

# MODULO I – 8 HORAS

## ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

*Profesor*

*Pedro Juan Martín Castejón*

*(Murcia – España)*

C.I.F. G-30164099

## Introducción

ENAE Business School, continua con el desarrollo de seminarios y participación en congresos en América que ayuden a estrechar lazos con nuestras instituciones amigas y asociadas con la finalidad de conseguir que nuestro profesorado, alumnos y postulantes entren en contacto y que sus experiencias colaboren a enriquecer el conocimiento mutuo del mundo de los negocios en Europa y Latinoamérica y a mirar hacia el futuro, procurando dotar de información y formación a nuestros grupos de interés.

El liderazgo no es un concepto circunscrito al ámbito únicamente empresarial. Es una actitud vital, una forma de encarar la vida.

La alta exigencia competitiva, la complejidad de la actividad comercial y la aceleración de los cambios, nos enfrenta diariamente a continuos procesos de negociación, generadores de intercambios valiosos o de conflictos y tensiones paralizantes.

La magnitud de estas responsabilidades hace del negociador eficaz un profesional con cualidades superiores, que lo hace destacable frente a los demás, resaltando sus condiciones, empatía, asertividad y compromiso con la excelencia y el cumplimiento de su misión por parte de las empresas, una de las cualidades que más se solicita es la de ser un buen negociador, y estar preparado para actuar con profesionalidad y habilidad estratégica; utilizando técnicas y herramientas adecuadas para la eficiente conducción del proceso de negociación y el logro de sus resultados.

Esta cualidad de saber negociar, lo transforman en un buen comunicador, que abre puertas, facilita caminos, logra compromisos y predisposiciones positivas en sus colaboradores y contrapartes.

La gestión Humanase ha convertido sin lugar a dudas en el lazo o el vínculo que une cada parte de la organización, siendo esta la que posibilita una interacción y un gana a gana compartido organizacionalmente para el logro de los objetivos planteados en la alta dirección.

## Objetivos

El seminario tiene como objetivo genérico facilitar a los asistentes herramientas sólidas, tanto técnicas como prácticas, que le permita comprender y analizar cómo se desarrollan la negociación empresarial, aprendiendo a utilizar las estrategias y técnicas más adecuadas en cada situación. Para ello nos apoyaremos en los siguientes objetivos específicos:

- 1) Comprender, valorar y dominar el manejo de las estrategias y técnicas para lograr una negociación efectiva.
- 2) Conocer la metodología y el desarrollo de la negociación.
- 3) Mejorar nuestra capacidad de aplicar los nuevos métodos de negociación a situaciones reales.

## Metodología

La metodología que se desarrolla en seminario es potenciando la participación activa e interactiva entre los asistentes, constituyendo así una excelente oportunidad para poder intercambiar experiencias en un ambiente distendido.

El seminario se desarrollará en dos fases una primera de exposición del profesor, en el que pondrá especial énfasis en su experiencia personal como directivo o profesional que enlazará con el debate y la puesta en común de las inquietudes y experiencias profesionales de los asistentes sobre los temas abordados.

A continuación se realizarán reuniones de trabajo con participación de los asistentes y dinámica grupal -tipo taller-. Pues, se ha comprobado que la mejor manera de entender y aprender la aplicación de las técnicas de negociación, es a través de la simulación de casos reales. Esta metodología requiere de un cuidadoso análisis del proceso de aprendizaje empírico, que se divide en:

### **Preparación:**

Bien sea de manera individual o colectiva, según lo indique el ejercicio, los participantes deben siempre preparar la negociación posterior, de acuerdo con las instrucciones que les sean asignadas a cada uno de ellos.

### **Negociación:**

Evidentemente, todos los casos involucran un momento de interacción de las partes en conflicto. Este momento tendrá lugar en las horas de clase.

**Análisis y discusión posterior:** Todos los casos terminan con un análisis cuidadoso. Al discutir el desarrollo de la negociación con todos los participantes, se logra identificar claramente los obstáculos que tiene cada tipo de conflicto y debilidades y fortalezas de los negociadores. así mismo, las experiencias de cada grupo se comparten de manera productiva y es supremamente importante la participación activa de los alumnos.

## Invitado Internacional Pedro Juan Martín Castejón



El Dr. Martín es PhD en Economía y Empresa por la Universidad de Murcia. Master en Gestión Empresarial por la Universidad Autónoma de Madrid, Master en Antropología Social y Cultural por la Universidad de Murcia, Ingeniero T. Industrial por la Universidad de Málaga y Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado por la Universidad de Murcia. Más de 20 años de experiencia en el campo directivo, lo cual ha mezclado por más de 16 años con su experiencia académica como Profesor de ENAE Business School y Profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados desde en la Universidad de Murcia, en los cuales se ha especializado en temas tales como “Estrategias y Técnicas de Negociación Comercial” y “Dirección y Gestión de Equipos de ventas”. Su actividad investigadora se enfoca principalmente en la dirección de ventas, empresa familiar, responsabilidad social empresarial y la negociación y gestión de conflictos. Ha dirigido varios trabajos de investigación, relacionadas con estas líneas. En la actualidad es

investigador del proyecto titulado “El éxito de la empresa familiar: La relación entre negocio y la familia desde la perspectiva de familiness” proyecto avalado por el Ministerio de Educación.

Ha presentado diferentes ponencias a nivel internacional, donde cabe destacar su participación en eventos de la American Marketing Association en EE.UU e ITALIA.

Ha obtenido el III Premio Nacional sobre Ventas otorgado por la Cátedra de Air Nostrum de la Universidad de Valencia en 2007.

En la actualidad es Vicedecano de Calidad de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Murcia.

Autor de diferentes artículos y libros tales como La gestión de las empresas familiares: un análisis integral. Editorial Civitas, España y su más reciente trabajo “La gestión eficiente de los equipos comerciales” editorial AEA, España.

## Contenido

### **1. Introducción del proceso negociador**

Tipos de negociación  
Negociación distributiva versus integrativa  
El perfil del negociador

### **2. Etapas en la preparación de la negociación**

Los objetivos de una negociación comercial  
Desarrollo del esquema negociador  
La planificación y sus fases

### **3. Los diferentes estilos personales en la negociación**

Los rasgos culturales y los estereotipos.  
Perfiles y orientación de la negociación.  
Los cuatro estilos del negociador y sus características.  
Actuaciones y trato con cada estilo de negociador.

### **4. Las tres fuerzas principales de la negociación**

El poder y sus distintas formas.  
El tiempo y sus distintas acepciones.  
La Información

### **5. La comunicación como herramienta de apoyo y liderazgo en el proceso de Negociación:**

La comunicación verbal.  
La comunicación no verbal.  
Las barreras en la comunicación.  
Las reglas para una comunicación eficaz.

### **6. La argumentación y sus distintos tipos**

**Concepto.**  
Diferentes tipos de argumentación.  
Esquema de desarrollo y presentación de la argumentación

## **7. Forma y escenario de la negociación**

La banda de negociación.

La franja de negociación optima, máximos y mínimos de la negociación.

Objetivos: principal, secundario y de retirada.

Tabla de compensaciones y técnica de balance.

Bloqueos, concesiones y cierre

## **8. La Negociación en el entorno de negocios internacionales.**

La negociación comercial como estrategia competitiva.

C.I.F. G-30164099