

# Negociando una Oferta de Empleo

## *Negotiating a Job Offer*



**Lucas Reaño**

Gerente de Programas Institucionales  
Lee Hecht Harrison – DBM Perú



**H**ace varios años, Federico un amigo que estudiaba Administración de Empresas en Tel Aviv, tomó un curso de Negociación porque consideraba que estaba en el mejor lugar del mundo para hacerlo. El curso se iniciaba un domingo en Jerusalén y el grupo de alumnos debía encontrarse temprano para viajar hacia ese lugar. Una vez en la estación, subieron todos al bus. Este viaje duraría aproximadamente una hora y media. Cuando Federico se disponía a hacer una pequeña siesta, se prendieron las luces y el maestro les pide que cierren las ventanillas que va a empezar la clase, “Hay que ahorrar tiempo, el tiempo es dinero”. Les contó que irían a un lugar muy cerca de la *Via Dolorosa* donde hay un mercado de pequeños negocios donde se vendía de todo, algo así como los centros comerciales Polvos Rosados o Azules que tenemos en Lima, y les hizo dos recomendaciones importantes:

1. Observen todo, pero no compren nada.
2. Si ven algo que les interesa, observen mucho, pregunten ¿cuánto cuesta? y con su mejor cara ofrezcan pagar el 10%, pero recuerden “no compren”.

A Federico le impresionó un candelabro y preguntó ¿cuánto costaba?, le respondieron 100 shequels, siguiendo las indicaciones del maestro, él ofreció 10 y “casi lo matan”. Cuando se estaba retirando, el barbudo vendedor lo cogió del brazo y con su mejor sonrisa lo invitó a regresar, le preguntó de dónde era y al enterarse que era peruano comenzó a hablar maravillas del Perú y de paso le hablaba sobre las bondades del producto, y sin darse cuenta Federico despertó de ese enamoramiento con el candelabro en la mano y con el remordimiento de no haber cumplido con la recomendación más fuerte del maestro “no compren”.

Hasta esta parte de la historia, un primer consejo para negociar bien sería “*Compra por tus razones, no por las razones del vendedor*”.

Cuando estaba de regreso con la compra prohibida, su primera reacción fue esconder su pecado debajo del asiento del bus, empieza el viaje de regreso y nuevamente el maestro prende las luces para continuar con la clase y pregunta al último de la lista, quien precisamente era Federico, ¿Cómo te fue?... Bien, contestó tímidamente... ¿Compró algo? dudó mucho y luego responde ¡Sí, compré un candelabro! ¿Cuáles son las medidas? No lo he medido ¿Cuánto pesa? Más o menos...

En términos de contratación para una posición en el mercado laboral, “negociar” significa establecer cuánto vale usted para su futuro empleador.

*In terms of hiring for a position in the labor market, ‘negotiating’ means establishing how much you are worth to your future employer.*

**S**everal years ago, Federico, a friend who studied Business Administration in Tel Aviv, took a course in negotiation because he considered that he was in the best place in the world to do so. The course started on a Sunday in Jerusalem, and the group of students had to meet early to travel there. Once at the station, they all got on the bus. This trip would last about an hour and a half. When Federico was about to take a little nap, the lights went on and the teacher asks them to close the windows and that the class will start, “You have to save time, time is money.” He told them that they would go to a place very close to the *Via Dolorosa*, where there is a market of small businesses where everything was sold, something like the Polvos Rosados and Azules shopping centers we have in Lima, and made two important recommendations:

1. Watch everything, but don’t buy anything.
2. If they see something that interests them, observe closely and ask how much does it cost? And with their best face, offer to pay 10% of that, but remember “don’t buy.”

Federico was impressed by a candlestick and asked how much it cost. They answered, 100 shekels and, following the indications of the teacher, he offered 10 and “they almost killed him.” When he was leaving, the bearded salesman took him by the arm and with his best smile invited him to return, asked where he was from, and when he learned that he was Peruvian, he began to speak wonders of Peru and in passing, told him about the benefits of the product. Then, without realizing it, Federico awoke

Bueno no lo he pesado ¿De qué material está hecho? Creo que bronce o cobre... ¡Ah no sabe! Bueno sí, es de bronce ¿Cuánto cuesta la onza de bronce en el mercado? y muchas preguntas más, y la respuesta siempre era No sé ¿Entonces cómo ha comprado un producto si no sabe nada sobre él?

Esta interesante historia de Federico, que nos deja varias enseñanzas, es un excelente ejemplo a tener en cuenta para enfrentar con éxito una negociación, la cierro con un segundo consejo, "Uno tiene que conocer las características del producto, sus bondades, su utilidad y analizar su valor antes de comprarlo".

Analógicamente, muchos profesionales en proceso de transición enfrentan el mercado laboral sin haber analizado profundamente cuáles son esas características, destrezas, habilidades, rasgos o fortalezas que lo hacen atractivo a cualquier empresa.

Peter Drucker dijo: "La mayoría de las personas no conoce sus fortalezas. Cuando se les pregunta, ellos miran como en blanco o responden en términos del conocimiento subjetivo, lo cual no es correcto".

Yo me atrevo a decir, sin querer contradecir al maestro Drucker, y solo como complemento, que las personas sí conocemos nuestras fortalezas, pero lo que no hacemos es interiorizarlas para poder demostrar, en una entrevista, cómo esas fortalezas nos han ayudado a lograr nuestros objetivos profesionales.

Por otro lado, Jeffrey Gitomer, en su obra "El pequeño libro rojo de la Venta", mencionó: "Si les gustan, y creen en ti, y se fían de ti, y tienen confianza en ti... te deben comprar a ti", queriéndonos decir que los compradores no compran al producto, sino que primero compran al vendedor, como lo hizo Federico. Eso explica, por qué un comprador adquiere un mismo producto en una tienda y no en otra. En un proceso de reinserción laboral, en una entrevista, nosotros somos el producto y también el vendedor. De allí la necesidad de conocernos mucho para vendernos mejor y con el mayor entusiasmo.

No obstante, tenemos que tener en cuenta que las empresas contratan trabajadores no solo necesariamente por sus características personales, sino por el beneficio económico que el contratado representará para su organización, por lo que debemos tener muy claro que ofrecemos a una empresa para que nos contrate ¿Cuál es nuestra oferta de valor?

De allí la necesidad de conocernos mucho para vendernos mejor y con el mayor entusiasmo.

*From there the need to know ourselves very well in order to sell us better and with the greatest enthusiasm.*

*from that infatuation with the candlestick in the hand and with remorse for not having fulfilled the teacher's strongest recommendation to "not buy from them."*

*Up to this part of the story, a first tip for good negotiating would be "Buy for your reasons, not for the seller's reasons."*

*When he was back with the forbidden purchase, his first reaction was to hide his sin under the seat of the bus, the journey back begins and again the teacher turns on the lights to continue with the class and asks of the last person of the list, who was Federico, how did it go? Well, he answered timidly ... Did you buy something? He hesitated a lot and then answered Yes, I bought a candlestick! What are its measurements? I haven't measured it. How much does it weigh? More or less ... Well I haven't weighed it. What material is it made of? I think bronze or copper ... Ah you don't know! Well yes, it's bronze. How much does an ounce of bronze cost in the market? And many more questions, and the answer was always "I don't know." So why did you buy a product if you don't know anything about it?*

*This interesting story of Federico, which leaves us several lessons, is an excellent example to have in mind to successfully face a negotiation. I close with a second piece of advice, "One has to know the characteristics of the product, its benefits and usefulness, and analyze its value before buying it."*

*Analogically, many professionals who are in transition face the labor market without having thoroughly analyzed what the characteristics, skills, abilities, traits or strengths that make them attractive to any company.*

*Peter Drucker said: "Most people do not know their strengths. When asked, they look blank or respond in terms of subjective knowledge, which is not correct."*

Acudiendo nuevamente a Jeffrey Gitomer, él nos dijo: "Si todo lo que tienes es un producto o servicio, nadie se va a reunir contigo. Si tienes una respuesta marcada por el beneficio, todo el mundo se va a reunir contigo"... ¿Cuál es tu posicionamiento? ¿Por qué te deben comprar a ti? ¿Cuál es tu factor diferenciador? Tener respuestas muy claras a estas preguntas, es fundamental para negociar con éxito un mejor sueldo en el mercado.

En un proceso de negociación debemos considerar también que no solo se negocia el aspecto remunerativo, sino también las herramientas que se necesitaría para realizar tu trabajo y superar las expectativas del puesto, así como investigar todo lo relacionado a la estructura de la organización, los valores, el estilo de liderazgo, el nivel de autoridad y en fin todo lo que concierne a la cultura institucional para tomar la decisión más segura.

Específicamente en la negociación de una oferta de empleo, contempla lo siguiente:

1. No tengas miedo para negociar y mantén siempre una atmósfera de armonía, y entusiasmo en todo momento.
2. No reveles tus expectativas salariales demasiado temprano.
3. No mientas sobre tus ingresos actuales, exprésalo en rangos anuales.
4. Resístete amigablemente a aceptar una oferta en el acto.
5. Si no puedes conseguir que la oferta salarial aumente, negocie bonos u otros beneficios o concéntrate en el futuro.
6. Analiza cuidadosamente la remuneración ofrecida; se trata de fijo, variable e incentivos. ¿Incentivos por cumplir qué?, todo debe estar muy claro.
7. Entrena, entrena y entrena...

*I dare to say, without wanting to contradict Mr. Drucker, and only as a complement, that we do know our strengths, but what we do not do is internalize them to be able to demonstrate, in an interview, how those strengths have helped us achieve our career goals.*

*On the other hand, Jeffrey Gitomer, in his book "The Little Red Book of Selling," said: "If you like them, and they believe in you, and trust you, and have confidence in you ... they should buy from you," telling us that buyers do not buy the product, but first buy the seller, like Federico did. That explains why a buyer buys the same product in one store and not another. In a process of labor reintegration, in an interview, we are the product and also the seller. Hence the need to know ourselves well to sell ourselves better and with the greatest enthusiasm.*

*However, we must bear in mind that companies hire workers not only because of their personal characteristics, but also for the economic benefit that the newly-hired worker will represent for their organization, so we must be very clear about what we offer a company so it will hire us. What value do we offer?*

*Going back to Jeffrey Gitomer, he told us: "If all you have a product or service, no one is going to meet you. If you have a marked response for the beneficiary, everyone will meet you." What is your positioning? Why should they buy you? What is your differentiating factor? Having very clear answers to these questions is essential in order to successfully negotiate a better salary in the market.*



Foto: www.age-dor.com.br

