



CLASE 7

Negociación en Promoción Médica

Cómo generar acuerdos en relaciones profesionales complejas. Una guía práctica para el Agente de Promoción Médica que busca construir vínculos duraderos, no cerrar ventas aisladas.

¿Qué significa negociar en promoción médica?



En el contexto farmacéutico, negociar no significa imponer condiciones ni cerrar una venta inmediata. Se trata de **gestionar una relación profesional donde ambas partes tienen intereses distintos, pero pueden encontrar puntos de acuerdo.**

El APM negocia aspectos clave como:

- El tiempo de atención del profesional
- La apertura a escuchar una propuesta
- La disposición a evaluar una alternativa terapéutica
- La continuidad de la relación profesional

El objetivo es **construir acuerdos sostenibles en el tiempo**, no ganar una interacción.

Negociación vs. Confrontación

Abordar una interacción difícil desde la confrontación genera resistencia y deteriora la relación. La negociación efectiva requiere **adaptación, escucha y estrategia**.

Confrontación

- Busca imponer una posición
- Genera resistencia activa
- Deteriora la relación profesional
- Produce cierres abruptos

Negociación

- Busca comprender intereses
- Reduce la tensión
- Permite encontrar puntos de acuerdo
- Fortalece la relación a largo plazo

Intereses vs. Posiciones



La posición es lo que el médico dice explícitamente: "**No lo uso.**" El interés es el motivo real detrás: falta de confianza, desconocimiento, comodidad con lo actual o falta de tiempo.

La tarea del APM no es discutir la posición, sino **comprender el interés subyacente**. Cuando se identifica ese interés, es posible construir una respuesta más efectiva y personalizada.



La posición es el síntoma. El interés es el diagnóstico.

La negociación como continuidad de la objeción

Cuando un médico dice **"No me interesa"**, **"No tengo tiempo"** o **"Ya trabajo con otra marca"**, no está cerrando la conversación. Está marcando un límite. La negociación consiste en **trabajar dentro de ese límite, sin forzarlo**.

1

Objeción

"No tengo tiempo ahora"

2

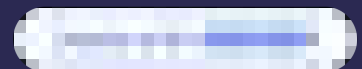
Micro-negociación

Negociar un minuto más de atención

3

Acuerdo mínimo

Una futura visita o evaluación de un caso puntual



¿Qué gana el médico con esta conversación?



Una negociación efectiva no se basa en insistir, sino en **generar valor real para el interlocutor**. El profesional de la salud evalúa cada interacción según lo que obtiene de ella.

Cuando el profesional percibe valor, **aumenta la disposición a continuar la interacción**.

Información útil

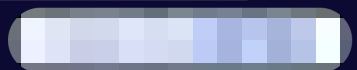
Datos clínicos relevantes y actualizados

Ahorro de tiempo

Mensajes claros, directos y pertinentes

Mejora en su práctica

Herramientas que impactan en sus pacientes



ZOPA y MAPAN en contexto APM

ZOPA — Zona de Posible Acuerdo

En promoción médica, la ZOPA no se refiere a precios, sino a **espacios de interacción posibles**:

- El médico acepta un resumen breve
- No cambia tratamiento, pero evalúa un caso puntual
- No tiene tiempo ahora, pero acepta una próxima visita

Negociar no es lograr todo, sino **avanzar dentro de lo posible**.

MAPAN — Mejor Alternativa sin Acuerdo

¿Qué ocurre si no se llega a un acuerdo? El APM debe considerar:

- Si el médico no escucha → se pierde la oportunidad
- Si no hay relación → no hay futuras visitas
- Si no hay apertura → no hay evaluación del producto



Tu capacidad de negociación futura depende de la interacción actual. El foco es **no cerrar puertas para mañana**.



Chris Voss aplicado a la negociación médica

Etiquetado

"Parece que le preocupa invertir tiempo en algo que no está seguro de utilizar."

Valida la emoción del interlocutor sin confrontar.

Preguntas Calibradas

"¿Cómo podríamos abordar esto de forma que le resulte útil?"

Invita al médico a co-construir la solución.

Pausa Estratégica

No responder inmediatamente genera espacio para que el interlocutor continúe y se abra más.



ERRORES FRECUENTES

Qué **NO** es negociar en promoción médica

Insistir sin leer el contexto

Genera rechazo inmediato y cierra la puerta a futuras interacciones.

Intentar "ganar la discusión"

Deteriora la relación y daña la credibilidad del APM a largo plazo.

Forzar decisiones prematuras

Reduce la confianza y posiciona al APM como un vendedor, no como un aliado.

Ignorar señales del profesional

Impide adaptar la estrategia y perder oportunidades de micro-acuerdos.



Negociar no es presionar. Es **adaptarse estratégicamente al interlocutor**.



Principios clave de negociación profesional



Entender antes de proponer

La negociación se construye sobre el diagnóstico del interlocutor.



Buscar acuerdos progresivos

No todo se logra en una interacción. Avanzar paso a paso también es ganar.



Cuidar la relación

La relación es el principal activo del APM. Cada interacción construye o destruye ese capital.



Adaptarse al contexto

Cada profesional requiere un enfoque distinto. La flexibilidad es una competencia estratégica.

Cuando se aplican estos principios, la negociación deja de ser una técnica aislada y se convierte en una **competencia relacional estratégica**.

