

# **NEGOCIACION COMERCIAL**

---

Escuela de Negocios - Facultad de Ciencias

Económicas - Programa Académico

---

## FUNDAMENTO DE LA PROPUESTA

La aceleración de los cambios que se dan en materia comercial y la alta exigencia competitiva, nos enfrenta diariamente a continuos procesos de negociación. Éstos pueden ser generadores de intercambios valiosos o de conflictos y tensiones paralizantes. La magnitud de estas responsabilidades debe contar un profesional con cualidades superiores que las enfrente y las resuelva, que lo haga destacable frente a los demás, resaltando sus condiciones de liderazgo, empatía, asertividad y compromiso con la excelencia y el cumplimiento de su misión. Es decir, un negociador eficaz.

Cómo se resuelve la pregunta: ¿después de la venta qué? O mejor, dados los desafíos que se presentan en los tiempos que corren: antes, durante y después de la venta, ¿cuáles son las habilidades con las que debe contar el profesional comercial?

Por parte de las empresas, una de las cualidades que más se solicita, sobre todo al personal comercial, 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 clientes.

---

## OBJETIVOS

- Conocer el proceso negociador en todas sus fases y ser partícipe de él.
- Aumentar el rendimiento comercial y realizar la venta desde el punto de vista del cliente y sus necesidades.
- Adaptar la estrategia de venta a los intereses del cliente, diferenciándose de los competidores.
- Aprender a fidelizar al cliente, mantener su satisfacción y generar una relación constante en el tiempo.
- Conocer las herramientas de la persuasión comercial y el modo de crear estrategias de argumentación.
- Profundizar en las tácticas y en las prácticas empresariales más eficientes de negociación.
- Cuáles son las técnicas de negociación y su adaptación cierre más efectivas según el tipo de producto o cliente.
- Qué información necesitamos para conocer el perfil de cada cliente y su capacidad y comportamiento de compra.
- Cómo determinar cuáles son las principales motivaciones de compra de nuestro cliente y cómo inciden en ellas la lógica y las emociones.

---

## DESTINATARIOS

- Ejecutivos comerciales y personal comercial con experiencia y formación en ventas, pero que puede perfeccionar sus habilidades de negociación
- Jefes de Cuenta o Clientes Claves que habitualmente negocian con interlocutores expertos.
- Personal promovido a puestos comerciales donde además de vender deberá negociar.
- Personas que negocian, interna o externamente, o que lo van a hacer en el futuro, sin haber recibido entrenamiento formal en técnicas de negociación.

- Gerentes, Jefes o Supervisores de Ventas que necesiten incorporar técnicas eficaces de negociación para luego transmitir las a sus colaboradores.
- Igualmente ayudará a negociadores experimentados a evaluar sus habilidades y cuestionar sus hábitos mejorables.

---

## METODOLOGÍA

El programa se desarrolla en forma modular, es decir que permite encapsular cada tema, generando así diferentes momentos de reflexión y una debida internalización de los contenidos.

Enfoque Práctico: una vez finalizado cada tema, los asistentes estarán mejor capacitados para aplicar las herramientas aprendidas.

El tipo de temática obliga a una metodología muy participativa, con un alto contenido de ejercicios vivenciales (role-plays). Los talleres se enfocan esencialmente en el entrenamiento de habilidades desde la práctica en la aplicación de los conceptos aprendidos.

- Ejercicios vivenciales que permitan el aprender haciendo, involucrando el pensar, sentir y hacer de los participantes.
- Discusión interactiva de casos reales sobre la temática, propiciando la toma de decisiones de los participantes.
- Talleres para la resolución de “minicasos” que sirvan de discusión en los grupos de trabajo orientados a la temática de cada tema en particular.
- Fomento de la participación activa en clase, enriqueciendo el proceso de aprendizaje, con las experiencias propias de los participantes.

---

## CERTIFICACIONES

La UNC brindará certificados de asistencia a las personas que completen el cursado con un mínimo del 80 % de asistencia del programa completo.

---

## PLAN DE ESTUDIOS

### **La Negociación Estratégica. Teoría y Taller:**

Actualmente las empresas están inmersas en una lucha por conseguir más y mejores negocios y de esa forma lograr sus objetivos comerciales. Es por eso que desarrollan diferentes estrategias dentro de las cuales la Negociación Comercial es una de las más importantes. Es decir que un profesional que tenga excelentes capacidades de negociación puede aportar enormes beneficios a la empresa, y es por esa razón que cada vez más se contratan especialistas en esa materia que puedan ser determinantes en sus operaciones.

Es innegable la importancia que tiene la negociación en nuestras vidas. Una negociación buena o mala puede llevarte al éxito o al fracaso.

La negociación está presente en todas las etapas de nuestras vidas. Tanto en nuestros vínculos personales como en nuestras relaciones laborales, hacer una buena Negociación es fundamental para conseguir un buen resultado.

Podemos decir que la negociación es un proceso que se basa en la comunicación entre dos o más partes intercambiando propuestas, donde los se ponen en juego intereses que deben satisfacerse mutuamente, llegando al acuerdo final.

En las organizaciones, las negociaciones suelen ser intensamente competitivas y justamente por ese motivo no siempre se llega a un buen resultado. De ahí la importancia de saber negociar.

## **CONTENIDOS**

### **Elementos de la negociación: ESCENARIOS-PODER-TIEMPO-INFORMACIÓN**

¿Qué es negociar? – Definiciones

El Proceso de Negociación: distintos pasos para alcanzar un acuerdo.

Elementos de la negociación

El poder y su ejercicio. Las fuentes del poder

La percepción en la Negociación

El manejo del tiempo

La información como recurso estratégico.

Interpretando señales: el lenguaje corporal durante la negociación

Concretando el acuerdo

Concesiones

Minuta o resumen

### **Estilos de negociación**

Modos de negociar

Negociar en base a posiciones

Organizando el proceso negociador

Criterios de evaluación de los métodos de negociación

### **Método de negociación de Harvard. Los 7 elementos**

Negociar con base en los intereses

Los intereses definen el problema

Separe las personas del problema

Todo negociador tiene intereses en el problema y en la relación

Percepción y Empatía. Ponerse en el lugar del otro

La influencia de las Emociones

La Comunicación efectiva para negociar

Generar opciones de beneficio mutuo

Criterios objetivos, Normas

Mejor alternativa a un acuerdo negociado (MAAN)

Tácticas de presión

### **Casos, Ejercicios y Simulaciones.**

---

## DÍAS Y HORARIOS

Los días de cursado serán los Miercoles de 17 a 21 hs en la Escuela de Negocios de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC. El día de inicio de las actividades sería el 7 de noviembre de 2018, generando un encuentro por semana (14/11; 21/11 y 28/11).

---

## INVERSIÓN

El Curso de Negociación comercial se encuentra organizado en 4 encuentros, sobre la base de un tiempo de 16 horas reloj de cursado en aula. Existe un cupo máximo de 35 personas.

La inversión necesaria para desarrollar el programa es de \$ 3.300.- Forma de pago:

- Transferencia bancaria hasta el 31 de octubre de 2018 \$ 3.000.-

- Transferencia bancaria o tarjeta de crédito hasta el 02 de noviembre de 2.018 \$3.300.-
- Tarjeta de crédito en 2 cuotas hasta el 02 de noviembre de 2.018 \$ 3.450.-

## DIRECCION

---

### ROLANDO SANTONI

- Executive M.B.A. (Executive Master in Business Administration), Universidad Francisco Vitoria, Madrid, España año 2004.
- M.B.A. (Máster en Administración de Empresas), Egresado del Instituto de Ciencias de la Administración de la Universidad Católica de Córdoba, Argentina. 1ra. promoción Mza., año 2001.
- Ingeniero Industrial, egresado de la Universidad Nacional de Cuyo.
- Post-grado en "Dirección Estratégica para Empresas de Servicios". Universidad Adolfo Ibáñez (Chile).
- Workshop de "Theory and Tools of the Harvard Negotiation Project" (Teoría y Herramientas del Proyecto de Negociación de Harvard). CMI International Group, (Universidad de Harvard).
- Consultor Senior Internacional.
- Docente y conferencista Internacional en Negociación, Dirección Comercial, Canales Comerciales, Marketing y Ventas.
- Gerente de Mendoza. Empresa Mapfre Seguros
- Gerente Comercial. Empresa: Genco Materiales Eléctricos
- Gerente de Ventas. Empresa: Triunfo Seguros
- Gerente Comercial Regional Cuyo. Empresa: DHL Worldwide Express
- Gerente Regional Mendoza. Empresa: Grupo Consolidar/Fecunda
- Gerente Zonal de Ventas. Empresa: Coca-Cola.