

INDICE

Prólogo	IX
1. La Negociación: Definiciones, Procesos y Métodos	1
1.1. ¿Qué es negociar?	1
1.1.1. Negociar es	2
1.1.2. Evolución del concepto de <<negociación>>	3
1.1.3. Definición de <<negociación>>	5
1.2. La negociación profesional o metódica	13
1.2.1. Ventajas del entrenamiento sistemático a los negociadores	14
1.2.2. Habilidades necesarias para negociar con éxito	16
1.3. Ámbitos de la negociación	18
1.4. Negociar con método	21
1.4.1. La importancia del método en la negociación	21
1.4.2. Los <<estilos>> y las >>técnicas>> de negociación	22
1.4.3. Otros elementos o componentes de la negociación	24
1.5. Estilos negociadores	27
1.5.1. La orientación posicional	28
1.5.2. La orientación basada en principios	29
1.5.3. La orientación de <<solución conjunta de problema>>	31
1.5.4. La orientación del Centro de negociación y mediación del Instituto de empresa	33
1.6. La comunicación en los procesos negociadores	41
1.6.1. la negociación como proceso de comunicación	42
1.6.2. Funciones de la comunicación en los procesos negociadores	44
1.6.3. las competencias y habilidades comunicativas	47
1.6.4. El método como regulador del poder interpersonal	62
2. La Preparación	67
2.1. La obtención de información	68
2.2. Planificación estratégica	76
2.2.1. Identificadores de los intereses de ambas partes	76
2.2.2. Identificación de los objetivos/preensiones de ambas partes	84
2.2.3. Generación de opciones creativas y múltiples	86
2.2.4. Establecimiento de normas justas y equitativas	87
2.2.5. Análisis de nuestras alternativas/BATNA y de las de la otra parte	88
2.2.6. Diseñar las propuestas	91
2.3. Planificación táctica	91
2.4. La planificación comunicativa	103
2.4.1. Competencias necesarias para la planificación comunicativa	104
2.4.2. Objetivos de la planificación comunicativa	107
2.4.3. Planificación comunicativa en negociaciones de alta complejidad	111
3. El Encuentro	119
3.1. Estructurar el proceso	122
3.1.1. Definir de común acuerdo las reglas formales del proceso	122
3.1.2. Sentar las bases de una comunicación efectiva	124
3.1.3. Reconstruir y consensuar los hechos	124
3.1.4. Identificar y delimitar el objetivo de la negociación	125
3.1.5. Obtener información	125
3.2. El inicio como condicionante del proceso	126

3.3. Las percepciones y las hipótesis	128
3.3.1. ¿Por qué la realidad no es sólo una?	129
3.3.2. ¿Qué podemos hacer para superar las diferencias?	131
3.3.3. ¿Cómo conseguir superar las diferencias en la práctica?	131
3.4. El encuentro comunicativo	133
3.4.1. Iniciar un encuentro afable y sereno	134
3.4.2. Establecer la identidad de las partes	136
3.4.3. Obtener información	139
3.4.4. Controlar la información que se transmite	142
4. El Debate	147
4.1. Elementos necesarios para un debate efectivo	147
4.2. Las fuerzas presentes en toda negociación	153
4.2.1. Juegos de poder	154
4.2.2. El tiempo	163
4.2.3. La información	163
4.3. Las propuestas en la mesa de negociación	164
4.3.1. ¿Cómo debe ser la propuesta?	164
4.3.2. Tipos de propuestas	167
4.4. Dificultades en el debate: bloqueos y concesiones	170
4.4.1. Cómo superar los bloqueos	170
4.4.2. Las concesiones en la mesa de negociación	174
4.5. El debate comunicativo: control del proceso y persuasión	179
4.5.1. Establecer los hechos	180
4.5.2. Indagar y hablar de intereses	183
4.5.3. Explorar las posibles opciones	186
4.5.4. Hacer avanzar el debate	188
4.5.5. Formular y responder a las propuestas	192
5. El Cierre de la Negociación	201
5.1. Cómo realizar un cierre de forma eficiente	201
5.2. Tipos de cierre	205
5.3. El diseño del acuerdo y la formación del compromiso	208
5.4. El cierre comunicativo	210
5.4.1. Si hay acuerdo..., garantizar el cierre	211
5.4.2. Si no hay acuerdo..., salvar la relación	213
Epílogo	217
Apéndice A. Casos Prácticos	221
Caso 1. Chips & Chocolate	223
Instrucciones para los representantes de Chips	223
A) Asesor jurídico	223
B) Director de marketing	225
Instrucciones para los representantes de chocolate	228
A) Asesor jurídico	228
B) Director de marketing	230
Caso 2. Sinalergias	233
Instrucciones generales para ambos roles	233
Instrucciones confidenciales	234
Rol A: Mr. Chemist	234
Rol B: Sr. Martínez	237

Apéndice B. Comunicación y Creatividad	241
1. Definición	241
2. Creatividad y comunicación	242
3. Métodos para promover la creatividad	243
Apéndice C. Habilidades para el control de las emociones propias	247
Bibliografía	254