



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

EAN

Escuela de
**Administración de
Negocios**

Programa de Curso

DN-0507 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN

La Escuela de Administración de Negocios.

Fundada en 1943, es una de las escuelas con mayor trayectoria en Costa Rica y Centroamérica en la formación de profesionales de alto nivel en las carreras de Dirección de Empresas y Contaduría Pública. Cuenta con un equipo de docentes altamente capacitado, así como un currículum actualizado según las necesidades actuales del mercado. A partir de junio 2016, el SINAES otorgó acreditación de ambas carreras a la Sede Rodrigo Facio.

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con ética y responsabilidad social, excelencia académica y capacidad de gestión global, mediante la docencia, la investigación y la acción social, para generar los líderes y los cambios que demanda el desarrollo del país.

Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Valores Humanistas

Ética Tolerancia Solidaridad
Perseverancia Alegría

Valores Empresariales

Innovación Liderazgo Excelencia
Trabajo en Equipo Emprendedurismo
Responsabilidad Social

Una larga trayectoria de excelencia...





PROGRAMA DEL CURSO
DN-0507 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN¹

I CICLO 2022

I. INFORMACIÓN DEL CURSO

Carrera (s): Dirección de Empresas

Curso del VI ciclo del Plan de Estudios.

Requisitos: DN-0111 o DN-0406

Correquisitos: No tiene

Créditos: 03

Horas de teoría: 1,5 horas **Horas de laboratorio:** 0 **Horas de práctica:** 1,5

II. DOCENTE DEL CURSO

GR	Docente	Horario Lectivo	Modalidad	Plataforma Oficial	Horario de atención ²
SEDE RODRIGO FACIO					
01	David Peralta Di Luca	M: 16 a 18:50	Virtual	Mediación	M: 14 a 15:30
02	Sonia Cisneros Zumbado (coordinadora)	M: 19 a 21:50	Virtual	Virtual	M: 14 a 15:30
SEDES REGIONALES					
01	José Mauricio Contreras Navarro, Guanacaste	K: 17:00 a 19:50	Presencial	Mediación Virtual	L: 15:30 a 17:00
01	Enos E. Brown Richards, Caribe	L: 17:00 a 19:50	Virtual		K: 17 a 18:30
01	Rodrigo Morera Arias, Occidente	M: 18:00 a 20:50	Alto virtual		L: 18 a 19:30
01	José Joaquín Vargas Vargas, Pacífico	S: 09:00 a 11:50	Virtual		S: 14 a 15:30
RECINTOS					
21	José David Ulloa Soto, Paraíso	V: 18:00 a 20:50	Virtual	Mediación Virtual	V: 16 a 17:30

¹ Fecha de actualización: 23 de marzo de 2022

² *A solicitud del estudiante, la persona docente podrá atender consultas según el día, la hora, lugar o medio acordado para cada caso particular, dentro del marco de la normativa de la Universidad de Costa Rica.



III. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso de Estrategias y Tácticas de Negociación pretende que la persona estudiante desarrolle sus habilidades como negociador eficaz. Los gerentes en su práctica profesional negocian de muchas formas, con el propósito de encontrar apoyo al nuevo plan de mercadeo, para la definición del presupuesto del año siguiente, para definir con otros gerentes las responsabilidades del área, entre múltiples acciones más. En definitiva, la negociación es parte del trabajo diario del actuar gerencial.

El curso se ha diseñado de manera que permita a la persona estudiante reconocer y administrar adecuadamente la dimensión humana en las negociaciones, así como conocer y aplicar diferentes técnicas de negociación en el ámbito de los negocios.

Se busca que la persona profesional de Dirección de Empresas sea además de preparada en las áreas técnicas de este curso, alguien con actitudes de emprendedurismo, con sentido de la ética y de responsabilidad social, que se desempeñe y genere decisiones tomando en cuenta valores como la solidaridad, la tolerancia y la perseverancia, y destrezas tales como la comunicación asertiva y el trabajo en equipo. La población estudiantil debe dirigir su actuar durante el curso acorde con dichos valores y competencias, y aplicarlos en su desarrollo del curso.

IV. OBJETIVO GENERAL

Analizar diferentes estrategias de negociación, que permitan una mejor comprensión de los contextos para la toma de decisiones en diferentes situaciones de negocios, que a la larga contribuya al desarrollo del perfil gerencial de la persona estudiante.

V. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Integrar la ética y la responsabilidad social en el análisis del contenido programático del curso.
2. Profundizar en el diálogo reflexivo sobre los valores de solidaridad, tolerancia y perseverancia.
3. Desarrollar la aplicación de las competencias de comunicación asertiva y trabajo en equipo.
4. Comprender el proceso de la negociación.
5. Examinar la dinámica humana en los procesos de negociación.
6. Facilitar la identificación de los estilos de resolución de conflictos.
7. Determinar los diferentes estilos de negociación.
8. Reconocer las barreras que pueden afectar el cierre de una negociación, así como algunas estrategias para superarlas.
9. Fortalecer la capacidad negociadora la persona estudiante a través de ejercicios prácticos.
10. Comprender la aplicación de un modelo de negociación en diferentes situaciones.
11. Reflexionar sobre la práctica de la ética en las negociaciones.
12. Desarrollar la aplicación de habilidades esenciales de un negociador tales como, la comunicación asertiva, persuasión, entre otros.
13. Fortalecer las posibilidades de mejora que posee la persona estudiante para la mejora de la habilidad negociadora.



VI. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

En el curso se desarrollarán los siguientes temas:

TEMA 1. El contexto de las negociaciones

- Introducción a la negociación.
- Estilos de manejo de conflictos.
- Estilos de negociación distributiva versus negociación integrativa.
- Elementos en el proceso de negociación.

TEMA 2. El proceso de las negociaciones

- La preparación en la negociación.
- Estrategias y tácticas de negociación distributiva.
- Estrategias y tácticas de negociación integradora.
- Negociación basada en principios. Generalidades.
- Desarrollo de Mejor Alternativa

TEMA 3. La dimensión humana de las negociaciones

- La Comunicación empática y asertiva.
- Negociaciones virtuales.
- Barreras para lograr acuerdos.
- Errores en la negociación.
- Poder y estrategias de persuasión
- La ética en las negociaciones

TEMA 4. La Negociación en las empresas y sus contextos.

- Las relaciones en una negociación
- Casos de negociación en diferentes contextos.
- Negociaciones de múltiples partes
- Negociaciones complejas.

TEMA 5. La Negociación en entornos multiculturales

- Aspectos culturales en la negociación internacional.
- Mejores prácticas de negociación



VII. ASPECTOS METODOLÓGICOS

1. El personal docente y la población estudiantil desarrollarán las clases dentro de un ambiente de tolerancia, respeto y comunicación asertiva. El profesorado promoverá el trabajo en equipo, en un plano de igualdad de oportunidades y sin discriminación de ninguna especie de forma tal que se garantice un ambiente de diálogo y libre expresión de las ideas y opiniones.
2. El curso se desarrollará bajo un proceso de enseñanza aprendizaje bajo el enfoque constructivista, donde el docente actuará como un facilitador del proceso de aprendizaje del estudiantado, en procura de motivar y orientar los procesos de reflexión personal, fomentar el aprendizaje colaborativo y fortalecer el trabajo en equipo. Además, se realizarán actividades acordes a atender las necesidades y los cambios del entorno en el cual se desenvuelven las organizaciones.
3. Se incentivará tanto la participación individual como grupal, donde se desarrolle el análisis crítico y las habilidades de comunicación verbal, escrita y el trabajo colaborativo. Además, se buscará que en los grupos exista diversidad de género y que en la medida de lo posible sean multidisciplinarios. Se busca desarrollar habilidades investigativas, de análisis, de comunicación asertiva entre estudiantes, negociación y búsqueda de fuentes confiables y recientes.
4. La persona docente contará con diversas estrategias didácticas de carácter sincrónico y asincrónico³, para lograr involucrar a la persona estudiante en la construcción del proceso de aprendizaje. Dichas estrategias implican que las personas estudiantes se preparen con la lectura y análisis del material indicado en el programa del curso y con materiales adicionales asignados. Asimismo, se requiere que investigue por su propia cuenta (videos, notas técnicas, lecturas, entre otros), que le permitan participar activamente y enriquecer la lección. Se tomará en consideración la participación individual y grupal.
5. El curso se impartirá bajo la modalidad virtual o presencial según lo indicado en la información general del programa. Se utilizará la plataforma institucional Mediación Virtual como medio oficial para poner a disposición de los estudiantes todos los materiales, comunicados, recibir asignaciones y cualquier otro de los entregables que se evalúan en el curso. Los grupos que se imparten bajo la modalidad Virtual pueden utilizar alguna otra plataforma complementaria para facilitar la interacción entre la persona docente y el estudiando, durante el horario de lecciones y la atención de consultas. Dichas plataformas no sustituyen total ni parcialmente el uso de la plataforma oficial.
6. Es posible realizar la grabación de las clases virtuales sincrónicas en formatos de audio y video, en cuyo caso la persona docente lo deberá indicar al inicio de cada sesión, con la finalidad de que las personas estudiantes decidan si desean o no ingresar a la sesión con su audio y/o video.
7. Como parte de las lecturas de apoyo a los temas que se desarrollan en cada clase, se utilizarán al menos dos lecturas en idioma inglés, con el objetivo de fortalecer la comprensión de lectura en

³ Según la Resolución VD-11489-2020, “...el docente podrá utilizar estrategias de carácter sincrónico, mediante la convergencia espacial y temporal de las personas participantes del curso; o bien, de carácter asincrónico, cuando la interacción de las personas participantes está marcada por la divergencia espacio-temporal.”



este idioma. Debido a que en los grupos hay personas estudiantes con diferente nivel lingüístico, la discusión de los temas, reportes o presentaciones acerca del material leído se realizará en idioma español.

8. Las personas estudiantes deberán aprender a hacer uso eficiente de las fuentes de información y de las metodologías de investigación planteadas por la persona docente, tendientes a elaborar un trabajo final relacionado con el ámbito de las negociaciones en diversos contextos.

Objetivos de los aspectos metodológicos

- Fomentar el aprendizaje colaborativo.
- Comprender y aplicar los conceptos teóricos clave.
- Afianzar la capacidad de investigación bibliográfica.
- Fortalecer las competencias de trabajo en equipo y comunicación.
- Fomentar el desarrollo del pensamiento crítico y la generación de insumos de información empresariales y organizacionales como insumo para la toma de decisiones.
- Fortalecer la comprensión de materiales técnicos en otro idioma.

Objetivos de las competencias Éticas

- Fomentar el respeto entre los compañeros, en la relación docente-estudiante y demás miembros de la comunidad universitaria.
- Fortalecer la responsabilidad en el cumplimiento de tareas y compromisos.
- Alentar procesos de toma de decisiones que contribuyan al consumo responsable y el desarrollo sostenible.

VIII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

A través de los siguientes componentes de la evaluación, en lo que resulte pertinente en cada uno de los temas, se integrarán aspectos sobre ética, responsabilidad social y emprendimiento. También se tomará en consideración la aplicación de los valores y competencias referidos en la descripción del curso.

Rubro	Porcentaje
Pruebas cortas individuales (3 pruebas)	30%
Asignaciones:	15%
- Tareas individuales sobre lecturas en inglés (2 tareas)	10%
- Investigación grupal de negociaciones en diversos contextos	5%
Simulaciones y participación en clase	35%
Trabajo de investigación de país asignado	20%
NOTA FINAL	100%



RUBRO 1. PRUEBAS CORTAS INDIVIDUALES (30%). Se realizarán tres pruebas cortas en las que se evaluará lo visto en clase y las lecturas asignadas. La duración máxima será de 60 minutos y se llevarán a cabo en las fechas establecidas en el cronograma. El examen deberá realizarse y ser entregado en la plataforma Mediación Virtual, el mismo es asincrónico. Los exámenes de reposición se registrarán según el Art. 24 del Reglamento Académico Detalle de examen de reposición.

RUBRO 2. ASIGNACIONES (15%). El docente solicitará dos tareas individuales entre los cuales podrá asignar ensayos argumentativos, análisis de películas y/o videos, investigaciones cortas u otras herramientas didácticas de carácter individual y/o grupal. Para las dos lecturas de material en idioma inglés, la persona docente podrá pedir como entregables ensayos argumentativos, aplicaciones prácticas del contenido, entre otras; todas ellas en idioma español y las especificaciones se indicarán en la plataforma oficial. Las asignaciones se deben entregar en la fecha y forma establecida por la persona docente en el cronograma del curso usando sin excepción la plataforma de Mediación Virtual.

RUBRO 3. SIMULACIONES Y PARTICIPACIÓN EN CLASE (35%). Se realizarán simulaciones de negociaciones mediante la técnica del juego de roles, algunas serán de práctica y otras calificadas, en las cuales se tomará en consideración el desenvolvimiento personal y grupal, así como los resultados obtenidos. El docente llevará un registro de la participación de las personas estudiantes en las actividades realizadas en cada una de las sesiones, así como, en las diversas formas asincrónicas definidas por la persona docente. Se aplicará un simulador de negociación en la sesión 3 como parte de las actividades de innovación docente fomentadas por la EAN. Ver ANEXO 2 Pautas para la evaluación de simulaciones.

RUBRO 4. TRABAJO DE INVESTIGACION (20%). El trabajo de investigación se hará en grupos de máximo 5 personas estudiantes, el cual deberá reunir diversos elementos característicos de la negociación y entorno cultural de un país asignado por la persona docente. Se podría incluir una aplicación práctica mediante una negociación con un contacto del país investigado. Ver ANEXO 1 Pautas para el trabajo de investigación de negociaciones multiculturales. Para la presentación oral del trabajo de investigación únicamente se evalúa la persona estudiante presente en la sesión respectiva de manera virtual o presencial en la exposición. No es posible realizar reposición de presentaciones orales, por lo que la ausencia implica la pérdida de los puntos correspondientes.



IX. CRONOGRAMA

SESIÓN	SEMANA	ACTIVIDADES
TEMA 1. El contexto de las negociaciones		
1	28 de marzo al 02 de abril	<p style="text-align: center;">Introducción a las negociaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentación del programa y de los objetivos de las carreras. - Motivación del curso. - Formación de grupos de trabajo. - Explicación del trabajo de investigación y asignación de países. - Introducción a las negociaciones. Capítulo 1. La naturaleza de una negociación - Actividad asincrónica: Test de Actitudes, creencias y comportamientos de los negociadores. Los resultados se analizarán en clase.
TEMA 2. El proceso de las negociaciones		
2	04 al 09 de abril	<p style="text-align: center;">Negociaciones distributivas y manejo de conflictos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lecturas asignadas: <ul style="list-style-type: none"> Capítulo 1. La naturaleza de una negociación. Capítulo 2. Estrategia y tácticas de una negociación distributiva. - Actividad asincrónica previa: Encuesta sobre estilos de manejo de conflictos. Los resultados se analizarán en clase. - Revisión de material Anexo 2: Guía práctica para preparar una negociación autoevaluada. - Actividad asincrónica: Simulación calificada #1, (con base en el Anexo 2)
11 al 16 de abril		Semana Santa
3	18 abril al 23 de abril	<p style="text-align: center;">Negociaciones integradoras</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lectura asignada: <ul style="list-style-type: none"> Capítulo 3. Estrategia y tácticas de una negociación integradora. - Lectura complementaria: <i>BATNA Basics: Boost Your Power at the Bargaining Table</i> - Actividad asincrónica: Simulación calificada #2 utilizando el Simulador del Programa de Innovación Docente de la EAN (el docente facilitará un enlace para poder realizar esta actividad). - Material visual complementario:



SESIÓN	SEMANA	ACTIVIDADES
		¿Por qué nos cuesta mirarnos al espejo? Andrea Vilallonga TEDxTarragona, https://www.youtube.com/watch?v=5sIX7TRUqa8
4	Semana Universitaria 25 al 30 abril SESION ASINCRÓNICA	La preparación en la negociación, estrategias y tácticas, negociación basada en principios y desarrollo del MAPAN <ul style="list-style-type: none">- Lectura asignada: Capítulo 4. Negociación. Estrategia y planificación.- Lectura complementaria: <i>Negotiation Skills</i>
TEMA 3. La dimensión humana de las negociaciones		
5	02 al 07 mayo	La comunicación en las negociaciones <ul style="list-style-type: none">- Lectura asignada: Capítulo 6. La comunicación asertiva en una negociación.- Material visual complementario: El poder de la escucha William Ury TEDxSan Diego disponible en el enlace: https://www.youtube.com/watch?v=saXfavo1OQo- Actividad asincrónica: Simulación calificada #3, (con base en el Anexo 2)
6	9 al 14 mayo	Negociaciones virtuales <ul style="list-style-type: none">- Lectura asignada: Negociaciones virtuales, Roy Retana.- Lectura complementaria: <i>Make the most of online negotiations</i>- Entrega de asignación individual en español definida por la persona docente, basada en la lectura en inglés: <i>Rethinking Negotiation</i>- Actividad asincrónica: Simulación calificada # 4, (con base en el Anexo 2)
7	16 al 21 mayo SESION ASINCRÓNICA	El poder y la ética en el negociador <ul style="list-style-type: none">- Lecturas asignadas: Capítulo 7. Obtención y utilización del poder Capítulo 8. La ética en la negociación- Lectura complementaria: <i>Salary negotiation</i>- Examen Corto #1 (Incluye los capítulos 1, 2, 3, 4 y 6 y todo lo visto en clase sobre los temas correspondientes)



SESIÓN	SEMANA	ACTIVIDADES
TEMA 4. La Negociación en las empresas y sus contextos.		
8	23 al 28 de mayo	Negociaciones en diversos contextos Presentación de Investigaciones cortas con los temas asignados por la persona docente
9	30 de mayo al 4 de junio	Actividad de cátedra Miércoles 1 de junio - 7 a 9 p.m. (*) Conversatorio con invitados especiales Tema: "La importancia de las relaciones para lograr acuerdos" (*) La actividad será grabada para que pueda ser consultada por todos los grupos en sus horarios.
10	06 al 11 junio	Las relaciones en la negociación <ul style="list-style-type: none">- Lectura asignada: Capítulo 9. Las relaciones en una negociación- Entrega de asignación individual en español definida por la persona docente, basada en la lectura en inglés: <i>Dealing with difficult people</i>
11	13 al 18 de junio	Negociaciones grupales <ul style="list-style-type: none">- Lectura asignada: Capítulo 10: Múltiples partes y equipos. Consensos para lograr acuerdos colectivos.- Examen Corto #2 (Incluye los capítulos 6, 7, 8 y 9 y todo lo visto en clase sobre los temas correspondientes)
12	20 al 25 de junio	Negociaciones grupales <ul style="list-style-type: none">- Lectura complementaria: <i>Managing multiparty negotiations</i>- Actividad asincrónica: Simulación calificada #5, (con base en el Anexo 2)
TEMA 5. La negociación en entornos multiculturales		
13	27 junio al 02 de julio	Negociaciones multiculturales <ul style="list-style-type: none">- Lectura asignada:



SESIÓN	SEMANA	ACTIVIDADES
		<p>Capítulo 11. Negociaciones internacionales y transculturales.</p> <ul style="list-style-type: none">- Lectura complementaria: <i>Overcoming cultural barriers in negotiation</i>- Material visual complementario: <i>Cross Cultural Communication Pellegrino Riccardi TEDxBergen</i> en el siguiente enlace https://www.youtube.com/watch?v=YMMyofREc5Jk- Actividad asincrónica: Simulación calificada #6, (con base en el Anexo 2)-
14	04 al 09 julio	<p>Trabajo Final de Investigación</p> <ul style="list-style-type: none">- Todos los grupos entregan el documento en formato digital- Presentaciones ejecutivas de las investigaciones. Primera parte
15	11 al 16 julio	<ul style="list-style-type: none">- Presentaciones ejecutivas de las investigaciones. Segunda parte <p>Las mejores prácticas de negociación</p> <ul style="list-style-type: none">- Lectura asignada: Capítulo 12. Las mejores prácticas en las negociaciones- Realimentación de los aprendizajes del curso.- Examen Corto #3 (Incluye los capítulos 10 y 11 y todo lo visto en clase sobre los temas correspondientes).-
16	18 al 23 julio	<ul style="list-style-type: none">- Entrega y revisión de promedios
17	25 al 30 julio	<ul style="list-style-type: none">- Examen de ampliación



X. BIBLIOGRAFÍA

Libro de Texto:

Roy Lewicki, Bruce Barry, David Saunders. (2012). *Fundamentos de Negociación*. Mexico, D.F.: McGrawhill.

Bibliografía complementaria:

Budjac, B. (2011). *Técnicas de negociación y resolución de conflictos*. México: Pearson.

Roger Fisher, William Ury. (2012). *Obtenga el sí: el arte de negociar sin ceder*. Mexico: Norma.

Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton. (1993). *Si... ¡de acuerdo! cómo negociar sin ceder*. Mexico: Editorial Norma.

Ury, W. (2012). *Supere el No. Cómo negociar con personas que adoptan posiciones inflexibles*. Barcelona: Gestión 2000.

Lecturas obligatorias:

Nalebuff, B., & Brandenburger, A. (December 2021). Rethinking, a smarter way to split the pie. *Harvard Business Review*, 110-119.

POM. (2019). *Dealing with Difficult people*. Boston: Harvard University.

Retana, R. (26 de Octubre de 2020). Negociaciones virtuales. San José, Costa Rica.

Lecturas complementarias:

POM. (2019). *Make the most of online negotiations*. Boston: Harvard University.

POM. (2019). *Salary Negotiation*. Boston: Harvard University.

POM. (2019). *Overcoming Cultural Barriers in negotiations*. Boston: Harvard University.

POM. (2019). *Managing multiparty negotiations*. Boston: Harvard University.

Meyer, H. (2015). Getting to Sí, Ja, Oui, Hai and Da. How to negotiate across cultures. *Harvard Business Review*, 8.

Board, H. N. (2012). Training Women to be Leaders: Negotiating Skills for Success. *Program on Negotiation at Harvard Law School*.



XI. INFORMACIÓN DE CONTACTO DE LOS DOCENTES

SEDE RODRIGO FACIO		
GR	Docente	Correo
01	David Peralta Di Luca	david.peralta@ucr.ac.cr
02	Sonia Cisneros Zumbado (coordinadora)	sonia.cisneros@ucr.ac.cr
SEDES REGIONALES		
01	José Mauricio Contreras Navarro, Guanacaste	contrerasnavarrojm@gmail.com
01	Enos E. Brown Richards, Caribe	enos.brown@ucr.ac.cr
01	Rodrigo Morera Arias, Occidente	jose.moreraarias@ucr.ac.cr
01	José Joaquín Vargas Vargas, Pacífico	josejoaquin.vargas@ucr.ac.cr
RECINTOS		
21	José David Ulloa Soto, Paraíso	jose.ulloasoto@ucr.ac.cr

XII. ANEXOS



ANEXO 1

PAUTAS PARA EL TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN DE NEGOCIACIONES MULTICULTURALES

1. La investigación debe presentar una descripción de los rasgos culturales más importantes del país seleccionado y destacar en qué se diferencia la cultura seleccionada de la cultura costarricense.
2. El trabajo requiere una presentación ejecutiva, la cual se deberá hacer en formato .ppt u otro similar.
3. Los temas que se deben abordar (cfr. Llamazares, O.) son:
 - a. **Datos Básicos.** Población, PIB per cápita, forma de Estado, divisa, idioma oficial y negocios, religión, principales ciudades, problemáticas sociales, extensión territorial, mapa y ubicación geográfica, etc.
 - b. **Entorno Empresarial.** Marco geopolítico, situación económica, principales sectores, oportunidades de negocio, barreras a empresas extranjeras, etc.
 - c. **Estrategias de Negociación.** Forma de acceso al mercado, argumentación, margen de negociación y cultura del regateo, pautas sobre contratos, modos de crear confianza en ese entorno, etc. Estrategias (competitiva, cooperativa) y tácticas más apropiadas (regateo, concesiones, etc.)
 - d. **Normas de Protocolo.** Saludos y presentaciones, nombres y títulos, temas inapropiados, comportamientos en la mesa, gestos y comunicación no verbal, regalos, etc.
 - e. **Páginas Web de referencia.** Ministerios, organismos de comercio exterior e inversión extranjera, aduanas, institutos de estadística, cámaras de comercio, directorios de empresas, ferias y exposiciones, prensa general y de negocios, etc.
 - f. **Información práctica que sea de utilidad.** Por ejemplo: diferencias horarias, prefijos telefónicos y códigos de Internet, clima, tabla de conversión de medidas, etc.
4. Debe incluir otros temas de interés específicos, tales como los siguientes:
 - a. **Lenguaje.** Pautas lingüísticas, lenguaje no verbal, costumbres y connotación cultural.
 - b. **Estilos de Comunicación.** Directa o indirecta, tono de voz, uso del contacto visual y otros tipos de comunicación verbal ¿cuál es la conducta de las personas hacia los demás? ¿Cortés y amable, o sobrio y empresarial? ¿Se lleva a cabo la comunicación ante todo por escrito, o boca en boca?
 - c. **Normas sociales.** Entendidas como reglas del “adecuado comportamiento”.
 - d. **Elementos de puntualidad.** Formalidad versus informalidad.
 - e. **Toma de decisiones.** ¿Qué implicaciones tiene decir o no la verdad? Actitud frente a los superiores: ¿Es el jefe una deidad en miniatura o un colega dotado de autoridad? Estilos de liderazgo y de solución de problemas.
 - f. **Cultura.** ¿Es la cultura más individualista que colectiva? ¿Qué se puede considerar ofensivo? ¿Cómo se representa el poder de quien negocia?
 - g. **Prioridades en el estilo de vida.** ¿Vivir para trabajar o trabajar para vivir?
 - h. **Religión.** ¿Cuál es el papel desempeñado por la religión?



- i. **Expectativas de roles.** ¿Cuál es el papel de las mujeres, por ejemplo, en la sociedad? ¿Son esposas y madres, o colegas de pleno derecho? ¿Desempeñan un papel preponderante en la vida empresarial o prácticamente ninguno?
 - j. **Relaciones interpersonales.** ¿Llamar por el apellido o por el nombre? ¿En la primera reunión o solamente entre antiguos compañeros?
 - k. **Contacto inicial y tipo de relación.** ¿Es oficial o informal? ¿Con una copa de cerveza tras una jornada de trabajo, o de otra manera?
 - l. **Motivación.** ¿Tiene sus raíces en la empresa, en la familia, o en ambos? ¿Qué es lo que motiva a la gente dentro de un determinado contexto cultural, en términos generales? ¿Ritmo de trabajo relajado o acelerado?
 - m. **Estilo de negociación.** ¿Se llega fácilmente a la confrontación o es que son más comunes el consenso y el término medio? ¿Se vuelven a negociar los contratos una vez que cambiaron las condiciones, o se respetan pase lo que pase?
5. Con respecto a la presentación, deberá considerarse:
- a. **Duración.** La exposición deberá extenderse como máximo 20 minutos.
 - b. **Documentación.** El material por entregar a los compañeros quedará a discreción de cada grupo. Si es un documento puede hacerse en manera digital.
 - c. **Calificación.** La evaluación del estudio se efectuará principalmente basado en la presentación que se haga en clase.
6. Se evaluarán los siguientes aspectos:
- a. **Creatividad y calidad de la presentación.** Visual, verbal, interacción con las personas estudiantes, medios audiovisuales, ejemplos de negociación, entre otros. (2,5 puntos)
 - b. **Profundidad en los contenidos.** Ir más allá de la bibliografía y páginas Web que se ofrecen como base. (15 puntos)
 - c. **Actualidad y realismo.** Entregar información práctica y de utilidad, adecuada a la situación nacional e internacional presente. (2,5 puntos)



ANEXO 2
PAUTAS PARA LA EVALUACIÓN DE LAS SIMULACIONES

GUÍA PRÁCTICA PARA LA PREPARACIÓN DE UNA NEGOCIACIÓN

Caso:

Rol:

Nombre de la persona estudiante:

Fecha:

I. PLANEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIACION

1. Escoja la estrategia de negociación que mejor se adapte a sus objetivos:

Table with 2 columns: a) Distributiva and b) Integrativa. Row 1: Headers. Row 2: Descriptions (Competitiva, ganar-perder, suma cero, proteger información vs Cooperativa, ganar-ganar, compartir información, colaborar)

2. ¿Desea construir una relación de corto o largo plazo con la otra parte? ¿Por qué?

Empty rectangular box for response to question 2.

II. PUNTOS DE NEGOCIACION

1. Indique los puntos de negociación de ambos actores.

Table with 3 columns: Punto, Suyo, De la otra parte (estímelos, si los desconoce). Rows: Inicial, Objetivo, De resistencia

2. ¿Cuál es su MAPAN (Mejor Alternativa Para un Acuerdo Negociado)? Si no lo tiene, desarróllelo.

Empty rectangular box for response to question 2.



3. ¿Qué concesiones estaría dispuesto a hacer para llegar a un acuerdo satisfactorio? ¿Por qué?

III. TACTICAS DE NEGOCIACION

1. Escoja las tácticas de negociación que utilizará, según su estrategia y estilo personal.

<i>Al cierre del acuerdo</i>	<i>Tácticas de presión</i>	<i>Cómo enfrentarlas</i>
a) Ofrecer alternativas b) Suponer el cierre c) Dividir la diferencia d) Ofertas a punto de estallar e) Endulzantes f) Otra _____	a) Hombre bueno /malo b) Ofertas bajas /altas c) Fingimiento d) El tanteo e) Retiro f) Intimidación... g) Atosigamiento h) Conducta agresiva i) Otra _____	a) Ignorarlas b) Analizarlas c) Responder igual d) Acercarse a la otra parte e) Otra _____

IV. RESULTADOS DE LA NEGOCIACION

V. CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACION POST-NEGOCIACION

- ¿Su preparación antes de la negociación lo alistó bien para la interacción?
- ¿Anticipó las necesidades, fortalezas y debilidades de la otra parte de manera adecuada y precisa?
- ¿Estableció un objetivo optimista o modesto? ¿Lo alcanzó?



- ¿Hizo usted la primera oferta? ¿Era necesario?
- ¿Su patrón de concesiones fue efectivo? ¿Los incrementos fueron demasiado grandes? ¿Hizo usted concesiones muy a menudo?
- ¿Cuáles tácticas le resultaron cómodas? ¿Cuáles le funcionaron mejor?
- ¿Qué aprendió acerca de su propia personalidad y temperamento?
- Considerando todas las circunstancias, ¿pudo haberlo hecho mejor?
- ¿Qué haría diferente si pudiese rehacer la negociación?
- ¿Cuáles tácticas le resultaron cómodas? ¿Cuáles le funcionaron mejor?
- ¿Qué aprendió acerca de su propia personalidad y temperamento?
- Considerando todas las circunstancias, ¿pudo haberlo hecho mejor?
- ¿Qué haría diferente si pudiese rehacer la negociación?