

## EL CONGRESO DE PEDIATRIA (Manejo de conflictos)

Augusto Gómez estaba organizando un congreso internacional de cirugía, se había comprometido con los diferentes departamentos de pediatría de todos los hospitales de la zona a realizarlo dentro de cinco (05) semanas; sin embargo le faltaba conseguir un salón con capacidad para albergar doscientos (200) asistentes, le faltaba contactar con la prensa para cubrir el evento y carecía de financiación suficiente. Por ello, decidió contratar los servicios de la **agencia publicitaria MANYA Publicidad**.

Manuel Yamunaqué, gerente general de la agencia publicitaria le ofreció encargarse de cinco (05) ítems: Contactar invitados, contactar los servicios periodísticos, recaudar los auspicios, producir la folletería y conseguir los regalos que se repartirían a los expositores.

Augusto dijo: "... me parece excelente que te encargues de casi todo, porque yo soy médico, conozco a los pediatras que vendrán a exponer, pero no tengo experiencia en realización de congresos. Dime ¿cómo puedo cancelar los servicios de MANYA Publicidad"?

Manuel respondió: "... muy sencillo, voy a subdividir cada ítem y de acuerdo al costo, le aplico 17.50% de comisión. Esa es la tarifa por nuestros servicios".

Augusto no muy convencido le contestó: "... no me gusta ese sistema, porque de esa manera no vas a estar motivado en disminuir los costos, sino por el contrario, mientras más aumenten ellos, mayor será tu porcentaje de utilidad".

Manuel subió la voz y le dijo: "... así trabajamos nosotros, es la política de la empresa, por lo demás, siempre he cotizado servicios con costos competitivos ... mi ética me impide cotizar servicios con costos elevados".

Augusto insistió: "... no quiero esa tarifa ... quisiera otra alternativa, una tarifa fija por ejemplo".

Manuel molesto respondió: "... imposible ... cotiza en otras agencias, estoy seguro que te cobrarán mucho más caro que yo".

Augusto lo miró fijamente, encogió sus hombros, inclinó su cabeza hacia su hombro derecho y se fue cabizbajo al no lograr un acuerdo. Movía su cabeza como diciendo ¡no entiendo! y se preguntaba: ¿y ahora, qué hago?, ¿postergo el congreso?, ¿habrá otra agencia de publicidad que haga lo mismo que MANYA y con otra tarifa?, ¿vale la pena insistir con MANYA y qué argumentos llevo?.