



Contratos Conscientes
Cambio de mentalidad, comportamientos y resultados.
“Cómo lograr pactos más estables y de mayor valor”

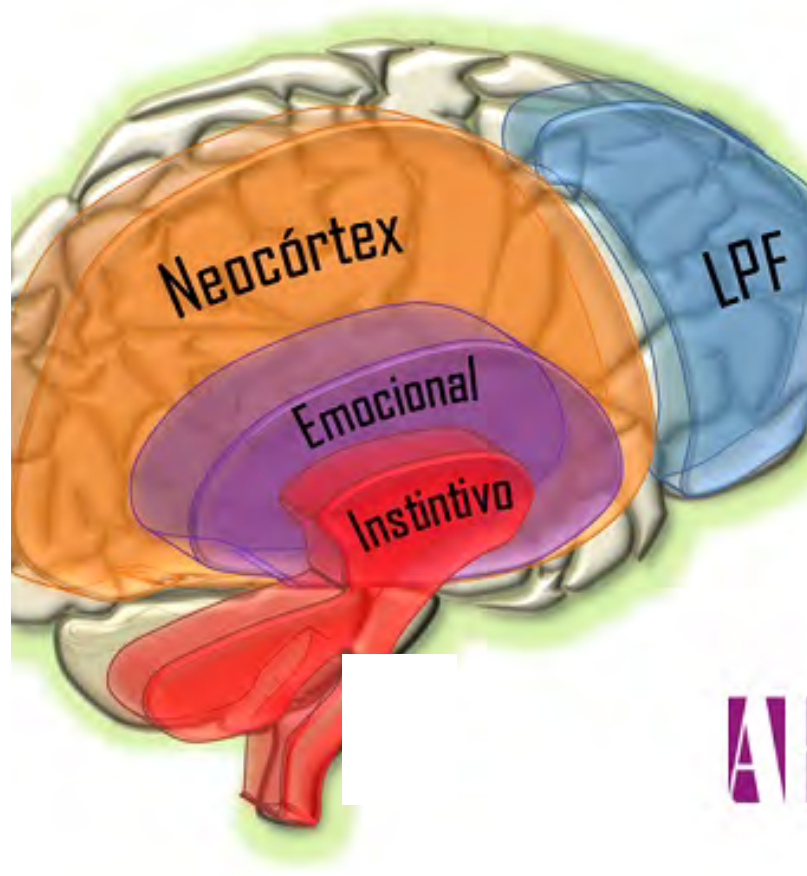


HABITUS
INCORPORATED

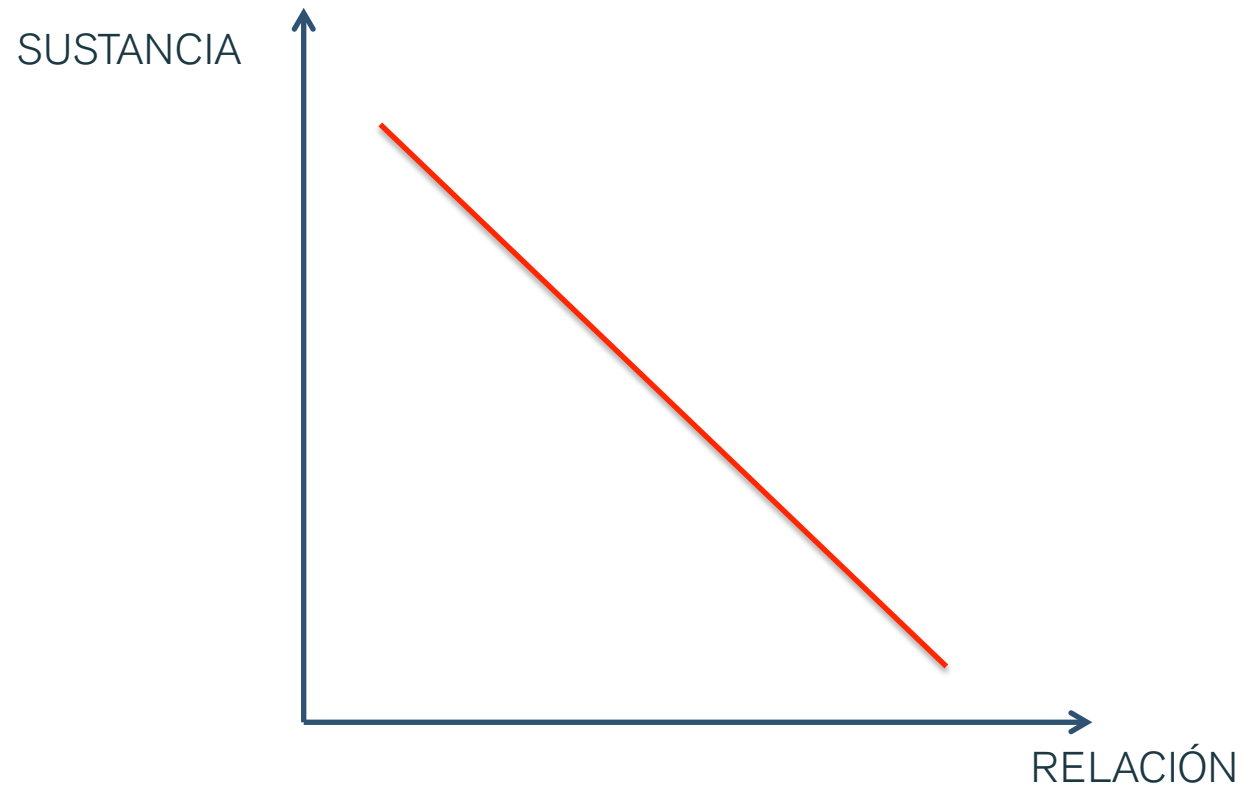
1.- COBRAR CONSCIENCIA



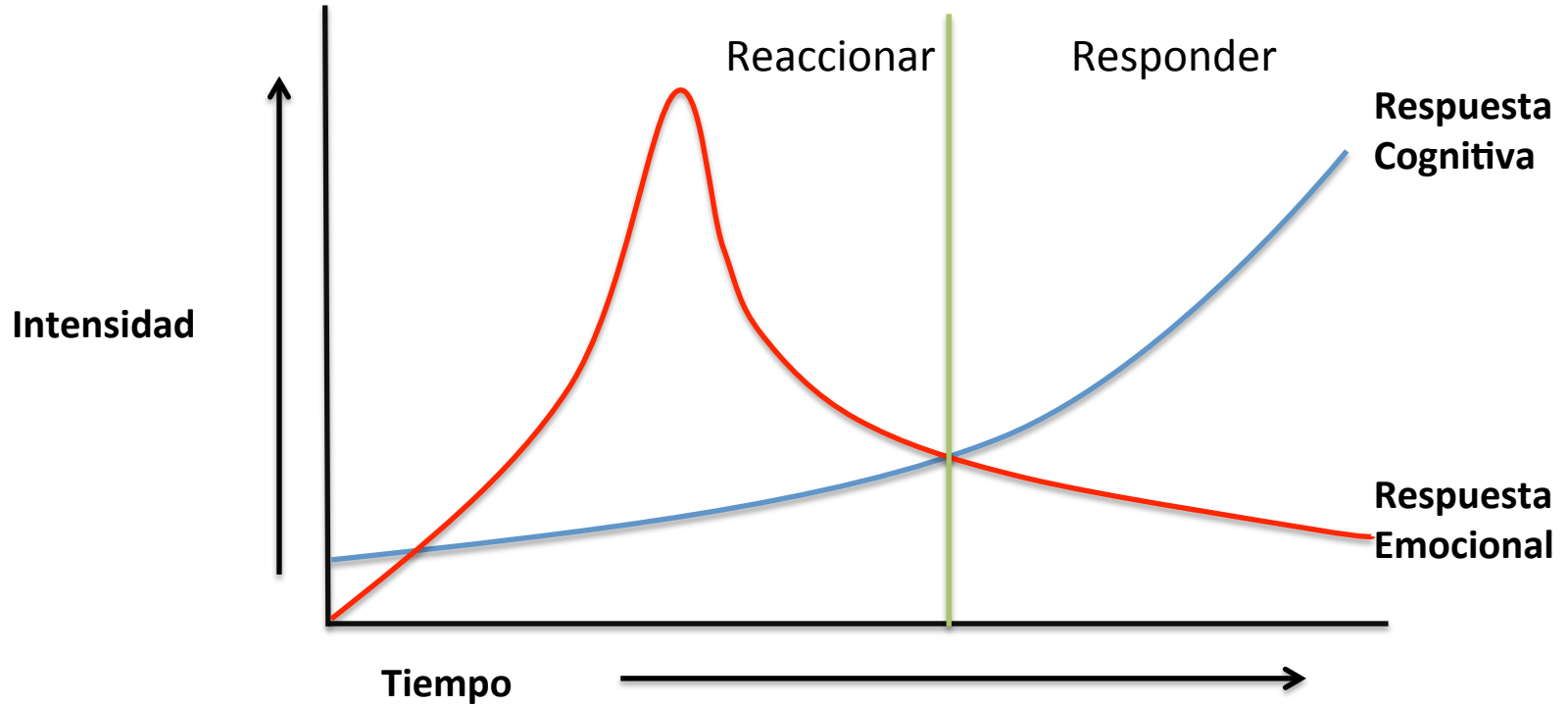
LAS EMOCIONES INFORMAN NUESTRAS DECISIONES



VARIABLES EN TENSIÓN



Curva de respuesta emocional



Comportamientos por defecto:

- 1.- Falsa sensación de certeza
- 2.- Juzgamos las intenciones
- 3.- Vemos la negociación de forma distributiva.
Suma 0.
- 4.- Pensamos en el corto plazo
- 5.- Percepción unilateral de justicia
- 6.- Nos comunicamos en términos de posiciones



Mentalidad cortoplacista: Erramos al valorar

¿Qué prefieres 500 € o 550 €?

Más es mejor que menos

¿Qué prefieres 500 € ahora o 500 € dentro de un mes?

Antes es mejor que después

¿Qué prefieres 500€ hoy o 550€ dentro de un mes?

La mayoría de las personas responden que 500 € hoy. Que no están dispuestos a esperar un mes por 50 €.

¿Qué prefieres 500€ dentro de un año o 550€ dentro de 13 meses?

La mayoría de las personas responden que 550 € dentro de 13 meses. Se dicen así mismas, *“Si ya he esperado un año, que más me da esperar un mes más”*.



***Mentalidad cortoplacista:
Erramos al estimar probabilidades***

Rifa entre 10 boletos para ganar un premio:

200 €



Solo queda 1



2€

Repartidos entre 9 personas



¿Jugarías?



***Mentalidad cortoplacista:
Erramos al estimar probabilidades***

Rifa entre 10 boletos:

Solo queda 1  2€



200 €

Juan tiene 9



¿Jugarías?



Nuestra
posición

Posición
de ellos

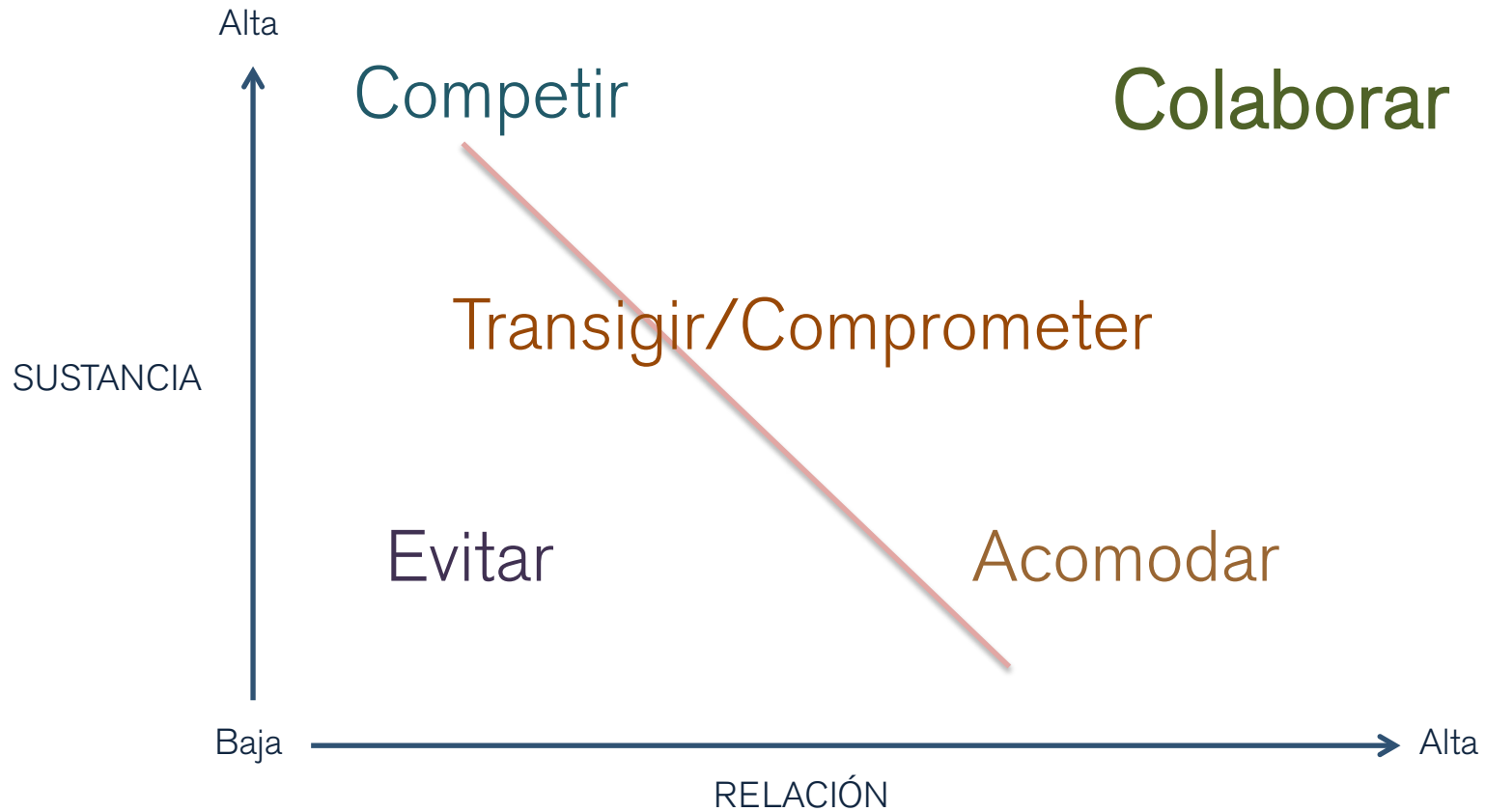
Nuestros
intereses

Intereses
de ellos

ZOPA

Zona de Posibles Acuerdos

ESTILOS NEGOCIADORES



HERRAMIENTAS COLABORATIVAS

Requiere de conocimiento y tiempo

Negociar en base a intereses



Gestionar las emociones



2.- CONTRATOS CONSCIENTES






Pequeños cambios que hacen la diferencia

Subscriptions

Welcome to
The Economist Subscription Centre

Pick the type of subscription you want to buy or renew.

<input type="checkbox"/>	Economist.com subscription – US \$59.00 One year subscription to Economist.com. Includes online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997.	 16%
<input type="checkbox"/>	Print subscription – US \$125.00 One year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> .	 0%
<input type="checkbox"/>	Print & web subscription – US \$125.00 One year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> and online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997.	 84%

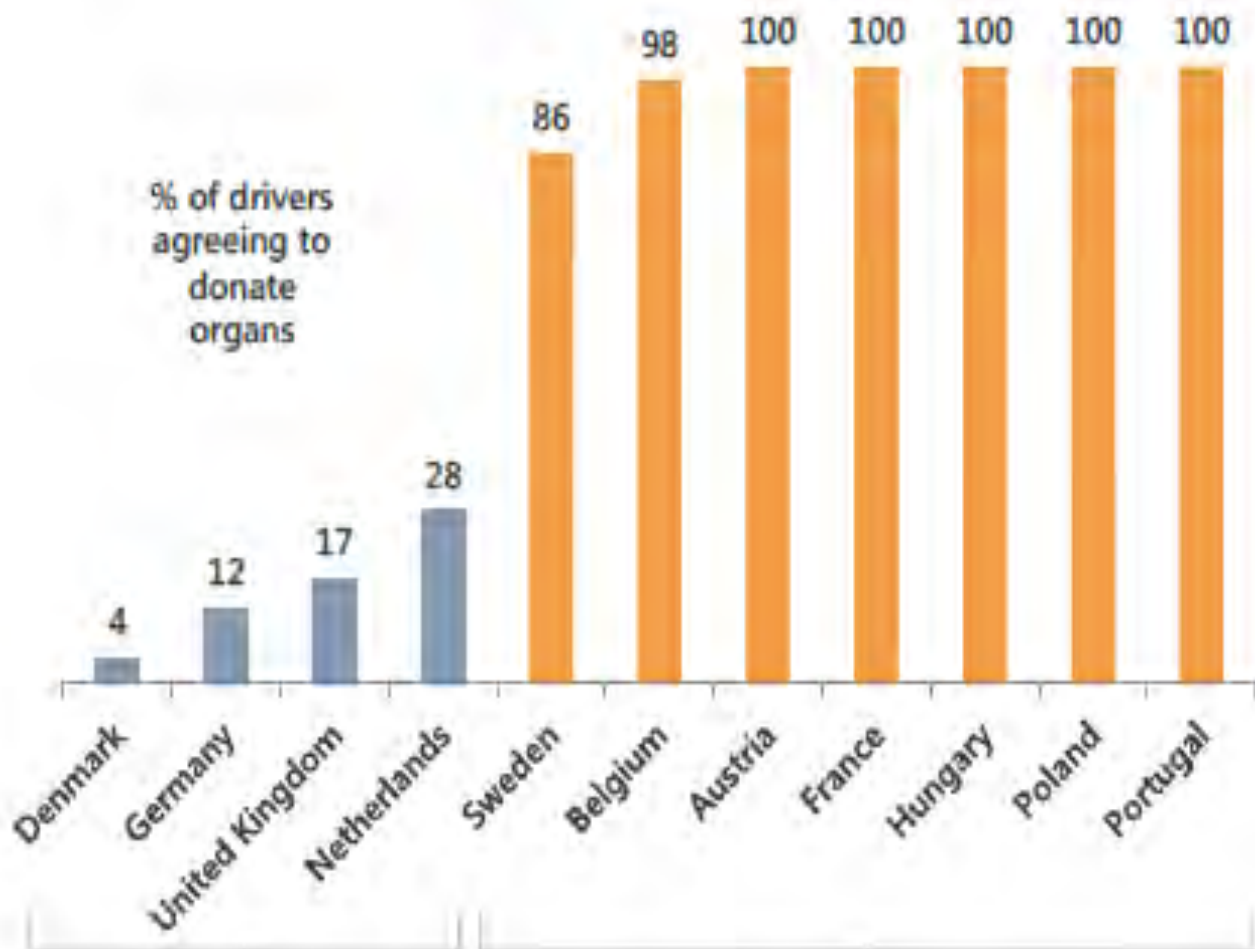
Subscriptions

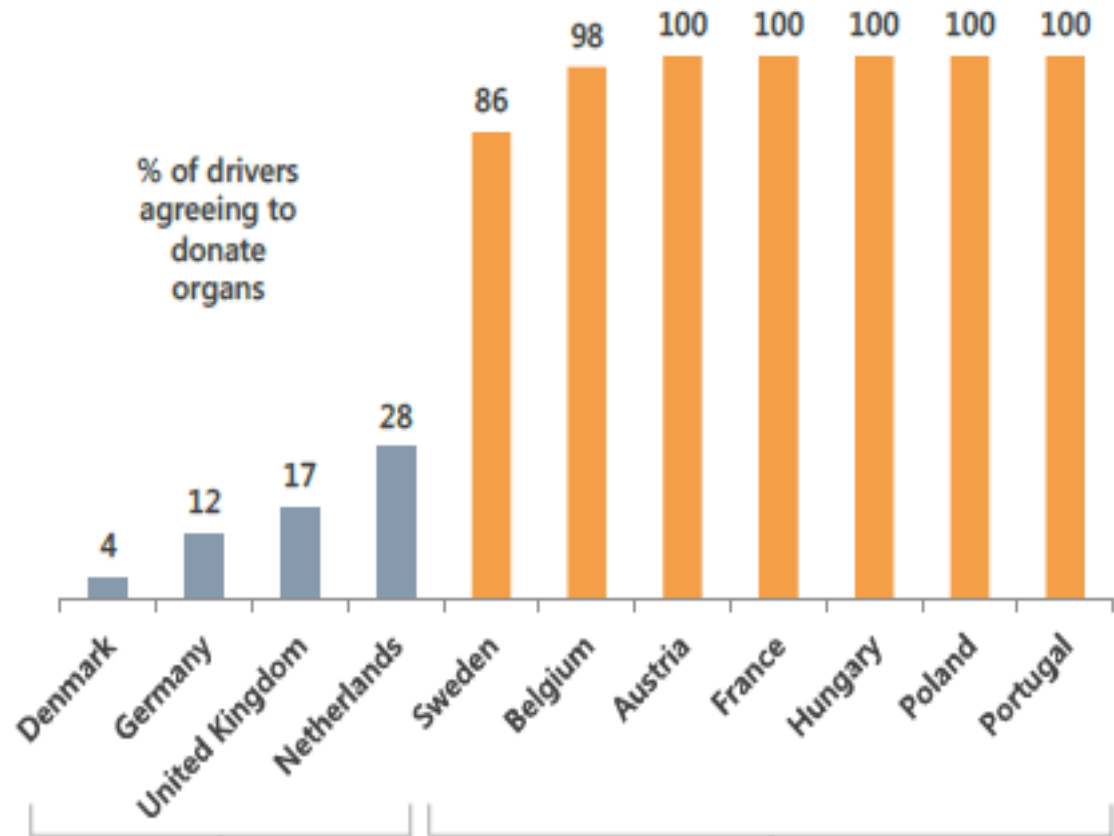
Welcome to
The Economist Subscription Centre

Pick the type of subscription you want to buy or renew.

- | | | | | | |
|--------------------------|---|---|------------|---|------------|
| <input type="checkbox"/> | Economist.com subscription – US \$59.00
One year subscription to Economist.com.
Includes online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997. |  | 16% |  | 68% |
| <input type="checkbox"/> | Print & web subscription – US \$125.00
One year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> and online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997. |  | 84% |  | 32% |

Figure 1: Proportions Agreeing To Donate Organs By Country





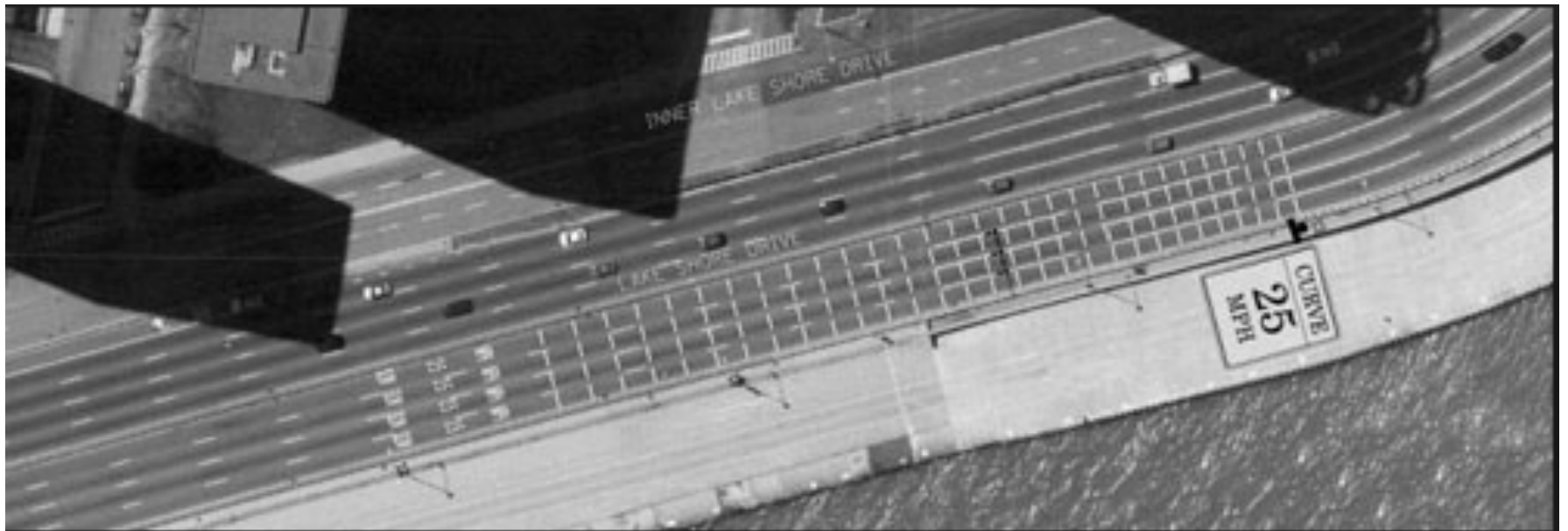
Opt-in organ donation

Opt-out organ donation

Check the box if you want to participate in the organ donor program

Check the box if you don't want to participate in the organ donor program

Preveer los comportamientos e introducir elementos que los corrijan por defecto



Cambio de paradigma

Objetivo: Búsqueda de seguridad

Contrato tradicional:

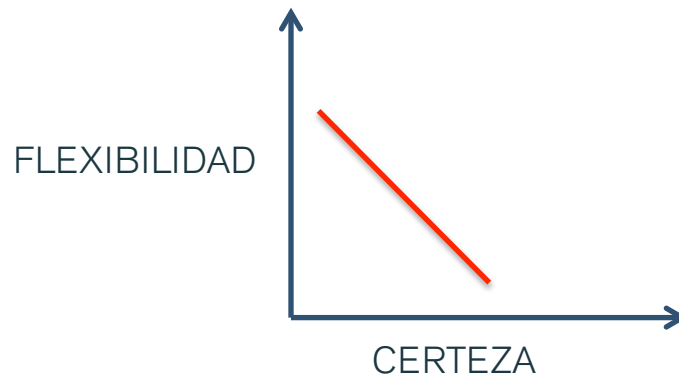
- Creación de un documento que preestablece las respuestas a todos los posibles escenarios.

CERTEZA

Contrato colaborativo:

- Creación de un documento que **regule la relación** para crear un sistema para lidiar con los inevitables imprevistos.

SUFICIENTE PREDICTABILIDAD



El marco de la relación (piedra de toque)

- Explorar y expresar por escrito los elementos clave de la perspectiva y el contexto desde los que cada parte opera.
1. **Visión:** El gran por qué (Por qué hacemos lo que hacemos)
 2. **Misión** (*intenciones u objetivos*): El para qué del contrato (qué buscáis conseguir) + Cómo lo vamos a llevar a cabo.
 3. **Valores y Principios** que informan vuestras actuaciones. Como las partes actuarán.
 4. **Limitaciones e imperativos:** Barreras/ líneas rojas. (ej limitaciones legales)

Objetivo: traer claridad sobre lo que de verdad importa a las partes, lo que verdaderamente informa su comportamiento.

Servirá de criterio interpretador de las demás cláusulas del contrato, como criterio evaluador de acciones futuras y como brújula ante situaciones no previstas.



Marco para afrontar el cambio y los desacuerdos

Dejar previsto un marco que les permita a las partes tener conversaciones difíciles o volver a la estabilidad cuando surja un conflicto.

Se establece el proceso a seguir, desde el inicio, cuando la relación es buena.

Si se detecta que no hay sintonía en la forma o enfoque, es una suerte detectarlo en este momento.

Objetivo: desactivar los comportamientos automáticos hacia el conflicto y crear por defecto un procedimiento que evite que escale el conflicto y favorezca el acuerdo y el entendimiento.



CONTRATOS COLABORATIVOS

Principales diferencias con contratos convencionales :

Convencionales:

- Racionales, omite emociones .
- Competitivos: ganar otra parte .
- Abogados :responsabilidad control futuro /incumplimientos:.
- Ambiguos lenguaje legal denso
- No se indagan los verdaderos intereses, el porqué , para qué y como ,
- Resolución conflictos: tercero (juez o arbitro), culpando , ver quién tiene razón.
- Ante conflicto , alto riesgo ruptura relación.

Colaborativos:

- conscientes , sintiendo emociones
- Co-diseño soluciones equitativas , ganar/ganar,
- Colaborando abogado s, clientes y otros profesionales.
- Transparencia , indagación sincera intereses
- La relación entre las partes enmarcada por la visión, misión y valores.
- Resolución de conflictos : prevista por las partes , con soluciones autocompositivas .
- Genera confianza y mantiene relaciones



- **Beneficios:**

- Pone a prueba la relación y su sostenibilidad (al principio de la misma)
- Genera confianza (no es buenísmo)
- Empodera a las partes
- Genera acuerdos de mayor valor, mas estables
- Es un proceso eficiente
- Genera valor al cliente

