

PREPARACIÓN PARA LA NEGOCIACIÓN

La preparación es la etapa inicial y una de las más decisivas dentro del proceso de negociación. Un negociador bien preparado tiene mayores posibilidades de alcanzar acuerdos satisfactorios, minimizar riesgos y manejar con eficacia cualquier obstáculo que surja durante el desarrollo del diálogo.

Preparar una negociación no se trata solo de reunir información, sino de diseñar una estrategia integral que considere objetivos, intereses, posibles escenarios y límites. En esta fase, el negociador debe responder a preguntas clave como: ¿qué quiero lograr?, ¿qué está dispuesto a ceder mi contraparte?, ¿qué alternativas tengo si no se llega a un acuerdo?

Debemos tener en cuenta los siguientes elementos clave en la preparación de una negociación:

1. Definición de objetivos e intereses:

- Establecer con claridad qué se espera obtener.
- Diferenciar entre intereses principales y secundarios.
- Identificar los intereses de la contraparte.

2. Investigación y recolección de información:

- Conocer a fondo el contexto de la negociación.
- Analizar a la otra parte: su situación, necesidades, estilo de negociación y poder de decisión.
- Recopilar datos objetivos y antecedentes relacionados.

3. Determinación del BATNA (Best Alternative to a Negotiated Agreement):

- Conocer cuál es la mejor alternativa en caso de que no se llegue a un acuerdo.
- Evaluar el punto de retiro (límite mínimo aceptable).

4. Análisis de poder, tiempo e información:

- Evaluar las fortalezas propias y de la contraparte.
- Considerar la influencia del tiempo: plazos, urgencias y oportunidad.
- Determinar qué información se compartirá y cuál se reservará estratégicamente.

5. Diseño de una estrategia y tácticas:

- Establecer una línea argumentativa clara.
- Prever posibles objeciones y cómo refutarlas.
- Planificar concesiones: qué se puede ceder y qué se busca obtener a cambio.

6. Logística y aspectos prácticos:

- Elegir el lugar y momento adecuados.
- Preparar materiales, documentos o presentaciones necesarias.
- Definir el rol de cada integrante del equipo de negociación (si aplica).

La preparación efectiva no garantiza el éxito por sí sola, pero sí establece una base sólida para gestionar el proceso con mayor confianza, flexibilidad y control. Un negociador que domina esta etapa tendrá mayores probabilidades de conducir la negociación hacia resultados mutuamente beneficiosos.

Debemos tener en cuenta que una negociación empresarial es un proceso en el que dos o más partes buscan llegar a un acuerdo para satisfacer sus intereses y objetivos comerciales. Este intercambio implica la discusión y la toma de decisiones conjuntas para alcanzar compromisos mutuamente beneficiosos. Los puntos clave de una negociación son:

- Intercambio de compromisos. Las partes involucradas intercambian compromisos, información y recursos con el objetivo de establecer un acuerdo que sea favorable para ambos interlocutores.

- Importancia de la ganancia mutua. A diferencia de enfoques competitivos, la negociación empresarial busca la creación de valor y soluciones para todos los actores involucrados.
- Proceso de intercambio. Implica un proceso estructurado que puede incluir diferentes etapas, desde la preparación y discusión hasta la formalización de acuerdos y el cierre de la negociación.

La negociación empresarial adopta diferentes enfoques y estrategias según los objetivos y la dinámica de las partes involucradas. Aquí están algunos de los tipos de negociación más destacados, cada uno con sus ventajas y limitaciones:

Negociación acomodativa. Este tipo de negociación se caracteriza por ceder en mayor medida para mantener la armonía y las relaciones a largo plazo.

Negociación competitiva o distributiva. Enfocada en la distribución de recursos limitados, donde el éxito de una parte implica la pérdida de la otra. Puede ser útil en situaciones de conflicto de intereses.

Negociación colaborativa. Busca la creación de valor para ambas partes, trabajando juntas para maximizar beneficios mutuos. Se centra en soluciones creativas y en la técnica de negociación “ganar-ganar”.

Negociación por compromiso. Las partes buscan acuerdos equitativos mediante concesiones mutuas. Implica un nivel intermedio de cooperación y ceder para llegar a un punto medio.

Negociación evitativa. Como su nombre indica, se caracteriza por el deseo de sortear conflictos y situaciones difíciles, posponiendo la negociación o evitándola por completo.

Las técnicas de negociación son métodos específicos empleadas durante un proceso de negociación con el objetivo de alcanzar acuerdos beneficiosos para todas las partes involucradas. Estas estrategias buscan maximizar el valor conjunto y resolver posibles conflictos para lograr un resultado favorable.

#1 Método Harvard

Se centra en la búsqueda de soluciones colaborativas, promoviendo el diálogo abierto y la identificación de intereses compartidos para llegar a un acuerdo beneficioso para todos.

- Se centra en identificar los intereses subyacentes en lugar de enfocarse en posiciones inamovibles.
- No ve la negociación como una competencia, sino que promueve la colaboración.
- Distancia las emociones y relaciones personales del problema en cuestión.
- Fomenta la generación de opciones creativas que satisfagan los intereses de los implicados.
- Busca el compromiso mutuo en la búsqueda de soluciones.

#2 Método SPIN

Este enfoque se basa en identificar y comprender las Situaciones, Problemas, Implicaciones y Necesidades del cliente para adaptar la estrategia de negociación y proporcionar soluciones específicas.

1. Comienza investigando la situación actual del cliente.
2. Indaga sobre los problemas y dificultades que enfrenta el cliente.
3. Permite comprender la gravedad y la importancia de resolver los problemas para el cliente.
4. Facilita la presentación de la oferta como la solución ideal a las necesidades identificadas.

#3 Método AIDA

AIDA, que significa Atención, Interés, Deseo y Acción, se utiliza como técnica de negociación para la venta. Es decir, con el objetivo de persuadir y guiar al interlocutor a través de las etapas del proceso de compra, aplicando principios de comunicación efectiva.

1. Captar la atención del público objetivo. Por ejemplo, mediante titulares impactantes, gráficos llamativos u otros elementos visuales destacados.
2. Despertar el interés del cliente, promoviendo beneficios, resolviendo problemas o presentando características únicas del producto/servicio.
3. Generar un deseo o necesidad en el cliente. Es decir, destacar cómo el producto/servicio satisface sus necesidades o deseos específicos.
4. Motivar al cliente a realizar una acción deseada (compra, registro, contacto, entre otras). En resumen, incluir llamadas a la acción claras y convincentes.

#4 Técnica ganar-ganar

Focalizada en la creación de acuerdos beneficiosos para ambas partes, esta técnica busca maximizar el valor conjunto y fortalecer las relaciones comerciales a largo plazo.

- Ambas partes colaboran de manera equitativa para encontrar soluciones mutuamente beneficiosas.
- Se exploran y comprenden sus intereses y necesidades, más allá de las posiciones iniciales.
- Fomenta la comunicación abierta y honesta para construir confianza entre las partes.
- Busca soluciones creativas que satisfagan sus intereses, permitiendo flexibilidad en la negociación.
- Se centra en los intereses comunes para encontrar áreas de acuerdo, maximizando el valor global.
- Prioriza la construcción de relaciones a largo plazo, reconociendo que acuerdos mutuamente beneficiosos fortalecen la colaboración futura.

#5 Empatía estratégica

La empatía estratégica implica comprender las necesidades y perspectivas del otro negociador para adaptar la estrategia y construir una relación basada en la confianza y la comprensión mutua.

- Se practica la empatía activa, comprendiendo las emociones, necesidades y perspectivas del otro.
- Se busca establecer una conexión emocional positiva con el interlocutor, creando un ambiente propicio para la colaboración.
- Se exploran y destacan los intereses comunes entre las partes implicadas para encontrar puntos de acuerdo beneficiosos.
- Se adapta la estrategia de negociación considerando la personalidad, estilo de comunicación y valores del otro negociador.
- La empatía se emplea estratégicamente para influir positivamente en la percepción y disposición del otro en la negociación.
- La empatía estratégica se dirige hacia la búsqueda de soluciones que satisfagan ambas partes, fomentando un enfoque de negociación “ganar-ganar”.

#6 Estrategia cara a cara

Este enfoque se centra en la comunicación directa y la interacción personal para establecer conexiones más fuertes y comprender mejor las necesidades y preocupaciones del otro negociador.

- Claridad al expresar las expectativas de cada parte involucrada en la negociación.
- Se lleva a cabo una verificación constante para asegurarse de que se interpreta la información de manera similar.
- Se busca activamente y se exploran alternativas que puedan ser aceptables para todos.
- Fomento de un ambiente empático donde ambas partes se sientan escuchadas y comprendidas.

- Flexibilidad para adaptarse a cambios en la dinámica de la negociación según sea necesario.
- Aplicación del método de negociación de principios, buscando soluciones que satisfagan los intereses fundamentales de los interlocutores.
- Enfoque en la concreción de expectativas y acuerdos tangibles durante el encuentro cara a cara.

Referencias:

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). Getting to yes: Negotiating agreement without giving in (3rd ed.). Penguin Books.

Parada Balderrama, María José. (2024). Estas son las técnicas de negociación más eficaces para tu empresa. Beyond. Recuperado de: <https://www.esade.edu/beyond/es/tecnicas-negociacion-eficaces/>