



Programa de Mujeres Emprendedoras en el medio rural

Negociación Eficaz - Paula Almansa - Mayo 2026



AgroBank

Me presento: Paula Almansa



palmansa@faculty.ie.edu

Linkedin: @paula-almansa

- Profesora de Negociación y Habilidades de Resolución de Conflicto en IE y IEUniversity
- Emprendedora / empresaria, cofundadora y directiva de varias empresas: LOOM, Impact Hub, FromTheBench, etc.
- Asesora en Fusiones y Adquisiciones en banca de inversión en Madrid y Londres
- Facilitadora de reuniones y mediadora en conflictos
- Asesora y miembro de juntas directivas, patronatos, consejos de administración
- Licenciada en ADE, derecho y psicología. MBA por The Wharton School of Business



“Me caracteriza una infinita curiosidad y la fascinación por cómo las personas se comportan y toman decisiones, empezando por explorar mis propios procesos”

¿De qué os propongo hablar?

1. Relaciones transaccionales vs. estratégicas
2. Tipos de negociación
3. Negociación competitiva vs. Colaborativa
4. Negociación basada en intereses - cómo crear valor y construir relaciones estratégicas
5. Comunicación asertiva - empatía y asertividad

Quién, por qué, para qué, qué y cómo

De relaciones transaccionales a estratégicas

Relaciones transaccionales

- Centradas en el intercambio inmediato de valor.
- Orientadas a satisfacer una necesidad puntual o lograr un objetivo específico a corto plazo.
- No necesariamente implican compromiso a largo plazo ni una conexión profunda entre las partes.
- Por ejemplo, una compra entre particulares en una plataforma online: el comprador paga y el vendedor entrega el producto.

Características:

- Interacción puntual.
- Foco en la transacción o intercambio.
- Poca o nula inversión emocional.
- No dependen de la confianza o la lealtad para sostenerse.

Relaciones estratégicas

- Buscan generar valor a largo plazo, basadas en confianza, colaboración y alineación de intereses mutuos.
- Son típicas en contextos como alianzas de negocio, mentores y pupilos, o equipos de alto rendimiento.

Características:

- Compromiso mutuo y sostenido en el tiempo.
- Intercambio de valor más allá de lo transaccional.
- Basadas en la confianza y la alineación estratégica.
- Enfoque en beneficios mutuos y crecimiento conjunto.

Algunos equilibrios complejos

- Al decidir, ¿cómo elegimos entre?:
 - Corto y largo plazo en las relaciones profesionales.
 - Cooperar y competir en las negociaciones.
 - Asertividad y empatía en la gestión de conflictos y comunicación.
- ¿De qué dependen nuestras decisiones?

Antes de decidir cómo actuar es importante tener “la foto” o “el mapa”:

Conocer el entorno en el que nos movemos.

Entender qué resultado buscamos.

Decidir qué queremos comunicar y cómo hacerlo.

Hablemos de negociación

Negociación en tres pasos:

1.

Entender la situación.
Tener "la foto"

2.

Decidir y estructurar
nuestra propuesta

3.

Comunicar
nuestra propuesta

1. Obtener información. Estructura de la negociación.



Estructura	Número de partes	Repetición en el tiempo	Número de temas
<ul style="list-style-type: none">• Competitiva o• Colaborativa	<ul style="list-style-type: none">• Bilateral o• Multilateral	<ul style="list-style-type: none">• Ocasional o• Recurrente	<ul style="list-style-type: none">• Unidimensional• Multidimensional

Tener "la foto" ayuda a anticipar qué Podemos esperar, cómo comportarnos y qué proponer en nuestras negociaciones.

1. Entender el perfil de la negociación ayuda a decidir



- Además de la estructura, ¿qué más influye en cómo percibimos y planificamos la negociación?
- Creencias, nuestra personalidad y la de la otra parte.
- Elegir nuestro nivel de empatía y asertividad.
- Un dilema interno (y eterno) especialmente para mujeres: caer bien/gustar/tener aprobación vs. ser respetada.

1. Un ejemplo. Situación:

- Quieres tener una web que refleje tu negocio y tu forma de trabajar, para dar una imagen profesional, ganar visibilidad y atraer más clientes.
 - Estás en conversaciones con una diseñadora web.
 - Tu presupuesto son entre 1.800 y 2.000 euros, con un máximo de 2.500 euros.
 - La diseñadora te ha enviado una propuesta por 2.600 euros. La propuesta incluye:
 - Diseño en WordPress con 5 secciones: inicio, servicios, quién soy, galería y contacto.
 - Adaptación a móvil y tablet.
 - Formación básica para que tú puedas hacer pequeñas actualizaciones.
- No incluye:
- Redacción profesional de textos ni fotos.
 - Posicionamiento SEO ni mantenimiento mensual.

1.
Entender la situación.
Tener "la foto"

1. Un ejemplo

1.
Entender la situación.
Tener "la foto"

- Qué información adicional necesitaríamos para evaluar la situación y decidir cómo abordar la negociación?

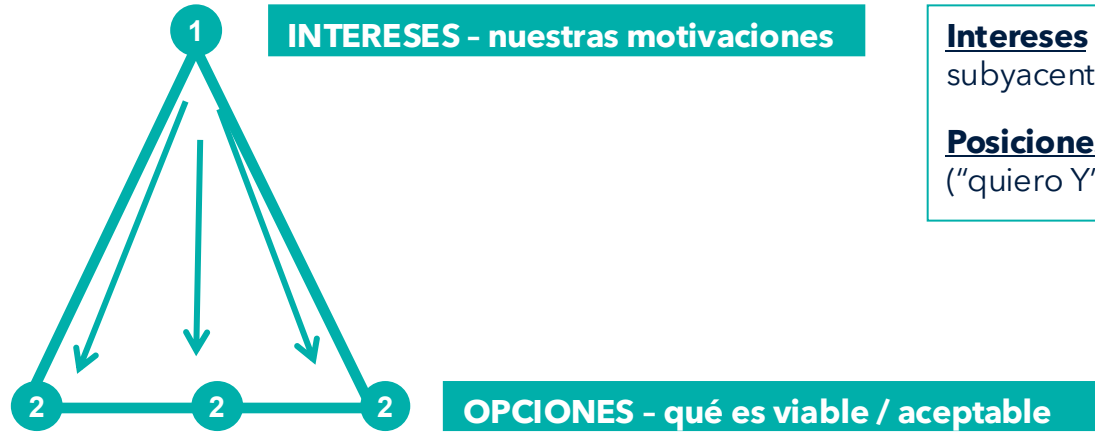
1. Alguna información que puede ayudar

1.
Entender la situación.
Tener "la foto"

- ¿Qué sabemos de la diseñadora? ¿Cómo es? ¿Qué reputación tiene?
- ¿Cómo suele negociar? ¿Tenemos a alguien en común que nos pueda dar más información?
- ¿Es confiable no solo en su trabajo sino también como persona?
- ¿Es más analítica o emocional? ¿Se centra más en el detalle o el concepto?
- ¿Qué es viable y qué no es viable para ella? ¿Cuál creo que es su el rango de negociación?
- ¿Qué elementos de negociación tengo?
- ¿Necesita cerrar un acuerdo? ¿Qué pasa si no llegamos a un acuerdo?
- ¿Tenemos información de mercado para comparar con otros competidores?

2. Estructurar la propuesta: intereses vs. posiciones

2.
Decidir y estructurar
nuestra propuesta

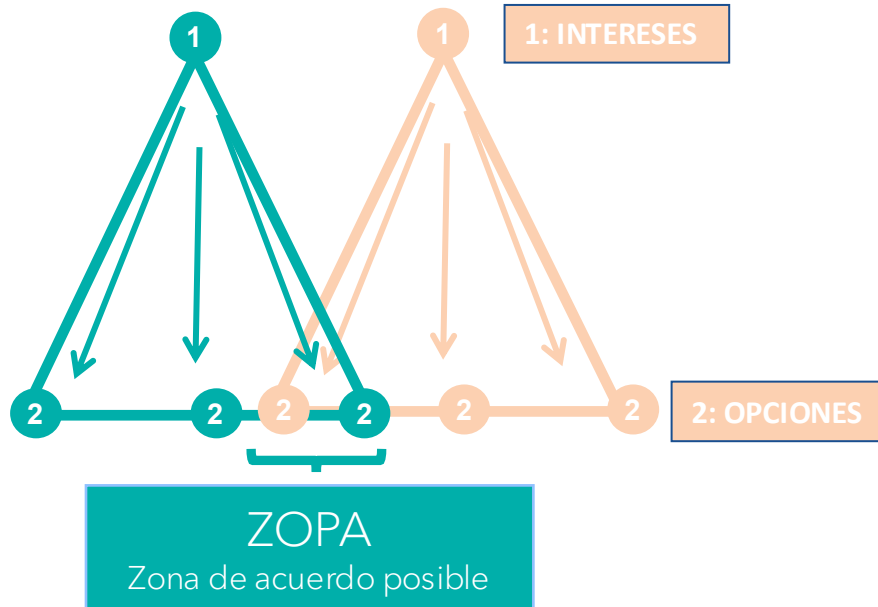


Intereses son las motivaciones y necesidades subyacentes ("necesito X")

Posiciones son las peticiones concretas ("quiero Y")

Empezar desde los intereses permite generar un mayor número de opciones y ser más flexibles en el planteamiento de la negociación.

2. Estructurar la propuesta: niveles de negociación



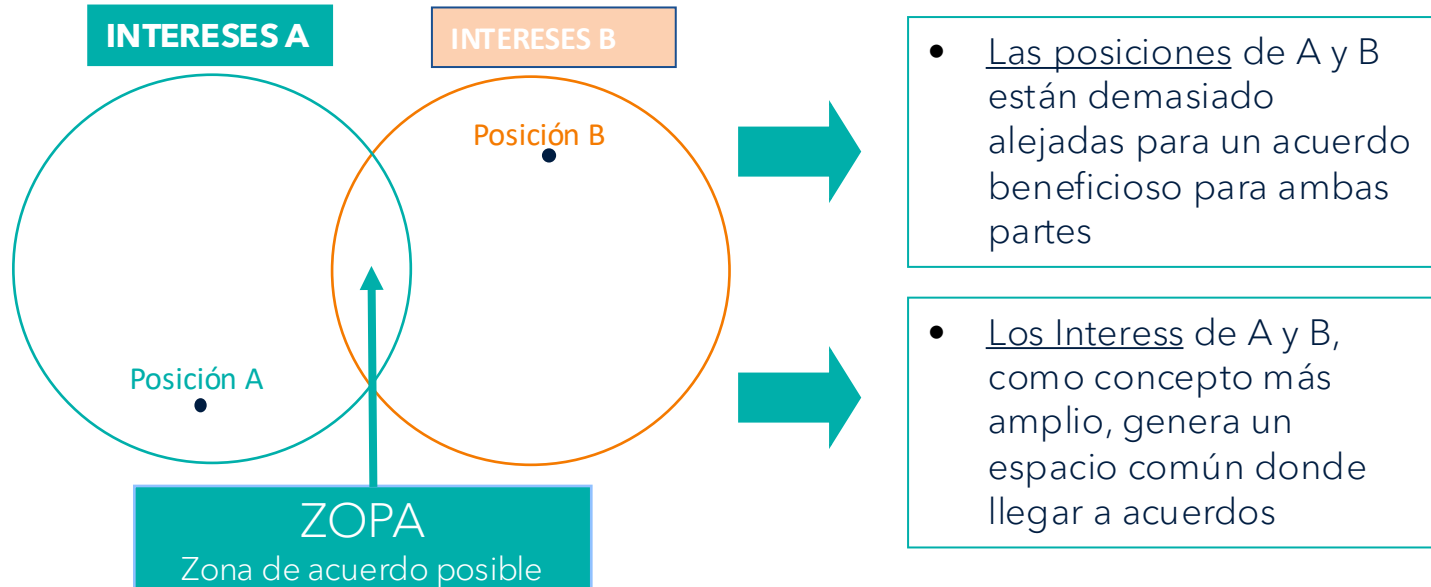
ALTERNATIVAS

Vs. **ALTERNATIVAS** - fuera de la negociación.
BATNA - Best Alternative to a Negotiated Agreement / Mejor alternativa a un acuerdo negociado

Al negociar desde los intereses, es más probable que alcancemos una zona donde las opciones de ambos convergen: la ZOPA

Negociación posicional vs. basada en intereses

Centrarse en posiciones puede conducir a acuerdos subóptimos



2. Más información en el caso

- **Cliente (tú):**
- Intereses: visibilidad, credibilidad, posicionamiento, rentabilidad. Tener una web que refleje tu identidad, dentro de tu presupuesto, con un diseñador que te inspire confianza y hable tu lenguaje.
- Tus objetivos.
 - Tener una web que transmita tu estilo y valores (natural, cercano, profesional).
 - Te ayude a atraer nuevos clientes.
 - No se quede obsoleta al cabo de unos meses.
 - Que esté en tu presupuesto ideal de 1.500-1.800 €.

Desarrolladora:

- Intereses: estabilidad financiera, rentabilidad, visibilidad, acceso a nuevos clientes (entrar en nuevo mercado de emprendedores de zonas rurales).
- Objetivos: conseguir 10 clientes nuevos en el próximo año, mantener a los clientes con una cuota mensual pequeña para llevarles redes sociales y toda la parte de visibilidad, etc.
- Información adicional: se está planteando mudarse cerca de donde tú estás y trabajar como diseñadora web y “community manager” en remoto.

2. Situación práctica.

2.
Decidir y estructurar
nuestra propuesta

- Ahora que conocemos los intereses y objetivos, podemos crear algunas opciones viables y ordenarlas según nuestras preferencias y según lo que creamos que será aceptable para la otra parte.

3. Comunicación de la propuesta

Una vez que hayamos creado una lista de opciones, debemos elegir nuestra propuesta y decidir cómo vamos a comunicarla. Esto incluye:

- El nivel de asertividad.
- El tipo de lenguaje: ¿más racional o emocional? ¿extenso o resumido? ¿una presentación con gráficos o un informe breve?

3. Comunicación de la propuesta

- La comunicación es clave: no importa solo qué dices, sino cómo lo dices (y también cuándo y a quién).
- Asertividad empática: establece tus objetivos y límites con respeto, de manera no ofensiva.
- Ensaya y haz el ejercicio inverso (role-play) sobre cómo quieres ser percibida y qué valores quieres proyectar: honestidad, coherencia, etc.
- Considera los aspectos intangibles además de los tangibles.
- Conviértete en aliada de la otra parte, no en un obstáculo.
- Genera empatía: comparte tus inquietudes y temores; suelen ser comunes y fáciles de comprender.
- Gestiona las emociones: las tuyas y las de la otra parte.

Gracias.