



**Mtro. Erick Ulises Cruz Domínguez**

**Dr. Roberto Rene Pinto Rojas**

**Ensayo: "Cómo Negociar"**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**NEGOCIACIÓN**

**4° "A"**

Tapachula Chiapas octubre 2021.

## **Resumen**

El presente documento es desarrollado desde una postura propia pero retomando y fundamentando con los diversos autores que se denotan en este discurso, con el objetivo de fortalecer retroalimentar, los paso, adquirir las herramientas necesarias para lograr cerrar un negocio, y fomentar las habilidades y destrezas de los implicados; con la importancia de los proceso comunicativos y lo que ello implica, por lo que estas breves cuartillas se denotan las posturas propias relacionando lo que diferentes autores fundamentan según su contexto en que ellos se desenvuelven.

**Palabras Claves:** Negociación, Estilos, Estrategias, comunicación y Tacticas.

## **Introducción**

El presente ensayo se propone abordar la temática Como negociar haciendo hincapié la importancia del proceso de comunicación la cual da cabida a una buena estrategia de negociación; por lo consiguiente nos dirige a los tipos de negociación que un individuo puede ejercer; claro influenciado con los aspectos comunicativos y el ambiente en el que se desarrolla dicho proceso.

Con tal objeto, se utilizará referencial de los conceptos provistos por Nicole Roldán, Mauricio Alice, Lewick, Fransisco J. Manso Coronado, Peiró, Bravo Molina, Bravo Silva, & Bravo Silva, Parra V., Santiago J, Murillo M. y breve recopilación del discurso plasmado en la Antología que lleva por título Negociación.

Si bien se inicia el abordaje de la conceptualización de negociación, ayudando así a situar desde diversas perspectivas de teóricos y autores; seguido de la importancia que tiene el proceso comunicativo para ello desglosando los tipos de comunicación como lo es la comunicación simple, comunicación asertiva, neuro comunicación y comunicación digital estos supuestos se verán complacidos en los procesos de negociación que el empresario, individuo o usuario este realizando, lo que refleja aquí el estilo de negociación que da pauta que estos puedan ejercer sus diversas técnicas de convencimiento logrando con ello persuadir, ganar-ganar o ceder.

Tomar decisiones generar estrategias planes de acción que si la información es correcta y está bien estructurada va a facilitar el éxito o por lo menos se aproximara al éxito obviamente no hay una garantía pero una probabilidad de consecución de nuestros objetivos; la negociación es un proceso por el que dos partes, personas tratan de llegar a un objetivo a través de un proceso de acuerdo; por ello es importante actores o partes, tiene que haber un objetivo y el objetivo, es decir negociación no es con una parte quiere hacer un negocio y la otra no o cuando la otra tienes un argumento sí o no hay negociación porque

probablemente tenga una alternativa a lo que se está ofreciendo porque ambas partes tienen que estar interesados en llegar a un acuerdo entre lo que se quiere recibir.

En el proceso comunicativo debemos saber qué es lo que se ha de transmitir y para eso hay que volver mirar atrás y visualizar si la información que se proporcionara en la reunión está estructurada y hay que hablar con un propósito con un objetivo y la información que se prepara debe de tener una metodología en la cual se vea qué es lo que se quiere decir; la mayor parte de las de las reuniones de negociación es escuchar activamente en lo que necesita.

### **La comunicación y la negociación**

Si bien el tema central es negociación, porque no se aborda el inicio con la contextualización de ello, esto porque desde la ideología propia se le adjudica una importancia a la comunicación durante la negociación, es así que la comunicación es el “intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información y recibirla” (Peiró, 2021. Párr. 1). En este proceso intervienen un emisor y un receptor, además del mensaje que se pone de manifiesto (Párr1). Desde tiempos remotos ha sido necesidad de los seres humanos comunicarse con otros para poder transmitir sus pensamientos decisiones conocer los logros colectivos. Por otra parte, la negociación es entendida como el “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” (Nicole Roldán, 2017, Párr. 1). Por medio de la comunicación se expresan y se comprenden objetivos intereses y deseos de las partes negociadoras hay 3 elementos principales que intervienen en la comunicación: el emisor, el receptor y el mensaje; el emisor informa y debe hacerlo con un lenguaje entendible y adecuado a los intereses del receptor el cual recibe el mensaje y debe hacerlo prestando atención al mensaje en el que contiene información ordenada clara y concisa con el fin de ser comprendido y así se captará la atención del receptor; estos elementos buscan alcanzar un acuerdo satisfactorio para ambas partes, en la comunicación se puede distinguir el lenguaje verbal y no verbal; en el lenguaje verbal se desempeña una actividad primordial de la vida cotidiana ya que por naturaleza el ser humano tiende a relacionarse a través de la comunicación siendo tanto receptores como emisores; un manejo efectivo del lenguaje verbal ayuda a que el mensaje emitido sea comprendido de manera clara y sí interpretado bajo el significado deseado y no ocasionar malentendidos en la comunicación o en la respuesta de quien lo recibe (en este caso con los negociadores). Por otra parte, el lenguaje no verbal se define por posiciones distancias gestos posturas movimientos y expresiones que hacemos con el cuerpo (Peiró, Comunicación no verbal, 2021). Aproximadamente el 93% de la comunicación humana se hace a través del cuerpo por lo cual es fundamental tanto para nuestras relaciones personales y profesionales formarnos con el control y gestión de nuestros movimientos posturas y gestos. Es por eso que el proceso de comunicación

en negociación va dirigido al manejo de conflictos, así como es necesario para obtener información clave sobre los objetivos de la otra parte negociadora; como lo mencionan (Bravo Molina, Bravo Silva, & Bravo Silva, 2019, Párr. 7) “la comunicación en la negociación, involucra un intercambio de ideas, percepciones y significados”. En una negociación, la comunicación no se restringe a la permuta de ofertas y contraofertas; además, como en todo proceso, dinámico e interactivo, actúan factores internos y externos que influyen en el resultado. También, se utiliza para dar explicaciones o justificaciones a las malas noticias, y aun así obtener resultados deseables (Bravo Molina, Bravo Silva, & Bravo Silva, 2019 a).

### **Estrategias de negociación**

Se pueden distinguir tres estrategias para la negociación: la primera es ganar- perder en la que una parte se beneficia a costa de perjudicar a la otra, la segunda perder- perder en la que las dos partes se encuentran peor después de haber negociado y la tercera ganar-ganar en las que ambas partes llegan a un acuerdo y se benefician por igual. Para ello hay que recalcar lo que los autores (Parra V, Santiago J, Murillo M, & et al., 2010, p. 1) “Las estrategias de negociación son herramientas para disminuir conflictos o para intercambiar bienes y servicios”. “Una negociación exitosa crea relaciones de solidaridad y propicia reciprocidad, cooperación y confianza para quienes tendrán relaciones permanentes de negociación con beneficios para ambas partes” (Parra V, Santiago J, Murillo M, & et al., 2010 a, p 1).

Las estrategias de negociación vienen a ser el marco general en el que se moverá cuando se inicia y cuando se vaya negociar un determinado; en ella se puede distinguir dos estrategias fundamentales: la estrategia competitiva y la estrategia cooperativa. La estrategia es la base, son los cimientos sobre los que se va a construir a partir de ahí se puede elegir un estilo u otra táctica; si nos centramos ya en la estrategia competitiva en ella se parte de dos posiciones de manera que se busca el beneficio propio no tanto la satisfacción o el cumplimiento de los objetivos de la otra parte. La otra estrategia la cual es la cooperativa aquí cambia el punto; hay una alta colaboración, aquí no se visualiza tanto por posiciones, sino que se dirige más por necesidades no sólo las nuestras, sino que se intenta también tener en cuenta las necesidades con las que llega las negociaciones aquí hay una intención de ganar-ganar.

Las características de cada estrategia se definen según el entorno que rodea la negociación es decir la estrategia competitiva existe mayor incertidumbre, más inseguridad, menos confianza; si nos vamos a la estrategia cooperativa aquí el clima se presenta más relajado, de mayor confianza; ya que solo funciona bien si existe un clima de confianza previa si no es muy difícil de aplicar.

## **Táctica de negociación de negociación**

Una vez que se ha asimilado el proceso de la negociación y las características que debe tener un buen negociador logramos entablar las tácticas con las que cuenta la negociación para poder desenvolver de manera más efectiva y dar herramientas que ayuden a las partes a lograr sus objetivos (Cortina Ocaña, s.f). táctica: “es claramente el uso de de (SIC) los medios en el ámbito empresarial para conseguir un mejor rendimiento.” Según el diccionario enciclopédico de estrategia empresarial de Fransisco J. Manso Coronado.

Vale mucho la pena hacer esta aclaración no se debe de confundir tácticas con estrategias: las estrategias se caracterizan por intervenir como una línea general de actuación en el caso de la negociación competitiva pues definitivamente ganar lo más que se pueda respecto a lo que tiene el otro; por lo tanto las tácticas en la negociación son el conjunto de acciones que concretan el uso de diferentes tácticas de negociación aplicables a cualquier momento del proceso de la negociación se pueden dar desde el inicio de la negociación hasta cómo termina la negociación aunque hay muchas formas de clasificar las tácticas como las que se denotan a continuación: Tácticas de desarrollo, Tácticas de presión y las que aplican las tácticas para una negociación competitiva y cooperativa (Cfr. Antología. Negociación pp. 28-30).

Como cierre y conclusión de dicho ensayo es fundamental en el proceso de negociación una buena comunicación, utilizando la PNL la cual nos da un panorama no verbal de la situación y con las actitudes y aptitudes del individuo que fungen como negociadores; tendrá un cierre éxito si estos aplican adecuadamente las técnicas, estrategias de negociación. Sin importa en que parte de dicha negociación se encuentre.

## Referencias

- Bravo Molina, P. P., Bravo Silva, P. F., & Bravo Silva, D. P. (2019). La comunicación como variable determinante en el proceso de negociación. *Revista academica: Contribuciones a la economía*. Recuperado el 12 de octubre de 2021, de <https://eumed.net/ce/2019/3/comunicacion-variable-negociacion.html>
- Cortina Ocaña, M. (s.f). Técnicas de negociación empresarial. *Herramientas de la negociación*. SUAyED.
- Nicole Roldán, P. (29 de mayo de 2017). *Negociación*. Recuperado el 11 de octubre de 2021, de Portal Web: <https://economipedia.com/definiciones/negociacion.html>
- Parra V,, J. B., Santiago J, E., Murillo M, M., & et al. (2010). Estrategias para negociaciones exitosas. *e-Gnosis*, 8.
- Peiró, R. (08 de abril de 2021). *Comunicación*. Recuperado el 11 de octubre de 2021, de Portal Web: <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>
- Peiró, R. (08 de marzo de 2021). *Comunicación no verbal*. Recuperado el 11 de octubre de 2021, de Portal Web: <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-no-verbal.html>