

Técnicas para la Negociación

Algunas técnicas y tácticas para la negociación son:

- **Política de puertas abiertas: ¿cuánto debe saber el comprador?**

¿Cuánta información debe proporcionarle el vendedor al comprador? Algunas empresas tienen como norma la de “puertas abiertas”, pensando en que los clientes tienen que saber qué están comprando y cuánto cuesta. Por lo general, una visión tan noble de los derechos del cliente no es el resultado de la benevolencia sino esta basada muchas veces en la presión de la competencia.

La política de puertas abiertas está creada para satisfacer las necesidades del comprador por enterarse, porque los integrantes de la organización pueden conocer todo lo que les plazca, hablar con cualquier persona y hacer cualquier pregunta que tengan en mente. A los vendedores se les instruye que cooperen con toda solicitud siempre y cuando sea relevante a su función y a la necesidad del comprador de saber.

¿Por qué el vendedor tendría que ser tan abierto con el comprador? Simplemente algunas veces la respuesta son reglas legales para realizar negocios por que se requieren de tal claridad, en otras ocasiones esa norma es mejor porque permite al comprador saber que está ganando un buen arreglo. La política de puertas abiertas desarrolla la confianza y ordena el espacio para la discusión abierta de los riesgos y problemas mutuos.

El comprador que posee libre acceso a los registros del vendedor tiene una ventaja: puede desafiar, sondear y preguntar de una forma clara que sería imposible sin el acceso a esos datos. En general, el vendedor está en un mejor estado entre menos le diga al comprador. Es recomendable no entregar desgloses de gastos, tarifas detalladas de mano de obra, registros de la producción o cifras de ganancias al menos que la ley lo requiera.

El comprador que tiene acceso a toda la información aun así tiene varios problemas, ya que existen muchos datos, interpretaciones y supuestos muy ocultos en los datos para verificar y poner en contexto. Ni los registros ni las personas muestran siempre la historia completa, porque todos tiene sus razones para decir parte de los datos según convenga.

Técnicas para la Negociación

La regla “90-10” aplica especialmente al comprador que tiene acceso completo. Solo el diez por ciento de la información disponible representa el 90 por ciento de informaciones útiles para la negociación. Si el comprador se empantana en el 90 por ciento de la información que tiene poco valor, tendrá problemas de decisión, sin importar que tan abierta es la política de puertas abiertas.

- **Fechas límite: ¿por qué y cómo funcionan?**

Cuando se ponen fechas límite nos obligan a actuar. Si hay fecha límite para hacer la declaración de los impuestos no podemos realizarla después de esa fecha, los obsequios de navidad tienen que llegar antes del 24 de diciembre, un vuelo no se puede tomar a último minuto.

Los límites de tiempo constituyen gran parte de la vida diaria. La jornada laboral o escolar tiene una hora de salida y una de llegada, los autobuses salen a sus horas, las citas médicas y los pagos se deben hacer en días específicos.

El tiempo es un elemento de todas las acciones humanas. Actuamos ante las fechas límite casi sin darnos cuenta y dichas fechas hacen presión sobre las personas para que realicen una elección, si seleccionan aceptar la fecha límite deben ajustarse a ella y si no, los resultados serán impredecibles.

Nunca se puede predecir el costo de no cumplir un plazo. La práctica dicta que algunas fechas límite lo son de verdad y otras no. Algunas tienen graves consecuencias, otras ninguna.

Las personas que admiten una fecha límite poseen una ventaja: el agrado de enfrentarse a un futuro no tan inseguro. Consiguen pensar que las cosas podrían haber estado peores si no se hubiera cumplido el plazo.

Debemos ser un poco flexibles con las fechas límite, los plazos vienen y van. El SAT puede negociar una ampliación para una fecha posterior; los hoteles toleran la estancia del huésped

Técnicas para la Negociación

hasta una o dos horas más después de la hora límite, sin cargo alguno; es muy probable que el acepte la oferta un día después del límite.

Resulta arriesgado no creerse una fecha límite. El tiempo es poder. Las siguientes tres preguntas nos ayudarán a salir de la trampa de una fecha límite:

- ¿A qué fechas límite, propias o de la organización, me encuentro sujeto que me dificultan la negociación?
- ¿Son reales las fechas límite, propias o de la organización, a las que me encuentro sujeto? ¿Puedo negociar una ampliación con mi propio equipo?
- ¿Qué fechas límite están sometiendo a presión a la otra persona y su organización?

Las fechas límite presentan un modo de hipnotizarnos, tendemos a aceptarlas incluso cuando no deberíamos. Por eso es bueno poner una fecha límite en cualquier oferta que realice, ya que ayuda al vendedor a tomar una decisión en nuestro beneficio.

- **Falsas ofertas y qué hacer con ellas.**

La "oferta falsa" es una táctica no ética de compra a la que se enfrentan los vendedores. Un comprador abre con una propuesta suficiente alta como para excluir a la competencia y una vez que esto sucede, se retira la oferta y empieza la negociación en serio.

Por ejemplo, una pareja quiere vender su barco por aproximadamente \$40,000, pone un anuncio en internet y obtiene varios compradores interesados. Uno de ellos ofrece \$38,000 y deja un depósito de \$200, entonces la oferta es admitida y los vendedores los toman en cuenta más que a otros compradores. Esperan por el cheque certificado que cerrará el trato, pero pasan los días y nada pasa, hasta que reciben una llamada telefónica en que el comprador les cuenta con tristeza que no puede seguir con el trato porque su cónyuge no se lo permite, dice que han revisado barcos similares y encontraron que este solo vale \$34,000. Por supuesto que los vendedores se enojan, pues para ese día ya no tienen los nombres de los otros interesados.

Técnicas para la Negociación

Entonces los vendedores comienzan a dudar cuál es el precio correcto. Les es incomodo volver a comenzar a poner anuncios, hacer llamadas, mandar correos... así que se quedan con el valor menor al precio inicial.

La oferta falsa se hace para eliminar la competencia y dejar el campo abierto únicamente para ese comprador. Sirve porque los vendedores no se lo esperan.

La primera línea de defensa es reconocer que algunas personas realizan ofertas falsas de forma deliberada. Estas ideas adicionales también ayudan a minimizar su impacto:

- Obtenga un depósito sustancial no reembolsable.
- Escriba la oferta usted mismo y líguela a plazos y cláusulas de seguridad.
- Revise el antecedente de litigios del comprador. Si es del tipo que demanda, probablemente habrá problemas.
- Sea escéptico cuando obtenga un trato demasiado bueno.
- No descarte los nombres de otros compradores interesados hasta que cierre el trato.
- Siempre que sea posible haga que más de una persona firme la oferta escrita.

Estas medidas son eficaces para protegerse de ofertas falsas, ya que los compradores que usan esta táctica no están interesados en pagar precios elevados y saldrán corriendo en cuanto se identifique su alarde.

REFERENCIA:

Karras, Chester. (2017) La guía completa de estrategias y tácticas de negociación.