

Workshop M.I.T. - Primavera 2012 Cambridge – MA

- Developing a leading edge operations strategy
- Supply chain strategy and management
- Negotiation for executives



MIT Sloan
Executive
Education



**Club
de Marketing
de La Rioja**

Por la Excelencia Empresarial

Toda la información recogida en este resumen procede de la presentación del mismo título del profesor Jared Curhan realizada en el MIT Abril 2012. Logotipo propiedad de MIT Sloan School of Management.

Workshop M.I.T. - Primavera 2012

Negotiation for executives



MIT Sloan
Executive
Education



**Club
de Marketing
de La Rioja**

Por la Excelencia Empresarial

Introducción

- Curso teórico-práctico sobre principios y técnicas de negociación.
- Es posible aprender a negociar mediante la experiencia, pero esto puede ser largo y costoso.
- El estudio científico de la negociación establece relaciones causales entre actitudes/comportamientos y resultados de la negociación.
- El entendimiento de estas relaciones y la aplicación de una metodología resultante de este estudio puede aumentar la eficacia de las negociaciones para quienes las practiquen en el mundo real.

Competición vs. cooperación

- Una estrategia de competición no necesariamente es la mejor, aun en situaciones donde competir es la norma.
- Ayudar al otro a lograr su objetivo puede ayudarme a lograr el mio.
- Entonces, ¿por qué es tan frecuente que prevalezca la competición a la cooperación?
→ Esta es la pregunta clave que enmarca la teoría y las técnicas de negociación.

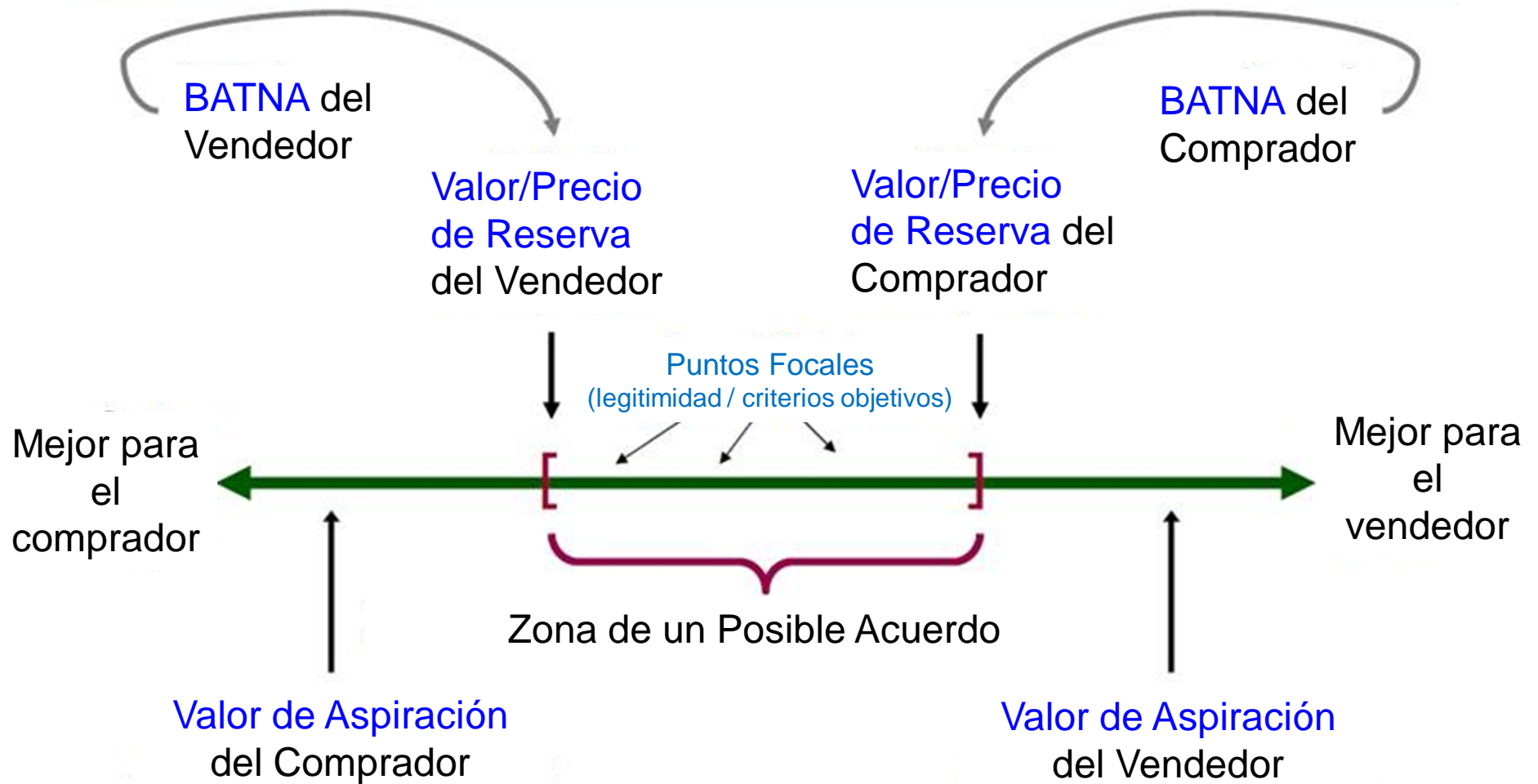
El dilema del prisionero

	Confesar B	No confesar B
Confesar A	6 6	10 0
No confesar A	0 10	2 2

¿Cómo se traduce esto al plano de la negociación en la empresa?

- Hay 2 formas de obtener valor en una negociación:
 - **Reclamar valor** (“Negociación distributiva”) → estrategia de competición: pretende distribuir un valor establecido entre las partes negociadoras, cada una de las cuales intenta maximizar su parte.
 - **Generar valor** → estrategia de cooperación: pretende, con la ayuda de nuestras contrapartes, maximizar el valor a distribuir antes de realizar dicha distribución.

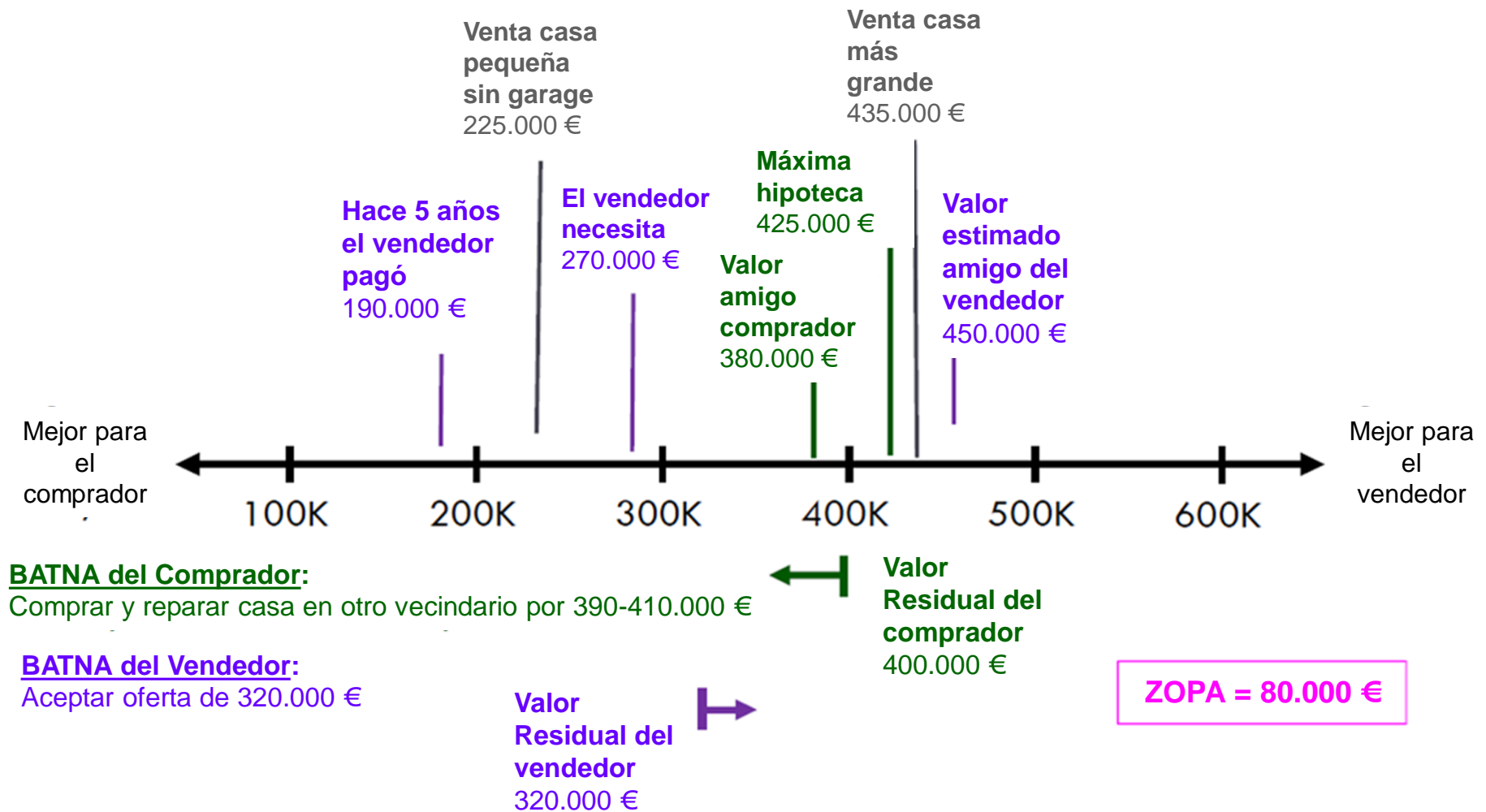
La negociación distributiva



Conceptos clave de la negociación distributiva (reclamar valor)

- **BATNA** ("Best Alternative to a Negotiated Agreement"): Si no puedo llegar a un acuerdo en una negociación, cuál es mi siguiente mejor alternativa? Eso se traduce en...
- **Valor de reserva**: Es el valor por encima o por debajo del cual no me interesa negociar.
- **Valor de Aspiración**: valor justificable mediante criterios objetivos por encima o por debajo del cual podré considerar el resultado de una negociación "mejor que mi previsión más optimista".

La negociación distributiva: caso



¿Cómo generamos valor?

- Dejando a un lado el supuesto de que “la tarta a repartir tiene un tamaño fijo”.
- Buscando intereses comunes a través de compartir información y de una comunicación cordial y eficaz.
- Dando importancia a la relación que se establece con nuestra contraparte.
- Intentar optimizar el acuerdo alcanzado.

Suena muy bien, entonces, ¿por
qué habitualmente no lo
hacemos?

El dilema del negociador

	Generar Valor Negociador B	Reclamar Valor Negociador B
Generar Valor Negociador A	bueno bueno	genial terrible
Reclamar Valor Negociador A	terrible genial	mediocre mediocre

Solución al dilema: 5 estrategias

- Establecer una relación de confianza desde el principio
- Ser claro y deliberado respecto a la táctica negociadora que preferimos (reclamar o generar valor).
- Revertir a la táctica de reclamar valor si nosotros queremos cooperar pero nuestra contraparte no.
- No sobrerreaccionar.
- Ante todo y sobre todo: **preparación** (el 90% del éxito en la negociación depende de ello).

Los 7 elementos de la preparación

- Partes implicadas e intereses
- Alternativas
- Opciones
- Puntos objetivos para legitimar nuestros argumentos
- Relación con nuestra contraparte
- Comunicación
- Compromisos

Además de toda esta teoría el curso nos ofreció:

- Ejemplos prácticos que paso a paso muestran cómo implementar estas estrategias;
- Feedback individual sobre el perfil negociador de cada uno;
- Consejos concretos y prácticos:
 - Anchoring
 - Don't be afraid to walk away
 - Don't be afraid to let someone else negotiate for you (change framework → psychological barriers)

Aplicaciones prácticas

- Compra/venta de bienes y servicios (casa, botellas de vino, servicios de consultoría).
- Cambiar el framework:
 - Nueva manera de presentar servicios
 - Considerar cambiar la parte negociadora