensajes escritos gratis y 3 meses de navegación:** Los Amigo Kit Nokia C3 recibirán hasta $50 de tiempo aire adicional, 2500 mensajes escritos de PORTA a PORTA y 150 megas de navegación, divididos en 5 cuotas mensuales de $10 y 500 mensajes escritos y 3 cuotas mensuales de 50 megas de navegación, previa recarga mensual desde $3. Vigencia del tiempo aire adicional y mensajes escritos es de 7 ó 15 días según la recarga efectuada y es exclusiva para servicios de voz de PORTA a PORTA. Requiere saldo activo para gozar del beneficio y que el chip y el equipo estén siempre juntos. Tiempo aire adicional podrá utilizarse luego de consumidos los minutos de la tarjeta Prepago o recarga efectuada. Costo final del minuto en el tiempo aire adicional: $0.18. Un mes de noticias aplica enviando sin costo fútbol al 9494. Descargas del Bichito del Fútbol aplica desde la dirección enviada por mensaje de texto con precio final de: $0.00224 por kb. Los Amigo Kit están sujetos al financiamiento de las principales tarjetas de crédito. Las cuotas pueden variar según las condiciones de las tarjetas. Disponibles en Centros de Atención a Cliente PORTA, Distribuidores Autorizados y principales Cadenas Comerciales del país a nivel Nacional. Sujeto a condiciones de la promoción, revísalas en **www.porta.net**