



# Negociación de alto nivel

**Una oportunidad para dominar el arte del intercambio.  
La Negociación se ha convertido en una de los elementos claves de la dirección moderna y forma parte del día a día de cualquier directivo.  
Negociamos en el trabajo, en nuestro ámbito familiar, con nuestros clientes, con nuestros proveedores....**

Dentro de las relaciones que se producen con los diferentes intervenientes del ámbito empresarial: clientes, proveedores, empleados, accionistas...la negociación es una herramienta clave para mejorar la productividad y la eficacia dentro de las organizaciones modernas.

Pero para que una negociación sea de verdad efectiva se tienen que dar una serie de requisitos, una voluntad de las partes para llegar un acuerdo, un marco de negociación lo suficientemente amplio para que nos permita llegar a acuerdos...La conciencia de qué poderes o fuerzas juegan a mi favor en una negociación y cuál en contra...Las diferentes alternativas que entran en juego en la negociación y los beneficios que me supondrá llegar a un acuerdo.

Sin embargo en un proceso negociador, nos encontramos con peligros que pueden llevar al traste el resultado de la misma: que la emoción supere a la razón, no distinguir lo que es una táctica de lo que es una estrategia, caer en las trampas del negociador, etc...

## ¿Por qué Asistir a Este Seminario?



La mayor competitividad en todos los sectores y áreas geográficas, procedente del impacto de globalización y nuevas tecnologías, hace necesario replantearse las relaciones dentro del ámbito empresarial, donde tendré que definir con qué proveedores y de qué tipo quiero trabajar; con qué clientes y qué tipo de acuerdo estoy dispuesto a llegar con ellos, qué recursos humanos van a componer mi empresa, cómo poder conjugar sus expectativas individuales con los objetivos estratégicos que tengo como empresa, etc... En definitiva cómo mejorar y organizar mi empresa de manera más eficiente.



## ¿Quién deben asistir a este seminario?

Personas con posiciones de responsabilidad de dirección en cualquiera de las áreas funcionales de la empresa.

Personas del área de Marketing o comercial con capacidad para llegar a acuerdos con clientes.

Personas del área de compras con capacidad para establecer la estrategia de aprovisionamiento de mi organización.

Directivos de RR.HH con responsabilidades en la negociación de convenios colectivos.

Directivos financieros con responsabilidades de establecer la política financiera de la compañía.

Máximos ejecutivos que tengan que establecer relaciones con la estructura de capital de la empresa.

## ¿Beneficios de asistir a este seminario?

Este seminario tiene como objetivos fundamentales:

- Mejorar la eficacia en las relaciones con clientes, proveedores, trabajadores y accionistas.
- Dotar a los asistentes de una metodología para preparar la negociación de manera más efectiva.
- Descubrir las tácticas más usuales empleadas por los negociadores y su tratamiento.
- Mejorar la cuenta de resultados de i compañía.
- 



## Sobre el ponente

### Manuel Sevillano Bueno



Gerente de la empresa de consultoría y formación Make a Team , pionera en trasladar las experiencias del mundo del deporte a la empresa..

Lleva más de trece años en el mundo de la consultoría y he dirigido proyectos de consultoría en el sector de entidades financieras, gran distribución, empresas de ingeniería, de explotación agrícola, y de la Administración Pública. Antes de incorporarse al mundo de la consultoría trabajó en una entidad financiera ocupando diversos puestos con diferentes responsabilidades.

Tiene experiencia con clientes ubicados en España, México, República Dominicana, Ecuador, Angola, Portugal, Francia, etc...

Entre sus clientes figuran importantes empresas tales como Eroski S. Coop., Telefónica, BBVA, BSCH, Caja Insular, Caja Extremadura, Joca Ingeniería y Construcción, CognisMáxico, banco de Guayaquil, Sonangol, BPÇ, Nissan, Reanault, Junta de Extremadura, Comunidad Autónoma de Canarias, Cabildo insular de Lanzarote, Adidas, etc...

Es profesor asociado de Planificación estratégica y Dirección Comercial de la escuela Superior de Investigación Comercial (ESIC), adscrita ala Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

El Sr. Sevillano es Licenciado en derecho por la universidad complutense de Madrid, MBA por el Instituto de empresa de Madrid.

## Programa detallado del seminario



### 1.- Introducción

- Qué es negociar y qué no es negociar.
- La diferencia entre negociar y regatear.
- Cómo distinguir las paciones de los intereses

### 2.- La preparación de la negociación

- El análisis de Poder.
- La definición de los diferentes puntos a negociar.
- Los objetivos de la negociación
- El CAR (Cuadro de Alternativas de Recursos)

### 3.- El estilo Negociador

- Diferentes estilos a la hora de negociar
- Los estilos eficaces de la negociación
- Los estilos ineficaces en la negociación
- El estilo más adecuado para cada entorno.

### 4.- Los aspectos económicos de la negociación

- El dilema Volumen rentabilidad.
- El impacto de las concesiones en la rentabilidad de la operación
- Evaluación económica del CAR

### 5.- El cara a cara de la negociación

- Las cinco reglas de oro de la negociación
- Las tácticas más frecuentes y cómo superarlas.
- El cierre de la negociación.

### 6.- Negociaciones peculiares.

•

## Metodología de formación



**Área teórica:** Presentación explícita del contenido y de los aspectos conceptuales y técnicos asociados a cada tema en formato Powerpoint.

**Análisis de Casos y Distribución de Lecturas:** Las explicaciones conceptuales se combinarán con el análisis de casos prácticos que permitirán profundizar en los diferentes aspectos tratados, así como la distribución de lecturas específicas sobre los temas cubiertos previamente.

**Exposición Casos Reales:** Se complementarán las explicaciones teóricas y el análisis de casos con la exposición de ejemplos reales. Se expondrán resultados obtenidos por una empresa del sector servicios.

## Material didáctico

Cada participante recibirá una carpeta que contendrá la presentación y la documentación completa preparada por el expositor para la actividad. De igual forma se entregarán lecturas complementarias referentes al tema para fines de lectura y/o posterior consulta.

Adicionalmente cada participante recibirá un ejemplar encuadrado de una compilación hecha por el instructor de artículos publicados sobre el tema tratado.

## Duración



El seminario se impartirá en 2 sesiones de 7 horas.

También puede realizarse de forma personalizada y adecuarse a una empresa específica, en este caso requerirá de una consultoría de negocio previa cuya duración se establecerá en base a la información disponible para la preparación del mismo. (Los costes se evaluarán a la vista de la disponibilidad de información y proceso requerido de preparación)



**Procesos Críticos de Marketing s.l.**

C. Castaño 6 (U. Entrealamos)  
28220 Majadahonda (Madrid), España

Tel. 670702117

[jcirera@pcmark.es](mailto:jcirera@pcmark.es)

[www.pcmark.es](http://www.pcmark.es)