

MESA DE NEGOCIACION ROLES Y TACTICAS

NUEVA ESCUELA POPULAR Y OBRERA
NEPO.

REINALDO MEDINA GONZALEZ





TACTICA Y ESTRATEGIA

- **ESTRATEGIA:** Es un grupo de decisiones y acciones indispensables, relativas a los objetivos y a las proyecciones, que permiten alcanzar nuestras metas.

TACTICAS. Son las actividades, orientaciones y comportamientos, que permiten ir construyendo un camino o norte que guía la negociación. Hay tres categorías: el engaño, la “guerra psicológica” y las tácticas posicionales de presión.

- **ESTRATEGIA = FIN = GUERRA**
- **TACTICA = MEDIO = BATALLA**

ESTRATEGIAS

- 1. PREPARACION DE LA NEGOCIACION.
- 2. OBJETIVOS DE LA NEGOCIACION.
- 3. ELABORACION DEL PLIEGO.
- 4. ORDEN DEL PLIEGO.
- 5. EQUIPO NEGOCIADOR.
- 6. GARANTIAS DE NEGOCIACION. MODO, TIEMPO Y LUGAR.
- 7. METODOLOGIA DE LA NEGOCIACION.
- 8. ALTERNATIVAS, OPCIONES Y VARIABLES.
- 9. ACCIONES COMUNICATIVAS, DE SOLIDARIDAD Y MOVILIZACION.
- 10. REDACION Y ACUERDOS PARCIALES Y FINAL.
- 11. BALANCE GENERAL.



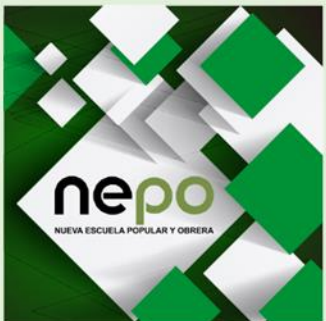
1. PREPARACION

- 1.1. CONOCER AL OTRO
- 1.2. CONOCER EL MEDIO.....
- 1.3. CONOCERNOS NOSOTROS.....



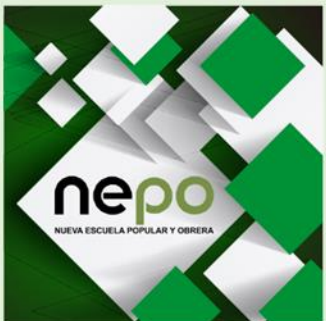
2. OBJETIVOS CLAROS, ALCANZABLES Y MEDIBLES.

- Negociación directa o dilatoria.
- No desmejora de los derechos adquiridos.
- Incrementos económicos por encima de los indicadores del gobierno y gremios.
- Vigencia no superior a dos años.
- Insistencia en puntos nuevos, dinámica social.
- Crecimiento cualitativo y cuantitativo de la organización sindical.
- Educación y comunicación con la base y el movimiento sindical, relaciones internacionales.



3. EQUIPOS DE TRABAJO PRO-PLIEGO

- COMISIÓN ECONÓMICA
- COMISIÓN SOCIAL
- COMISIÓN JURÍDICA
- COMISIÓN COMUNICACIONES
- COMISIÓN EDUCACIÓN Y SINDICALIZACIÓN



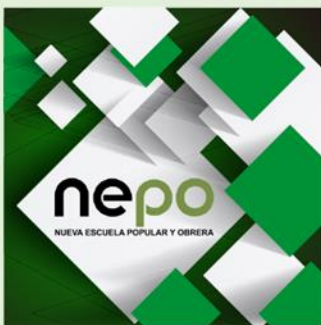
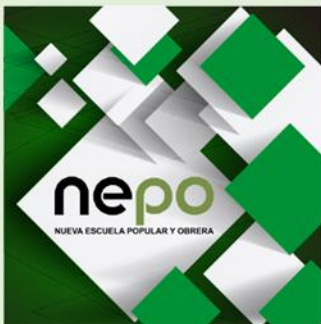
4. ORDEN DEL PLIEGO

- OBJETIVO.
- CLARO.
- ARGUMENTABLE.
- ORDENADO. Por capítulos:
 - Normativo, social, sindical y económico.
- CUANTIFICABLE.
- UNIFICADOR DE LA ORGANIZACIÓN.
- DEMOCRÁTICO.



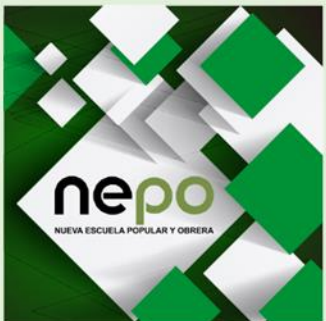
5. MESA Y CARACTERÍSTICAS DE NEGOCIADORES

- Debe tener los valores como: la responsabilidad, la honestidad, ser comprometido e integro, tener Ética y sobre todo ser ¡¡¡CLASISTA!!!
- Deben de tener el interés de superación de las condiciones de la CLASE TRABAJADORA.
- Deben tener interés de superación personal.
- Debe tener claro la necesidad de un cambio social e integral, para una mejor sociedad y una mejor forma de vida.
- Debe tener desarrollado la capacidad de trabajar en equipo y mancomunadamente, cediendo y superando las necesidades de protagonismo.



CARACTERÍSTICAS DE UN BUEN NEGOCIADOR

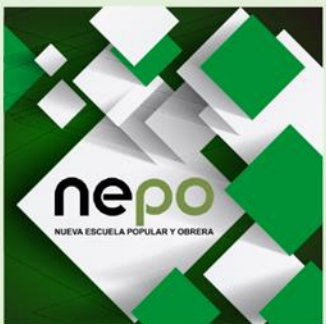
- Evita los juicios de valor o elogios sobre tus propuestas
- Evita las espirales defensa-ataque
- Utiliza pocos argumentos, pero muy fuertes
- Respeta a la otra persona
- Aprende de la experiencia
- Es persistente
- Es creativo
- Tiene expectativas altas
- Crea confianza
- Escucha con empatía





PERFIL DEL VOCERO

- Debe ser una persona calmada y con capacidad de análisis (tener Inteligencia Interpersonal e Intrapersonal). Inteligencia Emocional para ser capaz de leer las emociones del equipo contrario y sepa contrarrestar cualquier ataque o agresión pasiva del equipo contrario.
- Debe ser una persona moderada en sus expresiones y vocabulario.
- Debe tener capacidad de moderar y negociar bajo presión, (Experiencias Positivas y Psicológicas).
- Debe ser reconocido como líder y tener liderazgo frente a sus compañeros.
- Debe tener presente, cumplir con el mandato de la Asamblea, de la Junta Directiva y del equipo negociador.



MESA DE NEGOCIACION

A. COMISIÓN DE LOS TRABAJADORES:

Colectiva (roles definidos: vocero, sustentador, tomar nota, saboteador, refuerzos, etc.)

Unida

Organizada (planeación y balance día a día)

Coordinada

Coherente

Conocedora

Papel de los asesores

B. COMISION DE LOS PATRONES

- Análisis y conocimiento del perfil de cada uno, profesiones.
- Cargos institucionales, roles de mesa y jerarquía.
- Conocimiento de las fuentes de asesoría.
- Determinación de los comportamientos y actitudes.
- Determinación del alcance de los objetivos.



6. GARANTIAS DE NEGOCIACION

- TIEMPO NECESARIO.
- SITIO ADECUADO.
- HORARIO ACORDADO.
- ACTAS INICIO, FINAL Y PARCIALES.
- PERMISOS.
- VIATICO O AUXILIO.
- INFORMACION DIRECTA Y CARTELERAS.
- TRANSPORTES.
- SEGURIDAD.



7. METODOLOGIA DE LA NEGOCIACION



PUNTO POR PUNTO



POR CAPITULOS



POR EJES TEMATICOS



POR AGRUPACIONES DE COMUN ACUERDO – PAQUETES-

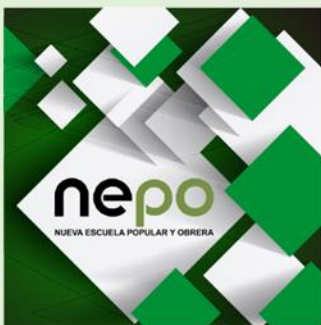
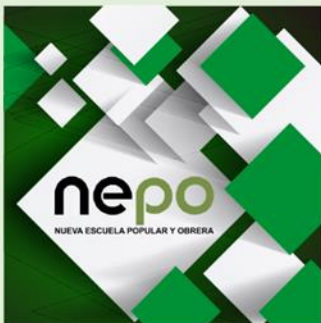
INTEGRAL

TACTICAS

LAS IMÁGENES FALSAS:

Consiste en mostrar interés por algo que no interesa realmente, para evitar que el otro presione sobre lo que es realmente importante. Es la falta de presentación de hechos, autoridad e intenciones. Por ejemplo, con la táctica de la “autoridad ambigua”, se trata de hacer creer a la otra parte que se tiene autoridad para llegar a un acuerdo. Cuando se llega a él (después de haber conseguido importantes concesiones), se expresa que es necesaria la aprobación de un superior, posibilitando así nuevas presiones.





“GUERRA PSICOLOGICA”

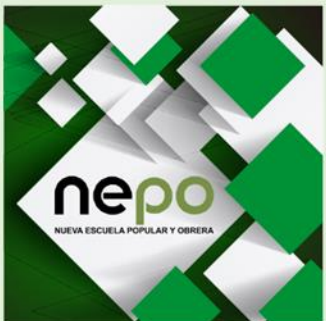
Estas tácticas están pensadas para hacer que se sienta incomodo, a fin de que tenga un deseo subconsciente de terminar la negociación lo antes posible. Por ejemplo, una parte condiciona las circunstancias físicas en que tiene lugar la negociación.

Otra variante es utilizar la comunicación verbal y no verbal para hacer sentir a la otra parte incomoda (gestos despectivos, comentarios sobre su vestimenta, apariencia, color, religión, género, rechazar el contacto visual, interrumpir continuamente las negociaciones, atacar o resaltar malintencionadamente al negociador, etc.)

DISTRIBUCIÓN DE PAPELES (EL “BUENO” Y EL “MALO”):

Consiste en que uno o varios miembros del equipo (el malo) presente una posición bastante dura sobre uno de los temas debatidos. Luego hablará otro compañero y suavizará dicha postura, intentando ofrecer una solución más asequible. El principal objetivo de esta táctica es desestabilizar al oponente, sobre todo con ataques duros, de manera que tenga que hacer concesiones para evitar un rechazo o un conflicto mayor.

Esta táctica tiene riesgos. Si se exagera el papel del malo, el efecto puede ser más provocador que intimidatorio. Y si el bueno aparece demasiado pronto, puede aumentar excesivamente la seguridad de la otra parte, al interpretar la actitud conciliadora como una respuesta ante sus planteamientos.





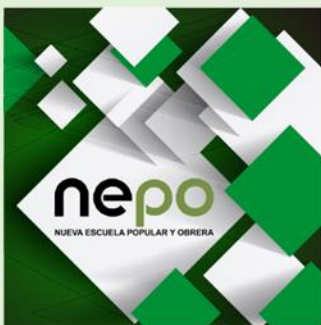
LA “CARTA GUARDADA”:

Se trata de que las acciones de una parte sean imprevisibles para la otra, con el fin de que ésta dude hasta el límite que puede llegar. Ese desconocimiento es esencial para la efectividad de otras tácticas como la amenaza.



“LA AMENAZA”:

Su eficacia depende de su credibilidad, de la percepción del costo relativo para ambas partes. El hecho de no cumplirla suele suponer un alto costo para la posición de quien la formula (a menudo superior a sus beneficios).



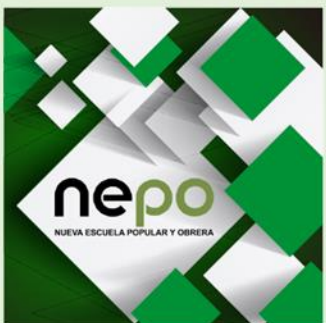
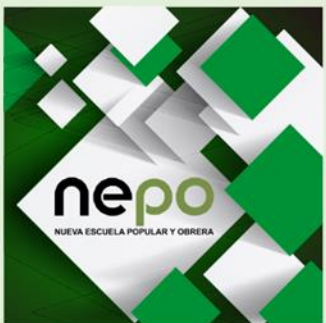
“LA MALA FAMA”:

Esta táctica pretende impedir que se haga algo por la mala publicidad que esto podría traer (retirada de homologación ISO, escándalo con asociaciones de consumidores, grandes contratistas, medios de comunicación, etc.)



“LA NEGATIVA CONDICIONADA A NEGOCIAR”

Cuando se posee cierta fuerza y hay un objetivo concreto que se estima esencial, se puede plantear éste como una condición para negociar (“No vamos a seguir negociando, a no ser que acepte antes...”). Es frecuente aplicarla en casos de despido (“Si no los readmite, no nos sentaremos a negociar”); o desde la parte patronal, en caso de huelga (“No negociaremos bajo presiones“).



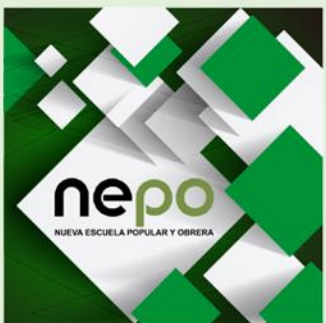
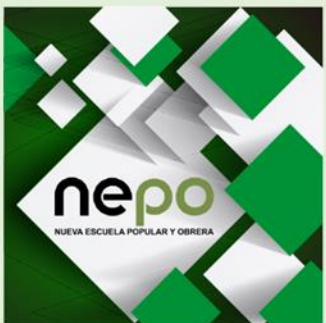
“NO NEGOCIABLE”:

En una negociación, es frecuente que las partes en conflicto concreten el alcance y la naturaleza del campo de discusión. Así quedan delimitados los márgenes a partir de los cuales no es posible negociar. Eso reduce los temas que se tratarán. Cuando se emplea como táctica sólo por una de las partes, se puede presentarla junto a una alternativa positiva (“vuestra propuesta sobre x, es totalmente innegociable; sin embargo, estamos dispuestos a tratar esta otra serie de temas”). Con ello se disminuye la posibilidad de ruptura.



“EL FRENTE RUSO”:

Consiste en ofrecer dos propuestas, una de las cuales es más negativa que la otra. Así, tu oponente se verá obligado a aceptar aquella que evita la propuesta más temible. El éxito de esta táctica, radica en la credibilidad de las propuestas ofertadas.



“EL CAOS”:

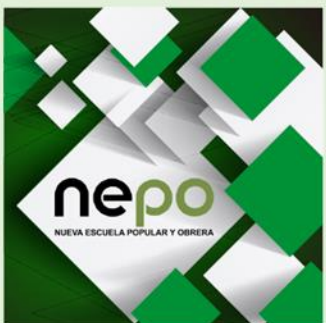
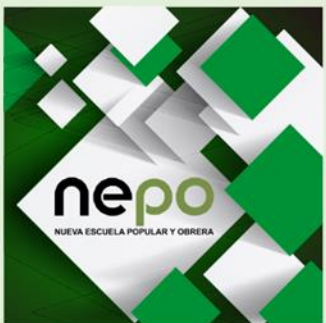
Consiste simplemente en pintar un cuadro tan negro, que nuestro adversario se vea en la obligación de aceptar los cambios que le proponemos o introducir cambios en sus propuestas.



“ENCADENAMIENTO”:

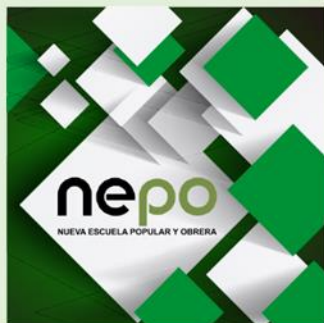
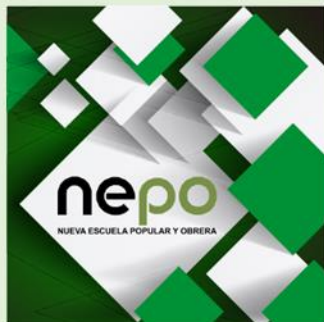
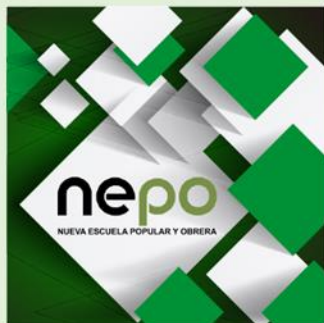
Esta táctica utiliza la lógica para alcanzar su objetivo. A través de una serie de preguntas que tienen una respuesta afirmativa obligatoria, es decir, que no tienen otra posible, vamos arrinconando al adversario hasta un callejón donde no le queda ninguna salida.

Conductismo clásico.



EL “PEQUEÑO EXTRA”:

Se trata de obtener alguna concesión adicional y ordinariamente pequeña después de haber cerrado el trato principal. Esa táctica puede dar resultado si la otra parte tiene un fuerte deseo de cerrar la negociación. Esto da pie para mencionar un peligro: anunciar los éxitos antes de tenerlos seguros, puede ser peligroso. Nuestro opositor puede retrasar la firma cuando estemos celebrando nuestro triunfo, con el fin de conseguir alguna concesión imprevista.



**“LA MEJOR FORMA DE DECIR
ES HACER”**

José Martí

Muchas Gracias