

# Índice

La autora.....	9
Introducción.....	11
Capítulo 1	
<b>La importancia de la negociación.....</b>	<b>15</b>
Capítulo 2	
<b>La negociación en escenarios internacionales.....</b>	<b>17</b>
Capítulo 3	
<b>La comunicación.....</b>	<b>20</b>
Capítulo 4	
<b>El objeto de la negociación.....</b>	<b>30</b>
1 Elementos negociables del producto.....	30
2 Elementos negociables en la distribución.....	31
3 Estrategias para nuevos clientes.....	32
Capítulo 5	
<b>Modelos de negociación.....</b>	<b>34</b>
1 Negociación por toma de posiciones.....	34

2	Negociación por intereses.....	38
3	Negociación dramática.....	41

## Capítulo 6

	<b>Actitudes para afrontar una negociación .....</b>	<b>43</b>
1	Actitud competitiva.....	43
2	Actitud colaborativa .....	44
3	Actitud emotiva.....	45

## Capítulo 7

	<b>Negociación <i>win-win</i> o método Harvard .....</b>	<b>47</b>
--	--	-----------

## Capítulo 8

	<b>Dimensión personal de la negociación .....</b>	<b>54</b>
1	Honestidad.....	55
2	Colaboración .....	56
3	Prudencia.....	57
4	Madurez.....	57
5	Inteligencia competitiva.....	57

## Capítulo 9

	<b>Dimensión cultural de la negociación.....</b>	<b>60</b>
1	Jerarquía.....	60
2	Toma de decisiones .....	61
3	Rol de género.....	61
4	Control de imprevistos .....	62
5	Tiempo .....	64
6	Entorno emotivo .....	65
7	Comunicación .....	66

Capítulo 10	
<b>El negociador ideal</b> .....	67
1 Tácticas que puede emplear el negociador.....	68
2 Cualidades.....	69
3 Retos del negociador.....	71
4 Asertividad.....	72
Capítulo 11	
<b>Fases previas a la negociación</b> .....	74
1 Pensar la estrategia.....	76
2 Conocer el protocolo.....	76
3 Planificar el proceso negociador.....	79
4 Técnica MAPAN.....	81
Capítulo 12	
<b>Etapas del proceso negociador</b> .....	84
1 El contacto.....	84
2 La preparación.....	90
3 El encuentro.....	94
4 La propuesta.....	96
5 Conflicto de intereses.....	100
6 El cierre.....	103
Capítulo 13	
<b>Empatía internacional</b> .....	106
1 Escucha activa.....	107
2 Verbalización y diálogo.....	108
3 Diplomacia.....	109

Capítulo 14

**Negociación específica para cada cultura y mercado . . . 111**

- 1 Cultura anglosajona . . . . . 113
- 2 Cultura asiática . . . . . 115
- 3 Cultura latina . . . . . 117
- 4 Cultura árabe . . . . . 119
- 5 Ejemplos prácticos en Estados Unidos y Japón . . . . . 121

Capítulo 15

**Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) . . 123**

- 1 Internet y redes sociales . . . . . 123
- 2 Plataformas de comunicación y entornos colaborativos . . . . . 124
- 3 Otras herramientas . . . . . 125
- 4 Recomendaciones para el uso de las TIC . . . . . 125

Capítulo 16

**Elementos clave para la negociación y errores recurrentes . . . . . 128**

Agradecimientos . . . . . 131