

Tirada: <b>63.523</b>	<b>Expansión</b>	Superficie: <b>724 cm<sup>2</sup></b>	
Difusión: <b>37.967</b>		Ocupación: <b>64.01%</b>	
(O.J.D)	Nacional	Diaria	
Audiencia: <b>132.884</b>	Economía		
Ref: <b>9635355</b>	2ª Edición	01/11/2017	Página: <b>44</b>
			1 / 1

# ¿Qué tipo de negociador es usted?

**GESTIÓN** Diferentes formas de expresión y comunicación para una efectiva negociación.

Lucía Junco, Madrid

Ya sea un alto ejecutivo o alguien en búsqueda de empleo, todos negocian para lograr un objetivo. “La imagen que proyectamos y nuestra presencia ante el otro condiciona el resultado que queremos conseguir”, apunta Mercedes Costa, profesora del Centro de Negociación y Mediación de IE Business School y autora de *El negociador efectivo*. Por ello, para ser un buen negociador, resulta fundamental conocerse a uno mismo e identificar las fortalezas o debilidades que nos hacen más o menos persuasivos, de forma que se llegue a ser percibido como una persona fuerte, serena, eficaz, respetuosa y cooperativa, que son las características que identifican a un negociador efectivo. ¿Qué tipo de negociador es usted?



Para ser un buen negociador, resulta fundamental conocerse a uno mismo e identificar nuestras fortalezas y debilidades.

## El negociador prepotente

Es aquél al que le encanta el poder. “Priman sus objetivos interpersonales. Están tan atentos a criticar o valorar de forma negativa a todos que pierden la ocasión de escuchar al negociador de enfrente, conocerle mejor y obtener una información valiosa”, define Costa. Se le reconoce por el uso de adverbios rotundos (como *nunca o siempre*), por emplear la primera persona para determinar su protagonismo (*yo, mi experiencia, mi propuesta...*). No acepta puntos de vista diferentes, “sus opiniones son verdades absolutas”, y zanja el asunto con amenazas y ultimátums. En sus gestos es una persona que mantiene la mirada –altiva– en el tiempo, emplea un elevado volumen de voz y habla con rapidez. No respeta el turno de palabra y hace un uso del espacio “expansivo”. “Este tipo de persona entiende la negociación como un enfrentamiento”, y por lo tanto debe trabajar en “una mejor preparación de la negociación; entenderla como un proceso abierto en el que la ganancia no está prefijada de antema-

no, sino que lo importante es crear valor con el otro. Además, debe aprender a subordinar el ejercicio de poder a fines más elevados, mediante un método que le dote de una estructura sólida para emplear una comunicación persuasiva”.

## El negociador sometido

Muestra una identidad titubeante y desdibujada, evita pronunciarse y tenderá a ceder ante propuestas alejadas a las que en un principio consideraba. En su lenguaje priman las formas indirectas e impersonales, lo que diluye la autoría; y palabras que debilitan el lenguaje (*un poco, intentar, convendría...*). “Al verse atrapado por la ansiedad, su vocabulario se reduce”. En sus gestos, esconde la mirada,

emplea una voz sin matices ni presencia.. “Si quien está enfrente lo detecta, será fácil hacerle ceder mucho más allá de lo que él hubiera decidido aceptar *a priori*. Si se identifica con este tipo de negociador, no se arriesgue a hacer la primera propuesta”, recomienda Costa. Para mejorar como negociador, deberá “armarse de criterios externos de legitimidad fuera de la mesa de negociación” que le den fuerza y activen su postura. Nuevamente, prepararse bien y contar con un método le ayudarán.

## El negociador asertivo

Se expresa de forma directa, clara y sin circunloquios, emplea frases en primera persona del singular, busca conocer más a la persona de enfren-

te a través de preguntas abiertas y empáticas. No rehuye el contacto, en su voz emplea un ritmo sereno, con cambios de tono y pausas y se mueve con sentido en la sala. “Una identidad asertiva permite adecuarse al otro y al objetivo, tiene esa capacidad de escoger dónde colocarse para apartar cualquier lucha de poder al tiempo que es percibido por el otro como legítimo”. Si tiene la suerte de ser asertivo, puede seguir entrenándose, con algunas técnicas. Una de ellas es el “*mindfulness*, muy efectiva para mejorar y crecer en serenidad, autoconocimiento y presencia activa, facilita tener un mayor control” y, en definitiva, permite “persuadir –no imponer–, influir y convencer en el otro”.

## Cómo transmitir una imagen exitosa

En una negociación, los gestos y la comunicación no verbal pueden resultar tan determinantes como el diálogo.

### ► Postura

“Cuando tenemos los músculos faciales relajados, los hombros bajos, la espalda cómodamente erguida y las manos distendidas al servicio de gestos ilustradores, la percepción de poder es evidente”. En el encuentro, una espalda estirada, hombros hacia atrás, cabeza erguida, brazos y piernas separados y no cruzados permiten una mayor ocupación del espacio. Es conveniente dar la mano con firmeza y sin prisa, acercando el brazo de forma que no esté totalmente estirado. Y siempre con cara y cuerpo dirigidos al interlocutor. Al sentarse, la espalda sobre el respaldo y la

cabeza alzada dan señal de poder. Los brazos a la vista sobre la mesa demuestran transparencia, al apoyarse e inclinarse sobre la mesa dan señal de escucha activa, “pero también de que no renunciamos a nuestro espacio”, apunta Costa.

### ► Mirada

Legítima al otro, le reconoce como interlocutor y semejante en el diálogo. Mientras se habla, el intercambio de miradas debe ser constante y equilibrado: no conviene estar más de diez segundos sin mirar al otro, pues debilita la conversación y muestra falta de interés. Tampoco es conveniente mantener una mirada fija. Se puede dejar de tener contacto visual y mirar a un punto neutro para concentrarse o tomar notas. En el cierre de la negociación, la mirada debe

garantizar que no hay malentendidos y mostrarse respetuosa.

### ► Voz

Desvela qué tipo persona es y sobre todo en qué situación emocional se encuentra, pues transmite ansiedad, alegría y tristeza. La velocidad también es determinante: “Hablar deprisa puede llevar a la pérdida de un control eficiente sobre lo que decimos, y dificultar la atención y comprensión del interlocutor”. También es fundamental un correcto uso del volumen: un volumen alto es señal de autoafirmación excesiva y una voz apenas audible, de lo contrario. “Hablar despacio en el cierre de las negociaciones ayuda a imprimir credibilidad, con pausas e inflexiones. Hay que huir de las frases hechas, porque despersonalizan la comunicación”.