¡HAGAN JUEGO, SEÑORES! CONVENCER Y PERSUADIR EN EL ESPAÑOL DE LOS NEGOCIOS

PILAR ESCABIAS LLORET
JOSÉ JOAQUÍN MARTÍNEZ EGIDO
Universidad de Alicante

RESUMEN

En este taller se trabaja la importancia de (re)conocer no solo los mecanismos de negociación en español (exposición, argumentación, persuasión) y cómo escoger el registro adecuado (tanto lingüística como paralingüísticamente) a la hora de conseguir el propósito perseguido, sino también la identificación de los distintos tipos de *negociador* existentes. A partir del visionado de dos clips cinematográficos de 5 minutos de duración cada uno de ellos se desarrollan las diferentes actividades, con las que el profesor podrá conseguir que sus alumnos entiendan, identifiquen, reconozcan y pongan en práctica todos los mecanismos analizados en el taller: saber, saber hacer y saber ser en el ámbito de los negocios.

1. Introducción

En los distintos campos de la actividad profesional, al igual que en nuestro entorno más íntimo y personal, nos estamos relacionando

permanentemente con personas, bien individualmente, bien en grupo. Ante ellas, puede surgir una contraposición de intereses. La solución al conflicto viene por la negociación entre las partes. El tema de este taller es conocer y poner en práctica los mecanismos y estrategias de argumentación y persuasión en el Español de los Negocios.

Como profesores de español, podemos ayudar y enseñar a nuestro alumnado extranjero cómo sacar el máximo provecho de estas técnicas y estrategias de comunicación, válidas para cualquier ámbito, aunque, en el caso que nos ocupa, en este taller, lo haremos en el entorno del Español de los Negocios. El alumno extranjero que por motivos personales o de trabajo tenga que negociar en español deberá ser consciente de la idiosincrasia, de la cultura de empresa y del modo de ser del español.

2. Objetivos del taller

Con este taller se pretende que los alumnos (re)conozcan los mecanismos de negociación en español (exposición, argumentación y persuasión); aprendan a escoger el registro adecuado (tanto lingüística como paralingüísticamente); e identifiquen y, por tanto, interactúen adecuadamente con los distintos tipos de negociador existentes.

3. Desarrollo del taller

El taller se desarrolla en cuatro sesiones de cincuenta minutos de duración cada una de ellas y va destinado a un grupo meta compuesto por alumnos universitarios o profesionales del ámbito empresarial. Se requiere un nivel mínimo de B2. El taller está inserto dentro de un curso de Español de los Negocios, por lo que el grupo ya se conoce y ha realizado otras muchas actividades en él (organigrama de la empresa, currículo, etc.).

3.1. Sesión 1: Presentación de las películas (55')

3.1.1. Presentación de los clips de películas que se van a visionar. (10')

El profesor pregunta si los alumnos conocen las películas *Smoking Room* (J. D. Wallovits y Roger Gual, 2002) y *El Método* (Marcelo Piñeyro, 2005). Si no las conocen, pregunta si pueden deducir, por el título, de qué pueden tratar. Tras este breve intercambio de opiniones (deducciones) y para dar un contexto a los clips seleccionados, el profesor entrega a los alumnos una hoja con la sinopsis de cada película (Anexo 1).

3.1.2. Visionado de los clips. (15')

Para facilitar la identificación de personajes, les damos unas fichas para que anoten al lado de cada uno de ellos los rasgos que observen de su personalidad, de su modo de hablar, de vestir y de interactuar ante el grupo. (Anexo 2)

3.1.3. Revisión y ampliación de vocabulario. (10')

Los alumnos, en parejas, compararán sus notas y ampliarán el vocabulario de adjetivos y rasgos propios de este contexto. (Anexo 3)

3.1.4. Identificación de temas comunes de los clips. (15').

Puesta en común. Preguntar a la audiencia qué temas observan en los clips: Por ejemplo: ¿Qué tienen en común ambas películas? ¿Qué rasgos les han llamado más la atención de los personajes? ¿Qué importancia creen que tiene la *comunicación* y exposición de argumentos y justificación de estos?

3.1.5. Cierre de la sesión, y planteamiento de objetivos para la siguiente. (5')

Se les puede recomendar que completen el visionado de las películas, de modo que para las siguientes sesiones tengan una idea más completa de los temas que se van a estudiar.

3.2. Sesión 2 ¿Cómo y cuándo negociamos? (55')

3.2.1. El buen negociador (15')

Comenzamos la sesión recordando (se pueden escribir en la pizarra) los rasgos de lo que pensamos que es un buen negociador. El profesor moderará un pequeño debate sobre el siguiente tema: ¿Cómo y cuándo negociamos? (Anexo 4)

3.2.2. Distinción de conceptos (20')

Continuaremos con la reflexión, preguntando a la clase cómo distinguen entre *negociar, argumentar* y *persuadir*, con ejemplos concretos. Para ello, les pedimos que trabajen en parejas y construyan una situación que ejemplifique cada contexto. Se pondrá en común y se comprobará si las conclusiones a las que la clase ha llegado, coinciden con las del anexo 5. A continuación, explicamos en qué consiste la argumentación y las fases principales de esta, así como las estructuras y frases principales que podemos usar para negociar y argumentar. (Anexos 6 y 7)

3.2.3. Arquetipos y prototipos del negociador. (15')

Es importante que cada uno de nosotros, seamos conscientes de que hemos de modificar nuestro lenguaje o nuestro comportamiento (gestos, lenguaje corporal) dependiendo del contexto o de las personas que tengamos delante. Ser conscientes de esto nos convierte en mejores comunicadores. Para cerrar la clase, les pediremos que hagan una lluvia de ideas para que identifiquen los diversos arquetipos o prototipos: los roles o *tipos* de negociador. Explicaremos a la clase, que esto es muy importante, ya que el conocerlos e identificarlos puede ayudar en nuestra negociación y consecución de objetivos (estrategias del *juego*). Para ayudarles a su búsqueda, les daremos una hoja vacía de datos, solo con epígrafes (anexo 8) y tras la puesta en común les daremos nuestra propia propuesta, comparando y sacando conclusiones (anexo 9). Para

concluir, pediremos a la clase que digan con qué *tipo(s)* de negociador se identifican y que justifiquen su respuesta.

3.2.4. Cierre de la sesión, recapitulación de lo aprendido y repaso de las ideas principales. (5').

3.3. Sesión 3. ¿Cómo negociamos en España? (55')

3.3.1. *Rol play* (20')

Comenzamos la sesión recordando (se pueden escribir en la pizarra) los arquetipos de negociador. Con las conclusiones de la pasada clase y los tipos de negociador que hayan salido, el profesor ha creado fichas (anexo 9), que repartirá entre los alumnos. El grupo va a trabajar en equipo. Se reparte a cada alumno una ficha. El alumno debe asumir el rol escrito en ella, sin decir al resto qué papel va a desempeñar (el optimista, el proactivo, el pesimista, etc.). La clase, deberá adivinar al término de la situación qué rol ha desempeñado cada participante y qué rasgos les ha caracterizado. El tema de reunión que todo el grupo deberá negociar, según el papel que les toca es: ¿Cambiamos los equipos informáticos de la empresa?

3.3.2. La negociación en el mundo (20')

Los alumnos ya saben distinguir entre negociación, argumentación y persuasión. Saben identificar los tipos de negociador. Ahora, queda plantear si esto es universal, o si, por el contrario, se negocia de modo distinto en los diferentes países. Para comenzar esta actividad, se les puede pedir que hablen de su propia experiencia a la hora de hacer negocios en su país de origen. (Se puede dibujar una tabla en la pizarra con tantas columnas como nacionalidades haya, y cumplimentar cada columna según las aportaciones de los alumnos). Les damos la tabla del anexo 10 y les pedimos que la completen, tanto con lo que sepan de su propio país, como con lo que deduzcan de su conocimiento del mundo.

3.3.3. Conclusiones (10')

Para concluir la sesión del día, les pediremos que contesten las siguientes preguntas: ¿Cómo afecta el conocimiento de la cultura e idiosincrasia de un país a la hora de negociar, argumentar, persuadir o convencer? ¿Cómo es el carácter español o, para el caso, latino, a la hora de negociar? ¿Somos conocedores (y conscientes) de la cultura y del contexto que nos rodea? ¿Conocemos el protocolo? Les ponemos por ejemplo que, un simple apretón de manos, el modo de entregar nuestra tarjeta de presentación, o cómo mantener o no la mirada, son claves ante el inicio de una negociación.

3.3.4. Cierre de la sesión, y planteamiento de objetivos para la siguiente. (5').

3.4. Sesión 4. ¿Seremos capaces de argumentar y de persuadir de manera convincente? (55')

3.4.1. Recopilación de contenidos (15')

Comenzamos la sesión recordando lo más importante de las tres sesiones anteriores: reconocer y distinguir los mecanismos de la negociación y argumentación en español; identificar y recordar los rasgos positivos y negativos de los diferentes negociadores, y plasmar los arquetipos de negociador.

3.4.2. ¡Hagan juego, señores! (35')

Para poner en práctica todo lo trabajado, haremos juntos un ejemplo de negociación (anexo 11). Con él nos preguntamos si bastará un poderoso grupo de argumentos para convencer, o si, es un campo abierto a la investigación y exploración de otras técnicas de persuasión. Una vez visto el ejemplo, repartimos a los alumnos fichas en las que aparece un tema que deberán preparar en pareja (anexo 12). A cada alumno se le da un rol, de modo que tendrán 10 minutos para prepararlo (anexos 12 y 13), otros 10 para interactuar, y los restantes para comentar a la clase a qué tipo de situación han llegado, y si han cerrado o no la argumentación, sopesando si alguno

siente que ha perdido, o si han llegado a una situación de ventaja para ambos (*win-win*). También comentarán a la clase qué tipo de negociador han sido, y si han tenido que recurrir a diversos arquetipos de negociador a medida que esta avanzaba.

3.4.3. Cierre de la sesión, y consideraciones finales (5'). Si los personajes *perdedores* de *El método*, y de *Smoking Room* fueran conscientes de todo lo que hemos visto en nuestras 4 sesiones, ¿habrían tenido más éxito en su intento negociador?

4. Conclusiones

Esperamos que el taller propuesto haya servido para compartir con el resto de participantes toda una serie de propuestas, actividades e ideas, esperando que constituyan un válido instrumento para conseguir que su futuro alumno/a entienda, identifique, reconozca y ponga en práctica los mecanismos mostrados en el taller: saber, saber hacer y saber ser (estrategias) en el ámbito de los negocios.

Bibliografía

CABRÉ, M.T., GÓMEZ DE ENTERRÍA, (2006): J. *La enseñanza de las lenguas de especialidad,* Madrid, Gredos.

GÓMEZ DE ENTERRÍA J. (2009); *El español, lengua de especialidad. Enseñanza, Aprendizaje*, Madrid, Arco Libros.

GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. (2008); *Comunicación oral en la empresa,* Madrid, Arco Libros.

MARTINEZ EGIDO, J.J. (2008); *El español de los negocios*, Alicante, Open Course Were, Repositorio RUA, Universidad de Alicante, <http://ocw.ua.es/Humanidades/espanol-negocios/Course_listing>

MANUEL DASÍ, F. de y MARTÍNEZ-VILANOVA, R. (2005): *Técnicas de Negociación: Un Método Práctico*, Madrid, ESIC.

ORTEGA MORENO, M. (2009): «Actividad: Película *Smoking Room*. Comunicación.Conflicto,», en Santillana Formación y orientación Laboral (FOL). Pdf descargable en: <http://www.santillanafol.es/node/128>

ANEXO 1: Sinopsis

Smoking Room: Una sucursal de una empresa multinacional estadounidense en España prohíbe fumar dentro del recinto de sus oficinas. Ramírez, uno de los empleados de esta pequeña oficina decide juntar firmas contra lo que considera injusto y fuera de lugar. Básicamente, lo que pretende es que se destine una sala para fumar, o *smoking room*, como dicen los norteamericanos. Pero Ramírez se da cuenta de que sus compañeros tienen todo tipo de excusas para no firmar. Les da miedo perder su trabajo si contribuyen con su firma.
El Método Grönholm: Madrid. Paseo de la Castellana. En un rascacielos de oficinas del complejo Azca siete candidatos a un alto puesto ejecutivo se presentan a una prueba de selección de personal para una empresa multinacional. Solo uno lo conseguirá. ¿Hasta dónde serán capaces de llegar los candidatos para conseguirlo? Tras un laberinto de formularios, acreditaciones y demás burocracia empresarial, los siete participantes se encuentran juntos en una fría sala a la que les ha conducido una secretaria, esperando a que dé comienzo el proceso de selección...

ANEXO 2: Fichas de los personajes. Identificación de rasgos

Personaje	r. físicos	r. psíquicos	Habla	Arg. / Cotra	Otros
Secretaría					
Ana					
Nieves					
Carlos					
Julio					
Ricardo					

Fernando					
Enrique					

ANEXO 3: Ampliación de léxico

RASGOS Y ADJETIVOS PROPIOS DE LOS NEGOCIADORES	
POSITIVOS	NEGATIVOS (Busca el antónimo)
seguro; maduro; audaz; asertivo; dominante; listo; paciente; impaciente; íntegro; sereno; perspicaz; locuaz; cortés; prudente; pausado; reflexivo; extrovertido; observador; detallista; intuitivo; optimista; analítico; claro; conciso, resolutivo; empático; flexible; realista; entusiasta; competente; (dar opciones a que los alumnos aporten otros)	

Aprovechando las fichas del anexo 2, podemos hacer varios ejercicios para ampliar y consolidar el vocabulario, y conocer o identificar los tipos de negociadores que hay:

-Por ejemplo, se pueden poner las fichas de cada personaje en la pizarra (pegadas con papel celo o *blue tack*) y repartir fichas que contengan adjetivos o rasgos de personalidad, tanto positivos como negativos, y que las asocien y peguen junto a los personajes.

-Pedir que escojan a un personaje y estén preparados para representar su papel en primer lugar con rasgos positivos, y luego, cambiar y actuar del modo contrario (uso de antónimos): (reservado; tímido; titubeante; taimado; falso; enrevesado), etc. para ver cómo cambia su lenguaje y su modo de negociar e interactuar, dependiendo de su actitud.

ANEXO 4: ¿Cómo y cuándo negociamos?

• ¿En qué momentos o contextos negociamos? • ¿Sabemos negociar? • ¿Cómo lo hacemos? • ¿Es importante prepararte para la negociación? • ¿Cuándo paramos la negociación? • ¿Cómo cerramos la negociación? • ¿Nos sentimos orgullosos con el resultado, o sentimos que hemos cedido o perdido?

NEGOCIACIONES EN UN CONTEXTO FAMILIAR/PERSONAL	NEGOCIACIONES EN UN CONTEXTO PROFESIONAL/LABORAL
Ejemplo: yo quiero ir al cine, pero mi pareja no quiere salir.	Ejemplo: Me piden que haga horas extra en mi tiempo libre

ANEXO 5: ¿Sabemos distinguir entre negociación, argumentación y persuasión?

NEGOCIACIÓN[1]	ARGUMENTACIÓN	PERSUASIÓN
Proceso para llegar a una mutua satisfacción de dos o más partes a través de una acción de comunicación (**argumentación**), donde cada parte hace una propuesta inicial y recibe una contrapropuesta, con el intento de aproximarse al punto de equilibrio de ambas ofertas	Acción de comunicación. Se identifica con el **enunciado** de un problema o situación que admite posiciones a favor o en contra de una tesis (opinión que se defiende). Argumentar es, por tanto, **aportar razones** (o pruebas, ejemplos, casos, explicaciones) para defender una opinión.	Inducir, mover, convencer u obligar a alguien a creer o hacer algo, tal cual lo creemos nosotros, tengamos o no razones de peso.

ANEXO 6: Fases y preparación para la argumentación

Todo argumento expuesto debe indicar al interlocutor las **ventajas** (**PROS**) que presenta la idea propuesta y probarle los beneficios que reporta si es aceptada, además de personalizarla hacia las necesidades latentes en él; reafirmándola, si es necesario, a través de demostraciones prácticas, con pruebas, referencias o testimonios. Toda argumentación tiene un carácter **dialógico**, es decir, presupone un **diálogo** con el pensamiento del interlocutor para transformar su opinión (**tesis** y **argumentos**, por un lado; **antitesis** y **contraargumentos (CONTRAS)**, por el otro). De aquí que sea necesario el tener en cuenta al destinatario (identificarlo, conocer sus gustos y valores, prever su opinión...) para seleccionar los **argumentos** o **premisas** más adecuados y eficaces, y para **contraargumentar** (exponer razones que contrarresten o invaliden los razonamientos ajenos).

[1] Definición dada por Rafael de Manuel y Rafael Martínez-Vilanova (2005)

ANEXO 7: Expresiones que articulan y estructuran la argumentación y el proceso de negociación

Para indicar objetivos • Me gustaría empezar señalando.... • Considero que deberíamos empezar indicando nuestros.... • El principal objetivo de esta negociación es llegar a un acuerdo en los puntos....	**Para empezar una negociación** • ¿Qué le parece si empezamos? • Cuando quiera empezamos.	**Para pedir opiniones o sugerencias** • ¿Qué le parece? • ¿Cómo ve....? • ¿Cuál es su punto de vista sobre...?
Para dar opiniones o hacer sugerencias • Desde mi punto de vista.... • Sugeriría que... • ¿Por qué no...? • Si le he entendido bien, su propuesta sería...	**Para manifestar acuerdo y desacuerdo** • Coincidimos plenamente. • ¡Tiene razón! • ¡Es verdad! • Discrepo completamente. • Yo no lo veo así. • Lo siento, pero no me parece... • Lamento no estar de acuerdo con usted.	**Para expresar reservas y dudas** • Puede que tenga razón, sin embargo.... • No estoy totalmente convencido de... • Tengo mis dudas sobre... • Estos es opinable – discutible.
Para dar opiniones o hacer sugerencias • Desde mi punto de vista.... • Sugeriría que... • ¿Por qué no...? • Si le he entendido bien, su propuesta sería...	**Para intentar convencer o persuadir** • Creo que lo mejor sería... • ¿Y si lo miramos desde otro ángulo?	**Para finalizar la negociación con acuerdo o desacuerdo** • Hemos llegado a un acuerdo satisfactorio. • Podemos felicitarnos por el acuerdo al que hemos llegado. • Llegados a este punto deberíamos reflexionar más para... • Quizá deberíamos posponer la toma de decisiones para otra ocasión.

ANEXO 8: Ficha en blanco de tipología (ARQUETIPOS) del negociador

<table>
<tr><td colspan="2">ARQUETIPO: Un arquetipo es un modelo o ejemplo de ideas o conocimiento del cual se derivan otros tantos para modelar los pensamientos y actitudes propias de cada individuo, de cada conjunto, de cada sociedad, incluso de cada sistema.</td></tr>
<tr><td>ARQUETIPO POSITIVO DE NEGOCIADOR:
RASGOS QUE LO CARACTERIZAN
VENTAJAS O PUNTOS FUERTES</td><td>ARQUETIPO NEGATIVO DE NEGOCIADOR:
RASGOS QUE LO CARACTERIZAN
DESVENTAJAS O PUNTOS DÉBILES</td></tr>
<tr><td>EJEMPLO: EL OPTIMISTA/ POSITIVO
-motivado
-entusiasta
- está comprometido

Es de gran ayuda en la reunión/ negociación
Hace contribuciones interesantes y dinamiza el proceso
En las negociaciones suele utilizar un estilo de cooperación</td><td>EJEMPLO: EL PESIMISTA
-está desmotivado
-juzga por el lado desfavorable
-prevé y ve problemas donde no tiene por qué haberlos

Puede contagiar al resto con su actitud.
Es esencial encontrar argumentos sólidos y ejemplos que desmonten su pesimismo</td></tr>
</table>

ANEXO 9: Tipología del negociador (soluciones)

EL PROACTIVO -se adelanta a las necesidades -es innovador -es servicial (se ofrece a hacer cosas) Es de gran ayuda en la reunión; permita que haga contribuciones y utilice sus intervenciones. A veces, puede tener el *efecto champán* (se desinfla o desbrava pronto)	**EL PASOTA** -se adapta a lo que le dan -no toma iniciativa -deja que sean los demás quienes decidan Este miembro puede estar cansado, quemado o desmotivado, pero no por ello es tóxico. Intente asignarle tareas concretas y pedirle que las cumpla.
EL EMPÁTICO -practica escucha activa -se pone en el lugar de los demás -es servicial Es de gran ayuda en la reunión; permita que haga contribuciones y utilice sus intervenciones.	**EL GRUÑÓN/ DISCUTIDOR** -todo le parece mal -siempre hay un *pero* en su boca -suele criticar las decisiones de los demás Usted debe mantenerse tranquilo, no se involucre y no le permita que monopolice la discusión. una negociación suele utilizar un estilo confrontativo
EL LÍDER -toma la iniciativa -es responsable -toma decisiones El grupo lo reconoce como jefe u orientador. Debe moderar, escuchar, motivar y saber hacer callar a otros.	**EL TÍMIDO/ INSEGURO** -titubea -no tiene las cosas claras -tiene un porqué para todo Este miembro puede tener buenas ideas, haga que participe, hágale preguntas fáciles, aumente su autoconfianza y dele crédito.
EL LOCUAZ O PREGUNTADOR PERSISTENTE -Habla demasiado; -habla a destiempo, sin escuchar a los demás -suele interrumpir a los demás -lo pregunta todo Debe interrumpirlo con tacto, limite su tiempo de exposición. El preguntador, a veces, trata de meter en una trampa al expositor; pase sus preguntas al grupo, mediante preguntas reflejas.	**EL SABELOTODO** -Interviene constantemente -cree poseer la razón -abusa del *yo*, *en mi opinión*, *yo sé* Deje que los miembros del grupo se ocupen de sus ideas. (suele terminar cansando al equipo) Puede resultar prepotente
OTROS… -el manipulador -el criticón -la mosquita muerta -el que va de víctima - el *bully* (avasallador/ acosador) - el que se apropia de las ideas de los demás	**EL REFORMADOR** -suele ser idealista, de sólidos principios, -es determinado, controlado, -es perfeccionista y le gustaría hacer las cosas a su manera, pues cree que esta es la mejor. Déjele que aporte sus ideas, y luego decida si a usted (y a su grupo) le gustan o no.

ANEXO 10: Rasgos culturales y de idiosincrasia del negociador, atendiendo a su origen

Cómo se negocia en (…) teniendo en cuenta (…)	ESPAÑA	JAPÓN	ALEMANIA	RUSIA
TIEMPO		El uso del tiempo es absolutamente rígido. En cada reunión solamente se discuten los asuntos que se han acordado en la agenda establecida con anterioridad. No cabe la improvisación, ni la flexibilidad en los temas a tratar.		
ESTRATEGIAS				La estrategia negociadora de los rusos es de ganador-perdedor. Lo que una parte gana la otra lo pierde. Frente a esta actitud conviene resaltar los beneficios que se pueden obtener con la cooperación entre las partes.
PROTOCOLO		El trato es muy formal. Se llama a las personas por su apellido, precedido de Mr o Mrs. Cuando ya se conoce a la	El trato es formal: se utilizan los apellidos y los títulos para dirigirse a las personas.	

		persona se puede utilizar el sufijo san - significa Señor – después del apellido. Por ejemplo Obuchi-san (Mr. Obuchi). Nunca se deben usar nombres propios.	Cuando se conoce el título profesional (Doktor, Direktor, Professor) debe anteponerse a los títulos de Mr. o Mrs. (o Ms.), o su equivalente en alemán: Herr (Mr.) y Frau (Mrs. o Ms).	
(otros…)	<http://www.globalnegotiator.com/>			

ANEXO 11: Ejemplo: Quieres que tu pareja deje de fumar

FICHA DE ARGUMENTACIÓN	**ESTRATEGIAS**
• **Enunciado:** proposición de las intenciones que tenemos para convencer al oponente • **Prueba**: ejemplos o testimonios que tenemos para apoyar el enunciado y convencer/ persuadir • **Argumento:** explicaciones, contraargumentos, razonamientos de por qué las pruebas apoyan el enunciado.	• **Estudiar antes la situación** • **Conocer los posibles oponentes y su modo de actuar/ negociar** • **Listados de pros y contras** • **Tener previsto lo que nos pueden contestar para tener una contrarrespuesta (contraargumentación)**

Argumentos sólidos a favor (enunciados)	**Refutaciones de ella o posibles respuestas**
*El tabaco perjudica seriamente la salud	*También lo perjudican otras cosas y de algo hay que morir
*En vuestro restaurante preferido ya no lo permiten	*Podemos ir a otros restaurantes
*Cada día es más caro	*Tengo un buen sueldo y pocos vicios
*No es ecológico	*Reciclo papel y botellas, no hay que ser radical
*Los fumadores huelen mal	*Como chicles y uso perfume
*Se amarillean dientes y dedos	*No con mi manicura y blanqueado de dientes

(pruebas) *cada día toses mas *Ya has ido varias veces al médico	

ANEXO 12: Fichas de situaciones para poner la negociación y argumentación en práctica.

A tu jefe… Quieres un aumento de sueldo	**Al Director de RRHH** Ante una situación de despido, debes exponer por qué la empresa debe mantener tu puesto
Ante tus oponentes en una entrevista En caso de una guerra nuclear, donde sólo 3 caben en un refugio, debes argumentar por qué tú eres uno de ellos	**Ante el Director General** No quieres asistir a una reunión, porque las reuniones no son eficientes y se pierde el tiempo
Ante el responsable de Prevención de Riesgos Laborales Solicitas permiso para tener tus mascotas en tu despacho (un perro labrador y una iguana)	**Al Director financiero** Quieres que tu empresa compre una nevera y un microondas y que habiliten un cuarto donde se pueda comer

ANEXO 13: Ficha de preparación a la argumentación. (Ficha recordatorio)

ETAPA DE PREPARACIÓN	ETAPA DE ANÁLISIS	ETAPA DE DESARROLLO
• sopesamos, medimos, calculamos pros y contras • recopilamos información • identificamos nuestros puntos fuertes y débiles e intentamos localizar los de la otra parte • Intentamos prever el tipo de desenlace al que puede llevarnos esta negociación, intentando alcanzar el *win-win* (teoría de juegos). • Usamos la experiencia como	• Analizamos y estudiamos a nuestro interlocutor, su empres, su entorno, sus necesidades. • Estudiamos las costumbres del lugar, el idioma, el entorno. • Es en esta etapa en la que conviene que seamos conscientes de la tipología de interlocutores y que no todas las estrategias son válidas para todas las personas, sino que deberemos	• Ante el desarrollo, propiamente dicho de la negociación y de las argumentaciones y contraargumentaciones expuestas, debemos estar muy concentrados con nuestro uso, de expresiones y lenguaje verbal y no verbal, que resultan decisivos ante un cara a cara, donde no sólo se tiene en cuenta lo que se dice, sino cómo se dice: (saber, saber ser, saber hacer, saber estar). APTITUD/ ACTITUD • Debemos estar preparados para

ayuda. Recordamos casos pasados y lo que aprendimos de ellos. • Somos conscientes del entorno, contexto y lugar en el que se va a desarrollar la negociación. (No es lo mismo negociar en España que en otro país) al igual que no es lo mismo que la negociación se lleve a cabo en tu propia empresa que en la otra.	modificar nuestro discurso (tanto verbal como no verbal), dependiendo de la persona que tengamos delante.	modificar, rectificar, avanzar, nuestro discurso. • En esta etapa es esencial ser conscientes del factor *tiempo* e intentar que juegue a nuestro favor.

ANEXO 14: Otras estrategias para negociar

ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN	
Gran Muralla	Ser inflexible y no ceder. Se desgasta a la otra parte indicando que no hay otra alternativa posible. Por ejemplo: *Lamento mucho no poder concederle ese deseo. Son normas de mi empresa.*
Asalto directo	Tácticas diseñadas para presionar o impresionar al contrario. Uso de argumentos poderosos. Se puede intimidar o hacer sentir incómodo. *«Creo que usted no es el indicado para negociar»* *"«Sólo si nos da…X..estaré dispuesto a …»*
El receso	Consiste en pedir un aplazamiento de la reunión si las cosas no salen como queremos.
Señuelo falaz	Consiste en atraer o despistar al oponente con argumentos falsos para persuadir e influir a nuestro favor. (Justo cuando se va a firmar un acuerdo una parte pide aplazamiento u otra ventaja no pactada previamente).