

NUEVA
EDICIÓN

William Ury

Autor del bestseller de referencia *Obtenga el sí*

SUPERE EL



CÓMO NEGOCIAR CON PERSONAS
QUE ADOPTAN POSICIONES INFLEXIBLES

Índice

Portada

Dedicatoria

Nota del autor a la segunda edición

Nota del autor

I. Prepararse

1. Visión general: vencer obstáculos para la cooperación

Prólogo. Prepárese, prepárese y prepárese

II. La estrategia de penetración

1. No reaccione: suba al balcón

2. No discuta: póngase del lado de su oponente

3. No rechace: replantee

4. No presione: tienda un puente de oro

5. No ataque: utilice el poder para educar

III. Conclusión

Adversarios que se convierten en socios

Notas finales

Sobre el autor

Créditos

*Para Roger Fisher,
con gratitud*

Nota del autor a la segunda edición

Este libro surgió de una pregunta: ¿Cómo puede uno transformar un enfrentamiento en cooperación? ¿Cómo puede uno convertir conflictos que se van a desatar en problemas que se van a resolver?

En todas partes se siente la imperiosa necesidad de cooperación. En el mundo de los negocios, las corporaciones están formando alianzas estratégicas con sus más vehemente competidores. Están mancomunando recursos para investigación y desarrollo, compartiendo instalaciones de producción y aprendiendo unas de otras sus puntos fuertes. Las empresas están desarrollando asociaciones a largo plazo con proveedores a quienes antes mantenían a distancia. Los trabajadores y la administración se han dado cuenta de que si no trabajan conjuntamente tal vez no puedan trabajar en absoluto. La habilidad para cooperar con antiguos adversarios es la clave de la supervivencia.

Lo que es verdad en el mercado es verdad en el hogar. La habilidad de una familia para hacer frente constructivamente a los conflictos interpersonales determina que permanezca unida o se disuelva. En la sociedad en general, los individuos y las organizaciones se están dando cuenta de que acudir a los tribunales es siempre costoso, y con frecuencia inútil, y están recurriendo más bien a métodos alternativos de solución de conflictos, como la mediación.

A escala mundial, la cooperación se está convirtiendo en la clave de la supervivencia humana. Retos tales como la protección del medioambiente y la estructuración de una economía próspera solamente se pueden abordar mediante la cooperación entre naciones competidoras. La guerra se está convirtiendo, cada vez más, en una manera costosa y nada convincente de manejar los conflictos graves. En la era del armamento desvastador, hasta los más encarnizados enemigos deben aprender a trabajar conjuntamente a fin de sobrevivir.

La cooperación no significa el fin de la competición. No eliminaremos nuestras diferencias –ni debemos eliminarlas–, pero podemos enfrentarlas más constructivamente. El camino que lleva del enfrentamiento a la cooperación es la negociación.

Hace diez años, Roger Fisher y yo escribimos un libro corto, titulado *Getting to yes*,* en el cual presentamos un método para negociar acuerdos mutuamente satisfactorios. El libro todavía despierta mucho interés, pero casi todos los lectores terminan haciendo estas preguntas: «Claro que a mí me gustaría llegar al sí; pero ¿y si los de la otra parte dicen que no? ¿Y si no quieren colaborar?». Los lectores quieren saber cómo prestar colaboración y sostenerla ante los aparentemente insuperables obstáculos

que encontramos todos los días: ataques y contraataques; ira y desconfianza; hábitos de regateo profundamente arraigados; intereses que parecen irreconciliables, y esfuerzos por ganar mediante la intimidación y los juegos de poder.

Mi pensamiento sobre las negociaciones ha ido evolucionando a medida que he sido retado por estos obstáculos para la cooperación. Con el paso de los años, he continuado aprendiendo de mis propias experiencias de negociador y de mediador en una amplia gama de negocios internacionales y de situaciones interpersonales. También he aprendido observando sistemáticamente a negociadores de éxito en estos diferentes campos de lucha.

Este libro destila lo que yo he aprendido. Hay múltiples técnicas útiles, pero a muchos nos cuesta trabajo recordarlas en medio de una acalorada negociación. Por tanto, he tratado de organizar lo que produce buenos resultados en una estrategia de cinco pasos que sirve para cualquier situación y que he denominado «negociación de penetración». Ésta representa mi mejor respuesta al interrogante de cómo ganarse la cooperación de los demás en un mundo de profundos desacuerdos.

En esta nueva edición he hecho algunos cambios con respecto a la primera. Al comienzo, algunos lectores creyeron equivocadamente que este libro había sido escrito para tratar sólo con individuos de personalidad especialmente difícil. La verdad es que, en las negociaciones difíciles, cada cual considera al otro como una persona difícil. En consecuencia, desplacé el énfasis del libro de negociar con personas difíciles a negociar en situaciones difíciles. No importa quién es el difícil; el reto es transformar un enfrentamiento en un ejercicio de solución conjunta de problemas.

Reescribí la visión general y aclaré la estructura conceptual. Simplifiqué la redacción de los cinco pasos de penetración e hice cambios ocasionales a lo largo del libro para reflejar el nuevo énfasis. También agregué un nuevo prólogo que trata de la preparación para las negociaciones.

Por último, hice dos cambios significativos en el lenguaje. Encontré que al emplear las palabras *su adversario* reforzaba la idea de ganar/ perder, la cual desaconseja el libro. De modo que en la mayoría de los casos decidí utilizar el término menos parcializado *oponente*.

W. L. U.

Nota del autor

Al trabajar en consecutivos borradores de este libro, con frecuencia me sentí como el tenor de ópera al que, al terminar un aria, el público le gritó: «¡Otra!, ¡otra!». A la quinta vez, el tenor preguntó:

—¿Cuántas veces quieren ustedes que la vuelva a cantar?

Le contestaron:

—¡Hasta que aprenda a cantarla bien!

Mi público ha sido igualmente exigente. Estoy sumamente agradecido, por sus comentarios y sugerencias, con las personas que leyeron los borradores, entre ellas Linda Antone, James Botkin, William Breslin, Nancy Buck, Stephen Goldber, Richard Haass, Deborah Kolb, Linda Lane, David Lax, Martin Linsky, David Mitchell, Bruce Patton, John Pfeiffer, John Richardson, Carol Rinzler, Jeffrey Rubin, James Sebenius, Dayle Spencer, William Spencer, Daniel Stern, Douglas Stone, Elizabeth Ury y Janice Ury.

Debo manifestar también mi enorme deuda para con el Programa sobre la Negociación, en la Facultad de Derecho de Harvard. Durante más de un decenio, mis colegas de Harvard me han brindado estímulo intelectual y compañerismo. Mis ideas sobre negociaciones han sido forjadas y sometidas a prueba en seminarios y conversaciones libres que tienen lugar en el acogedor recinto del Programa.

Mi colega Roger Fisher me inició en el campo de las negociaciones hace quince años, y me ha servido generosamente de mentor. Escribimos conjuntamente dos libros, el segundo de los cuales es *Obtenga el sí*. Mi deuda de gratitud con Roger es tan grande que solamente puede ser apropiadamente reconocida en la dedicatoria.

Otro colega y amigo de Harvard, Ronald Heifetz, me permitió generosamente utilizar su sugestiva frase «subir al balcón», una metáfora que significa dar un paso atrás para ver las cosas con cierta perspectiva.

Igualmente, deseo manifestar mi agradecimiento a dos hábiles auxiliares de investigación: Sarah Jefferys y Anette Sassi, quienes estuvieron revolviendo las bibliotecas de Harvard en busca de libros y artículos aplicables y acopiando asiduamente ejemplos de negociaciones. Además, Anette escribió muchos comentarios breves y perspicaces sobre el original que se estaba desarrollando.

A lo largo del proceso, mi auxiliar Sheryl Gamble demostró que es incansable; trabajó largas horas para ayudarme a cumplir los plazos del editor. Con inagotable buen ánimo, manejó crisis consecutivas y mantuvo la oficina bajo control.

Sin mi representante, Raphael Sagalyn, podría no existir el libro. Él me presionó para que activara mi trabajo en *¡Supere el NO!* del principio al fin, y me relacionó con Bantam.

El excelente equipo de Bantam mejoró considerablemente el libro. Fue un privilegio trabajar con Genevieve Young, una magnífica editora que dedicó tiempo a preparar los interminables borradores y a prepararme a mí; con Danelle McCafferty, mi editora de línea, quien aplicó su experto lápiz al original terminado y me alentó hasta el último tramo, y con Betsy Cenedella, quien realizó una concienzuda corrección.

Permítaseme terminar con una nota personal. Poco después de comenzar a escribir este libro, tuve la enorme fortuna de casarme con Elizabeth Sherwood. No me había dado cuenta de que ella venía de resueltos y fieles editores. Dorothy, Richard y Benjamin Sherwood valorizaron cada consecutivo borrador con habilidad e inteligencia. Elizabeth leyó el libro en voz alta conmigo del principio al fin, e hizo que fuera menos grueso y más claro. Mi mayor deuda de gratitud es para con ella: su amor y su apoyo me ayudaron a lograr el *¡Supere el NO!*

WILLIAM L. URY

I. Prepararse

1 Visión general: vencer obstáculos para la cooperación

La diplomacia es el arte de hacer que otro se salga con *la nuestra*.

Daniele Vare, diplomático italiano

Todos negociamos a diario. La mayor parte de nuestro tiempo lo pasamos tratando de llegar a un acuerdo con otros. Tal vez tratemos de negociar con espíritu de cooperación, pero con frecuencia quedamos frustrados. Nosotros queremos llegar al *sí*, pero a menudo la respuesta que nos dan es *NO*.

Piense en un día típico. Durante el desayuno, usted podría enredarse en una disputa con su esposa por un nuevo automóvil. Usted considera que ya es hora de comprarlo, pero su esposa le dice: «¡No seas tonto! Tú sabes que no podemos permitirnos ese lujo por ahora». Llega usted a la empresa en que trabaja y se reúne con su jefe por la mañana. Le presenta a éste una propuesta cuidadosamente preparada para un nuevo proyecto, pero un minuto después su jefe lo interrumpe con estas palabras: «Ya lo probamos, y no dio buen resultado. Veamos el siguiente punto». Por la noche, usted debe devolver algunas llamadas telefónicas, pero su hijo de trece años se ha apoderado del teléfono y no cesa de charlar. Exasperado, usted le dice:

—¡Suelta el teléfono!

El chico grita:

—¿Por qué no me consigues una línea telefónica para mí? ¡Todos mis amigos la tienen!

En términos generales, la negociación es un proceso de mutua comunicación encaminado a lograr un acuerdo con otros cuando hay algunos intereses compartidos y otros opuestos. La negociación no se limita a la actividad de sentarse formalmente a una mesa, uno frente a otro, a discutir un asunto contencioso: es una actividad sin ceremonia ni protocolo en que usted se empeña cuando trata de conseguir algo que necesita o desea de otra persona.

Piense por un momento en la manera en que usted toma decisiones importantes en la vida: las decisiones que producen el mayor impacto en el desempeño de su trabajo o la mayor satisfacción en su hogar. ¿Cuántas de esas decisiones las tomó usted solo y cuántas las tuvo que tomar con otros por medio de negociaciones? La mayoría de las

personas a quienes les pregunto contestan: «Yo tengo que negociar casi todas las decisiones». La negociación es la forma suprema de tomar decisiones en la vida personal y en la profesional.

Cada vez hay más ocasiones de tomar decisiones en la palestra. Aunque no estemos sentados personalmente a la mesa, nuestra vida se ve afectada por el resultado de otras negociaciones. Cuando fracasan las conversaciones entre la junta de educación y el sindicato de maestros, y el personal docente declara la huelga, nuestros niños tienen que permanecer en casa. Cuando las conversaciones entre nuestra empresa y un comprador potencial fracasan, y la empresa quiebra, podemos quedarnos sin puesto de trabajo. Cuando las discusiones entre nuestro gobierno y sus adversarios se frustran, el resultado puede ser la guerra.

En síntesis, las negociaciones moldean nuestra vida.

Solución conjunta de problemas

Todos podemos ser negociadores, aunque a muchos no nos guste negociar. Vemos la negociación como un enfrentamiento estresante. Nos vemos enfrentados a una opción desgradable. Si somos «blandos» a fin de salvar las relaciones, terminamos cediendo en nuestra posición. Y si somos «duros» para ganar con nuestro punto de vista, forzamos las relaciones, y tal vez las echemos a perder.

Hay una alternativa: la solución conjunta de problemas. Ésta no es exclusivamente blanda o dura, sino una combinación de ambas cosas. Es blanda con la gente y dura con el problema. En lugar de atacarse el uno al otro pueden atacar conjuntamente el problema. En lugar de intercambiar miradas coléricas por encima de la mesa, deben sentarse, uno al lado del otro, y encarar el problema común. En resumen, cambiar el enfrentamiento cara a cara por la solución del problema hombro a hombro. Ésta es la clase de negociación que Roger Fisher y yo describimos en nuestro libro *Obtenga el sí*.

La solución conjunta de problemas se centra en los intereses, no en las posiciones. Usted comienza por identificar los intereses de cada parte: las preocupaciones, las necesidades, los temores y los deseos que subyacen y motivan las posiciones encontradas. Luego explora las diferentes opciones para satisfacer esos intereses. Su meta es lograr un acuerdo satisfactorio para ambas partes de manera eficaz y amistosa.

Si usted quiere un ascenso y un aumento de sueldo, por ejemplo, y su jefe le dice que no hay dinero en el presupuesto, la negociación no termina ahí. Se convierte en un ejercicio de solución conjunta de problemas. Su jefe le pregunta por sus intereses, que podrían ser el coste de los estudios de su hijo y el progreso en su trabajo. Podrían ambos imaginar libremente maneras de satisfacer esos intereses sin salirse del presupuesto. Usted podría terminar accediendo a asumir una nueva serie de responsabilidades, a aceptar un préstamo de la compañía y la promesa de un aumento el próximo año para que pueda pagar el préstamo. Sus intereses básicos quedan satisfechos; también los de su jefe.

La solución conjunta de problemas puede producir mejores resultados para ambas partes. Con ella se economizan tiempo y energía porque se eliminan las posiciones encontradas. Y suele llevar a mejores relaciones de trabajo y a beneficios comunes en el futuro.

Cinco obstáculos para la cooperación

Los escépticos son rápidos para indicar que todo es fácil de decir pero difícil de hacer. Dicen que los principios de solución conjunta de problemas son como las promesas conyugales de ayuda y fidelidad recíprocas: no hay duda de que producen relaciones más satisfactorias, pero son difíciles de cumplir en el mundo real del estrés, de las tensiones, de las tentaciones y de las tempestades.

En el mundo real hay obstáculos que habitualmente se hallan en el camino de la solución conjunta de problemas. Es muy fácil verse envuelto en una feroz batalla emocional, volver a caer en la rutina de adoptar posiciones inflexibles o dejar que la otra parte lo embauque a uno.

Hay cinco obstáculos comunes para la solución conjunta de problemas. Tal vez al comienzo usted trate de hacer que su oponente aborde el problema conjuntamente, pero en lugar de ello se halla en un enfrentamiento cara a cara. Los dos primeros obstáculos para la cooperación son las personas que toman parte: la otra persona y usted mismo.

La reacción de usted. Para ser honesto, el primer obstáculo está en nosotros mismos. Los seres humanos son máquinas de reacción. Cuando uno está estresado, cuando encuentra un *NO* o cuando es objeto de un ataque, naturalmente desea dar golpe por golpe. Esto suele perpetuar el ciclo de acción y reacción, en que ambas partes resultan perdedoras. O, por otra parte, uno podría reaccionar cediendo impulsivamente tan sólo por cerrar la negociación y salvar las relaciones. Así pierde y, habiendo demostrado debilidad, se expone a que otros lo exploten. El problema que uno enfrenta en las negociaciones no es solamente el difícil comportamiento de la otra parte, sino la reacción de uno mismo, que fácilmente podría perpetuar ese comportamiento.

Las emociones de los otros. El segundo obstáculo son las emociones negativas de los de la otra parte. Los ataques podrían deberse a ira y hostilidad. Sus posiciones inflexibles podrían ocultar miedo y falta de confianza. Convencidos de que ellos tienen razón, y de que usted está equivocado, podrían negarse a escuchar. Viendo el mundo como «devora o te devorarán», podrían justificar el hecho de emplear tácticas sucias.

La posición de los otros. En la solución conjunta, usted y la otra parte abordan y atacan el problema conjuntamente. El obstáculo en el camino es el comportamiento posicional de la otra parte: su hábito de atrincherarse en una posición y de tratar de hacerle ceder a usted. Con frecuencia, esa clase de personas no conocen otra manera de negociar. Simplemente emplean las tácticas convencionales de negociación que aprendieron antes en la caja de arena de los juegos infantiles. Según su criterio, la única alternativa para ellas es ceder: y, ciertamente, ellas no piensan ceder.

El descontento de los otros. Tal vez el objetivo de usted sea lograr un acuerdo satisfactorio para ambas partes, pero podría encontrarse con que a los de la otra parte no les interesa ese resultado. Éstos podrían no ver cómo los beneficiaría. Aunque usted pueda satisfacer los intereses de ellos, quizás teman perder prestigio si se echan atrás. Y si la idea es de usted, podrían rechazarla por esa sola razón.

El poder de los otros. Por último, si los de la otra parte ven la negociación como un asunto de ganar/ perder, estarán resueltos a derrotarlo. Tal vez se guíen por el precepto «Lo que es mío es mío, y lo que es de usted es negociable». Si ellos pueden obtener lo que quieren mediante juegos de poder, ¿por qué van a cooperar con usted?

Para superar el *NO* se requiere vencer cada uno de estos cinco obstáculos para la cooperación: la reacción de usted y la emoción, la posición, el descontento y el poder de ellos. Es fácil creer que las evasivas, los ataques y los trucos son sólo parte de la naturaleza básica de la otra parte, y que uno no puede hacer casi nada para cambiar ese difícil comportamiento. Pero uno puede influir en ese comportamiento si logra tratar con éxito sus motivaciones subyacentes.

La estrategia de penetración

En este libro se traza una estrategia de cinco pasos para superar cada uno de estos obstáculos: la estrategia de negociación de penetración.

Una comparación con la navegación ayudará a explicar esta estrategia. Cuando uno navega, rara vez –por no decir nunca– va a su lugar de destino en línea recta. Entre el navegante y su meta se interponen fuertes vientos y corrientes, escollos y bancos de arena, por no hablar de tormentas y chubascos. Para llegar al lugar adonde uno quiere ir, tiene que virar y dar vueltas: andar en zigzag hacia el lugar de destino.

Lo mismo sucede en el mundo de las negociaciones. Para usted, el lugar de destino es un acuerdo satisfactorio para ambas partes. La ruta en línea recta –concentrándose primero en los intereses y después en desarrollar opciones para satisfacer esos intereses– parece despejada y fácil; pero en el mundo real de reacciones y emociones muy fuertes, de posiciones inflexibles, de grandes descontentos y agresiones, es frecuente que uno no logre un acuerdo satisfactorio para ambas partes avanzando en línea recta. Por el contrario, uno tiene que navegar tomando una ruta indirecta.

La esencia de la estrategia de penetración es la acción indirecta. Ésta nos exige que hagamos lo contrario de lo que naturalmente deseamos hacer en situaciones difíciles. Cuando la otra parte emplea evasivas o nos ataca, podríamos desear pagarle con la misma moneda. Cuando nos enfrentan con hostilidad, disputamos. Cuando nos enfrentan con posiciones irrazonables, mostramos nuestra repulsa. Cuando nos enfrentan con intransigencia, presionamos. Cuando nos enfrentan con una agresión, intensificamos. Pero lo único que logramos con esto es quedar frustrados, y jugar el juego que practican los de la otra parte y según las reglas de ellos.

La única gran oportunidad que usted tiene como negociador es cambiar el juego. En lugar de jugar a la manera de ellos, haga que ellos jueguen a la manera de usted: practicando la solución conjunta de problemas. El gran bateador «carrerista» Sadhara Oh, el equivalente japonés de Babe Ruth, una vez reveló su secreto de bateo; manifestó que consideraba al lanzador del equipo adversario como un socio que con cada lanzamiento le daba la oportunidad de batear una carrera. Los negociadores de penetración hacen lo mismo: tratan a sus adversarios como si fueran socios. En este caso, el jonrón es un acuerdo satisfactorio para ambas partes. Al igual que en las artes marciales japonesas del judo, del jiujitsu y del aikido, usted debe evitar oponer directamente su fuerza a la de su oponente. Como los esfuerzos por vencer la resistencia que oponen los de la otra parte suelen sólo aumentarla, trate de rodear esa resistencia. Ésa es la manera de superarla.

La negociación de penetración es lo contrario de imponer su posición a la otra parte. En lugar de machacar en una nueva idea en el exterior, estimule a los de la otra parte para que la conciban en el interior.

En lugar de decirles qué cosa deben hacer, haga que la entiendan. En lugar de presionarlos para que muden de parecer, cree un ambiente en el cual ellos puedan aprender. Solamente ellos pueden vencer su propia resistencia; la tarea de usted es ayudarlos.

La resistencia de ellos se origina en los cinco obstáculos descritos antes. La tarea de usted como negociador de penetración es remover los obstáculos que hay entre el *NO* de ellos y el *SÍ* de un acuerdo satisfactorio para ambas partes. Para cada uno de los cinco obstáculos hay un correspondiente paso en la estrategia:

Primer paso. Como el primer obstáculo es la reacción natural de usted, el primer paso comprende eliminar esa reacción. Para resolver conjuntamente problemas, usted debe recuperar su equilibrio mental y mantenerse concentrado en lograr lo que desea. Una imagen útil para obtener una perspectiva de la situación es que usted se imagine que está en un balcón mirando su negociación, que se desarrolla abajo. El primer paso en la estrategia de penetración es subir al balcón.

Segundo paso. El segundo obstáculo que usted debe salvar son las emociones negativas de la otra parte: su actitud de ponerse a la defensiva, su miedo, sus sospechas y su hostilidad. Es sumamente fácil enredarse en una disputa, y usted debe vencer la tentación. Así como usted debe recuperar el equilibrio mental, debe ayudar a los de la otra parte a recuperar el suyo. Para crear el clima apropiado para la solución conjunta de problemas, usted debe desactivar las emociones negativas de ellos. Para ello, usted debe hacer lo contrario de lo que ellos esperan. Ellos esperan que usted obre como adversario. En vez de ello, usted debe tomar partido por ellos, escuchándolos, reconociendo sus puntos de vista y sus sentimientos, estando de acuerdo con ellos y mostrándoles respeto. Si usted quiere sentarse al lado de ellos para hacer frente al problema, debe ponerse del lado de ellos.

Tercer paso. Ahora usted podría abordar el problema conjuntamente; pero eso es difícil de hacer cuando los de la otra parte se atrincheran en su posición y tratan de hacerle ceder a usted. Es, desde luego, natural que usted quiera rechazar la posición de ellos, pero lo único que se logra con esto es que se atrincheren más. De modo que haga lo contrario. Acepte lo que ellos digan y replantéelo como un intento de hacer frente al problema. Por ejemplo, asuma la posición de ellos, y pruebe desde allí: «Explíquenme más. Ayúdenme a entender por qué ustedes quieren eso». Actúe como si ellos fueran socios de usted sinceramente interesados en resolver el problema. El tercer paso en la estrategia de penetración es replantear.

Cuarto paso. Aunque usted ya haya acordado con la otra parte la solución conjunta de problemas, podría estar todavía lejos de lograr un acuerdo satisfactorio para ambas partes. La otra parte podría estar descontenta, o no estar convencida de los beneficios del acuerdo. Tal vez usted desee presionar a la otra parte, pero esto solamente creará más resistencia. De modo que haga lo contrario. Según las palabras del sabio chino, «tienda un puente de oro» de la posición de la otra parte a una solución satisfactoria para ambas partes. Usted necesita salvar el vacío que hay entre sus intereses y los de la otra parte. Usted debe ayudar a la otra parte a salvar las apariencias y a hacer que el resultado parezca un triunfo de ella. El cuarto paso es tender un puente de oro.

Quinto paso. Aunque usted haya hecho todos los esfuerzos posibles, los de la otra parte podrían aún negarse a cooperar, creyendo que pueden ganarle a usted con el juego de poder. Quizá entonces usted caiga en la tentación de intensificar; pero las amenazas y la coacción suelen ser contraproducentes y llevan a costosas e inútiles batallas. La alternativa es emplear el poder, pero no para presionar más, sino para educar. Aumente su poder de negociación y utilícelo para hacer que regresen a la mesa. Demuéstreles que no pueden ganar por sí solos, sino sólo conjuntamente con usted. El quinto paso es emplear el poder para educar.

El orden de los pasos es importante. Usted no puede desactivar las emociones negativas de la otra parte si no ha controlado las de usted mismo. Es difícil tenderle un puente de oro si usted no cambia el juego por la solución conjunta de problemas. Esto no significa que una vez que usted haya dado un paso ya lo ha completado. Por el contrario, usted debe seguir subiendo al balcón durante toda la negociación. Como la ira y la frustración de la otra parte vuelven a brotar, usted debe continuar poniéndose de su lado. El proceso es como una sinfonía en la cual los diversos instrumentos toman parte secuencialmente y luego durante toda la obra.

La negociación de penetración se puede emplear con cualquiera: un jefe irascible, una adolescente temperamental, un colega hostil, un cliente inaguantable. La pueden emplear los diplomáticos que tratan de evitar una guerra, los abogados que intentan evitar una costosa batalla judicial y los cónyuges que tratan de salvar el matrimonio.

Como cada persona y cada situación es distinta, usted debe casar los cinco principios de penetración con el conocimiento que usted tiene de los pormenores, a fin de crear una estrategia que le dé buen resultado. No hay ninguna fórmula mágica que garantice que usted triunfará en todas las negociaciones; pero con paciencia, persistencia y la estrategia de penetración, usted puede tener las máximas probabilidades de obtener lo que desea, incluso en las negociaciones más difíciles.

Los siguientes capítulos explican los cinco pasos de penetración, presentan técnicas específicas para ponerlos en práctica e ilustran su aplicación con ejemplos concretos. Pero antes usted hallará un prólogo sobre la clave de una negociación con éxito: la preparación.

Prólogo.

Prepárese, prepárese y prepárese

Cierta vez le pregunté a lord Caradon, un diplomático británico, qué era lo más valioso que había aprendido durante su largo y distinguido servicio en el gobierno. Me dijo:

«Lo más valioso que aprendí, lo aprendí apenas comencé mi carrera, cuando me enviaron al Oriente Próximo como asistente de un administrador local. Mi superior solía visitar una aldea distinta cada día para zanjar disputas y resolver casos apremiantes. Cuando llegaba, se formaba una barahúnda; la gente le lanzaba un torrente de preguntas y le ofrecía café. Eso no cesaba hasta que él se marchaba, al ponerse el sol. Él podría haber olvidado fácilmente sus objetivos si no hubiera sido por un hábito sencillo.

»Cuando estaba a punto de entrar en la aldea, estacionaba el jeep a un lado de la carretera y preguntaba: “¿Qué cosas queremos dejar terminadas esta noche al partir de esta aldea?”. Contestábamos la pregunta, y luego nos dirigíamos a la aldea. Al marcharnos esa noche, volvía a estacionar el jeep a un lado de la carretera y preguntaba: “Bueno, ¿lo logramos? ¿Realizamos lo que nos propusimos hacer?”.»

Ese simple hábito mental fue lo más valioso que aprendió Caradon en la vida. Antes de cada reunión, prepárese usted. Después de cada reunión, evalúe su progreso, adapte su estrategia y vuelva a prepararse. El secreto del éxito en las negociaciones es sencillo: prepararse, prepararse y prepararse.

La mayoría de las negociaciones están ganadas o perdidas de antemano, desde antes de iniciar las conversaciones, según la calidad de la preparación. Los que creen que pueden «improvisar» están equivocados. Aunque logren llegar a un acuerdo, pueden perder oportunidades de ganancias conjuntas que podrían haber descubierto preparándose. No hay nada igual a prepararse en la debida forma. Cuanto más difícil sea la negociación, más intensamente debe usted prepararse.

Cuando se trata el tema de la preparación, muchas personas levantan las manos y dicen: «¡Pero yo no me puedo permitir el lujo de dedicar *tiempo* a prepararme!». Existe la tendencia a poner el tiempo de preparación en el último lugar de la lista de cosas «por hacer». Siempre parece haber una llamada telefónica de respuesta urgente, una reunión importante a la que hay que asistir, una crisis en el hogar que hay que tratar.

La verdad es que usted no puede permitirse el lujo de *no* prepararse. Destine tiempo a la preparación aunque ello signifique quitarle tiempo a la propia negociación. Las negociaciones producirían mucho mejores resultados si la gente gastara más de su limitado tiempo preparándose y menos en las verdaderas reuniones.

Es cierto que casi todos obramos con limitaciones de tiempo bastante severas. La preparación de las pautas bosquejadas más adelante tienen esto en cuenta. Se pueden llevar a cabo en tan sólo quince minutos. Si usted quiere una regla empírica, piense en prepararse un minuto por cada minuto de interacción con la otra parte.

¿Cómo debe prepararse usted? Cuando usted se va a embarcar en una negociación, lo mismo que cuando va a viajar, lo primero que necesita es un mapa.

Trazar el mapa del camino que lleva al acuerdo

Hay cinco puntos importantes en el camino que lleva a un acuerdo: *Intereses, opciones* para satisfacer esos intereses, *normas* para resolver las diferencias con equidad, *alternativas* para la negociación y *propuestas* para el acuerdo.

1. Intereses

Típicamente, la negociación comienza cuando la posición de una parte entra en conflicto con la posición de la otra parte. En el regateo corriente, tal vez lo único que usted necesita saber de antemano es su propia posición; pero la solución conjunta de problemas depende de los intereses subyacentes en la posición de cada parte. La diferencia es fundamental: su posición son las cosas concretas que desea: los euros y los céntimos, los plazos y las condiciones. Sus intereses son las motivaciones intangibles que lo llevan a asumir esa posición: sus necesidades, deseos, preocupaciones, temores y aspiraciones. Para poder llegar a un acuerdo satisfactorio para ambas partes, tiene que comenzar por descifrar los intereses de ambas partes.

Descifre sus propios intereses. A menos que usted sepa para dónde va, probablemente no llegará allá. En una negociación con un cliente difícil que insiste tenazmente en pagarle los honorarios que habían acordado al comienzo, a pesar del trabajo adicional imprevisto que era necesario, la posición de usted podría ser: «Quiero un aumento del treinta por ciento en los emolumentos, que corresponde al trabajo adicional». Su interés en el aumento puede tener por objeto proteger su margen de beneficio y, a la vez, mantener al cliente contento. Usted puede descubrir sus propios intereses haciendo una pregunta sencilla: «¿Por qué? ¿Por qué quiero eso? ¿Qué problema estoy tratando de resolver?».

Es importante que usted evalúe sus intereses para que no cometa un error muy común: canjear un interés importante por otro menos importante. Si las relaciones con el cliente prometen ser muy lucrativas, usted podría hacer de ellas la prioridad número uno. Su interés en obtener una ganancia en el proyecto inmediato podría ser el segundo interés, y el tercero podría ser evitar sentar un precedente de trabajo extra sin compensación.

Descifre los intereses de ellos. La negociación es una vía de dos sentidos. Habitualmente, uno no puede satisfacer sus intereses si no satisface también los intereses de la otra parte. Por tanto, es tan importante entender los intereses de ellos como los de

uno mismo. Tal vez su cliente difícil tenga interés en ceñirse a determinado presupuesto y quedar bien con su jefe.

Recuerdo que una vez mi tío Mel fue a visitarme al bufete de la Facultad de Derecho de Harvard cuando volví del campus después de la vigesimoquinta reunión de graduados. En determinado momento, me llevó aparte y me dijo: «¿Sabes una cosa, Bill? Tardé veinticinco años en desaprender lo que aprendí en la Facultad de Derecho de Harvard. Porque lo que aprendí en esa facultad es que todo lo que cuenta en la vida son los *hechos*: quién tiene razón y quién está equivocado. Tardé veinticinco años en aprender que tan importantes como los hechos –si no más importantes– son las percepciones que tiene la gente de esos hechos. Si uno no entiende la idea que se forma la gente de las cosas, nunca tendrá éxito para negociar o para zanjar disputas».

La habilidad personal más importante en la negociación es la habilidad de ponerse en el lugar de los demás. Si usted intenta cambiar el pensamiento de ellos, necesita empezar por entender cuál es ese pensamiento.

¿Cómo puede usted enterarse de los intereses que tienen los de la otra parte? Pruebe el simple ejercicio de imaginarse desde el punto de vista de ellos lo que parece ser su mayor interés. Luego pregúntese: ¿suelen ellos comportarse de esa manera difícil o es sólo un cambio pasajero? ¿Qué les está ocurriendo en su vida privada o profesional que les haga asumir esa actitud con usted? ¿Tienen fama de honestos y de negociar con equidad? Si usted dispone de tiempo, podría hablar con personas que los conozcan: amigos, colegas, clientes y empleados. Cuanto más pueda usted saber de ellos, mayores probabilidades tendrá de influir en ellos con éxito.

2. Opciones

El propósito de identificar los intereses de cada parte es ver si uno puede idear opciones creativas para satisfacerlos. Una opción es un posible acuerdo o parte de un acuerdo. Inventar opciones para que ambas partes ganen es la máxima oportunidad personal.

Las personas que negocian con éxito no se limitan a compartir un pastel fijo; ellas buscan la manera de agrandar el pastel.

Aunque usted no logre que acepten su posición, con frecuencia podría satisfacer sus propios intereses. Tal vez usted no logró que le aumentaran el treinta por ciento en sus honorarios, pero podría idear una opción que le permita obtener una ganancia en el proyecto y a la vez dejar satisfecho al cliente. ¿Pudo usted transferir parte del trabajo adicional al personal de su cliente? ¿Pudo usted trasladar el proyecto al próximo año fiscal para que los honorarios adicionales queden fuera del presupuesto del próximo año? ¿Le pudo usted demostrar al cliente que el trabajo adicional producirá ahorros importantes, parte de los cuales se pueden emplear en pagar el trabajo adicional?

Un error común en la negociación es insistir en una sola solución, su posición original. Abriendose usted a considerar múltiples opciones, puede crear nuevas posibilidades, una de las cuales podría satisfacer sus intereses y a la vez satisfacer los de

la otra parte.

El mayor obstáculo en el camino que lleva a producir opciones creativas es una vocecita que, en el interior de la cabeza, siempre nos está diciendo: «¡Eso no dará resultado!».

La crítica y la evaluación, aunque son importantes funciones, obstaculizan su imaginación. Es mejor separar las dos funciones. Primero invente, y después evalúe. Evite los juicios durante unos minutos y trate de sugerir tantas ideas como sea posible. Incluso ideas que a primera vista parezcan descabelladas; recuerde que, al comienzo, a muchas de las mejores ideas del mundo toda la gente las tachó de disparates. Después de una tempestad de ideas, usted puede revisar las múltiples opciones y evaluar hasta dónde satisfacen sus intereses, y los de la otra parte, además.

3. Normas

Una vez que usted haya agrandado la tarta, debe pensar en cómo dividirla. ¿Cómo se las arregla para elegir conjuntamente con la otra parte una opción cuando tienen intereses opuestos? Su cliente quiere pagarle menos por su trabajo; a usted le gustaría que le pagara más. ¿Cómo resuelve este asunto?

Tal vez el método más común es una lucha de deseos. Cada lado insiste en su posición, y trata de que el otro ceda. El problema es que a nadie le gusta darse por vencido. Una lucha de deseos pronto se convierte en un conflicto de egos. La persona que por fin cede lo recuerda, y trata de igualar el marcador la próxima vez, si es que hay una próxima vez.

Los negociadores de éxito eluden la lucha de deseos transformando el proceso de selección en una búsqueda conjunta de una solución justa y satisfactoria para ambas partes. Confían mucho en normas justas e independientes de los deseos de cualquiera de las dos partes. Una norma independiente es una vara de medir que le permite a uno determinar qué es una solución justa. Las normas comunes son valor de venta en el mercado, tratamiento equitativo, la ley o simplemente la forma en que se ha resuelto antes el asunto.

El gran mérito de las normas es que, en lugar de ceder una parte a la otra en determinado punto, ambas pueden ceder ante lo que parece justo. Su cliente acepta más fácilmente un precio fijado en el mercado que determinados honorarios simplemente porque *usted* dice que eso es lo que usted cobra.

De modo que piense de antemano a qué normas podría usted recurrir en su negociación. Haga su tarea en casa basándose en precios de mercado, en criterios científicos, en costes, en medidas técnicas y en precedentes. Llegue armado para persuadir.

4. Alternativas

Muy frecuentemente, la gente entra en una negociación en busca de un acuerdo, y estudia las alternativas solamente si las cosas van mal. Esto es un clásico error. Si usted sabe cuáles son sus alternativas, ello puede determinar su éxito en satisfacer sus intereses.

El propósito de la negociación no siempre es llegar a un acuerdo. Porque el acuerdo es sólo un medio, y el fin es satisfacer los propios intereses. El propósito de la negociación es explorar si usted puede satisfacer mejor sus intereses por medio de un acuerdo que por medio de su mejor alternativa para un acuerdo negociado (MAPAN).⁽¹⁾ Su MAPAN es su alternativa *ganga*. Es su mejor curso de acción para satisfacer sus intereses sin el consentimiento de la otra parte. Si usted está negociando con su jefe un aumento, su MAPAN podría ser conseguir un puesto en otra empresa. Si usted está negociando con un vendedor, su MAPAN podría ser conversar con el gerente de unos almacenes o, si esto falla, podría ir a otros almacenes. Si una nación está negociando con otra sobre prácticas comerciales desleales, su MAPAN podría ser acudir al tribunal internacional competente. Habitualmente, recurrir a la alternativa implica costes para usted y para las relaciones, que son la razón por la cual usted está negociando a fin de desarrollar una mejor solución.

La MAPAN es la clave del poder de negociación. Su poder no depende tanto de que usted sea más grande, más fuerte, de mayor jerarquía o más rico que la otra persona, como de cuán buena sea su MAPAN. Si usted tiene una alternativa viable, usted lleva una ventaja en la negociación. Cuanto mejor sea su MAPAN, más poder tendrá usted.

Identifique su MAPAN. Su MAPAN debe ser su vara de medir para evaluar cualquier acuerdo potencial. Para identificar su MAPAN, usted debe considerar tres clases de alternativas. Primera: ¿Qué puede hacer aisladamente para satisfacer sus intereses? Su alternativa «*ganga*» puede ser encontrar otro proveedor si usted es un comprador, u otro cliente si usted es un vendedor. Segunda: ¿Qué puede usted hacerle directamente a la otra parte para que ella respete los intereses de usted? Su alternativa «*interactiva*» puede ser declarar la huelga o declarar la guerra. Tercera: ¿En qué forma puede usted introducir una tercera persona en la situación para apoyar sus intereses? Su alternativa «*de tercera persona*» podría ser recurrir a la mediación, al arbitraje o a un tribunal. Cuando haya creado un conjunto de alternativas posibles, elija la que más probablemente satisfaga sus intereses.

Mantenga en el bolsillo su MAPAN. Cuando usted sea objeto de un fuerte ataque y tenga pánico, toque el bolsillo y piense: «Si las cosas van mal, yo estoy bien».

Promueva su MAPAN. Una MAPAN no suele existir por sí misma; hay que desarrollarla. Si su MAPAN no es muy sólida, usted debe tomar medidas para mejorarlala. Por ejemplo, no se limite a identificar su MAPAN como, digamos, buscar otro puesto en la misma industria. Tómese la molestia de conseguir una oferta real de trabajo. Si usted está vendiendo su casa, no deje de mostrarla simplemente porque alguien dijo que estaba seriamente interesado en ella; siga buscando otro comprador potencial. O, si existe el

riesgo de que un pirata corporativo se apodere de su empresa, busque compradores amistosos o considere la posibilidad de conseguir un préstamo para poder conservar su empresa.

Decida si usted debe negociar. Una vez que usted haya formulado su MAPAN, debe preguntarse: «¿Realmente debo negociar?». ¿Alguna vez se ha preguntado usted por qué algunas personas siguen tratando de negociar con un jefe abusivo mucho después de que debieran haber dejado el puesto? ¿O por qué algunos padres frustrados continúan negociando con sus hijos adolescentes rebeldes, si cada nuevo pacto se quebranta tan pronto como el anterior? El hábito, la culpa, la autoinculpación y el miedo, todos pueden desempeñar un papel, pero con frecuencia la razón fundamental es que el empleado o los padres perdieron de vista su mejor alternativa. Si ellos lo pensaran, bien podrían descubrir que hay una manera mejor de satisfacer sus intereses que no depende de tener que negociar con el castigo.

Tal vez su MAPAN sea mejor que cualquier arreglo que pueda lograr con la otra persona. Recuerde, también, que el proceso de negociación mismo no está libre de costes. Puede consumir mucho tiempo y muchos esfuerzos, y mientras tanto pueden desvanecerse sus otras alternativas. Por tanto, debe considerar cuidadosamente su decisión de negociar.

Recuerde que fácilmente puede sobreestimar el valor de su MAPAN. Muchos ejecutivos de empresas, por escuchar el consejo de abogados demasiado confiados, han esquivado las negociaciones y han llevado el conflicto a un tribunal, sólo para encontrarse en el camino de la ruina. En cualquier pleito, huelga o guerra, un contendiente –con frecuencia dos– descubre que su MAPAN no era tan buena como creía. El hecho de que usted sepa de antemano que su propia alternativa no es atractiva debe constreñirlo a trabajar fuertemente para lograr un acuerdo.

Identifique la MAPAN de ellos. Conocer la MAPAN de la otra parte puede ser tan importante como conocer la propia. Eso le ayuda a formarse una idea del reto que enfrenta: desarrollar un acuerdo que sea superior a la mejor alternativa de la otra parte. Eso le ayuda a usted a evitar dos errores: el de subestimar y el de sobreestimar esa alternativa. Su propia MAPAN puede ser también débil. Muchos vendedores y asesores están convencidos de que sus clientes pueden pasarse a la competencia en un instante. Ellos suelen no darse cuenta de los verdaderos costes de cambiar de proveedores. Un examen objetivo de la MAPAN de sus clientes les puede proporcionar más confianza en una negociación difícil.

Si la MAPAN de la otra parte es emplear la coacción, usted se puede preparar con anticipación para contrarrestarla. Si su empresa corre el peligro de caer en manos de un pirata corporativo, por ejemplo, usted puede hacer aprobar estatutos corporativos que dificultarían más una adquisición hostil. Piense en la manera de neutralizar el efecto que ejercen en usted las acciones de la otra parte encaminadas a coaccionarlo.

5. Propuestas

Su propio trabajo en los intereses y las opciones le revela una solución creativa del problema. El trabajo en normas y alternativas justas le ayuda a escoger una opción apropiada para configurarla como propuesta para un posible acuerdo.

Para expresar una propuesta sólida, usted podría escoger una opción que satisfaga bien sus propios intereses, ciertamente mejor que su MAPAN. Asimismo, desde su punto de vista la opción debe satisfacer los intereses de la otra parte mejor que la MAPAN de ella, y debe basarse, si es posible, en normas justas. Lo que diferencia una propuesta de una simple opción es el compromiso: una propuesta es un acuerdo posible que usted está dispuesto a aceptar.

Desde luego, puede haber más de un acuerdo posible que satisfaga estos criterios. Sin duda, es útil tener presentes tres propuestas:

Aspire a algo grande. Muchos tenemos la tendencia a fijarnos metas modestas, por temor a «fallar». Desafortunadamente, las aspiraciones bajas tienden a ser predecibles por su propia naturaleza. No es probable que la otra parte le otorgue lo que usted no le solicita. No es de extrañar que quienes comienzan con aspiraciones altas desde un punto de vista realista terminen habitualmente con mejores acuerdos. ¿Cuán altas pueden ser para que sean consideradas «realistas»? «Realista» significa que está dentro de los límites fijados por la justicia y por la mejor alternativa de la otra parte.

De manera que comience por preguntarse: «¿A qué acuerdo aspiro? ¿Qué satisfaría auténticamente mis intereses y al mismo tiempo satisfaría suficientes intereses básicos de la otra parte como para que haya al menos la posibilidad de que acceda?».

Desarrolle una retirada. A menudo uno puede no lograr todo lo que desea. Por tanto, es útil que usted se haga otra pregunta: «¿Qué acuerdo, tal vez lejos de ser perfecto, todavía satisfaría mis intereses básicos lo suficiente como para que yo quede razonablemente contento?».

Idee una señal de detención. La tercera propuesta se debe basar directamente en su evaluación de su propia MAPAN: «¿Qué acuerdos satisfarían mis intereses algo más que mi MAPAN? ¿Con qué acuerdo podría yo pasar, aunque fuera mínimamente?». Si, finalmente, usted no puede lograr un acuerdo por lo menos tan bueno como ése, debe considerar retirarse de la mesa y recurrir a su alternativa. Esta propuesta funcionará como una señal de detención que le recuerda que está en peligro de aceptar un acuerdo peor para usted que su MAPAN. Ahora tiene usted una propuesta de apertura, una propuesta de retroceso y una propuesta de detención. Piense en ellas no como posiciones inflexibles, sino como representaciones concretas de la clase de salidas que satisfarían sus intereses. Usted no puede saber con certeza si la otra parte aceptará sus propuestas. Y tal vez usted aprenda algo en el curso de la negociación que le permita proponer una solución que satisfaga los intereses de usted –y los de la otra parte- mejor aún.

Prepárese

La preparación es más fácil cuando uno trata el asunto con otra persona. Los demás aportan nuevas perspectivas, lo fuerzan a uno a tratar puntos difíciles que de otra manera podría eludir y le brindan estímulo moral. De modo que piense en programar una sesión de preparación con un colega o un amigo. Esto tiene además la ventaja de que asegura su preparación.

Durante la sesión, considere ensayar lo que usted le dirá a la otra parte y cómo contestará a lo que ella diga. Al fin y al cabo, los abogados se preparan para los casos difíciles, los políticos se preparan para las entrevistas difíciles en los medios de comunicación, los ejecutivos se preparan para las presentaciones difíciles ante los accionistas. ¿Por qué no puede prepararse usted para una negociación difícil? El mejor sitio para cometer errores es aquel en que uno se prepara con un amigo o un colega, no el lugar en que se lleva a cabo la negociación real.

De modo que pídale a su colega que haga el papel de la otra parte durante unos minutos y que ponga a prueba su poder de persuasión enfocando los intereses, las opciones y las normas. Cuando terminen, pregúntele a su colega qué salió bien y qué no salió bien, y qué impresión tuvo como receptor de sus palabras. Pregúntele qué debe hacer usted de manera diferente. Luego repitan el ensayo hasta que usted logre hacerlo bien. Si usted no tiene con quién hacer el ensayo, pruebe a escribir lo que piensa decir y haga el ensayo solo.

Prevea las tácticas que quizá empleará la otra parte y piense anticipadamente en la mejor manera de responder. Estando preparado de antemano, es menos probable que a usted lo pillen por sorpresa; más bien puede usted pensar: «¡Yo ya sabía que eso iba a suceder!», y dar la respuesta que había preparado. Ése es el valor de la preparación.

Prepararse para navegar

Idealmente, ahora usted realizaría una negociación en la misma forma en que se preparó. Usted comenzaría a explorar intereses, tratando de entender en qué está auténticamente interesada cada parte. Luego usted discutiría varias opciones sin compromiso, para ver si puede satisfacer cabalmente los intereses de ambas partes. Usted consideraría diferentes normas de equidad para conciliar las diferencias. Por último, usted intercambiaría propuestas en un esfuerzo por lograr un acuerdo satisfactorio para ambas partes y que, en todo caso, sea mejor para cada parte que recurrir a su respectiva MAPAN.

Sin embargo, en el mundo real sus esfuerzos por empeñarse en una solución conjunta de problemas tienen que habérselas con reacciones fortísimas, con emociones hostiles, con posiciones inflexibles, con descontento profundo y con juegos de poder agresivos. Su reto es cambiar el juego de enfrentamiento cara a cara por el de solución conjunta de problemas, hombro a hombro, y convertir a su oponente en un socio para negociar. Ahora que usted dispone de un buen mapa del lugar adonde desea ir, es

necesario que emplee la estrategia de penetración para superar todos los obstáculos que encuentre en su camino. Los cinco capítulos siguientes tienen por objeto prepararlo para el viaje.

II. La estrategia de penetración

1 No reaccione: suba al balcón

Hable con ira y pronunciará el mejor de los discursos que siempre lamentará.

Ambrose Bierce

Si presta atención a las situaciones que se desenvuelven a su alrededor, verá que son innumerables los casos en los cuales las personas reaccionan sin pensar. Son frecuentes los hechos que suceden de la siguiente manera:

Esposo (pensando que tiene la mente en el problema): Amor, tenemos que hacer algo con respecto al orden. La casa está hecha un caos.

Esposa (sintiendo que el comentario es un ataque personal): ¡Tú no mueves un dedo! Ni siquiera haces lo que prometes hacer. Anoche...

Esposo (interrumpiendo): Ya sé, ya sé. Lo que pasa es que...

Esposa (sin escuchar): Dijiste que sacarías la basura y yo tuve que hacerlo esta mañana.

Esposo (tratando de volver al problema): No te pongas a la defensiva. Sólo trataba de hacerte ver que ambos...

Esposa (sin escuchar): Además era tu turno de llevar los niños a la escuela.

Esposo (reaccionando): ¡Esto es el colmo! Te dije que tenía un desayuno de trabajo hoy.

Esposa (comenzando a gritar): Ah, entonces tu tiempo es más importante que el mío, ¿no es así? Yo también trabajo. Estoy cansada de ser el segundo violinista de esta banda.

Esposo (comenzando a gritar): ¡Dame al menos un respiro! ¿Quién es el que paga la mayoría de los gastos aquí?

Con esta discusión ni el esposo logró que el orden mejorara, ni la esposa consiguió que él aceptara darle más ayuda. Pero eso no impide que los dos se ataquen. La acción provoca una reacción, la reacción provoca otra reacción, y la pelea no acaba nunca. Ésta es la misma situación que se presenta cuando los socios de una empresa discuten sobre cuál de ellos ocupará la oficina de la esquina, cuando los jefes del sindicato y los gerentes luchan por establecer las normas de trabajo o cuando los grupos étnicos se disputan un territorio.

Tres reacciones naturales

Los seres humanos reaccionan maquinalmente. Ante una situación difícil, la cosa más natural es reaccionar, actuar sin pensar. Los tres tipos más comunes de reacción son los enumerados a continuación:

Contraatacar

Cuando usted es atacado, su reacción instintiva es contraatacar, responder «fuego con fuego» y «dar al enemigo un poco de su propia medicina». Si su oponente asume una posición inflexible y extrema, usted hace lo mismo.

En ocasiones, esa actitud sirve para que su oponente se dé cuenta de que los dos pueden jugar el mismo juego y decida ceder. Sin embargo, la mayor parte de las veces, esta estrategia sólo conduce a confrontaciones inútiles y costosas. Su reacción será la excusa que su oponente aprovechará para continuar con su obstinación. Pensará: «Yo sabía que su objetivo era atraparme. Esto lo demuestra». Esto suele aumentar gradualmente las tensiones, hasta que la situación se convierte en una competencia de gritos, una confrontación decisiva entre socios, una demanda o una guerra.

Tomemos el ejemplo del alto ejecutivo que había desarrollado un nuevo sistema de información para el proceso de producción de su empresa. Para ponerlo en práctica, necesitaba el consentimiento de los gerentes de planta de todo el país. Todos estuvieron de acuerdo, salvo el gerente de la planta más grande de Dallas, quien le respondió: «No quiero que su gente se entrometa en mi trabajo. La única forma de lograr que las cosas funcionen bien aquí es teniéndolas bajo mi control. Puedo trabajar mejor solo». Frustrado, el gerente de sistemas reaccionó amenazando con informar del asunto al presidente de la compañía, pero lo único que logró fue enfurecer al gerente de planta. El resultado: apelar al presidente de la compañía fue lo peor que el gerente de sistemas pudo hacer, puesto que puso de manifiesto que era incapaz de llevarse bien con sus colegas. Además, el presidente rehusó intervenir, y el nuevo sistema de información quedó archivado para siempre.

Contraatacar rara vez beneficia los intereses inmediatos, y por lo general daña las relaciones a largo plazo. Aunque usted gane una batalla, corre el riesgo de perder la guerra.

El otro problema del contraataque es que las personas a las que les gusta el juego rudo generalmente son expertas en él. Tal vez realmente esperan que usted las ataque. Si usted las ataca, se coloca en su terreno y queda atrapado en el juego que a ellas les gusta jugar.

Ceder

Lo contrario de contraatacar es ceder. Puede suceder que su oponente le haga sentir incómodo con la negociación, hasta tal punto que usted prefiera ceder para poner fin a la cuestión. Su oponente puede presionarlo, acusándolo de no querer llegar a un acuerdo.

¿Querría usted cargar con la responsabilidad de prolongar las negociaciones, dañar las relaciones, dejar pasar la oportunidad de su vida? ¿No sería mejor decir que sí?

Muchas veces nos comprometemos con algo sólo para despertar al día siguiente dándonos golpes en la frente y exclamando: «¿Cómo pude ser tan tonto? ¿Qué fue lo que hice?». Muchas veces firmamos contratos –al comprar un vehículo, por ejemplo– sin leer las cláusulas escritas en letra menuda. ¿Por qué? Porque el vendedor está encima de nosotros, los niños aguardan impacientes esperando ir a casa en el automóvil nuevo, y además no deseamos quedar mal al preguntar cosas relacionadas con el contrato, el cual es totalmente incomprensible de todas maneras.

Cuando uno cede, el resultado, por lo general, no es satisfactorio. Uno siente que fue «engañado». Además, con esa actitud sólo recompensamos a nuestro oponente por su mala conducta y nos creamos una reputación de debilidad, y estamos invitando a otros a aprovecharse de nosotros en el futuro. De la misma manera que cediendo cuando a un niño le da un berrinche lo único que logramos es reforzar ese patrón de comportamiento, al ceder ante una persona iracunda sólo le damos pie para que repita sus ataques de ira en el futuro. Podemos pensar que el temperamento terrible del jefe o de un cliente es algo incontrolable, pero esto es un error. Lo más seguro es que esa persona nunca pierda los estribos cuando está en presencia de un superior.

Algunas veces nos sentimos intimidados y preferimos apaciguar al oponente obstinado, con la esperanza de que, si cedemos esta última vez, nos desharemos del problema y nunca más tendremos que tratar con él. Sin embargo, esa persona por lo general regresa a solicitar más concesiones. Se dice por ahí que el apaciguador es alguien que cree que si uno lanza continuamente trozos de carne a un tigre, éste finalmente se volverá vegetariano.

Romper relaciones

Una tercera forma común de reaccionar es la de romper relaciones con la persona o la organización cuando las cosas se ponen difíciles. Si se trata del matrimonio, es cuestión de pedir el divorcio. Si del trabajo, basta con renunciar. Si es una sociedad, el recurso es liquidarla.

Hay ocasiones en que evitar el problema es la mejor estrategia. A veces es mejor poner fin a una relación personal o empresarial que vernos abocados a que nos exploten o a tener que pelear incesantemente. A veces, la ruptura también sirve para recordarle al oponente todo lo que está en juego en la relación, y obligarlo a actuar con más sensatez.

Pero las consecuencias –tanto económicas como emocionales– de romper las relaciones suelen ser funestas: un cliente perdido, un retroceso en la carrera, una familia destruida. La ruptura es frecuentemente una decisión apresurada que posteriormente lamentamos. Todos conocemos ejemplos de personas que aceptan un empleo o establecen unas relaciones personales y, al no entenderse con el jefe o con su pareja, deciden abandonar el campo de juego sin buscar una segunda oportunidad. Lo que

sucede casi siempre es que interpretan mal el comportamiento de la otra persona y no tratan de buscar una solución. La persona que prefiere romper una y otra vez sus relaciones no llega a ninguna parte, porque siempre está comenzando de cero.

El peligro de reaccionar

Al reaccionar perdemos de vista nuestros intereses. Tomemos el ejemplo de la reacción del Pentágono ante la crisis de los rehenes retenidos en Irán entre 1979 y 1981. Al poco tiempo de iniciada la crisis, un reportero de prensa le preguntó al portavoz del Pentágono qué estaban haciendo las fuerzas armadas para ayudar. El portavoz respondió que no podían hacer casi nada sin poner en peligro la vida de los rehenes estadounidenses. El Pentágono –continuó– estaba estudiando unas medidas duras para ponerlas en práctica después de que fuesen liberados los rehenes. Era obvio que no estaba pensando con claridad: ¿por qué querían los estudiantes iraníes liberar a los rehenes sabiendo que los Estados Unidos tomarían represalias inmediatamente? El Pentágono cometió el error –que muchos cometen– de creer que desquitarse es la mejor manera de conseguir lo que se desea.

En muchos casos, lo que busca precisamente el oponente es provocar una reacción. La primera víctima de un ataque es su propia objetividad, que es la facultad que más necesita para poder negociar. Lo que busca su oponente es desconcertarlo a usted e impedirle pensar correctamente. Él le pone la carnada como a un pez para poder controlarlo. Cuando usted reacciona, queda atrapado en el anzuelo.

Buena parte del poder de su oponente radica en la capacidad de hacerle reaccionar a usted. ¿Alguna vez se ha preguntado cómo pudo ser que un grupo pequeño de terroristas del Oriente Próximo atrajera la atención del mundo entero y provocara insomnio al dirigente de la nación más poderosa de la Tierra con sólo secuestrar a un transeúnte norteamericano? Los secuestradores prácticamente no tienen poder alguno, su poder radica en la reacción del pueblo de los Estados Unidos de América.

Aunque la reacción no conduzca a un error de grandes proporciones, sí contribuye a fomentar el ciclo improductivo de la acción y la reacción. Pregunte usted a una esposa por qué grita al esposo, y la respuesta seguramente será: «Porque él me grita a mí». Pregunte al esposo y recibirá la misma respuesta: «Porque ella me grita a mí». Al reaccionar, usted se convierte en parte del problema. Así como se necesitan dos para bailar, también se necesitan dos para pelear.

Suba al balcón

Si lo malo de todo esto es que usted está contribuyendo al círculo vicioso de la acción y la reacción, lo bueno es que ese círculo se puede romper en cualquier momento, en forma unilateral. ¿Cómo? No reaccionando. En física aprendemos que «por cada acción

hay una reacción igual y opuesta». Sin embargo, la ley de Newton se aplica a los objetos, no a la mente humana. Los objetos reaccionan. La mente tiene la prerrogativa de no hacerlo.

En *El rescate del jefe rojo*, O. Henry presenta un ejemplo ficticio de la importancia de no reaccionar: los padres de un muchacho secuestrado decidieron no responder a las exigencias de los secuestradores. Con el tiempo el muchacho se convirtió en una carga tan pesada para los secuestradores que éstos prefirieron pagar a los padres para que se llevaran al niño. La historia ilustra un juego psicológico dependiente de la reacción. Al negarse a pagar, los padres anularon los planes de los secuestradores.

Cuando usted se encuentre en una situación difícil, tome las cosas con calma, piense con serenidad y analice las cosas objetivamente. Imagine que la negociación tiene lugar en un escenario y que usted sube a un balcón que da a ese escenario. El «balcón» es una metáfora⁽²⁾ que utilizamos para explicar la actitud mental de distanciamiento. Desde el balcón podrá evaluar el conflicto con calma. Podrá pensar constructivamente por las dos personas y buscar una forma de solucionar el problema que sea satisfactoria para ambas.

Los iniciados en el antiguo arte japonés de la espada aprendían a mirar al contendiente como si se tratara de una montaña distante. Musashi, el más grande samurái que haya existido, decía que era necesario «mirar desde lejos las cosas más próximas». Eso es lo que se logra al subir al balcón.

«Subir al balcón» significa desprenderse de los impulsos y las emociones naturales. Consideremos el caso de una ejecutiva del cine, llamada Janet Jenkins, quien preparaba la venta de una programación multimillonaria a una cadena de televisión por cable. Llevaba una hora hablando con el negociador que representaba a la red, ultimando los detalles finales, cuando entró enfurecido el director de la cadena. Atacó el producto, puso en tela de juicio la integridad profesional de Janet y exigió cambios radicales en el contrato. En lugar de reaccionar, Janet se contuvo y subió a su balcón imaginario. Se dio cuenta de que si se defendía o contraatacaba sólo echaría más leña al fuego y no lograría mayor progreso. Por lo tanto, se limitó a escuchar al presidente de la cadena. Cuando éste terminó y salió de la oficina, Janet pidió permiso para salir un momento, supuestamente para telefonear, pero en realidad lo hacía para recuperar su equilibrio emocional.

Cuando regresó, el negociador de la cadena la miró, y preguntó: «Bien, ¿continuamos con nuestra conversación donde la dejamos?». En otras palabras, lo que él estaba tratando de decirle era: «Olvidemos lo que dijo el presidente. Sólo estaba descargando tensiones. Volvamos a nuestra negociación». Si Janet hubiera reaccionado, la negociación se habría desviado de curso. Como decidió subir al balcón, pudo continuar sin tropiezos hasta cerrar el trato.

Es conveniente subir al balcón, incluso antes de comenzar la negociación, para prepararse. Y trate de hacerlo cada vez que pueda en el transcurso de la negociación. Habrá momentos en que sentirá deseos de reaccionar impulsivamente frente al

comportamiento obcecado de su oponente. Sin embargo, lo que debe hacer es mantener la vista fija en el premio.

El premio es un acuerdo que satisface sus intereses mejor de lo que podría hacerlo su MAPAN. También debe satisfacer aceptablemente los intereses de la otra persona. Cuando usted se haya hecho una idea de cómo debe ser el premio, su reto es mantener su atención fija en él, lo cual no es fácil. Cuando usted está enojado y a la defensiva, siente deseos de atacar. Si está frustrado y temeroso, siente deseos de retirarse. ¿Cómo puede usted evitar las reacciones naturales?

Identifique el juego

Muchas veces no nos damos cuenta de nuestra reacción por estar atrapados en la situación. Por lo tanto, lo primero que debemos hacer es reconocer la táctica. En la mitología antigua, la manera de alejar a un espíritu maligno era llamándolo por su nombre. Lo mismo debe hacerse con las tácticas injustas: identificarlas para neutralizar el maleficio.

Tres tipos de tácticas

Aunque hay decenas de tácticas, todas se pueden agrupar en tres categorías generales: obstrutivas, ofensivas o engañosas.

Muros de piedra. La táctica del «muro de piedra» es no ceder. Su oponente tratará de convencerlo de que él es totalmente inflexible y de que no existe otra alternativa fuera de la posición que él defiende. Las tácticas del muro de piedra se pueden expresar como un hecho consumado: «Lo hecho hecho está, y no se puede cambiar». O como política de la compañía: «No puedo hacer nada al respecto. Es la política de la compañía». O como un compromiso anterior: «Les dije a los compañeros que renunciaría a representar al sindicato antes que aceptar menos de un ocho por ciento de aumento». Su oponente puede demorar el proceso indefinidamente: «Nos comunicaremos con usted». O puede hacer una afirmación definitiva: «¡Tómelo o déjelo!». Cualquier otra sugerencia que usted haga la rechazará de plano.

Ataques. Los ataques son tácticas de presión diseñadas para intimidarlo y hacerlo sentir incómodo, hasta tal punto que usted prefiera ceder a las exigencias de su oponente. Tal vez la forma más común de ataque es amenazar con las consecuencias de no aceptar la posición del oponente: «Si no lo hace...». Su oponente puede optar también por atacar su propuesta («Sus cifras no coinciden con la realidad»), su credibilidad («Usted no lleva mucho tiempo en este puesto, ¿verdad?») o su condición y autoridad («Deseamos hablar con una persona que realmente tenga autoridad para decidir»). El atacante ofende, mortifica e intimida hasta que obtiene lo que desea.

Trucos. Los trucos son tácticas encaminadas a engañarlo para que ceda. Funcionan sobre la base de que usted supone que la parte contraria actúa de buena fe y dice la verdad. Una forma de truco es manipular la información, por ejemplo, usar cifras falsas o confusas. Otro es la treta de «no tener autoridad»; su oponente le hace creer que tiene autoridad para tomar una decisión y, después de hacer usted el mayor número posible de concesiones, le informa que es otra persona la que decide. Un tercer truco es «agregar cosas», la exigencia del último minuto que hace su oponente después de haberle hecho creer que ya todo estaba acordado.

Identifique la táctica

La clave para neutralizar el efecto de una táctica es reconocerla. Si usted se da cuenta de que la táctica de su oponente es un muro de piedra, sabrá que no es del todo inflexible. Si usted identifica un ataque, se sentirá menos temeroso e incómodo. Si usted identifica un truco, no caerá en la trampa.

Veamos un ejemplo. El señor y la señora González acababan de vender su casa, o por lo menos eso creían mientras empaquetaban sus pertenencias y se preparaban para mudarse. Entonces el comprador, señor Pérez, les pidió que esperaran cuatro meses para cerrar la venta porque él no había podido vender su casa, pero anunció que no los indemnizaría por el retraso. Los González, por su parte, le dijeron que tendrían que buscar otro comprador, a lo cual el señor Pérez respondió: «¿Saben?, es una suerte que estén negociando con alguien como yo. Otra persona los demandaría para que ustedes no pudieran venderle a otro. La casa quedaría a merced de la decisión de un juez durante años. Pero ya que casi somos amigos, estoy seguro de que podremos evitar todo eso».

Cuando el señor Pérez se fue, el señor González suspiró aliviado y le dijo a su esposa: «Gracias a Dios que no piensa demandarnos. Habríamos quedado con las manos atadas durante años. Quizá debamos hacerle unas concesiones». A lo cual la señora González replicó: «Cariño, acaban de amenazarte de una manera muy amable, y tú ni siquiera te das cuenta. Él es el tipo de persona que no dudaría en demandar, y creo que debemos tratarlo como se merece». El señor González reaccionó con temor a la táctica del señor Pérez, que era precisamente lo que éste buscaba. Por su parte, la señora González controló su reacción identificando el juego.

Para que muchas de las estrategias surtan efecto se necesita que la víctima no esté informada. Suponga que su cliente le dice que le atrae el negocio pero que su socio no le permite firmar si no se hacen cambios importantes en el contrato. Si usted no se da cuenta de que el cliente está haciendo aparecer al socio como el «malo», lo más probable es que caiga inocentemente en la trampa de aceptar los cambios; pero si reconoce la táctica, podrá estar en guardia.

Las tácticas más difíciles de reconocer son las mentiras. Es necesario que usted detecte cualquier incoherencia entre lo que su oponente dice, por una parte, y lo que ha dicho o hecho anteriormente, sus gestos, su lenguaje corporal y el tono de voz, por otra.

Aunque el mentiroso puede manipular las palabras, no puede controlar con facilidad la ansiedad que le hace subir el tono de voz. Tampoco puede controlar la simetría de los gestos faciales; la sonrisa, por ejemplo, puede verse torcida. Sin embargo, recuerde que la ansiedad puede deberse a otra cosa, y que una sola pista no es suficiente. Busque varios indicios.⁽³⁾

Para reconocer las tácticas debe estar alerta, pero no necesariamente sospechar de todo. En algunas ocasiones podrá interpretar equivocadamente el comportamiento de la otra persona. Una de las imágenes de la política más famosas de nuestro tiempo⁽⁴⁾ es la del primer ministro soviético Nikita Khrushov golpeando la mesa con el zapato mientras pronuncia un discurso en las Naciones Unidas en 1960. Todo el mundo interpretó el gesto como una táctica para intimidar a Occidente: un hombre que golpea con un zapato ahora puede usar las armas nucleares mañana. Treinta años después, Sergei, el hijo de Khrushov, explicó que su padre tenía algo muy distinto en su mente. Khrushov, quien sólo en raras ocasiones había salido de la Unión Soviética, había oido decir que a la gente de Occidente le encantaba el debate político acalorado. Entonces dio a su público lo que pensó que éste deseaba: golpeó con el zapato para reforzar sus puntos. Cuando la reacción de la gente fue de indignación, el más sorprendido de todos fue Khrushov. Sencillamente, había tratado de parecerse a los demás. Aquella actitud, que llegó a ser la imagen del ruso irrazonable, aparentemente fue el resultado de una mala interpretación cultural.

Por lo tanto, póngase el radar, no la armadura. Tome nota cada vez que detecte una posible artimaña o un ataque astuto. Neutralice el efecto de la táctica identificándola, y considérela como una posibilidad, no como una certeza. Busque más indicios, sin olvidar que las personas difíciles rara vez se limitan a emplear una sola táctica.

Conozca sus puntos vulnerables

Para neutralizar debidamente el efecto de la táctica de su oponente tendrá que reconocer no solamente lo que él está haciendo, sino también lo que usted está sintiendo.

La primera señal de que usted está reaccionando se la da su propio cuerpo. Siente un nudo en el estómago. El corazón comienza a latirle con fuerza. Se le enciende el rostro. Las palmas de las manos le sudan. Todas éas son respuestas viscerales que indican que algo anda mal y que usted está perdiendo la compostura en la negociación. Son la señal de que es hora de subir al balcón.

Todos tenemos nuestras susceptibilidades emocionales o «puntos vulnerables». Algunos reaccionamos con acritud, incluso a las críticas más leves, o nos llenamos de ira cuando creemos que alguien se está burlando de nosotros. Algunos no soportamos que rechacen nuestras ideas. Otros cedemos porque nos sentimos culpables, porque nos preocupa perder la simpatía de la gente o porque no deseamos hacer el ridículo.

Si usted conoce sus «puntos vulnerables» sabrá cuándo su oponente esté lanzando dardos contra ellos. Además, podrá controlar su reacción natural. Si detesta que lo tachen de desorganizado y usted sabe que odia eso, podrá prepararse para manejar esa clase de ataque. Cuando alguien le diga que usted es caótico, podrá alzarse de hombros y seguir tranquilo. Vivimos y trabajamos en un clima de competición, en el cual no faltan los ataques verbales. El secreto está en no tomarlos como algo personal. Recuerde que lo que su acusador desea es aprovechar su ira, su temor y su sentimiento de culpabilidad. Es probable que desee que usted pierda el control de sus emociones para que no pueda negociar bien. Cuando éramos niños, aprendimos que la respuesta para un compañero que nos insultaba era: «Los palos y las piedras pueden romperme los huesos, pero las palabras jamás me harán daño». Es una lección simple que debemos recordar como adultos.

Cuando a usted lo estén atacando, le puede ser útil compadecer al oponente. Veamos el ejemplo de una mujer cuyo jefe la escarnecía permanentemente ante los demás: «Era un problema que yo llevaba a casa,⁽⁵⁾ y nos estaba volviendo locos a mí y a mi familia... Entonces decidí que mi vida no dependía de él, y comencé a distanciarme y a pensar: “Pobre tipo, no sabe comportarse de otra manera”». No importaba lo que él le dijera, ella no reaccionaba. «Al ver que sus insultos no me afectaban, su comportamiento abusivo comenzó a cambiar gradualmente.»

Tómese tiempo para pensar

Una vez que haya identificado el juego y haya controlado su deseo de reaccionar, el paso siguiente es ganar tiempo para pensar: tiempo para subir al balcón.

Haga una pausa y calle

La forma más sencilla de ganar tiempo para pensar en medio de unas negociaciones tensas es hacer una pausa y callar. De nada le servirá responder bajo la influencia de la ira o la frustración, pues no podrá pensar con claridad. Esto no es sólo un hecho psicológico; es el resultado de una serie de cambios bioquímicos relacionados con la tensión y la ira. Unos cuantos segundos bastarán para que esos cambios se disipen y usted pueda ver las cosas con más objetividad. De ahí la importancia de hacer una pausa antes de responder. Thomas Jefferson dijo una vez: «Cuando esté iracundo, cuente de uno a diez antes de hablar; cuando esté muy furioso, cuente de uno a cien».

La pausa no sólo le brindará la oportunidad de subir al balcón durante algunos segundos, sino que también servirá a su oponente para calmarse. Si usted calla, no le proporcionará nada que pueda atacar, y su silencio quizás le haga sentirse incómodo. El turno de mantener viva la conversación le corresponderá a él. Al no saber en qué está pensando usted, quizás responda de manera más razonable. Algunas de las negociaciones más exitosas se logran con el silencio.

Pero supongamos que su oponente insiste en su irritación. Un productor de cine⁽⁶⁾ tenía un jefe que estallaba por las razones más insignificantes. Cuando el productor le comentó a un amigo que sentía deseos de reventarle la nariz, el amigo le aconsejó lo siguiente: «Míralo de esta forma: él no te grita a ti, grita para él mismo. La próxima vez que te grite, haz lo siguiente: reclínate en tu silla, cruza los brazos y deja que los gritos pasen por encima de tu cabeza. Piensa en el bien que le hace a tu jefe descargar toda esa ira». Algun tiempo después, el productor de cine comentó que el plan había obrado milagros.

Ese mismo método se ha utilizado muchas veces para poner fin a las batallas verbales que suelen producirse en las negociaciones entre obreros y patronos. Hubo un caso en que las dos partes adoptaron la norma de que «solamente una de ellas podía ponerse furiosa a la vez». Las dos partes se comprometieron a no reaccionar, pues si lo hacían sería admitir su debilidad y su incapacidad para controlarse. La norma ayudó a romper el círculo vicioso de acción y reacción.

Por supuesto que nadie puede anular las emociones, y tampoco es necesario hacerlo. Lo único que se necesita es desconectar el enlace automático entre la emoción y la acción. Sienta la ira, la frustración o el temor –imagine incluso que está atacando a su oponente si así lo desea–, pero no canalice sus impulsos y sentimientos hacia la acción. Frene sus impulsos; congele su comportamiento. Aunque sienta que transcurre una eternidad, será sólo cuestión de segundos. No será fácil si su oponente está gritando o se encuentra atrincherado detrás de un muro de piedra, pero es absolutamente necesario si desea tener éxito en la negociación. Obedezca el precepto bíblico: «Estad prontos a escuchar, pero pensad antes de hablar y de actuar».

Repita la cinta magnetofónica

La pausa no puede ser indefinida. Por lo tanto, si desea más tiempo para pensar, ensaye a repetir la cinta. Frene la conversación y repita lo dicho: «Veamos si he comprendido lo que usted ha dicho», y repase la charla hasta ese punto.

Supongamos que acaba de hacer una venta y está repasando el contrato con el cliente. «Creo que tenemos un negocio excelente aquí –dice el cliente–, y estoy dispuesto a cerrar el trato si usted me proporciona el contrato de servicios sin ningún coste adicional. ¿Qué dice? ¿Trato hecho?» Y con eso, el cliente le extiende la mano.

Si usted reacciona al truco y toma una decisión sin pensar, lo más probable es que se equivoque. Para darse tiempo de subir al balcón, repita la cinta. Mire al cliente a los ojos y dígale:

–Un momento, Diego. Creo que no he comprendido bien. Repasemos lo que tenemos aquí. Comenzamos a hablar de este negocio hace tres meses, en marzo, ¿verdad?

–Creo que sí –contesta Diego.

—Me parece que usted dijo en un principio que deseaba negociar el contrato de servicios por separado.

—Sí, pero cambié de opinión al respecto.

—Diego, corríjame si me equivoco, pero ¿acaso no llegamos usted y yo a un acuerdo definitivo sobre todas las cláusulas hace dos días?

Cualquiera que sea la respuesta de Diego, usted estará en el balcón y no reaccionará a su exigencia del último minuto. Habrá esquivado el truco. En realidad, habrá logrado que Diego abandone la posición ofensiva para ponerse un poco a la defensiva.

Tácticas como la que utilizó Diego son como algunos trucos de magia: se hacen con tanta rapidez que a veces uno no ve la trampa. Pero al repetir la cinta —con lo cual se le quita velocidad a la prestidigitación— usted consigue tiempo para identificar el truco y neutralizar su impacto.

Si su oponente lo abruma de información con la esperanza de que usted pase por alto una desventaja de la propuesta, no dude en decir: «Me ha dado demasiada información y necesito tiempo para analizarla. Volvamos atrás un momento». O bien: «Quiero que me diga nuevamente cómo se integran los distintos componentes de su plan. No capté la relación entre dos de ellos». Al pedir una descripción detallada usted podrá identificar con mayor facilidad los vacíos de la argumentación de su oponente.

Una forma fácil de restar impulso a las negociaciones es tomar notas. Si escribe lo que dice su oponente, tendrá una buena excusa para interrumpirlo y decirle: «Disculpe, no entendí bien lo último que ha dicho. ¿Podría repetirlo, por favor?». Las notas no solamente sirven para ganar tiempo para pensar, sino que también indican que usted está tomando muy en serio lo que la otra persona dice.

Hay personas que temen hacer el ridículo si dicen que no comprenden algo. Lo paradójico es que son las más propensas a caer en la trampa por no preguntar lo que debieran. Los buenos negociadores saben que hacerse el tonto a veces es una ventaja. Es una táctica que permite bajar la velocidad de las negociaciones. No es necesario que usted simule ser estúpido. Es sólo cuestión de pedir aclaraciones: «Me temo que no comprendo por qué ha esperado hasta ahora para solicitar un descuento».

Si no se le ocurre qué decir en determinado momento, siempre puede recurrir a la frase tan socorrida: «Permítame ver si he comprendido lo que ha dicho».

Solicite una pausa

Si necesita más tiempo para pensar, solicite una pausa. Son muchas las negociaciones que se prolongan indefinidamente porque cada parte insiste en reaccionar a los ataques de la otra. La pausa sirve para que ambas partes se calmen y puedan subir al balcón. Las negociaciones son más productivas cuando se suspenden varias veces.

Tal vez usted tema que el hecho de pedir que hagan una pausa se interprete como señal de indecisión o de debilidad, como si usted no pudiera aguantar el calor. La solución es buscar un pretexto natural. Ese pretexto podría ser así de sencillo: «Hemos

hablado un buen rato. Antes de continuar, le sugiero que hagamos una pausa para tomar café». O bien: «Es una buena pregunta. Permítame averiguarlo, y en seguida estoy con usted». Es útil tener un pretexto preparado.

Uno de los mejores pretextos es decir que necesita deliberar con su equipo contratante. Es probable que a usted le preocupe parecer conspirador; pero pedir una reunión para deliberar es una medida absolutamente válida; su oponente acaba de darle más información o de hacer otra propuesta, y es lógico que usted tenga que hablar con los demás. Si está comprando un vehículo, dígale al vendedor que lo está acosando: «A mi esposa y a mí nos gustaría pensarlo un poco antes de tomar una decisión. Vamos a dar una vuelta y estaremos de regreso dentro de media hora». Si está solo en la negociación, llame por teléfono a un colega, a su jefe, o a un amigo.

Si no puede abandonar la sala, trate de interrumpir el curso de las negociaciones cambiando de tema con una anécdota o un chiste. Conozco a un dirigente sindical que lleva fotografías de sus viajes de pesca en el bolsillo para ponerlas sobre la mesa cuando la situación se pone tensa. Los demás participantes comienzan a hablar de sus propias aventuras y, cuando finalmente reanudan las conversaciones, la tensión ha desaparecido.

Otra forma de interrumpir para ganar tiempo es llevar a un compañero a la mesa de negociaciones para apoyarse mutuamente. Mientras uno de los dos habla, el otro puede subir al balcón para no perder de vista el premio. Los agentes de policía, en los casos en que deben tratar con secuestradores, generalmente trabajan con un compañero que se encarga de proporcionar información imparcial y objetiva sobre la forma como avanzan las negociaciones, de cerciorarse de que los negociadores no reaccionen y de reemplazarlos cuando estén cansados.

No se apresure cuando se trate de decisiones importantes

En presencia de su oponente, usted se sentirá sometido a una presión muy fuerte para que acceda. Hay una regla muy sencilla que lo protegerá siempre: nunca tome decisiones importantes de inmediato. Suba al balcón y tome su decisión allí.

Si su oponente saca un contrato y le exige que lo firme, diga: «Mi abogado insiste en revisarlo todo primero. Usted sabe cómo son los abogados». O bien: «Usted ha invertido mucho tiempo y esfuerzo en esto, ¿no es cierto?». Cuando él asienta, continúe: «Pues entonces me gustaría ser justo con usted y estudiarlo cuidadosamente antes de responder». Doble el documento, y dígale: «Me comunicaré con usted mañana».

Aunque es mejor consultar con la almohada, no siempre es posible. Si tiene que dar una respuesta inmediata, diga lo siguiente: «No quisiera retardar las cosas. Debo hacer una llamada breve a mi oficina. Si me permite, la haré ahora mismo y estaré con usted dentro de un momento». Aunque sólo tenga tiempo de salir al corredor un momento, eso le ayudará. La presión psicológica disminuirá apenas se aleje usted de la mesa de

negociaciones. Dejará de sentir la necesidad de tomar una decisión. Una vez suspendida la reacción inicial, podrá considerar de manera más objetiva cualquier decisión, pero desde el balcón.

No permita que lo apresuren. Si su oponente le fija una fecha límite, suspenda la reunión para verificar si es en serio. Si su oponente habla en serio, se lo hará saber a usted. No olvide que para llegar a un acuerdo es preciso que usted dé su consentimiento. Su peor enemigo es la prisa. La concesión que lamentará más tarde será sólo la que usted hizo.

No pierda los estribos, no trate de desquitarse, consiga lo que desea

En resumen, nuestro impulso natural ante una situación o una persona difícil es reaccionar. Pero ello es también el peor error que podemos cometer.

Lo primero que usted debe hacer cuando esté negociando no es tratar de controlar a su oponente, sino tratar de controlar su propio comportamiento. Suspenda su reacción natural identificando el juego. Después tómese el tiempo necesario para pensar. Aproveche ese tiempo para enfocar su atención en el premio, es decir, un acuerdo que satisfaga sus intereses mejor que su MAPAN. En lugar de perder los estribos o tratar de desquitarse, concéntrese en obtener lo que desea. En eso consiste la idea de subir al balcón.

2 No discuta: póngase del lado de su oponente

Rara vez conviene responder a los prejuicios y a las emociones con un ataque frontal. Es mejor fingir que uno está de acuerdo con ellos para ganar tiempo y poder combatirlos. Es importante aprender a navegar con viento contrario y maniobrar hasta encontrar buen viento.

Fortuné de Félice, 1778⁽⁷⁾

Un grupo de empleados de AT&T⁽⁸⁾ se encontraba negociando la venta a Boeing de un nuevo sistema de telecomunicaciones que valía ciento cincuenta millones de dólares. El equipo de negociadores presentó un argumento persuasivo sobre la calidad del servicio: la prontitud con que la compañía acostumbraba a responder a los problemas y la rapidez con que se efectuaban las reparaciones.

Entonces, el jefe de compras de Boeing dijo:

—Muy bien. Quisiera todas esas promesas por escrito. Además, necesitamos la garantía de que si el sistema no es reparado a tiempo, ustedes nos pagarán daños y perjuicios.

—Haremos todo lo posible —contestó el jefe del grupo de ventas de AT&T—, pero no podemos hacernos responsables de todo lo que suceda. Podría caer un rayo.

—¡Usted está jugando con nosotros! —interrumpió el negociador de Boeing, perdiendo la paciencia—. ¡Primero nos habla de todos sus servicios, y ahora no está dispuesto a comprometerse a cumplir lo que prometió!

—¡Eso no es cierto! —protestó el jefe de ventas, sin poder dar crédito al giro que había tomado la negociación—. Permítame explicárselo.

Pero el representante de Boeing no quiso escuchar:

—¡Usted no está negociando de buena fe! —se quejó—. No podemos negociar con usted.

El jefe de ventas hizo un último esfuerzo:

—Hablemos de eso. Quizá podamos dejar algo por escrito.

Pero el jefe de compras de Boeing ya había tomado una decisión, y abandonó la sala junto con los demás integrantes de su grupo.

¿Qué sucedió? Cuando AT&T se negó a aceptar la exigencia de Boeing, el negociador de la compañía perdió los estribos y se lanzó al ataque. El jefe de ventas de AT&T se defendió, pero sólo logró echar más leña al fuego. Cuando quiso dar explicaciones, el comprador ya no estaba interesado en escuchar. Todo salió mal.

El error (que por cierto es muy común) fue tratar de razonar con una persona que no quería escuchar. En esos casos, las palabras llegan a oídos sordos o pueden ser mal interpretadas. Usted está frente a una barrera de emociones. La otra parte puede sentirse desconfiada, furiosa o amenazada. Convencidos de que usted está equivocado y ellos no, pueden mostrarse reacios a escuchar.

Parece atractivo ignorar las emociones y concentrarse en el problema, pero esto no funciona. Las emociones negativasemergerán en forma de posiciones inflexibles. Antes de discutir el problema necesitamos desarmar al oponente. Subir al balcón le permite a usted recuperar el equilibrio mental. El siguiente paso es ayudar a la otra parte a recuperar el suyo. Su reto es crear un clima favorable para la negociación.

Desarmar significa hacer desaparecer las emociones hostiles del oponente, hacer que éste escuche su punto de vista y ganarse un poco de respeto. No es necesario que usted le agrade a su oponente, pero sí es necesario que éste lo tome a usted en serio y lo trate con la debida consideración.

El secreto para desarmar a una persona es el elemento sorpresa. Para desarmar a su oponente, usted debe hacer todo lo contrario de lo que él espera que haga. Si su oponente se atrincherá tras un muro de piedra, lo que espera es que usted lo presione; si decide atacar, espera que usted oponga resistencia. Entonces, no presione y no oponga resistencia. Haga todo lo contrario. Póngase del lado de él. Esto lo desorienta y le abre camino para cambiar su postura adversa. Más aún: según reconocen desde hace mucho tiempo los practicantes japoneses de artes marciales, es difícil atacar a alguien que repentinamente está de su lado. Lo más importante de esto es que ellos y usted están juntos, precisamente lo que usted necesita para iniciar una negociación de solución de problemas.

Ponerse del lado del oponente implica tres cosas: escuchar, reconocer y acceder. Escuchar lo que ellos tienen que decir. Reconocer su punto de vista, sus sentimientos, su idoneidad y su prestigio. Acceder cada vez que pueda.

Ponerse del lado de una persona difícil probablemente es lo menos que usted quiera hacer en una situación de confrontación. Cuando su oponente se niega a escuchar, lo más lógico es que usted desee hacer lo mismo. Cuando se niega a reconocer su punto de vista, sin duda usted no quiere reconocer el de él. Cuando discrepa de todo lo que usted dice, no le será fácil a usted estar de acuerdo con nada de lo que él dice. Aunque éstas son reacciones perfectamente comprensibles, crean un juego que no conduce a ninguna parte.

Lo que debe hacer para romper la resistencia de su oponente es invertir esa dinámica. Si usted quiere que él lo escuche, comience por escucharlo a él. Si quiere que él reconozca su punto de vista, reconozca usted primero el de su oponente. Si desea que él esté de acuerdo con su posición, comience por mostrarse de acuerdo con la de él hasta donde sea posible.

Escuche activamente

Muy frecuentemente, las negociaciones se desenvuelven de la siguiente manera. La parte A presenta su posición. La parte B está tan concentrada pensando qué va a decir que en realidad no escucha. Cuando le llega a la parte B el turno de presentar su posición, la parte A piensa: «No respondió a lo que yo dije. Seguramente no me escuchó. Es mejor que lo repita». Luego la parte B también llega a la conclusión de que no fue escuchada debidamente, de modo que repite su posición. Y así se forma un diálogo de sordos. «Todo se ha dicho ya –dice un personaje de una novela de André Gide–, pero, como nadie escucha, hay que volver atrás una y otra vez para comenzar desde el principio.»⁽⁹⁾

En sus manos está la oportunidad de romper el coro de monólogos. Lo único que tiene que hacer es ser el primero en escuchar.

Hágale a su oponente la concesión de escucharlo

La concesión más económica que usted puede hacer es escuchar a la otra persona. Todos tenemos una profunda necesidad de ser comprendidos. Cuando usted satisface esa necesidad crea la oportunidad para cambiar el curso de la negociación.

Veamos el ejemplo de una negociación colectiva entre el sindicato y la administración de Inland Steel, una planta de contenedores.⁽¹⁰⁾ El asesor legal de la compañía adoptó una posición inflexible en el punto crucial del arbitraje para los salarios, y dijo: «Esto es algo en lo cual creo que tendremos que insistir». Robert Novy, el gerente general, agregó: «Creo que lo dijo en términos bastante suaves».

Normalmente, el sindicato habría contraatacado, la gerencia hubiese defendido su posición con vehemencia y, después de una discusión vana, los empleados habrían declarado la huelga. En efecto, durante una negociación anterior, la intransigencia había llevado a una huelga desastrosa de ciento noventa y un días, razón por la cual todos esperaban que lo mismo iba a suceder en esta ocasión. Pero en lugar de contraatacar, el jefe del grupo que representaba al sindicato, Jake Shafer, replicó tranquilamente: «Me interesa lo que usted dijo, señor Novy. Eso de que el abogado habló en términos bastante suaves».

Ante la invitación para seguir hablando, el señor Novy procedió a explicar a fondo por qué la administración asumió esa posición inflexible sobre los salarios. Satisfechos por haber sido escuchados, los representantes de la administración les dieron a los trabajadores la misma oportunidad de manifestar sus inquietudes. Podría haber parecido

una jugada táctica, pero la decisión de Shafer de sentarse tranquilamente a escuchar el punto de vista de la gerencia sirvió para poner el tema sobre la mesa y tratar de darle una solución. La huelga que todos esperaban jamás se produjo.

Para escuchar se necesita paciencia y autocontrol. En lugar de reaccionar inmediatamente o dedicarse a fraguar la siguiente jugada, concéntrese en lo que su oponente está diciendo. Escuchar no es cosa fácil, pero, como lo demuestra el caso de Inland Steel, puede ser de gran valor. Permite que el oponente ponga al descubierto lo que está pensando. Le brinda la oportunidad de comprometerse en una labor de cooperación: la de comprender su propio problema. Además hace que se sienta más dispuesto a escucharlo a usted.

Si su oponente está furioso o alterado, lo mejor que usted puede hacer es escuchar atentamente sus motivos de queja. No lo interrumpa, aunque piense que está equivocado o es injurioso. Hágale saber que lo escucha atentamente mirándolo en todo momento a los ojos, asintiendo de vez en cuando y respondiendo con un «ajá» o un «entiendo». Cuando él haya recuperado la compostura, pregúntele suavemente si tiene algo más que agregar. Motívelo para que exprese todo lo que le molesta, con frases tales como «Sí..., por favor, continúe» o «Y entonces, ¿qué sucedió?».

La satisfacción que da poder ventilar los sentimientos y rencores es enorme. Los gerentes de los departamentos de servicios a los clientes saben muy bien que, incluso si no hay nada que puedan hacer por ayudar a un cliente enojado e insatisfecho, el solo hecho de escucharlo respetuosamente hasta el final a veces es suficiente para no perderlo.

Una vez que su oponente haya terminado de hablar, probablemente sea más razonable, menos agresivo y esté más dispuesto a encontrar una solución. No es sólo por casualidad por lo que los buenos negociadores escuchan mucho más de lo que hablan.

Paráfrasis y correcciones

No basta con escuchar al oponente. Es necesario hacerle saber que usted escuchó lo que él dijo. Por lo tanto, parafrasee lo que oyó. La siguiente podría ser la conversación entre un vendedor y un cliente insatisfecho.

Cliente: Hace escasamente seis meses que compré este contestador automático, y ya ni siquiera se oyen las voces. No es la cinta, pues le puse una nueva. ¿Qué clase de equipos de pésima calidad venden aquí? He perdido trabajo a causa de ustedes. Quiero que me lo cambien por uno que sirva, o me temo que no será la última vez que tengan noticias de mí.

Vendedor: Está bien. Permitame ver si lo he entendido. Usted compró el aparato aquí hace seis meses con el propósito de usarlo en su empresa. Pero ahora no se oyen las voces. Necesita un contestador que sirva, y el tiempo es de vital importancia para usted. ¿Correcto?

Cliente: Correcto.

Vendedor: Veamos qué podemos hacer por usted.

Parafrasear es resumir con sus propias palabras su versión de lo que dijo su oponente. No olvide retener el punto de vista de él. Si usted agrega cosas o trata de hacerle ver que está equivocado, no logrará nada. El cliente no quedará muy contento si usted dice: «¿Usted no pudo hacerlo funcionar y por eso lo trae?».

El hecho de parafrasear brinda a su oponente la sensación de que usted lo entendió, así como la satisfacción de corregirlo a usted. Ello le da a usted la posibilidad de revisar y ver si captó el mensaje. La técnica de parafrasear es una de las más útiles del repertorio de un negociador.

Reconozca el punto

El siguiente paso después de escuchar con atención es reconocer el punto de vista de su oponente. Tal vez usted esté poco dispuesto a ello por discrepar fuertemente de él; pero así perdería una oportunidad crucial. Todo ser humano siente una necesidad profunda de reconocimiento. Al satisfacer esa necesidad, usted contribuye a crear un clima favorable para el acuerdo.

Reconocer el punto de vista de su oponente no equivale a estar de acuerdo con él; significa que usted lo acepta como un punto de vista tan válido como otros, e implica este mensaje: «Yo entiendo cómo ve usted las cosas». El reconocimiento se comunica con frases tales como: «En eso tiene razón», «Sé exactamente a qué se refiere», «Yo comprendo lo que usted dice».

Muchas veces la mente del oponente es como una buhardilla atestada, llena de resentimientos, sinsabores, quejas y experiencias desagradables que se han ido acumulando. Al discutir con él, lo único que usted hace es mantener vivos todos esos sentimientos. Pero si, por el contrario, usted reconoce la validez de lo que él dice, la carga emocional comienza a desvanecerse. En efecto, es como si todas las cosas desaparecieran de la buhardilla. Al permitirle contar la versión que él tiene de la historia y reconocer su validez, usted le crea espacio psicológico para que él acepte que la historia puede tener dos caras.

Una de las formas más poderosas y sorprendentes de reconocer el punto de vista de su oponente es ponerse en su lugar. Acepte lo que él manifieste. Dígale: «Si yo estuviera en su situación, vería las cosas así». Robert McNamara,⁽¹¹⁾ exsecretario de Defensa de los Estados Unidos de América, utilizó esa táctica durante una reunión celebrada en 1989 con los principales protagonistas estadounidenses, soviéticos y cubanos de la crisis de los misiles de 1962. Viendo que los soviéticos y los cubanos se ponían a la defensiva cuando se mencionaban las razones por las cuales sus gobiernos habían decidido instalar secretamente los misiles nucleares en Cuba, McNamara anunció: «Si yo hubiera sido un dirigente cubano o soviético en ese momento, habría llegado a la conclusión de que los norteamericanos pretendían invadir Cuba. Basados en la evidencia que tenían, hicieron lo

correcto. Sin embargo, debo decirles que nosotros nunca tuvimos esa intención». Al expresar lo que los soviéticos y los cubanos estaban pensando y reconocer su punto de vista, McNamara abrió el camino para que también ellos escucharan su punto de vista.

Reconozca las emociones de su oponente

No pase por alto las emociones de su oponente. Detrás de todo ataque suele haber ira; detrás de una posición inflexible a menudo hay temor. Mientras no logre disipar esas emociones, sus argumentos, por razonables que sean, sólo encontrarán oídos sordos.

Imagine que uno de sus empleados entra súbitamente en su oficina y grita: «¡Estoy harto de que me engañen! Acabo de descubrir que a Daniel Reyes le pagan más que a mí por hacer el mismo trabajo que hago yo. ¡Esto se acabó!».

Si usted trata de explicarle las razones por las cuales Daniel gana más, aunque éstas sean muy válidas, lo único que logrará será que su empleado se enfurezca aún más. Lo primero es hacerle saber que usted reconoce sus emociones: «Usted piensa que nos hemos aprovechado, y lo entiendo perfectamente. A mí también me enfurecería».

Ésa es la última respuesta que su empleado esperaría oír. Al reconocer los sentimientos de su oponente, usted le ayuda a recobrar la compostura.

Entonces él pregunta: «¿Por qué no merezco ganar hasta el último céntimo que gana Daniel, si hago exactamente el mismo trabajo?».

Esa pregunta, aunque está llena de agresividad, es señal de que está dispuesto a escuchar la explicación. Entonces usted puede tratar de razonar con él.

Al igual que el empleado del ejemplo, a menudo su oponente se siente hostilizado y subestimado. Para él, encontrarse con alguien que reconoce su situación en lugar de tratar de rebatirla es algo que lo desarma. Cuando usted le dice a su oponente: «Entiendo cómo se siente usted» o «Si estuviera en su posición, también me enfurecería», le hace saber que su mensaje fue escuchado y apreciado. Manifestándole que usted comprende por qué se siente así, refuerza su reconocimiento.

Una advertencia: su oponente sabrá si usted es sincero o no. Su intención, expresada a través del tono de la voz y del lenguaje corporal, cuenta tanto como sus palabras.

Presente una disculpa

Disculparse es quizá el mejor reconocimiento. Es una lección que todos aprendimos cuando éramos niños. Había una palabra mágica que nos permitía seguir participando en el juego: «perdón». Desafortunadamente, como adultos olvidamos con mucha frecuencia esa lección. Veamos el ejemplo de un profesor de la Universidad de Columbia que planteó la siguiente situación en su cátedra de derecho contractual.[\(12\)](#)

«El vendedor le promete al comprador despachar mil unidades de mercancía cada mes. Los primeros dos envíos se cumplen según lo acordado; pero, al tercer mes, el vendedor envía solamente novecientas noventa y nueve unidades. El comprador se enfurece y se niega a recibir la mercancía y a pagar la despachada anteriormente. Si usted fuera el vendedor, ¿qué diría?»

El profesor esperaba que los estudiantes discutieran las distintas teorías del derecho consuetudinario, según las cuales el vendedor podría «aniquilar al comprador». Buscó un voluntario en la sala, pero no encontró ninguno.

«Como suele suceder con los estudiantes de primer año –comentó posteriormente–, todos estaban agachados escribiendo o mirándose fijamente los zapatos. Sin embargo, vi un rostro que reflejaba la urgencia de contestar. Era el de un pequeño de ocho años, hijo de una de las estudiantes que no había encontrado niñera para ese día. De pronto alzó la mano y, como ese comportamiento siempre merece ser premiado hasta en un niño de ocho años, le dije: “Está bien, ¿qué dirías tú si fueras el vendedor?”. Le diría: “Perdóneme”.»

El niño sabía por intuición que «aniquilar» a un oponente no es la solución correcta. A veces olvidamos el poder extraordinario de una simple disculpa. El comprador estaba enojado porque se sentía agraviado. Lo que una persona necesita en esas circunstancias es que la otra reconozca que la defraudó. Sólo cuando haya manifestado ese reconocimiento podrá ella sentirse a salvo en la negociación. Por lo tanto, una disculpa crea las condiciones necesarias para que el conflicto se pueda solucionar de manera constructiva.

Disculparse no equivale a humillarse, y tampoco es un acto de contrición. Si se trata de un cliente descontento, basta con decir: «Lamento mucho que haya tenido este problema. Usted es uno de mis mejores clientes y la persona a quien menos desearía ver descontenta. ¿Qué podemos hacer para compensarlo?». Aunque su oponente sea el culpable del aprieto en que se encuentra usted, considere presentar una disculpa. Ese gesto valeroso pondrá en movimiento un proceso de reconciliación, en el cual su oponente también se disculpará por la parte que le corresponde del problema.

Proyecte seguridad

No piense que reconocer el punto de vista de su oponente es un acto de debilidad. Al contrario, es un acto que refleja su poder. Para que su oponente se dé cuenta de ello, proyecte seguridad al manifestar que reconoce su punto de vista. Por ejemplo, ante un ataque, ponga en su rostro la mejor expresión de calma de que sea capaz. Adopte una actitud de serenidad y dé a su voz un tono de seguridad. Yérgase, mire a su oponente a los ojos y llámelo por su nombre. El denuedo desarma.

Veamos el caso del diplomático estadounidense John Limbert,⁽¹³⁾ que permaneció en Irán en calidad de rehén entre 1979 y 1981 y logró controlar la situación en todo momento, ofreciéndoles reconocimiento a sus oponentes. Cada vez que los guardias

entraban en su habitación, los invitaba a sentarse. «Los convertía en mis invitados – explicó el diplomático–, y esa sencilla táctica me permitía dominar la situación. Les hacía sentir que era mi espacio, mi territorio, y con ello hice maravillas por mi bienestar.»

Acceda hasta donde pueda

Después de escuchar a su oponente y de reconocer su punto de vista, el siguiente paso es acceder hasta donde le sea posible. Es difícil atacar a alguien que está de acuerdo con uno.

Acceda sin hacer concesiones

No es necesario que haga concesiones. Sencillamente dirija la conversación hacia los asuntos con los cuales usted ya está de acuerdo. Un senador de los Estados Unidos de América⁽¹⁴⁾ le dijo lo siguiente a sus asesores legales: «No discutan con mis electores, aunque ellos estén equivocados. Lo único que lograrán con eso es restarme votos. Hagan todo lo contrario de lo que aprendieron en la universidad. Allá, si alguien decía algo con lo cual ustedes estaban de acuerdo en un noventa y nueve por ciento, siempre decían: “Yo no estoy de acuerdo”, y ponían toda su atención en el uno por ciento de la discrepancia. Aquí, si mis electores dicen algo de lo cual ustedes discrepan en un noventa y nueve por ciento, quiero que digan: “Estoy de acuerdo con usted”, y concéntrense en el uno por ciento de acuerdo». Es natural concentrarse en las diferencias de opinión porque son ellas las causantes del problema. Sin embargo, en un principio es mejor concentrarse en las cosas en que ambas partes coinciden.

Busque cualquier oportunidad de concordar con su oponente, aunque sea sólo de manera humorística. El humor tiene la ventaja de hacerle ver a su oponente que usted es un ser humano corriente. Veamos el ejemplo de un empleado de United Way,⁽¹⁵⁾ que un día tenía que pedir contribuciones a un grupo de conductores de camión durante una campaña que tenía la finalidad de recoger fondos para una obra de caridad. Eran las seis de la mañana, y a esa hora nadie tenía el más mínimo interés en United Way, pero el jefe de los conductores les había ordenado que asistieran a la reunión. Cuando el empleado les mostraba un vídeo bastante ameno sobre el proyecto caritativo, la atmósfera de la sala comenzó a ponerse tensa. Cuando distribuyó los lápices amarillos y las tarjetas de compromiso, los conductores se quedaron mirando estos objetos sin hacer nada. Por último, un conductor corpulento se puso de pie, y amenazando al conferenciante con el lápiz le gritó: «Voy a decirle lo que puede hacer con este lápiz».

Hubo un silencio incómodo mientras todos esperaban la reacción del representante de United Way. Éste se quedó mirando fijamente al conductor, y dijo pausadamente: «Señor, estoy dispuesto a hacer con ese lápiz lo que usted me pida...». Hizo una pausa y agregó: «Después de que usted haya firmado la tarjeta de compromiso, claro está».

Siguió un corto silencio y luego alguien soltó la risa, contagiando a los demás. El conferenciante logró romper el hielo, y además salió de allí con todas las tarjetas firmadas.

Acumule *síes*

La palabra clave en todo convenio es *sí*. Ésta es una palabra mágica, un instrumento poderoso para desarmar al oponente. Busque oportunidades en que pueda decirle sí a la otra parte sin hacer concesiones. «Sí, en eso tiene usted razón.» «Sí, estoy de acuerdo.» Diga «sí» cada vez que pueda.

Asimismo, haga lo posible por obtener de su oponente tantos *síes* como sea posible. Hay un orador que emplea muy bien esta técnica para manejar los comentarios hostiles del público. Cuando alguien le dice, por ejemplo: «Su propuesta no tiene nada que ver con la realidad», él responde: «¿Lo que usted dice es que no entiende de qué manera este presupuesto que les he presentado puede acabar con el déficit en cinco años? ¿Es eso lo que usted quiere decir?». La persona responde afirmativamente, y en ese mismo instante cambian las relaciones entre el orador y su crítico. El *sí* transforma una discusión antagónica en un primer paso hacia el diálogo sensato.

Con cada *sí* que usted obtiene de su oponente, la tensión se reduce. A medida que usted acumule asentimiento, aunque sea sólo con respecto a lo que el otro está diciendo, crea un clima en que hay más probabilidad de que él diga *sí* a una propuesta sustancial.

Póngase en la tónica de su oponente

El acuerdo no siempre es verbal. Si usted observa a dos amigos inmersos en una conversación, podrá ver algo bastante curioso: cuando uno de ellos se apoya en el codo, el otro hace lo mismo; cuando uno baja la voz, el otro también. De manera inconsciente van creando una armonía que les permite comunicarse con mayor facilidad. Los dos envían permanentemente un mensaje sutil que dice: «Soy como tú».

Gran parte del mensaje está en la forma y no en el contenido de la comunicación. Observe cómo se comunica su oponente. Si habla lentamente, disminuya también usted su velocidad. Si habla en un tono suave, trate usted de bajar la voz. Observe también la postura del cuerpo. Si se inclina hacia adelante para poner énfasis en un punto, haga usted lo mismo para demostrar interés. Claro está que no se trata de remediar, sino de adaptar su estilo de comunicación para que sea más parecido al de la parte contraria. El objetivo es ponerse en la tónica de ésta.

También es importante mostrarse receptivo al lenguaje del oponente. Si él se expresa familiarmente, haga usted lo mismo. Si su oponente viene de otra cultura, aprenda algunas frases de cortesía en su idioma y úselas como muestra de interés y respeto.

Además, todos empleamos distintos «lenguajes sensoriales»⁽¹⁶⁾ de acuerdo con la forma como procesamos la información, a través de los ojos, de los oídos o de las emociones. Si su oponente se expresa principalmente con términos visuales tales como «¿Ve lo que trato de decir?» o «Enfoquemos ese punto», trate de responder con frases semejantes: «Veo perfectamente su punto» o «Yo puedo formarme una imagen de lo que usted dice». Si su oponente se expresa principalmente en términos auditivos como «Escuche esto», responda con una frase como «Lo escucho». Si el lenguaje de su oponente gira alrededor de las emociones y dice cosas como «Tengo la sensación de que eso no es correcto», responda con una frase como «A mí también me molesta». Comuníquese con la parte contraria mediante el lenguaje que mejor entiende.

Conceda reconocimiento a la persona

Si usted escucha a su oponente, reconoce su punto de vista y se manifiesta de acuerdo con él siempre que puede, de hecho lo reconoce como persona. Pone de manifiesto que lo respeta. Sin embargo, hay ocasiones en las cuales conviene que el reconocimiento sea más directo.

Veamos el ejemplo de uno de los conflictos más recalcitrantes que se viven en el mundo: el conflicto entre árabes e israelíes. Hasta 1977, los líderes del mundo árabe se negaron a reconocer la existencia de Israel. Inclusive se negaban a llamar al país por su nombre. En noviembre de ese año, el presidente de Egipto, Anwar el Sadat, puso fin al tabú con su dramático viaje a Jerusalén. Nada pudo haber asombrado más a los israelíes ni confundido más sus percepciones de los egipcios que la presencia en Israel del dirigente enemigo cuyo ejército había atacado a ese país apenas cuatro años antes. Esta acción apaciguadora derrumbó la barrera psicológica que, en opinión de El Sadat, constituía el noventa por ciento del conflicto. Él creó el clima favorable para el tratado de paz que finalmente se logró entre Egipto e Israel, y que tantos habían considerado un imposible.

Reconociendo a la persona, usted crea lo que los psicólogos denominan una «disonancia cognoscitiva», es decir, una discordancia entre la percepción y la realidad. Su oponente considera que usted es un adversario. Cuando usted lo reconoce como persona, usted obra como amigo o colega y puede inducirlo a cambiar la imagen que tiene de usted para reducir la disonancia cognoscitiva. Así como El Sadat dio un vuelco favorable a la imagen de agresor que los israelíes tenían de él, usted puede dar un vuelco favorable a la imagen negativa que su oponente tiene de usted actuando de tal manera que destruya el estereotipo.

Reafirmar a la persona no significa reafirmar su comportamiento. Los padres no dejan de amar a su niño de ocho años que pone goma entre las páginas del periódico o trata de estrangular a su hermanita menor. Es necesario distinguir entre la persona y su comportamiento.

Reconozca la autoridad y la idoneidad de su oponente

Suponga que usted está tratando de convencer a su intransigente jefe para que cambie de opinión acerca de un asunto de oficina. Él puede pensar que usted está atentando contra su autoridad o su idoneidad. Se pregunta si usted le estará dando a entender que él es incompetente o que está equivocado. Lo más probable es que reaccione oponiendo más resistencia todavía. Para hacerle saber que no es su intención ponerlo en tela de juicio como persona, comience con una frase como éstas: «Usted es el jefe» o «Yo respeto su autoridad».

Si su oponente tiene un ego muy grande o muy vulnerable, vea en ello una oportunidad y no un obstáculo. Una persona cuyo ego necesita halagos depende del reconocimiento de los demás. Usted podrá desarmar a su oponente en tanto en cuanto pueda satisfacer esa necesidad de reconocimiento. Si desea que un burócrata inseguro o demasiado arrogante haga una excepción a la política de la compañía, comience con una frase como ésta: «Me han dicho que usted es la persona que conoce más a fondo esta política». Para que ese reconocimiento sea más sincero, susténtelo con hechos. En lugar de decirle a un rival de otro departamento: «Usted es el mejor vendedor que tiene la compañía», lo cual puede sonar como simple adulación, diga lo siguiente: «El informe que presentó a la junta fue conciso, persuasivo y muy concreto. Nunca he visto a alguien que lo haga mejor».

Establezca una relación de trabajo

Una de las mejores formas de conceder reconocimiento al oponente es crear relaciones de trabajo. Invítelo a tomar café, a almorzar o a un trago después del trabajo. Esos momentos son propicios para hablar de las aficiones, la familia o cualquier otro tema de interés para su oponente. Antes de iniciar la negociación y poco antes de concluirla, tómese unos minutos para hablar de cosas intrascendentes. Es mucho lo que se puede lograr con una pequeña manifestación de buena voluntad.

Las buenas relaciones de trabajo son como una cuenta de ahorros a la cual uno puede recurrir en momentos de dificultades. Cuando tratamos con alguien a quien conocemos y que nos agrada, tendemos a ver los sucesos adversos como casos fortuitos: «Bueno, supongo que no se presentó a la reunión porque estaba enfermo». Cuando tratamos con alguien que nos desagrada, atribuimos los sucesos adversos a la naturaleza misma de la persona: «Quiere obligarme a esperar para darme a entender que tiene la ventaja». En pocas palabras, cuando las relaciones son positivas existe la tendencia a concederle a la parte contraria el beneficio de la duda, y ésa es una buena forma de evitar los malentendidos.

Las bases de unas buenas relaciones se deben sentar antes de que surja un problema. Por lo tanto, si existe la posibilidad de que usted tenga un conflicto con otra persona en el trabajo, comience a cultivar las relaciones con esa persona lo antes posible. Un director de producción debe tener unas sanas relaciones de trabajo con su colega del departamento de marketing, con un jefe de sindicato, con su colega de la administración;

un director de colegio, con el consejo escolar. Cuando la otra persona se esté poniendo difícil, usted podría decirle: «Mira, Cristina, siempre nos hemos llevado bien. Hace mucho que somos amigos».

Expresé su opinión, pero sin aguijonear

Cuando usted escucha y concede reconocimiento a su oponente, es mucho más probable que él lo escuche a usted. Por lo tanto, aproveche la ocasión para expresar sus puntos de vista. Sin embargo, no lo haga de manera tal que él se niegue a escuchar.

El secreto está en cambiar de actitud. La manera usual de ver las cosas es que si uno de los dos tiene la razón, el otro no la tiene. La alternativa es que ambos pueden tener razón. Su oponente puede tener la razón de acuerdo con la experiencia que ha tenido, y usted también. Dígale: «Entiendo por qué piensa de esa manera. Es lo más lógico, considerando la experiencia que ha tenido; pero mi experiencia ha sido distinta». Reconozca el punto de vista del otro y, sin ponerlo en tela de juicio, manifieste la opinión opuesta. De esa manera establecerá un clima de coexistencia, en el cual puedan incluirse pacíficamente las diferencias y al mismo tiempo se pueda buscar una conciliación.

No diga «pero», diga «sí... y»

La mayoría de las personas, cuando van a refutar un punto de vista, comienzan diciendo «pero». Cuando su cliente dice: «El precio es muy alto», la tentación inmediata es refutar diciendo: «Pero la calidad de este producto es insuperable». Desafortunadamente, en el momento mismo en que el cliente oye la palabra «pero», percibe una crítica y piensa que lo que usted está diciendo es: «Creo que usted está equivocado por las siguientes razones». No es raro, entonces, que deje de escuchar.

Su oponente será más receptivo si usted comienza por reconocer los puntos de vista de él con «sí», y luego preludia su respuesta con «y». Cuando el cliente se queje del precio, responda: «Sí, es absolutamente cierto que nuestro precio es más alto. Y lo que usted consigue por ese precio mayor es mayor calidad, más confianza y mejor servicio».

Hasta una opinión totalmente contraria se puede expresar de manera conciliatoria. «Entiendo sus razones y las respeto. Sin embargo, permítame decirle cómo veo yo las cosas desde mi punto de vista» o «Estoy totalmente de acuerdo con lo que usted está tratando de lograr. Lo que quizás no ha tomado en consideración es...». Cualquiera que sea la manera de expresarse, la clave está en agregar su opinión a la del otro en lugar de contradecirla directamente.

Haga afirmaciones con «yo», no con «usted»⁽¹⁷⁾

Usted correrá un menor riesgo de provocar a su oponente si habla de usted mismo y no de él. Al fin y al cabo, de lo único que usted puede hablar con conocimiento es de su propia experiencia.

Suponga que está tratando con un adolescente difícil que prometió regresar a la medianoche, y ha aparecido a las tres de la madrugada. Usted podría decirle: «¡No cumpliste lo que prometiste! Eres un irresponsable» o «Tú sólo piensas en ti mismo. ¡Jamás te acuerdas de tu familia!». Esas afirmaciones en segunda persona hacen que el adolescente se ponga furioso y a la defensiva y se niegue a escuchar el sermón.

Pero si usted le dice: «Jaime, me sentí defraudado anoche. Casi enloquezco pensando que te había ocurrido algo terrible. Hasta llamé a la policía de tránsito para averiguar si habían informado de algún accidente». En lugar de atacar, manifieste lo que sintió y experimentó con afirmaciones en primera persona. El mensaje sigue siendo el mismo, pero al expresarlo en esa forma la probabilidad de que sea escuchado es mayor.

El propósito esencial de una afirmación en primera persona debe ser describir el impacto que el problema produce en usted. Es informar a la otra persona acerca de las consecuencias de su comportamiento de una manera que no se presta al rechazo, puesto que se trata de la experiencia de usted. Algunas de las frases que puede usar son: «Siento que...», «Me perturbo cuando...», «Me tranquilizo con...» y «Yo considero que eso...».

Con una afirmación en primera persona usted no pone en tela de juicio las opiniones de su oponente, sino simplemente le expresa otro punto de vista: el de usted. Con ello no le indica qué debe hacer o cómo ha de pensar o qué debe sentir. Es una manera de decir que cada cual tiene derecho a pensar como deseé.

Observe que, al comenzar con la palabra «yo» su afirmación, no necesariamente convierte la frase en una afirmación en primera persona. Si usted le dice a su hijo adolescente: «Yo creo que tú obraste de manera irresponsable», o «Yo pienso que rompiste tu promesa», está acusándolo y provocando en él la misma reacción defensiva. La afirmación en primera persona debe centrarse en las necesidades, los intereses, los sentimientos y los deseos de usted, y no en los defectos de su oponente.

Defienda su posición

No dude en defender su posición. Cuando el recaudador de fondos de United Way fue amenazado por el conductor de camión, no se limitó a reconocer la exigencia del otro con un poco de buen humor. Después de decirle: «Señor, estoy dispuesto a hacer con ese lápiz lo que usted me pida...», agregó: «Después de que usted haya firmado la tarjeta de compromiso, claro está». De esa manera defendió su posición personal y la importancia de la obra de caridad.

Al defender su posición, usted no contrarresta el efecto del reconocimiento. El reconocimiento que hace una persona segura de sí misma y fuerte es mejor que el que hace una persona débil. Es más eficaz combinar respuestas aparentemente opuestas – reconocer las opiniones del oponente y expresar las propias– que hacer sólo una de las dos cosas.

Pensemos en el caso de los padres de un niño de cinco años que no deja de llorar porque no desea quedarse solo en casa con la niñera. ¿Deberían ceder y quedarse en casa? ¿Deberían amenazar al niño con una azotaina para tratar de calmarlo? Un importante psicólogo infantil⁽¹⁸⁾ recomienda una tercera estrategia, consistente en decirle al niño, con empatía: «Sabemos que no deseas que salgamos esta noche. Algunas veces, cuando no estamos, te da miedo. Te gustaría que nos quedáramos contigo, pero tu papá y yo vamos a disfrutar de una cena con nuestros amigos. Mañana cenaremos contigo». Eso es reconocer los puntos de vista del otro y a la vez defender los propios.

Reconozca las diferencias con optimismo

El hecho de expresar su acuerdo con el oponente no implica poner fin a las diferencias. En realidad, a veces es útil reconocerlas abiertamente, pues su oponente se dará cuenta de que usted comprendió su punto de vista, y eso le servirá para tranquilizarse. En muchos conflictos étnicos, por ejemplo, las partes se sienten bien al reconocer puntos de común acuerdo únicamente después de que han delimitado claramente las áreas de discrepancia.

Una vez identificadas las diferencias, es probable que los dos descubran que éstas no son tan grandes como habían imaginado. Sin embargo, hay ocasiones en que parecen abrumadoras. Por consiguiente, una actitud optimista de usted es fundamental. Corrobore su interés en llegar a un acuerdo y reafirme su convencimiento de que es posible llegar a una solución satisfactoria. «Creo que podemos llegar a un acuerdo ahora mismo». Atrévase a reconocer los puntos de vista de su oponente, a plantear los suyos con firmeza y a demostrar su optimismo respecto a la posibilidad de solucionar las diferencias.

Cree un clima favorable para las negociaciones

En resumen, los principales obstáculos que usted debe superar son la suspicacia, la hostilidad, la renuencia a escuchar y la falta de respeto de su oponente. Su mejor estrategia es ponerse del lado de él. Es más difícil ser hostil con una persona que lo escucha a uno y que le reconoce lo que dice y siente. Es más fácil escuchar a alguien que escuchó lo que uno dijo. Además, el respeto engendra respeto.

Agradablemente sorprendido por el comportamiento de usted, su oponente puede pensar: «Esta persona parece que realmente entiende y aprecia mi problema. Como casi nadie más lo hace, eso indica que es inteligente». Luego viene la determinación. «Tal vez sí pueda negociar con esta persona, al fin y al cabo.» Ésa es la grieta que usted estaba buscando.

Para concluir, volvamos a la negociación entre AT&T y Boeing, que describimos al principio del capítulo. Ante el fracaso inminente de las conversaciones, el jefe del grupo de ventas de AT&T solicitó una reunión en privado con el jefe de compras de Boeing, a quien le dijo:

—He estado tratando de comprender sus inquietudes. Corríjame si me equivoco: usted y sus colegas piensan que nosotros hemos venido confundiéndolos al decirles que estamos dispuestos a prestarles los servicios pero no a dejar constancia por escrito ni a asumir plena responsabilidad. Para ustedes eso es negociar de mala fe, de manera que es natural que estén enojados y no vean razón alguna para continuar hablando. ¿Correcto?

—¡Correcto! —le contestó con firmeza el comprador de Boeing—. ¿Cómo podemos confiar en su palabra? Si nosotros estuviéramos negociando la venta de un avión con un cliente y primero le dijéramos cuáles son las especificaciones de seguridad y luego que no estamos dispuestos a dejar constancia por escrito, el comprador saldría inmediatamente por esa puerta. Y tendría toda la razón. Si no estamos dispuestos a asumir la responsabilidad, más nos vale no construir aviones. Si ustedes no están dispuestos a cumplir sus promesas, no deberían estar en el negocio de las comunicaciones.

—Usted tiene toda la razón —aceptó el jefe de ventas de AT&T—. Yo pensaría exactamente lo mismo si fuera usted.

Sorprendido, el comprador de Boeing le preguntó:

—¿Entonces por qué no aceptan poner sus promesas por escrito y convienen en pagar los daños si no cumplen con su compromiso?

El representante de AT&T respondió:

—Sí, por supuesto, dejaremos nuestras promesas por escrito. Los daños son un tema que nos inquieta, pero estamos dispuestos a discutirlo. Ante todo, deseo ver si entiendo por qué estamos estancados. Creo que estoy empezando a comprender las cosas. Usted dijo que en Boeing hay una especie de «cultura de ingeniería». No hay cabida para la ambigüedad o los errores cuando se trata de vidas humanas. Así, si usted promete determinada especificación de seguridad, más vale que sea exacta. Además, todo debe quedar claramente especificado por escrito. ¿Me he expresado correctamente?

—Sí, lo que usted dice es correcto, pero no veo qué tiene que ver con nuestro problema —le contestó el comprador de Boeing.

—Si tiene un poco de paciencia, trataré de hacerle ver por qué está totalmente relacionado con nuestro problema. Verá usted: en AT&T también tenemos nuestros ingenieros, pero, primordialmente, estamos en el negocio de prestar servicios. La cultura de nuestra compañía es más de relaciones. Para nosotros, lo más importante son nuestras relaciones con los clientes: si el cliente no está satisfecho, tampoco nosotros estamos satisfechos. Por eso nos llaman «Mamá Bell». Porque, cuando una madre le dice a su hijo que va a prepararle el almuerzo y a llevarlo a la escuela, él no le dice: «Ponme eso por escrito para que yo pueda hacerte responsable de los perjuicios». ¿No es cierto?

—Claro que no.

—Lo más que uno espera de una madre es que ella haga lo posible por cumplir. Claro está que hay una diferencia muy grande entre lo que sucede en un hogar y lo que sucede en una empresa, pero creo que es un ejemplo que le permitirá a usted comprender nuestra manera de proceder. Hacemos promesas verbalmente, pero siempre con la

intención de cumplirlas. Creo que usted debe admitir que nuestro historial es muy bueno. Para nosotros es una experiencia completamente nueva tener que enfrentar el escepticismo de un cliente que exige garantía en caso de daños. Por eso estuvimos a punto de chocar durante nuestra última reunión. Ustedes están acostumbrados a hacer las cosas de la manera que exige su industria, y así debe ser, y nosotros estamos acostumbrados a hacerlas de otra manera. ¿Entiende lo que trato de decirle?

—Sí, ya comienzo a comprender. Permítame hacerle una pregunta...

Y pudieron continuar con la negociación.

¿Qué hizo el representante de ventas de AT&T para poner la negociación en buen camino? Le dio a entender al representante de Boeing que comprendía sus necesidades. Escuchó. No trató de refutar el argumento de su cliente y tampoco de defender a AT&T. Sencillamente reconoció que el cliente tenía razón. Una vez que el comprador de Boeing se dio cuenta de que el otro había comprendido y apreciado sus puntos de vista, se calmó y fue más receptivo. Hizo una pregunta e invitó al representante de AT&T a dar una explicación. En síntesis, el representante de ventas se puso primero del lado del comprador y sólo entonces explicó la forma como él veía la situación. Finalmente, consiguió que su cliente lo escuchara, disipó sus recelos y se ganó su respeto. Poco después, AT&T y Boeing firmaron un contrato de venta por ciento cincuenta millones de dólares.

3 No rechace: replantee

Contra el mal, a la astucia recurriré.

William Shakespeare

Medida por medida

Ahora que ya está establecido un clima favorable para la negociación, el siguiente desafío es cambiar el juego. El problema es que mientras usted desea discutir los intereses de ambas partes y la forma de satisfacerlos, lo más probable es que su oponente quiera insistir en su propia posición. Mientras usted puede ser flexible, su oponente, en cambio, puede ser inflexible. Mientras usted puede atacar el problema, él, en cambio, puede atacarle a usted. Veamos la siguiente negociación.

Director de presupuesto: No aceptaré un recorte inferior al diez por ciento en su presupuesto. Comencemos a trabajar, ¿de acuerdo?

Jefe de marketing: Eso es imposible. No podemos sobrevivir con eso.

Director de presupuesto: Lo siento, pero ya les dije a los demás jefes de departamento que usted aceptaría el recorte. Si no lo acepta, se malogrará los demás acuerdos que he logrado.

Jefe de marketing: Comprendo su problema, pero trate de comprender el mío. Acabo de diseñar un nuevo plan, encaminado a aumentar la productividad de mi departamento y a reducir los costes de manera apreciable. Sin embargo, no podré ponerlo en marcha con ese recorte del diez por ciento. ¿No podríamos colaborar para encontrar una solución que beneficie a la compañía?

Director de presupuesto: Eso es precisamente lo que necesito: su cooperación. Déjeme anotar que acepta el recorte, ¿de acuerdo?

Jefe de marketing: Lo lamento mucho, pero no puedo colaborar en eso.

Director de presupuesto: Verá, yo no quiero que usted tenga problemas. Pero necesito ese recorte presupuestario ahora mismo.

Jefe de marketing: ¿Qué opina de un recorte del seis por ciento? Eso se aproxima bastante a su objetivo.

Director de presupuesto: Bueno, eso facilita las cosas. Ahora sólo tiene que encontrar el cuatro por ciento restante.

Jefe de marketing: El seis por ciento es lo máximo que puedo aceptar.

Director de presupuesto: ¡Esto lo sabrá el presidente!

¿Qué puede usted hacer cuando su oponente se muestra totalmente inflexible? ¿Qué puede hacer si exige («No aceptaré un recorte inferior al diez por ciento»), amenaza («No quiero que usted tenga problemas») o le presenta un hecho consumado («Ya les dije a los demás jefes de departamento que usted aceptaría el recorte»)?

Ante una exigencia que no parece razonable, la reacción más natural es rechazarla de plano. Usted responde a la posición del otro presentando la suya propia. Como es de esperar, él rechaza la posición de usted y reafirma la suya propia. Aunque usted proponga una transacción sensata, él la interpretará como una posición de defensa, aceptará la concesión y volverá al ataque. Antes de que usted se dé cuenta, habrá caído en la trampa de seguirle el juego duro, precisamente lo que usted deseaba evitar.

¿Existe alguna manera de inducir a su oponente a jugar el juego que usted desea, una negociación orientada a solucionar el problema?

Para cambiar el juego, cambie el planteamiento

Recuerde el secreto para batear del gran jugador de béisbol Sadhara Oh. Él siempre consideraba al lanzador del equipo contrario como su compañero, que en cada lanzamiento le daba la oportunidad de batear una carrera. Él cambiaba el juego replanteando la situación.

Para cambiar el juego de la negociación, usted debe hacer lo mismo. Haga todo lo contrario de lo que se siente tentado a hacer. Trate a su oponente como a un compañero. En lugar de rechazar lo que la otra persona dice, acéptelo y replantéelo como una oportunidad para hablar del problema.

Replantear significa desviar la atención que la otra persona tiene puesta en sus posiciones, y dirigirla hacia el propósito de identificar intereses, inventar opciones creativas y discutir normas justas para escoger una opción. Así como usted puede ponerle un marco nuevo a un cuadro viejo, puede poner las posiciones de la otra persona en un marco de negociación orientada a solucionar el problema. En lugar de rechazar la posición inflexible del oponente, considérela como una contribución informativa para la discusión. Replantéela, diciendo: «Muy interesante. ¿Por qué quiere usted eso? Ayúdeme a entender el problema que quiere solucionar». En el momento de responder, la atención de la otra persona va a estar centrada en los intereses y no en las posiciones. Usted cambió el juego.

Veamos el siguiente ejemplo: en 1979 se presentó en el Senado de los Estados Unidos de América, para su ratificación, el tratado SALT II para el control de armas estratégicas.⁽¹⁹⁾ Para obtener la mayoría necesaria de las dos terceras partes, los dirigentes del Senado deseaban introducir una enmienda, para la cual era preciso el consentimiento de la Unión Soviética. Un senador joven, Joseph R. Biden Jr., debía viajar a Moscú, por lo cual los jefes del Senado le solicitaron que le planteara el asunto a Andrei Gromyko, el entonces ministro de Asuntos Exteriores de la Unión Soviética.

El encuentro en Moscú fue desigual: un senador joven frente a un diplomático sagaz y curtido. Gromyko abrió la reunión con una elocuente disquisición de una hora para explicar que los soviéticos siempre habían tenido que jugar a alcanzar a los estadounidenses en la carrera armamentista. Concluyó con un argumento enérgico, en el sentido de que el SALT II era favorable para los estadounidenses y que, por tanto, el Senado debía ratificar el tratado sin modificación alguna. La posición de Gromyko sobre la enmienda propuesta fue un inequívoco *Niet*.

Entonces le tocó el turno a Biden. En lugar de discutir con Gromyko y ponerse en posición de ataque, pronunció las siguientes palabras con toda serenidad: «Señor Gromyko, su argumento es muy persuasivo. Estoy de acuerdo con muchas de las cosas que usted ha dicho. Sin embargo, cuando yo regrese y les comunique a mis colegas del Senado lo que usted me ha dicho, algunos de ellos –como el senador Goldwater o el senador Helms– no quedarán convencidos, y me temo que la opinión de ellos tenga mucho peso». Biden procedió entonces a explicar los puntos que les preocupaban. «Usted es la persona que más experiencia tiene en el mundo acerca de estas cuestiones del control de armas estratégicas. ¿Qué me aconseja? ¿Cómo debo responder a las inquietudes de mis colegas?»

Gromyko no pudo resistir la tentación de darle un consejo al joven e inexperto estadounidense. Comenzó a darle instrucciones sobre lo que debía decirles a los senadores escépticos. Biden fue presentando, uno a uno, todos los argumentos que tendría que rebatir, para que Gromyko los fuese resolviendo. Al terminar, habiendo apreciado, quizá por primera vez, que la enmienda en realidad serviría para conseguir los votos de los senadores reacios, Gromyko modificó su posición y dio su consentimiento.

En lugar de rechazar la posición de Gromyko y enfrascarse en una lucha de poderes, Biden le pidió ayuda al ministro soviético como si éste estuviera interesado en solucionar el problema. Replanteó la conversación para convertirla en un análisis constructivo sobre la forma de subsanar las inquietudes de los senadores y conseguir que ratificaran el tratado.

El replanteamiento funciona porque todos los mensajes son susceptibles de interpretación. Usted tiene el poder de la percepción positiva, la capacidad de poner dentro de un marco de solución de problemas todo lo que su oponente diga. Verá como muchas veces su oponente acepta la nueva interpretación, igual que hizo Gromyko, en parte por la sorpresa de ver que usted no ha rechazado su posición, y en parte porque está ansioso de insistir en su argumento.

Como su oponente tendrá toda la atención puesta en el resultado de la negociación, es probable que ni siquiera se dé cuenta del cambio sutil que usted le dio al proceso. En lugar de concentrarse en las posiciones contrapuestas, usted está buscando la mejor forma de satisfacer los intereses de ambas partes. Para ello no necesita el consentimiento de su oponente. Basta con comenzar el juego nuevo.

Replantear la negociación es uno de los poderes más grandes que usted tiene a su disposición. La manera de cambiar el juego consiste en cambiar el planteamiento.

Formule preguntas encaminadas a solucionar el problema

La manera más obvia de dirigir la atención de su oponente hacia el problema consiste en hablarle de él. Sin embargo, si lo hace por medio de afirmaciones, lo más probable es que provoque resistencia. Es mejor hacer preguntas. En lugar de darle a su oponente la respuesta correcta, trate de formularle las preguntas más indicadas. En lugar de tratar de enseñarle, deje que sea el problema mismo el que le enseñe.

El instrumento sencillo más valioso para replantear es la pregunta encaminada a solucionar el problema, la cual hace enfocar la atención en los intereses de ambas partes, en las alternativas para satisfacer esos intereses y en las normas justas para solucionar las diferencias. Veamos a continuación algunas de las preguntas más útiles:

Pregunte «¿por qué?»

En lugar de ver la posición de su oponente como un obstáculo, véala como una oportunidad. Cuando él explica su posición está revelando una gran cantidad de información valiosa acerca de lo que desea. Invítelo a decir más, con preguntas como éstas: «¿Por qué desea eso?», «¿Cuál es el problema?», «¿Cuáles son sus intereses?». Descubra qué es lo que realmente lo motiva.

La forma de preguntar es tan importante como el contenido. Si cree que las preguntas directas pueden parecer desafiantes, formúlelas de manera indirecta: «No estoy seguro de haber comprendido por qué desea eso», «Ayúdeme a entender por qué esto es importante para usted» o «Parece que esto es crucial para usted, me gustaría comprender por qué». Es conveniente comenzar la pregunta con un reconocimiento: «Entiendo lo que dice. Estoy seguro de que la política de la compañía tiene un buen propósito. ¿Sería usted tan amable de explicármelo?». No olvide que el tono de la voz, los gestos y el lenguaje corporal son tan importantes como las palabras en el momento de manifestar interés y respeto.

Hacer preguntas para descubrir los intereses de la otra persona es como pelar una cebolla capa por capa. Veamos la siguiente conversación:

—¿Por qué desea usted renunciar? —preguntó el socio más antiguo de un despacho de abogados de Nueva York.

—Porque necesito ganar más, y usted no puede darme el aumento que necesito — contestó el socio más joven.

—¿Cuál es el problema?

—Bueno, acabamos de tener otro hijo y necesitamos un apartamento más grande.

—¿Entonces cuál es el problema?

—No hemos podido encontrar uno con un canon de arrendamiento fijo.

Una vez que el socio de más edad logró llegar al fondo del problema, recurrió a sus contactos para encontrarle a su socio un apartamento que estuviera dentro de su presupuesto. El joven abogado permaneció en la firma durante treinta años más, y llegó a ser uno de los socios principales. La persistencia en indagar los intereses subyacentes ayudó a llegar a un acuerdo satisfactorio para ambos.

No olvide los intereses de aquellos a quienes la otra persona representa. Es probable que ella haya adoptado una posición rígida no tanto para proteger sus intereses, sino los del jefe, la junta directiva, los accionistas, los miembros del sindicato o la familia. Pregunte también por los intereses de los demás.

Pregunte «¿por qué no?»

Si su oponente está poco dispuesto a revelar sus intereses, adopte una táctica indirecta. Si no le sirve de nada preguntar por qué, pruebe a preguntarle por qué no. Proponga una alternativa y pregunte: «¿Por qué no lo hace así?» o «¿Qué tendría de malo este enfoque?». A las personas a quienes no les gusta revelar sus intereses, por lo general les encanta criticar. Si usted está en medio de una negociación de un presupuesto y pregunta: «¿Por qué no recortamos el presupuesto del departamento de marketing?», el jefe de marketing bien podría contestar: «Le diré por qué: porque las ventas se vendrán abajo, la junta directiva se nos vendrá encima y yo acabaré escribiendo un *curriculum vitae*». Sin darse cuenta, su oponente le habrá dado una información valiosa acerca de las cosas que lo motivan: su preocupación por las ventas, su preocupación por la presión de la junta directiva y su temor de perder el empleo.

Si la parte contraria insiste en no revelar sus intereses, hable de ellos usted mismo, y pídale que lo corrija si se equivoca. Si usted está tratando de convencer a un fabricante reacio que no desea acelerar la producción, dígale lo siguiente: «Sí, entiendo lo que usted dice. A usted le interesa mantener los costes bajos, una alta calidad y un servicio de confianza. ¿Correcto?». Son pocas las personas que pueden resistir la tentación de corregir a alguien que no percibe adecuadamente sus intereses. El fabricante podría responder: «No exactamente. Usted olvidó mencionar...», y seguir enumerando lo que usted desea.

Si aun así su oponente no revela nada, podría ser porque teme que usted utilice la información para aprovecharse de él. Para tranquilizarlo y darle confianza, comience por enumerar sus propios intereses: «Me gustaría acelerar la producción para aprovechar el nuevo mercado. Los distribuidores me están acosando por el producto, y creo que está en juego mi credibilidad. ¿Podría contarme un poco sobre las dificultades que impiden acelerar la producción?». Si usted cree que revelar sus intereses puede menoscabar su posición, no lo diga todo. Dele a su oponente un poco de información sobre sus intereses, pregúntele sobre los de él, luego agregue otro poco de información, etc. Establezca gradualmente el clima de confianza.

Pregunte «¿y si...?»

El siguiente paso es inducir a su oponente a considerar alternativas. Para presentar distintas opciones con objeto de solucionar el problema sin atentar contra la posición de su oponente, comience con una de las frases más eficaces que hay: «¿Y si...?».

Suponga que su cliente le dice: «Ése es el único presupuesto que tenemos para el proyecto de asesoría. No podemos pagar un céntimo más». Su siguiente pregunta debe ser: «¿Y si prolongamos el proyecto de modo que una parte pueda incluirse en el presupuesto del año próximo?», «¿Y si nosotros le ayudamos a demostrarle a su jefe que el beneficio de este proyecto para la compañía justifica solicitar un aumento de presupuesto?». Si usted logra que el cliente considere alguna de estas preguntas, habrá cambiado el juego; juntos comenzarán a pensar en las alternativas.

Convierta la conversación en una lluvia de ideas. Replantee la posición de su oponente para que sea una alternativa más. Suponga que usted y su familia no logran ponerse de acuerdo acerca del lugar para pasar las vacaciones de Navidad. Su cónyuge insiste en visitar a sus padres. En lugar de rechazar la propuesta, diga algo así: «Ésa es una posibilidad». Proponga una o dos alternativas e invite a su cónyuge a que sugiera otras: «Claro está que otra posibilidad es pasar la Navidad con mi familia», o «¿Y si pasamos la Navidad con tu familia y el Año Nuevo con la mía? ¿Tienes alguna otra idea?».

Si la parte contraria comienza a criticar sus propuestas, responda diciendo: «Me gustaría escuchar sus comentarios, pero ¿por qué no esperamos a tener todas las alternativas sobre la mesa? Así podremos ver cuál es la mejor». Como la crítica acaba con la creatividad, invente primero y evalúe después.

Pídale consejo a su oponente

Otra forma de inducir a su oponente a hablar de alternativas consiste en pedirle consejo. Probablemente eso es lo que menos espera él que usted haga. Pregúntele: «¿Qué me sugiere que haga?», «¿Qué haría usted si estuviera en mi lugar?», «¿Qué les diría usted a las personas a quienes represento?». Esta táctica fue la que empleó el senador Biden con el ministro Gromyko.

Es halagador que a uno le pidan consejo. Así le reconoce usted realmente a su oponente su idoneidad y su estatus. Con eso no sólo lo desarma usted, sino que lo informa acerca de su problema y de las restricciones que pesan sobre usted.

Imagine que usted necesita que le aprueben una excepción a la política de la compañía, y que la persona a quien tiene que recurrir es un burócrata conocido por su inflexibilidad. Usted sabe que si le habla directamente, comenzará a quejarse de usted y de todas las demás personas que sólo piensan en quebrantar las reglas. Entonces usted

opta por decirle: «Señor Garavito, me han dicho que usted conoce perfectamente la política de la compañía. Tengo un problema y desearía su consejo». Tras explicarle la situación, le pregunta: «¿Cómo debo proceder?».

Cuando usted hace partícipe del problema a su oponente, él comienza a sentirse responsable de desempeñar con decoro el papel positivo y determinante que usted le asigna. Lo más probable es que le solucione el problema. El señor Garavito podría hacer una excepción a la política de la empresa.

Pero si él responde reafirmando la política de la compañía, reconózcale sus preocupaciones y pídale consejo nuevamente: «Comprendo las razones de esta política. Es importante que la defienda. No obstante, este proyecto es muy importante para el futuro de la compañía. ¿Cómo cree usted que podríamos llevarlo a cabo?». Si el señor Garavito dice que él no puede hacer nada, entonces dígale: «Comprendo. ¿Podría decirme quién podría autorizar esa excepción?».

Pedir consejo es uno de los recursos más eficaces para cambiar el juego.

Pregunte: «¿Por qué es eso justo?»

A usted podría parecerle que la posición de su oponente no es razonable. Sin embargo, en lugar de rechazarla, úsela como punto de partida para una charla sobre normas de equidad. Parta del hecho de que el otro normalmente piensa que la propia posición es justa. Dígale: «Usted debe tener buenos motivos para creer que ésa es una solución justa. Me gustaría conocerlos».

Suponga, por ejemplo, que un cliente importante espera que el precio del producto incluya el servicio de mantenimiento. Usted no puede contradecirlo sin correr el riesgo de ofenderlo, pero, si acepta, será una decisión que le costará mucho dinero. Entonces debe preguntar: «¿Por qué piensa usted que eso sería justo? ¿La competencia le ha ofrecido mantenimiento gratuito?». Usted utiliza una norma justa –en este caso, la práctica que se observa en el mercado– a fin de hacerle ver que lo que él pide es injusto. Como dijo hace más de tres siglos el filósofo francés Blas Pascal: «Las razones que una persona descubre por sí misma son más convincentes para ella que las que descubren otros».

Durante una negociación para adquirir una compañía,⁽²⁰⁾ el vendedor pidió una suma que al comprador le pareció excesivamente alta. Pero en lugar de rechazar el precio, el comprador decidió educar al vendedor. Comenzó por preguntarle a cuánto ascendían los beneficios que la compañía podría generar durante el primer año. El vendedor respondió: «Ganaremos cuatrocientos millones este año, lo cual equivale a cuarenta millones de beneficio». Una vez informado de ese punto de referencia tan optimista, el comprador pudo decir: «Estoy seguro de que podrán alcanzar esa meta si usted cree que así será. Después de todo, esta empresa es excelente. Pero el precio se basa en sus cálculos. Usted sabe mejor que yo que hay muchos factores que pueden

echarlo abajo. Si no se cumplen sus proyectos, ¿bajaría el precio?». Al sondear al vendedor para averiguar en qué se basaba el precio, el comprador logró una reducción sustancial sin haber rechazado el precio de plazo.

Para discutir una solución equitativa, a veces es necesario que uno mismo fije la norma. Durante unas negociaciones, el comprador sugirió tomar como norma la práctica contable usual para determinar un precio justo. Le dijo al vendedor: «Mi contable mencionó un punto, aunque estoy seguro de que usted ya se dio cuenta de ello. Es probable que tengamos que establecer una reserva para cuentas por cobrar de cerca de trescientos mil euros... Es una práctica contable sana, considerando el estado de su compañía. Esto reduciría el valor neto de la compañía, por lo cual tendremos que considerar con mucho detenimiento el precio que usted fijó». Con eso, el vendedor concedió otra reducción sustancial en el precio.

Si su oponente rechaza su norma, rételo a presentar una mejor. El hecho de discutir distintas normas justas contribuirá a su objetivo de enfocar la negociación hacia un resultado justo y evitar que se atasque en la discusión de determinadas posiciones.

Formule preguntas abiertas

No toda pregunta da buen resultado. Una pregunta encaminada a solucionar el problema debe ser abierta y servir para abrirle los ojos al oponente.

La respuesta dependerá de la forma como usted exprese la pregunta. Si un ejecutivo particular o del sector público le dice: «Usted no puede hacer eso porque va en contra de nuestra política», usted podría tener la tentación de preguntarle: «¿No podemos cambiar esa política?». Indudablemente, la respuesta que recibiría sería un «no» rotundo. Si usted hubiera pensado antes de hablar, seguramente se habría dado cuenta de que no había otra respuesta posible, puesto que la pregunta estaba hecha para recibir el «no».

Las preguntas que comienzan: «¿Acaso...?», «¿No es...?», «¿Puede...?», «¿No se puede...?», están hechas para recibir una respuesta negativa. Por lo tanto, formule preguntas que no se puedan contestar con un «no». En otras palabras, formule preguntas abiertas, comenzando con palabras como «¿Cómo...?», «¿Por qué...?», «¿Por qué no...?», «¿Qué...?», «¿Quién...?». A su oponente no le será fácil responder con una negativa a preguntas como éstas: «¿Cuál es la finalidad de esta política?», «¿Quién tiene autoridad para aprobar una excepción?», «¿Cómo cree usted que debo proceder?».

Muchas veces hacemos preguntas para las cuales nuestro oponente ya tiene preparada una respuesta. Veamos el ejemplo de un negociador británico que, cada vez que presentaba una propuesta sobre el control de armas, invariablemente recibía la misma respuesta cortante de su oponente ruso: *Niet*. Después de un año de ser tratado en esa forma, el anglosajón llevó al soviético aparte y le comunicó su exasperación. El soviético le respondió: «Para mí es igualmente frustrante tener que negociar con las instrucciones tan inflexibles que me da Moscú. El problema es que usted siempre me hace preguntas para las cuales tengo instrucciones muy claras. ¿Por qué no me pregunta

cosas sobre las cuales no tenga instrucciones?». A pesar de su desconcierto, el diplomático británico puso en práctica el consejo en la siguiente sesión, y le planteó al soviético una pregunta sorprendente. El negociador soviético se lo agradeció cordialmente y le dijo que, como no tenía instrucciones sobre la forma como debía responder a esa pregunta, tendría que regresar a Moscú. Una vez allí, convenció a sus superiores del Kremlin para que le concedieran la flexibilidad necesaria para llegar a un acuerdo.

Siga el ejemplo de esos dos diplomáticos y formule preguntas para las cuales su oponente no tenga «instrucciones» o respuestas preparadas. Sus preguntas deben obligar a su oponente a pensar, de la misma manera que las preguntas de Biden obligaron a Gromyko a considerar las inquietudes de los senadores estadounidenses. Al tener que considerar sus preguntas, su oponente quizá cambie de opinión y esté más dispuesto a llegar a un acuerdo.

Aproveche el poder del silencio

La pregunta es sólo la mitad de lo que usted necesita para solucionar el problema. La otra mitad es lo que se logra con ese silencio cargado de emoción que invade el recinto mientras su oponente medita la respuesta. Es un error común privar al oponente de ese tiempo para crear. Si él no responde, usted podrá sentir la creciente incomodidad del silencio. En una conversación normal, si usted ve que sus preguntas hicieron sentir incómoda a la otra persona, puede ayudarla a salir del apuro rompiendo el silencio.

Resista esa tentación y espere hasta que la persona con quien está negociando diga algo. Después de todo, su pregunta es completamente válida. Deje que el silencio y el malestar cumplan su labor. Tal vez, por último, su oponente conteste dando información sobre sus intereses, sobre una posible alternativa o sobre una norma aplicable. Cuando lo haga, se habrá comprometido en el juego de encontrar una solución.

Recuerde que lo único que usted necesita es una respuesta. Por lo tanto, no afloje. Si con una sola pregunta no consigue lo que busca, ensaye desde otro ángulo, tal como lo haría un entrevistador sagaz. Si observa a los buenos negociadores en acción, verá que siempre hacen infinidad de preguntas.

Replantee las tácticas

Las preguntas diseñadas para solucionar problemas sirven para replantear la posición del oponente en cuanto a intereses, alternativas y normas. Pero también usted debe hacer frente a las tácticas del otro, es decir, a los «muros de piedra», a los ataques y a los trucos que él utiliza para que usted acceda a sus deseos. ¿Cómo debe usted replantear las tácticas para dirigir la atención de la otra persona hacia el problema?

Rodee el muro de piedra

¿Qué puede hacer usted si su oponente se atrincherá en una posición extrema y le dice «tómelo o déjelo», o fija un término inamovible? Para rodear el muro de piedra usted puede hacer caso omiso de él, reinterpretarlo o ponerlo a prueba.

Haga caso omiso del muro de piedra. Si su oponente le dice: «¡Tómelo o déjelo!» o «Tiene hasta las cinco de la tarde, o no habrá negocio», es difícil saber si está hablando en serio o si es puro bluf. Por lo tanto, ponga a prueba la seriedad de la afirmación haciendo caso omiso de la táctica. Continúe hablando del problema como si no hubiera oído nada, o cambie de tema. Si su oponente habla en serio, muy pronto se lo hará saber.

Reinterprete el muro de piedra viendo en él una aspiración. Suponga que el jefe de un sindicato le anuncia: «Le he dicho a mi gente que si no regreso con un aumento del quince por ciento, les daré mi cabeza en bandeja de plata». Él mismo se ha puesto la soga al cuello, y si usted desafía ese compromiso lo único que logrará será dificultarle más la retirada. Por lo tanto, reinterprete ese compromiso como una aspiración y haga que su oponente se concentre de nuevo en el problema: «Todos tenemos nuestras aspiraciones. La gerencia está sometida a presión por la tendencia a la baja que ha habido en la economía, y le encantaría rebajar los salarios. Pero creo que a ambos nos conviene ser realistas y analizar detenidamente las circunstancias de la cuestión salarial. ¿Cuánto están pagando las demás compañías a sus trabajadores por el mismo tipo de trabajo?». Con esa reinterpretación usted le da a su oponente la oportunidad de zafarse con elegancia del compromiso adquirido.

O imagine que su oponente le impone un plazo fijo. En lugar de rechazar el término, usted puede suavizarlo interpretándolo como un objetivo: «A todos nos gustaría cerrar la negociación en esa fecha. Sería lo ideal. Más vale que comencemos a trabajar inmediatamente». Luego, concentre su atención en el problema con todo el deseo de demostrar su buena voluntad.

Tome en serio el muro de piedra, pero póngalo a prueba. Una tercera forma de proceder es poner a prueba el muro de piedra para ver si es real. Por ejemplo, tome en serio el plazo fijado por su oponente, pero, cuando esté cerca, apáñeselas para tener que retirarse por una llamada telefónica o por una reunión urgente. Los encargados de negociar en casos de rehenes, por ejemplo, buscan algún acontecimiento verosímil sobre el cual no tienen control alguno, como un cierre bancario, para decir que les es imposible reunir el dinero del rescate en el tiempo fijado por los terroristas. Uno de los mejores negociadores explica: «Nos gustan los plazos.⁽²¹⁾ Cuanto más cortos, mejor. Porque al incumplir el plazo uno altera completamente el plan de juego de los oponentes».

Otra manera de poner a prueba el muro de piedra sin desafiar directamente a la persona consiste en hacer preguntas. Si un vendedor de automóviles afirma que el precio es definitivo, pregunte si hay financiación y si le pueden aceptar su vehículo usado a un buen precio. Si el vendedor comienza a mostrarse flexible, usted sabrá que el precio quizás no es definitivo.

No olvide que algunas veces puede usar el muro de piedra de su oponente para su propio provecho. Si le fijaron un plazo inamovible, diga: «Me gustaría poder reunir a los miembros de la junta y conseguir autorización para hacerle una oferta más generosa, pero en vista del problema de tiempo, esto es lo máximo que puedo hacer por ahora», o «Para poder cumplir el plazo que usted fijó, necesitaremos su ayuda. ¿Podría usted encargarse de recoger y despachar la mercancía?».

Desvíe los ataques

¿Qué debe hacer si su oponente lo amenaza, lo insulta o lo culpa de algo que salió mal? ¿Cómo puede usted replantear el ataque para desviar la atención de su oponente hacia el problema?

Haga caso omiso del ataque. Una manera de desviar el ataque es que usted finja que no oyó el ataque y siga hablando del problema. Suponga que usted es jefe de un sindicato y que está negociando con un gerente intransigente que amenaza con despedir a la mitad de los trabajadores si usted no acepta los recortes salariales. Al gerente le será más difícil retractarse si usted insiste en hablar de la amenaza. Si usted le responde: «No sea ridículo, usted no haría eso», lo más probable es que lo induzca a demostrar que está hablando en serio. Usted debe hacer caso omiso de la amenaza y concentrarse en las dificultades financieras de la compañía: «Sé que es muy importante para usted mostrar unas cifras mejores. Cuénteme un poco más sobre nuestra situación».

Si su oponente se da cuenta de que sus tácticas agresivas no le sirven de nada, lo más seguro es que cambie de actitud. Tomemos el ejemplo del comprador que hacía esperar a los vendedores en la antesala para hacerles perder la confianza en sí mismos y así conseguir unas condiciones más favorables. Uno de los vendedores decidió hacer caso omiso de la táctica y llevar un libro para leer mientras esperaba. Cuando el comprador lo hizo pasar finalmente, el vendedor actuó como si no quisiera cerrar el libro, dando a entender que la espera no lo había incomodado en absoluto. Cuando el comprador tuvo que atender una larga llamada telefónica a la mitad de la reunión, el vendedor volvió a sacar su libro. Después de dos o tres reuniones de ese estilo, el comprador se dio cuenta de que la táctica no le daba buen resultado, y dejó de emplearla.

Replantee un ataque personal como si fuera una forma de atacar el problema. Un segundo enfoque es reinterpretar el ataque. Suponga que usted desea la aprobación de su departamento para un nuevo producto, y que uno de sus compañeros le lanza esta pregunta: «¿No tiene algo mejor que hacer que presentar propuestas que no van a llegar a ninguna parte?». Usted podría ponerse a la defensiva y reaccionar con hostilidad. O bien podría hacer caso omiso de la crítica personal, reconocer el punto de vista y reinterpretarlo como si se tratara de una manera de atacar el problema: «En eso puede usted tener razón. ¿Cómo mejoraría usted la propuesta para que fuera aceptada?».

Su atacante afirmó dos cosas: primero, que su propuesta no es buena y, segundo, que usted no sabe lo que hace. De usted depende escoger cuál de las afirmaciones desea tomar en consideración. Al escoger la relacionada directamente con la propuesta, usted desvía el ataque personal y hace que su oponente se concentre en el problema.

Replantee un ataque personal como si fuera un comentario amistoso. Otra manera de desviar un ataque personal es tergiversarlo, como si se tratara de un comentario amistoso. Tomemos el ejemplo de un general del siglo XVIII⁽²²⁾ que había perdido el favor del rey guerrero, Federico el Grande de Prusia. El general, al encontrarse con el rey, lo saludó con gran respeto, pero éste le volvió la espalda. «Me alegra ver que su majestad ya no está enojado conmigo», murmuró el general. «¿Y cómo es eso?», le espetó el rey. «Porque su majestad jamás en la vida le ha dado la espalda a un enemigo», contestó el general. Desarmado, Federico lo acogió nuevamente como amigo.

Esto de convertir un ataque personal en una muestra de amistad es algo que usted puede hacer en cualquier momento de su vida. Por ejemplo, si su oponente trata de hacerle perder seguridad diciéndole: «¿Sabe?, usted no tiene muy buen semblante. ¿Está seguro de que se siente bien?», usted puede responder: «Gracias por su interés. Me siento de maravilla, ahora que estamos tan cerca de llegar a un acuerdo».

Replantee los errores del pasado y conviértalos en beneficios para el futuro. El oponente suele atacar en forma de acusación. Al discutir el presupuesto de la casa, el esposo culpa a su cónyuge: «¡Tú malgastas el dinero en baratijas! ¿Recuerdas ese gato de cerámica que te costó sesenta euros?». La esposa responde: «¿Y tú qué, señor don Alarde? ¿Cuánto te costó llevar a todos tus amigos de fiesta la semana pasada?». Y así siguen, horas y horas, discutiendo por cosas del pasado, y olvidan por completo el presupuesto.

Siempre hay una oportunidad para replantear el asunto, sacarlo del pasado para proyectarlo al futuro y, en lugar de hablar de quién tuvo la culpa, comenzar a hablar de cómo solucionar el problema. La esposa puede decir: «Sí, Juan, los dos estuvimos de acuerdo en que pagué demasiado por el gato de cerámica y no volveré a cometer el mismo error. Hablemos del presupuesto del próximo mes. ¿Qué podemos hacer para no gastar más de la cuenta?». Cuando su oponente lo critique por un error que usted cometió en el pasado, no deje pasar la oportunidad sin preguntar: «¿Qué podemos hacer para asegurarnos de que no vuelva a suceder?». Replante la acusación para que aparezca como una responsabilidad compartida.

No hable de «usted» y «yo», sino de «nosotros». Cuando una pareja discute por dinero, lo único que se les oye decir es: «¡Tú hiciste tal cosa!» y «¡Yo no!». Es mucho lo que se logra diciendo «nosotros», en lugar de «tú» y «yo». La esposa pregunta: «¿Qué podemos hacer para no gastar más de la cuenta?». «Nosotros» coloca a las dos personas en una posición de compañeros, lo cual hace que enfoquen la atención en sus intereses comunes y sus metas compartidas.

Una forma muy fácil y eficaz de replantear la situación y comenzar a hablar de «nosotros» en lugar de «usted» y «yo» consiste en utilizar el lenguaje corporal. Cuando las personas discuten, por lo general se colocan frente a frente, manifestando físicamente una actitud de enfrentamiento. Por lo tanto, busque una excusa para sentarse al lado de su oponente. Tome un documento o un contrato y siéntese al lado de la parte contraria para revisarlo. O siéntese al lado de su cónyuge en el sofá, en lugar de gritarle por encima de la mesa de la cocina. Estar al lado de su oponente no es la fórmula mágica para transformar la situación, pero refuerza la idea de que están juntos en la tarea de solucionar un problema difícil.

Ponga al descubierto los trucos

La táctica más difícil de replantear es el truco. Los trucos se basan en lo que ambas partes dan por sentado durante una negociación de buena fe: que la otra persona está diciendo la verdad, que está dispuesta a cumplir sus promesas, que tiene la autoridad que dice tener y que una vez que un asunto quede solucionado no será renegociado. Es difícil replantear un truco, porque ya se expresó con palabras de cooperación y sensatez, con objeto de engañarlo a usted.

Usted podría poner al descubierto el truco, pero el riesgo es elevado. Por una parte, podría equivocarse y, por otra, aunque tenga razón, su oponente podría ofenderse al ver que usted lo trata de embustero o de trámposo, con lo cual las relaciones se deteriorarían.

La alternativa para contrarrestar el truco es seguirle la corriente al oponente. Responda como si su oponente estuviera negociando de buena fe, pero actúe con cautela y hágale preguntas de sondeo para ver si es sincero. En otras palabras, hágase el tonto, como la zorra de la fábula. Si su oponente está diciendo la verdad, sus preguntas no le harán daño alguno. Si está tratando de engañarlo, el truco quedará al descubierto. Como no ha habido enfrentamiento, él podrá salirse por la tangente fingiendo que todo fue un error o un malentendido.

Formule preguntas aclaratorias. Formule preguntas encaminadas a verificar y aclarar las afirmaciones de su oponente. Si usted está negociando la compra de una empresa y el vendedor incluyó en el valor total las cuentas por cobrar, diga en un tono que no denote crítica: «Usted debe tener buenas razones para pensar que esas cuentas por cobrar las pagarán. Me gustaría conocer esas razones». Verifique las suposiciones de su oponente cuando haga referencia a fuentes o métodos «infalibles» como los ordenadores o los listados. No dude en presionarlo un poco. Y esté alerta para ver si hay ambigüedad en sus respuestas o si no desea responder. Si detecta una contradicción, no la señale abiertamente. Muéstrese confundido: «Lo siento, creo que no entendí. ¿Podría explicarme qué relación hay entre esto y lo que dijo anteriormente?».

Una forma de verificar sus sospechas consiste en preguntar cosas de las cuales usted ya sabe la respuesta. Es mucho lo que podrá aprender observando cómo la persona matiza las respuestas.

Un truco común del oponente es hacerle creer a uno que él tiene autoridad para tomar una decisión cuando no es cierto. Después de haber hecho usted todas las concesiones posibles, se da cuenta de que la parte contraria necesita el visto bueno de un superior o de la junta directiva, quienes podrían exigir más concesiones. Para protegerse, formule preguntas aclaratorias desde un principio: «¿No me equivoco al suponer que usted tiene autoridad para decidir sobre este asunto?». Cerciórese de recibir una respuesta concreta. Si su oponente no tiene plenos poderes, averigüe de quién más depende la decisión y cuánto tiempo tardará la respuesta.

Otro truco muy común es exigir algo más en el último minuto, después de lograr un acuerdo. En lugar de rechazar la exigencia, pregunte lo siguiente: «¿Usted está sugiriendo que volvamos a comenzar la negociación?». Si su oponente responde que no, usted puede agregar: «Bien, entonces creo que podemos dejar las cosas como están». Pero si su oponente responde que sí, usted puede decir: «Está bien. Entonces tomaremos este acuerdo como un borrador que no obliga a ninguna de las partes. Usted puede consultar con su jefe, y yo con el mío, y podemos reunirnos mañana para discutir posibles cambios». Si su oponente desea algo más, usted tiene derecho a obtener algo a cambio.

Formule una petición razonable. Cuando usted trata con un embustero, tiene una ventaja que no tendría con una persona que sencillamente se negara a cooperar: el juego de aquél es parecer razonable. Por lo tanto, sígale el juego y ponga a prueba su sinceridad. De esa manera lo coloca en un dilema: o bien tiene que obrar de acuerdo con su farsa de cooperar, o bien abandona el engaño del todo. En otras palabras, póngalo a prueba con una petición razonable. Formule una petición que su oponente aceptaría si realmente quisiera cooperar. Por ejemplo, si usted sospecha que oculta deudas de dudoso pago, dígale: «Si no hay problema, me gustaría que mi contable revisara las cuentas por cobrar, sólo por rutina». Si el vendedor se niega a dejarle ver los libros, usted sabrá que no puede confiar en lo que le ha dicho.

Si su oponente dice que tiene un «socio intransigente» para justificar una exigencia adicional, dígale lo siguiente: «Lo lamento, Felipe, creo que no lo entiendo. ¿Nos equivocamos al no reunirnos con sus banqueros durante la fase inicial de la negociación? No quisiera pensar que le he causado un problema. Quizá lo mejor es que me reúna con ellos para analizar las condiciones que hemos discutido. ¿Podría concertarnos una cita?».

Felipe tiene así varias alternativas: puede dejar que usted se reúna con los representantes del banco, con lo cual usted podrá tener una idea más clara de las objeciones que ellos puedan hacer y averiguar si se trata de un truco o no; o puede oponerse a que usted se reúna con ellos, y entonces usted sabe que debe estar en guardia; o puede abandonar la táctica y aceptar el convenio inicial. Cualquiera que sea el resultado, usted estará en libertad de seguir haciendo peticiones razonables y preguntas aclaratorias.

Convierta el truco en una ventaja para usted. Si usted se da cuenta de lo que su oponente busca con el truco, podrá convertirlo en una ventaja para usted. Suponga que usted es el representante de la esposa en un caso de divorcio. El esposo promete pagar la pensión de alimentación de su hijo, pero usted tiene motivos para creer que no la pagará. Cuando usted manifiesta su inquietud, el abogado del esposo protesta diciendo que su cliente piensa cumplir lo prometido.

—¿Está seguro? —le pregunta usted.

—Claro que sí, mi cliente es persona de palabra —le contesta el abogado.

—Entonces él no objetará que agreguemos una cláusula que diga que en caso de que transcurran tres meses y él no haya pagado, mi cliente tendrá derecho a recibir la parte de la casa que le corresponde a aquél a cambio de la pensión de alimentos.

Cuanto más haya insistido el abogado en la honorabilidad de su cliente, más difícil le será que objete la cláusula.

Negocie las reglas del juego

Si, pese a todos sus esfuerzos, su oponente insiste en parapetarse detrás de muros de piedra, ataques y trucos, usted tendrá que buscar otra manera de replantear la conversación, convirtiéndola en una negociación sobre la negociación.

En realidad, hay dos «negociaciones» paralelas. La primera es la negociación sobre la esencia: los plazos, las condiciones y la cuantía. La segunda es la negociación sobre las reglas del juego. ¿Cómo va a realizarse la negociación? Si usted observa las negociaciones cotidianas entre padres e hijos sobre cosas como la hora de acostarse, verá que siempre están renegociando el punto hasta el cual son aceptables tácticas como las pataletas, las amenazas y los sobornos.

Habitualmente, esa segunda negociación es tácita. Sin embargo, si usted no ha podido cambiar el juego, es preciso que la negociación se torne explícita. Es necesario que usted hable del comportamiento de su oponente. A menudo es suficiente plantearlo.

Ponga al descubierto la táctica de su oponente

La persona que usa tácticas suele sondear a su interlocutor para ver hasta dónde se puede salir con la suya. Para detenerla, hágale saber que usted sabe lo que está haciendo. Con eso le dice: «Yo no nací ayer. Conozco su juego y su táctica no va a funcionar». Si su oponente desea llegar a un acuerdo, abandonará la táctica, pues utilizándola sólo hará más difícil ese acuerdo.

El problema es que su oponente puede interpretar su llamada de atención como un ataque. La clave está en replantear la táctica de aquél y hacerla aparecer como una contribución interesante y no como un truco disimulado.

Veamos un ejemplo: Dora y Teresa son dos abogadas jóvenes que están negociando la compra de unos libros de derecho laboral usados con dos abogados veteranos, Roberto y Carlos. Al comienzo de la charla, Roberto anuncia con voz muy firme: «Lo menos que

podemos aceptar por los libros son siete mil ochocientos euros. Tómenlo o déjenlo». Sin embargo, Carlos discute con su socio: «Pero, hombre, si ellas apenas están comenzando. Creo que podemos hacerles una concesión. ¿Qué tal si los dejamos en seis mil seiscientos?». El precio justo de los libros en el mercado es de cuatro mil doscientos, pero Roberto y Carlos montaron una escena en la cual Roberto es el malo que hace exigencias extremas y Carlos es el bueno que se muestra razonable. En otro caso, la exigencia extrema habría surtido el efecto de obligar a Dora y a Teresa a aceptar la generosa oferta de Carlos, por temor a que Roberto le hiciera cambiar de opinión.

Pero, en este caso, Teresa responde diciendo: «Es interesante...». Hace una pausa para pensar, y súbitamente se echa a reír y exclama: «¡Ustedes son geniales! Es la mejor representación del bueno y el malo que he visto en años. ¿Lo planearon o fue una coincidencia? Pero, hablando en serio, veamos si podemos acordar un precio justo para estos libros».

Roberto y Carlos no saben cómo reaccionar. No pueden realmente ofenderse puesto que Teresa los felicitó, y no saben con seguridad si ella está hablando en serio. En todo caso, si hubieran seguido con la táctica, habría sido inútil, pues ésta solamente sirve cuando la otra persona no se da cuenta del truco. Tras neutralizar la táctica de sus oponentes sin echar a perder la negociación, Dora y Teresa pudieron proceder a discutir la compra por su verdadero valor.

Es importante que usted ponga al descubierto la táctica sin que parezca un ataque personal contra el otro. Tratándolo de mentiroso o de trámposo no logrará que colabore. Expresando admiración por la habilidad de Roberto y de Carlos, Teresa los ayudó a salvar las apariencias. Ella no estaba interesada en ganar puntos en un enfrentamiento, sino en comprar unos libros de derecho por un precio justo y a la vez promover unas relaciones con una firma prestigiosa de abogados.

Facilítele a su oponente la manera de dejar la táctica. Por ejemplo, si se comporta groseramente, hágaselo saber con una explicación o con una excusa: «Parece que usted tuvo un día difícil». Si él lo amenaza, responda como lo hizo una mujer de negocios: en lugar de desafiar a su oponente diciéndole que no la amenazara, le preguntó en un tono calmado pero que denotaba algo de sorpresa: «Su intención no es amenazarme, ¿verdad?». La pregunta aclaratoria le permitió una salida decente al oponente, quien supo aprovecharla, y dijo: «¿Quién, yo? No, claro que no es mi intención amenazarla». En caso de que usted haya interpretado mal la conducta de la parte contraria, con esa manera de proceder es mínimo el daño que se puede producir, si es que se produce.

No acuse a su oponente. Sencillamente tome nota de lo que hace. Si él insiste en interrumpirlo, mírelo a los ojos, llámelo por su nombre y manifieste: «Miguel, usted me está interrumpiendo». O pregúntele: «¿Puedo terminar la frase?». Utilice un tono de voz flemático, que no suene a enfrentamiento. Si él continúa interrumpiéndolo, recuérdeselo

con paciencia; podría hacerle una amable crítica: «Miguel, usted me está interrumpiendo otra vez». Piense que usted es un amigo que le está haciendo ver sus errores. Ponga fin a su comportamiento, pero con amabilidad.

Negocie la negociación

Si poner al descubierto el asunto no es suficiente, quizá sea necesaria una negociación completa de las reglas del juego.

Lleve a su oponente aparte y dígale: «Me parece que, tal como van las cosas, no vamos a conseguir la clase de acuerdo que ambos deseamos. Tenemos que dejar de discutir sobre los problemas y discutir primero las reglas del juego». Si desea hacerlo de una manera más informal, dígale: «Hay algo que me molesta y quisiera discutirlo con usted».

Negocie usted el proceso lo mismo que negocia lo esencial. Identifique los intereses, cree alternativas sobre la mejor manera de negociar y discuta las normas de conducta justas. Por ejemplo, si su oponente se niega a hablar de otra cosa que no sea su propia posición, dígale lo siguiente: «Mi interés es llegar a un acuerdo satisfactorio para ambos, y hacerlo con eficiencia y en un clima de cordialidad. En mi opinión, para que esto sea posible, debemos estar dispuestos a escuchar, a compartir información sobre nuestros intereses y a aportar ideas creativas. Debemos ser capaces de agrandar la tarta y no limitarnos a cortarla por la mitad. Si usted me ayuda a comprender mejor sus intereses, yo podré ayudarle a satisfacerlos, y viceversa. ¿Lo intentamos?».

Sin poner en duda la honestidad de su oponente, discuta la justicia de ciertas tácticas: «¿Qué pensaría usted si yo le pidiera concesiones adicionales después de haber llegado a un acuerdo? ¿Lo consideraría una táctica legítima?».

Diga concretamente en qué forma le gustaría que su oponente cambiara su comportamiento. Si éste insiste en atacarlo personalmente, dígale tranquilamente: «Estoy dispuesto a seguir hablando de esto cuando usted esté dispuesto a dejar de atacarme». Si usted es director general de una empresa⁽²³⁾ y se enfrenta con un representante de otra compañía que sólo busca sacarle información, dígale lo siguiente: «Mire: si usted está dispuesto a olvidarse de una adquisición hostil, será un placer para mí hablarle con franqueza. De lo contrario, me obligará a pensar que toda la información que le he proporcionado será utilizada en mi contra más adelante».

Una vez que hayan acordado las reglas del juego, podrán continuar negociando lo esencial del asunto en un clima más constructivo y productivo.

El momento decisivo

El momento decisivo del avance es cuando usted logra cambiar el juego, de la posición de regateo a la negociación para solucionar el problema. La clave para cambiar el juego es el replanteamiento. Replantear es enfocar hacia el problema todo lo que diga su oponente.

Veamos cómo hubiera podido el jefe de marketing, en el ejemplo que describimos al comienzo del capítulo, replantear el asunto para inducir al director de presupuesto a cambiar de juego.

Director de presupuesto (reafirmándose en su posición): No aceptaré un recorte inferior al diez por ciento en su presupuesto. Entonces comencemos a trabajar en eso, ¿de acuerdo?

Jefe de marketing (replicando con una pregunta encaminada a solucionar el problema): Veo muy bien la necesidad de recortar el presupuesto, y mi departamento está dispuesto a contribuir con su parte. Sólo quisiera saber por qué necesita usted un recorte tan grande.

Director de presupuesto (presentando un hecho consumado y amenazando): La única manera de lograr el ahorro necesario es que cada departamento haga un recorte del diez por ciento. Ya les dije a los demás jefes de departamento que usted aceptaría el recorte. Si no lo acepta, ellos se retractarán y tendré que informar al presidente.

Jefe de marketing (haciendo caso omiso de la amenaza y reinterpretando el hecho consumado como un problema por resolver): Comprendo lo que usted dice. Si mi recorte fuera inferior, usted tendría dificultades para explicárselo a los demás departamentos, ¿correcto?

Director de presupuesto (presionando): Correcto. Entonces permítame anotar su visto bueno. ¿Trato hecho?

Jefe de marketing (haciendo caso omiso de la presión y replanteando el problema como una oportunidad para ambos): ¿Sabe usted?, tenemos la oportunidad perfecta para conseguir un ahorro superior al diez por ciento. Se trata de algo que realmente le servirá a la compañía y nos hará quedar muy bien a ambos.

Director de presupuesto: ¿Ah, sí? ¿De qué se trata?

Jefe de marketing (solicitando consejo): Como usted sabe, mi departamento acaba de implantar un nuevo plan para aumentar la productividad y reducir los costes en una proporción sustancial. Pero los costes iniciales de ejecución representan el cinco por ciento de nuestro presupuesto. Usted es la persona que más experiencia tiene en estas cosas. ¿Cómo podemos conseguir los fondos para ejecutar el plan y al mismo tiempo evitar que los otros departamentos se retracten?

Director de presupuesto: No sé...

Jefe de marketing (formulando una pregunta para solucionar el problema): ¿Podríamos explicarles a los otros jefes de departamento que el mío va a aceptar un recorte del cinco por ciento este año para que haya un ahorro mayor el año próximo?

Director de presupuesto: No creo que eso sea lo más indicado.

Jefe de marketing (preguntando «¿y si...?»): ¿Y si nos comprometemos a fijar una cifra concreta para el año próximo?

Director de presupuesto: Eso podría ayudar. Pero de todas maneras, no resuelve el problema de este año. Si su recorte es parcial, no lograremos el ahorro adicional que necesitamos. Mire, ya veo qué es lo que usted desea, pero ¿qué le voy a decir al presidente? No nos dará su aprobación.

Jefe de marketing (preguntando «¿Y si...?», otra vez): ¿Y si hablo con el presidente y le expongo la idea?

Director de presupuesto: ¡Buena suerte!

Jefe de marketing: Ya sé que no va a ser fácil, pero ¿cuento con su apoyo?

Director de presupuesto: Déjeme ver su plan otra vez. Deseo estudiarlo para cerciorarme de que las cifras se ajustan a la realidad.

Jefe de marketing: Lo tendrá en su escritorio antes de una hora. Gracias por la oportunidad.

El jefe de marketing todavía no ha conseguido lo que desea, pero ganó la negociación en cuanto a las reglas del juego. Al replantear la situación convirtió un enfrentamiento de posiciones en una negociación encaminada a solucionar el problema. Ahora él y el jefe de presupuesto van camino de negociar un acuerdo satisfactorio para ambos.

4 No presione: tienda un puente de oro

Tienda un puente de oro por el cual pueda retroceder el adversario.

Sun Tzu

Usted ya está preparado para llegar a un acuerdo, tras controlar sus reacciones, calmar las emociones de su oponente y replantear la posición de éste. Sin embargo, es posible que su oponente no quiera llegar a un acuerdo. Usted está enfrentado a la barrera de la insatisfacción de su interlocutor. Quizá él se pregunte: «¿Qué me importa a mí todo esto?». En esta fase todavía pueden salir mal las cosas, como sucede muchas veces.

Un ejemplo clásico fue la unión fallida entre dos gigantes del mundo de las comunicaciones.⁽²⁴⁾ Como todas las historias, ésta también tiene dos versiones. La que damos aquí es la de Al Neuharth, quien cuenta cómo echó a perder la gran oportunidad de su vida. En 1985, CBS estaba batallando contra un intento de adquisición hostil por Ted Turner, el magnate de los medios de comunicación. Neuharth, presidente de Gannet, hacía mucho tiempo que tenía el ojo puesto en CBS y había cultivado una relación cordial con el presidente de dicha compañía, Tom Wyman. Neuharth concertó una reunión con Wyman para sondar el terreno y discutir la posibilidad de una unión que le permitiera a CBS resistir contra la adquisición por Turner.

Después de varias reuniones, los dos llegaron a un acuerdo sobre los puntos fundamentales. Decidieron que, considerando la edad y la experiencia de Neuharth, éste sería el presidente de la junta y director general, y que Wyman sería el presidente de la empresa y jefe principal de operaciones. Neuharth, en el borrador de un comunicado de prensa que presentó a Wyman, propuso que el nombre de la nueva compañía fuese Universal Media.

Luego, los ejecutivos de las dos compañías procedieron a ultimar los detalles. Así es como Neuharth describe en sus memorias la forma en que se desplomaron las conversaciones:

Alrededor de la gran mesa rectangular se habían reunido una docena de banqueros, abogados y ejecutivos. Yo me encontraba al lado de Tom. Yo estaba furioso porque las personas que estaban en la sala llevaban más de tres días discutiendo, y no habían podido o no habían querido hacer lo que Wyman y yo ya habíamos acordado... No me detuve en palabras vanas de cortesía y dije: «Tom y yo pensamos que sería útil que los dos presidentes participáramos en esta sesión para explicarles cómo cerrar este trato. Es muy sencillo... Tom y yo llegamos a un convenio sobre cuál debe ser la estructura administrativa de la compañía. Habrá siete directores de CBS, siete de Gannett y uno escogido conjuntamente. Yo seré el presidente de la junta y director general. Tom será el presidente de la compañía y jefe principal de operaciones».

Los representantes de CBS se mostraron sorprendidos y confundidos. Mi gente se mostró complacida y de acuerdo conmigo.

«Ni siquiera tienen ustedes que discutir, hablar o pensar sobre esto, porque ya está definido.»

Wyman parecía incómodo. Se enderezó en la silla y vaciló al decir: «Sí, ya acordamos que será así».

Me di cuenta inmediatamente de que lo había echado todo a perder. Había hablado escuetamente y con demasiada firmeza. La gente de Wyman se estaba enterando por mí y no por él de lo sucedido... Debí dejar que Wyman les explicara los términos, puesto que él lo habría hecho con más delicadeza. Yo había satisfecho mi ego a expensas del ego de Wyman, que aplasté.

Wyman telefoneó dos días después para deshacer el trato. No estaba de acuerdo con cambiarle el nombre a CBS, y además estaba furioso con Neuharth porque se había enterado de que éste también había estado hablando de una fusión con Time Inc.

Tras colgar el teléfono, Neuharth se volvió a sus ejecutivos y les dijo: «Se terminó el juego. Nosotros perdemos y él también».

Los obstáculos

Después de explorar los intereses de ambas partes y las alternativas para solucionar el problema, usted podría estar dispuesto a cerrar el trato; pero, cuando haga su propuesta, su oponente puede negarse a avanzar. La resistencia puede manifestarse de varias formas: falta de interés en sus propuestas, planteamientos ambiguos, demoras, incumplimiento o una negativa directa. En el caso de las dos compañías antes mencionadas, la resistencia de CBS se manifestó en el estancamiento de las negociaciones entre los dos grupos de ejecutivos.

A menudo atribuimos la resistencia de nuestro oponente a su personalidad o a su forma de ser, pero detrás del estancamiento suele haber razones de peso. Veamos cuatro de las más comunes:

No es idea de él. Es probable que su oponente rechace su propuesta sencillamente porque no fue él quien pensó en ella primero. Neuharth no contó con Wyman para escoger el nuevo nombre ni para comunicar a los ejecutivos los términos de la fusión.

Intereses no satisfechos. Tal vez usted no haya percibido uno de los intereses más importantes de su oponente. A CBS no le gustó la idea de cambiar de nombre.

Temor de quedar mal. Nadie desea quedar mal ante las personas a quienes representa. Neuharth atribuyó el fracaso de la negociación entre CBS y Gannett al hecho de que Wyman quedó mal ante su gente.

Mucho en muy poco tiempo. Es probable que su oponente se resista por considerar la perspectiva de un acuerdo como algo abrumador. La decisión es demasiado importante y el tiempo es demasiado corto. Quizá sea más sencillo para él decir no.

El reto que usted tiene es convencer a su oponente para que atraviese el abismo que hay entre su posición y el acuerdo que usted quiere. Ese abismo está lleno de insatisfacciones, incertidumbres y temores.

Tienda un puente de oro

Frustrado por la resistencia de su oponente, usted podría tener la tentación de «empujar», es decir halagar, insistir y presionar. Neuharth empujó demasiado cuando las negociaciones se estancaron.

Pero, presionando, usted podría realmente dificultarle más a su oponente llegar a un acuerdo. Esto pone de relieve el hecho de que la propuesta es de usted y no de él: no satisface los intereses de su oponente y le dificulta aceptar lo que usted desea, pues sentirá que está cediendo a sus presiones. Todo esto hace que su oponente vea la perspectiva de un acuerdo como algo muy abrumador.

Ante esa situación, lo más seguro es que su oponente se atrincheré más todavía. Quizá hasta agradezca la presión, porque le da un pretexto para evitar tomar una decisión difícil. Al presionar, Neuharth agrandó el vacío que Wyman tenía que salvar para cerrar el convenio.

En lugar de presionar a su oponente hacia un acuerdo, haga todo lo contrario: trate de atraerlo en la dirección en que usted desea que avance. Lo que tiene que hacer es tender un puente de oro sobre el vacío, replantear la retirada y convertirla en una marcha hacia una mejor solución.

Veamos el ejemplo de lo que hizo el productor de cine Steven Spielberg cuando era adolescente y tuvo que tenderle un puente de oro a un bravucón que lo atormentaba:

Cuando tenía unos trece años,⁽²⁵⁾ tuve que aguantar durante todo un año las injurias de un matón de la escuela. Me tiraba al suelo, o me metía la cabeza en la fuente de agua, o me hacía comer tierra, o con un golpe me hacía sangrar la nariz cada vez que jugábamos al fútbol durante la clase de educación física. Realmente yo le tenía terror. Era mi Némesis... Entonces pensé que, si no podía vencerlo, lo mejor era tratar de unir fuerzas con él. Y le dije: «Quiero hacer una película sobre la lucha contra los nazis y me gustaría que tú interpretaras al héroe de esa guerra». Al principio se

burló de mí, pero después aceptó. Era un muchachote de catorce años que se parecía a John Wayne. Le di el papel de jefe del escuadrón, con casco y todo, uniforme de trabajo y macuto. Desde ese momento fue mi mejor amigo.

El joven Spielberg descubrió el secreto de tender un puente de oro al adversario. Se dio cuenta de que el matón necesitaba sentirse importante. Al ofrecerle otro medio de ser reconocido, logró negociar con éxito el cese del fuego, y atrajo al matón a su bando.

Claro que no es fácil tender el puente de oro. En una negociación difícil lo ideal sería recurrir a un mediador para ayudar a resolver las diferencias. Pero eso puede no ser viable, o quizás tampoco sea lo más indicado. Entonces, ante la falta de un tercero, es usted quien tiene que mediar su propio acuerdo.

En vez de comenzar desde el lugar donde se halla usted y seguir su instinto natural, es preciso que parta desde el lugar donde se encuentra su oponente, a fin de poder guiarlo hacia el acuerdo. En una novela francesa, encontré una de las mejores descripciones de este proceso, hecha por un curtido diplomático: «Me vuelvo hacia el otro;⁽²⁶⁾ me familiarizo con su situación; me veo a mí mismo viviendo su destino y, de esa manera, puedo experimentar su suerte y su infortunio. A partir de ese momento, pierde importancia la necesidad de imponer mi punto de vista, y me siento impelido a persuadirlo para que adopte la posición que yo considero mejor para él, la cual siempre coincide con los intereses de mi propia causa».

Tender el puente de oro significa ayudar al oponente a superar los cuatro obstáculos más comunes que impiden llegar a un acuerdo: significa incluirlo en el proceso de encontrar la solución para que ésta se convierta en idea suya, no sólo de usted; significa satisfacer sus intereses; significa ayudarle a quedar bien, y significa facilitar el proceso de negociación hasta donde sea posible.

Incluya a su oponente

Uno de los errores más frecuentes en las negociaciones es anunciar que uno tiene la solución del problema. Los planificadores urbanos revelan su plan para un nuevo emplazamiento donde verter la basura sin tomar en cuenta la opinión de los residentes de la zona; en respuesta, los ciudadanos organizan inmediatamente un grupo para oponerse al proyecto. La gerencia anuncia un plan de trabajo más eficiente sin consultar con los empleados; los trabajadores se dedican a sabotear el plan clandestinamente. El director del presupuesto y el jefe del gabinete del presidente se reúnen a puerta cerrada con seis miembros del consejo de administración y luego anuncian una serie de recortes presupuestarios; los miembros del consejo que no participaron denuncian el acuerdo y lo rechazan durante la votación. Eso mismo le sucederá a usted con su oponente si no lo incluye en el proceso de dar forma a la propuesta.

La negociación no es simplemente un ejercicio técnico para solucionar un problema, sino también un proceso político en el cual las distintas partes deben participar y darle forma al acuerdo conjuntamente. El proceso es tan importante como el resultado. Es probable que usted pierda la paciencia ante la duración de las negociaciones, pero no olvide que la negociación es un ritual, un ritual de participación. Las cosas se ven diferentes cuando uno participa. Su oponente puede llegar a hacer concesiones que de otra manera no haría. Puede llegar a aceptar ideas que antes rechazaba de plano. En la medida en que incorpore sus ideas a la propuesta, ésta se vuelve suya.

Pídale ideas a su oponente, y aprovechelas

Cuando negociamos, incurrimos en el error de querer decirlo todo. Decir cómo se debe solucionar el problema. Decir por qué la solución de uno es la más adecuada para el oponente. Neuharth manejó el difícil asunto de cambiar el nombre a la compañía diciéndole a Wyman, por medio del borrador de un comunicado de prensa, que sería Universal Media. Como era de esperar, la idea no prosperó.

La negociación es más un proceso de preguntar que de decir. La forma más sencilla de incluir al oponente consiste en pedirle ideas: ¿Cómo solucionaría él el problema de conciliar los intereses de ambas partes? Tal como reconoció Neuharth posteriormente, lo indicado hubiese sido pedirle ideas a Wyman en vez de decirle cuál sería el nuevo nombre. De esa manera, Wyman no sólo habría participado en el proceso, sino que Neuharth se habría enterado de cuán importante era para la CBS conservar su nombre.

Una vez que usted haya hecho salir a la superficie las ideas de su oponente, usted debe aprovecharlas. Eso no quiere decir que deba aceptarlas de plano, sino escoger las más constructivas y tomarlas como punto de partida para avanzar en la dirección que usted desea. Es más fácil hacer que su jefe cambie de opinión si le dice: «Sobre la base de esa idea suya, ¿qué le parece si...?», o «Se me ocurrió esta idea cuando usted dijo algo durante la reunión del otro día...», o «Como complemento de lo que hemos hablado esta mañana, se me ocurrió que tal vez...». Hágale ver a su oponente que lo que usted propone tiene relación con una de las ideas de él.

Aprovechar las ideas del otro no significa cambiar de opinión. Significa tender un puente para conectar su manera de pensar con la de él. Piense en aquel abad del siglo XVII de quien dijo el papa: «Al principio de la conversación siempre estaba de acuerdo conmigo, y al final era yo quien siempre estaba de acuerdo con él».⁽²⁷⁾

Pida crítica constructiva

Cuando usted desarrolle sus ideas, haga participar a su oponente pidiéndole críticas. Insista en que no desea una confirmación o una negación, sino una evaluación. Anímelo a hacer comentarios constructivos haciéndole preguntas encaminadas a solucionar el

problema. Por ejemplo: «¿Qué intereses suyos no satisface esta propuesta?», «¿En qué sentido no es justa?», «¿Cómo la mejoraría usted?», «¿Hay alguna manera de mejorar la propuesta para que lo beneficie a usted sin perjudicarme a mí?».

Cuando él haya expresado sus sugerencias, usted puede elaborar el borrador de la propuesta e incluir en éste las ideas de él y las de usted, y mostrárselo para que lo comente. Si se trata de una negociación en que hay varias personas, puede mostrar el borrador de la propuesta a todos los interesados y pedirles que hagan sugerencias; luego, revisar el borrador y, si es necesario, pedirles más críticas. Poco a poco, usted irá generando un consenso. Es como pintar un mural entre muchas personas: su oponente da unas cuantas pinceladas, luego las da usted, después el jefe de la parte contraria, a continuación su jefe. Cada persona comienza a ver el borrador como algo propio.

Ofrézcale una opción a su oponente

Si su oponente se obstina en no decir lo que piensa o en no comentar sus ideas, trate de que participe ofreciéndole una opción. Por ejemplo, si ha estado aplazando una entrevista con usted, comience por pedirle decisiones menores: «¿Le parece mejor a las diez de la mañana el martes o a las tres de la tarde el miércoles?», o «¿Preferiría que nos reuníramos en su oficina o en la mía?».

Si se niega a examinar las opciones para superar el escollo, ofrézcale una lista de alternativas para que escoja. Si, por ejemplo, no logran ponerse de acuerdo con respecto al precio, dígale: «Podemos resolver la diferencia entre su oferta y la mía pidiendo la opinión de un perito, o puedo cubrir la diferencia en especie, o puedo pagar a plazos. ¿Qué prefiere usted?». Es más fácil pedirle que escoja entre A, B y C que inventar una cuarta opción.

Cuando el oponente escoja una alternativa, ésta se convierte en una idea de él. Tomemos el ejemplo de la propietaria de una casa que estaba negociando un acuerdo con un contratista de obras.⁽²⁸⁾ La propietaria, pensando con preocupación que la remodelación tardaría más de lo proyectado, propuso una sanción del veinte por ciento en caso de que no se terminaran las obras en el tiempo previsto. El contratista rechazó la propuesta. Desafiándolo, la propietaria le dijo: «Está bien, fije usted la fecha en que espera entregarme la obra terminada». Al verse en un aprieto, el contratista puso un plazo de tres meses a partir de la fecha inicialmente pactada. Entonces la propietaria le preguntó: «Está bien. ¿Ahora sí acepta que incluyamos la cláusula de la sanción?». En vista de que el propietario sólo le estaba pidiendo que cumpliera algo que sólo ocurriría en el peor de los casos, el contratista tuvo que acceder.

Trabajar conjuntamente con la parte contraria para llegar a un acuerdo puede ser un proceso arduo y prolongado, pero siempre da buenos resultados. Recuerde el proverbio chino: «Dime, y quizás yo escuche. Enséñame, y quizás aprenda. Hazme participar, y lo haré».

Satisfaga los intereses de su oponente

Incluso si su oponente participa plenamente en el proceso de generar un acuerdo, es probable que todavía se resista a comprometerse de forma definitiva. En muchos casos, esa resistencia se debe a que usted no ha satisfecho algún interés de él.

Veamos el caso del representante de Campbell Soup Company que se encontraba negociando la adquisición de un restaurante muy próspero.⁽²⁹⁾ El objetivo de Campbell era montar una cadena de restaurantes. El negociador comenzó con una oferta que le parecía justa, pero el propietario del restaurante la rechazó. Durante las seis semanas que siguieron, el negociador aumentó el precio varias veces, pero no le valió de nada. El propietario ni siquiera presentaba una contrapropuesta. Las conversaciones estaban estancadas y el negociador estaba a punto de darse por vencido. Atribuyó el escollo a la manera de ser del propietario.

Pero entonces decidió sondear un poco. Durante la siguiente reunión con el propietario, se abstuvo de hablar exclusivamente del trato y animó al propietario a hablar de sus reservas respecto de la venta. El propietario le dijo: «Este negocio es creación mía, y me ha hecho famoso. No estoy seguro de querer venderlo para que se convierta en parte de su compañía. Ante todo, a mí me gusta ser independiente. Tendrán que pagarme mucho para que renuncie a todo». El negociador pudo apreciar entonces que el propietario necesitaba autonomía y reconocimiento, y que, claramente, esos intereses no eran satisfechos en un negocio en que el propietario se iba a convertir en un empleado de la compañía.

Entonces el negociador le preguntó: «¿Qué tal si no pasa a ser empleado nuestro? Esto se apartaría de nuestros procedimientos usuales, pero podríamos formar una empresa conjunta para manejar el restaurante. Campbell podría adquirir, digamos, el ochenta por ciento del restaurante, y usted se quedaría con el veinte por ciento. Usted sería el presidente de la empresa conjunta y quedaría al frente de la operación. Y podríamos acordar la compra del veinte por ciento en el futuro. Cuanto más tiempo permanezca usted como socio nuestro, más le pagaremos por su parte. ¿Cree usted que un trato como éste satisfaría sus necesidades?».

La respuesta del propietario fue afirmativa y no tardaron mucho en ultimar los detalles. El acuerdo satisfacía sus necesidades de reconocimiento y autonomía, al igual que su interés en obtener un precio justo. Campbell pudo adquirir el restaurante a un coste razonable y conservar al propietario el tiempo suficiente para beneficiarse de la fórmula que éste había empleado para administrar con éxito el restaurante.

Esta historia ilustra la importancia de usar la creatividad para llegar a una solución. Y más importante aún, muestra cuán fácilmente se puede perder una oportunidad si no se perciben los intereses insatisfechos del oponente. Para satisfacer esos intereses es necesario proceder como lo hizo el representante de Campbell y descartar cuatro cosas

que se suelen suponer: que el oponente no es razonable, que nada lo satisface, que lo único que desea es dinero y que es imposible satisfacer sus necesidades sin perjudicarse uno mismo.

No dé por sentado que su oponente no es razonable

Cuando un oponente inflexible nos produce frustración, es natural que nos parezca irrazonable: «Mi jefe está loco. Nadie puede tratar con él», o «Los adolescentes son imposibles. Es inútil razonar con ellos». Si usted llega a la conclusión de que es imposible negociar con su oponente, ni siquiera se molestará en sondear un poco para descubrir sus intereses insatisfechos.

Eso es algo que suele suceder en los casos de rehenes: «No se puede negociar con terroristas. Son gente desquiciada». Si bien es cierto que ese comportamiento puede parecer irracional desde nuestro punto de vista, para ellos puede ser perfectamente lógico. Mientras ellos vean una conexión lógica entre lo que hacen y los intereses que los motivan, hay lugar para hacer algo. Un negociador experto en terrorismo, quien representa a las corporaciones multinacionales en los casos de secuestros de ejecutivos, dice lo siguiente: «Todos ellos son racionales. Todos negocian. Hasta la vez de la sociedad aprecia el dinero».⁽³⁰⁾ Por lo tanto, si es posible hablar con unos terroristas, ¿por qué no ha de ser posible hablar con un jefe o con un adolescente?

Entonces no se dé por vencido con facilidad. Póngase en la posición de su oponente y pregúntese honestamente: «Si yo fuera él, ¿aceptaría? ¿Y por qué no aceptaría?». Recuerde que los valores del oponente pueden ser distintos de los suyos, y que ésa puede ser la razón por la cual él rechaza lo que a usted le parece aceptable. Si analiza a fondo la situación, como lo hizo el negociador de Campbell, usted podría descubrir los intereses que permiten entender la negativa de su oponente.

Trate de tomar en consideración las objeciones de su oponente y de satisfacer sus intereses sin lesionar los de usted. Por ejemplo, lo que motiva muchas veces a los terroristas es el deseo de que el público reconozca su causa. La clave para convencerlos⁽³¹⁾ de que pongan en libertad a los rehenes es hacerles saber que su mensaje fue escuchado, y que si matan a los rehenes lo único que lograrán será el descrédito a los ojos de la opinión pública. Muchos incidentes de rehenes que en un principio parecían imposibles de solucionar terminaron bien después de haber dado a los terroristas la oportunidad de hablar por radio y televisión.

No olvide las necesidades básicas del ser humano

Con frecuencia suponemos, como supuso en un principio el representante de Campbell, que a nuestro oponente sólo le interesa el dinero o algo igualmente tangible. Pasamos por alto los motivos intangibles que impulsan su comportamiento: sus necesidades básicas como ser humano. Todos necesitamos seguridad y tenemos una profunda necesidad de

reconocimiento. Todos deseamos identificarnos con un grupo y poder controlar nuestro destino. Las naciones y los grupos étnicos también tienen necesidades fundamentales. Si no se satisfacen, esas necesidades se convierten en obstáculos para el acuerdo.

Satisfaciendo las necesidades básicas del oponente es posible hacerlo cambiar de posición. El representante de Campbell pudo satisfacer las necesidades de autonomía y reconocimiento del propietario del restaurante. El joven Steven Spielberg encontró la manera de satisfacer la necesidad que tenía el matón de sentirse importante. Una toma de rehenes en Boston terminó cuando las autoridades garantizaron al secuestrador que no saldría lastimado. El escollo en la negociación de la compra de un banco de Wisconsin se superó cuando el comprador accedió a conservar el nombre del vendedor. Un conflicto étnico en la región de Trentino-Alto Adigio, Italia, se disipó cuando la minoría de habla germana obtuvo la garantía de autonomía cultural y administrativa.

No dé por sentado que su oferta es un «pastel inmodificable»

Aunque usted haya identificado las necesidades insatisfechas de su oponente, podría pensar que no puede satisfacerlas sin perjudicarse. No suponga equivocadamente que su parte en el negocio es un «pastel inmodificable», que, si el otro recibe más, usted recibirá menos. Muchas veces es «posible agrandar el pastel» y satisfacer los intereses de su interlocutor sin coste alguno, e incluso con algún beneficio para usted.

Busque transacciones muy favorables y de bajo coste. La forma más común de agrandar el pastel es una transacción muy favorable, y de bajo coste. Identifique aquellas cosas que usted puede conceder a su oponente y que representan un alto beneficio para él, pero que no le cuestan mucho a usted. A cambio de esas concesiones, identifique las cosas que son muy favorables para usted, pero que representan un bajo coste para su oponente.

Veamos la negociación entre un hombre de negocios estadounidense y un taxista de Moscú. El hombre de negocios preguntó, en un ruso bastante chapurreado, cuánto valía la carrera del aeropuerto al hotel: «Cuarenta rublos», contestó el conductor. El precio – equivalente en ese entonces a cuarenta y ocho euros – le pareció bastante alto al hombre de negocios, pero, cuando le preguntó a otro taxista, éste mencionó la misma cifra. Entonces regresó a la terminal y compró una botella de vodka por doce euros en un almacén que vendía en moneda extranjera. Se la ofreció al primer taxista en lugar del pago y éste la aceptó de muy buen grado. ¿Por qué? Porque el ruso habría tenido que hacer cuatro horas de cola para comprar la misma botella en un almacén de licores. La botella de vodka le costó poco al estadounidense, pero representaba un beneficio importante para el ruso. La carrera hasta el hotel le costó poco al ruso y fue de gran beneficio para el estadounidense.

Utilice una fórmula condicional. Otra forma de agrandar el pastel es mediante una fórmula condicional. Suponga que usted es un consultor de marketing que está negociando sus honorarios con una clienta. Normalmente, usted cobraría mil doscientos

euros, pero su cliente sólo está dispuesta a pagar setecientos ochenta. Esa resistencia podría deberse a que ella no sabe si su trabajo realmente le será de utilidad. En lugar de tratar de convencerla de que está equivocada, utilice una fórmula condicional para contrarrestar sus dudas: «¿Y si tomamos como base unos honorarios de setecientos ochenta euros, pero si sus ventas aumentan en un veinte por ciento durante los próximos seis meses usted acepta darme una bonificación de setecientos ochenta euros?». Su cliente acepta gustosa, porque el aumento en las ventas sería una justificación suficiente para concederle aquella bonificación. Usted corre un riesgo, pero si logra su propósito queda en situación de ganar incluso más de lo que solicitó inicialmente. En síntesis, no pretenda combatir el escepticismo de su oponente; aprovéchelo inventando una solución para agrandar el pastel.

Ayude a su oponente a quedar bien

Incluso después de satisfacer los intereses esenciales de su oponente, es posible que éste rehúse llegar a un acuerdo. Al fin y al cabo, la negociación no tiene lugar en un vacío social. Siempre están las personas a quienes él representa, cuya opinión es importante para él: su jefe, su empresa, sus colegas, su familia, sus amigos y hasta su propia crítica interior. Obviamente, no quiere que sus representados piensen que él se rindió. Si había expresado su opinión en público anteriormente y luego la cambió, sus representados podrían decirle: «¡Usted se vendió!», «¿Qué clase de negociador es usted?» o «¡Usted dejó que nos robara!». Detrás de la inflexibilidad de su oponente podrían ocultarse las limitaciones que le impusieron las personas a quienes representa, y no los intereses personales.

Usted podría pensar que las personas a quienes su oponente representa no son asunto suyo y que usted también tiene por quién preocuparse. Sin embargo, esas personas pueden ser el obstáculo más grande de la negociación, y usted tiene la responsabilidad de ayudar a su oponente a tratar con ellas. Típicamente, la crítica de los representados se reduce a dos argumentos: que el representante retrocedió de su posición inicial o que aceptó una nueva propuesta que no es satisfactoria. Uno de sus objetivos es ayudar a su interlocutor a evitar ambas clases de crítica.

Ayúdele a ceder salvando las apariencias

Salvar las apariencias está en la esencia misma del proceso de negociación. Existe la idea errónea de que un gesto para salvar las apariencias del oponente no es otra cosa que un intento de maquillaje que se hace al final de la negociación para hinchar el ego de esa otra persona. Pero salvar las apariencias no es sólo cuestión del ego. Aquí están en juego el valor de la persona, su dignidad, su sentido del honor, su deseo de ser fiel a unos principios y planteamientos tradicionales y, obviamente, el deseo de quedar bien ante los

demás. Todo esto puede quedar en peligro si su oponente se ve obligado a cambiar su posición. Que usted logre convencerlo de que lo haga dependerá de cuán bien pueda ayudarle a salvar las apariencias.

Veamos el ejemplo de la habilidad de que hizo gala el estadista francés Georges Clemenceau cuando negociaba la compra de una estatuilla en un bazar oriental:⁽³²⁾ el dueño de la tienda se la ofreció por «sólo» setenta y cinco rupias, «por ser para él». El francés respondió ofreciendo cuarenta y cinco rupias. El vendedor siguió regateando, pero Clemenceau no se movió de su oferta inicial. Finalmente, el vendedor hizo un gesto de desesperación y protestó:

—¡Imposible! Prefiero regalársela.

—¡Hecho! —exclamó Clemenceau, y metió la estatuilla en un bolsillo—. Usted es muy amable, y se lo agradezco, pero un regalo así sólo lo hace un amigo. Espero que no se ofenda si le obsequio con algo a cambio.

El sorprendido vendedor contestó que no.

—Aquí tiene —dijo Clemenceau tratando de salvar las apariencias del vendedor— cuarenta y cinco rupias para sus obras de caridad.

El vendedor aceptó el dinero y los dos se separaron como amigos.

Hágale saber que las circunstancias han cambiado. Otra forma de hacer quedar bien a su oponente consiste en hacerle ver que en un principio tenía toda la razón, pero que las circunstancias han cambiado. Suponga que su cliente más importante insiste en introducir modificaciones en el contrato de ventas que tiene con su compañía, pero el abogado de la casa matriz le dice a usted que eso es imposible. En lugar de rebatir directamente la decisión del abogado, hágale ver las circunstancias que pueden justificar una nueva aproximación: «La política de no hacer cambios siempre ha sido la apropiada en un mercado reglamentado. Sin embargo, ahora que el gobierno central ha desreglamentado este sector, la competencia es mucho más fuerte. ¿Realmente queremos arriesgarnos a perder a uno de nuestros clientes más importantes?»

Pídale a un tercero su opinión. Un método que ha resistido la prueba del tiempo es pedir la opinión a un tercero: un mediador, un perito, un jefe común o un amigo. Una propuesta de usted inaceptable podría ser aceptable si la hace un tercero.

Veamos el caso del amante de la pesca que deseaba comprar una cabaña en el bosque.⁽³³⁾ El propietario insistía en una cifra exorbitante —veintisiete mil euros— y había anunciado que no cambiaría el precio. El pescador hizo lo posible por que cambiara de opinión, pero todo fue inútil. Finalmente, propuso que pagaría el precio que un perito considerara justo.

—Está bien —respondió el propietario—, pero yo escojo el perito.

El pescador le contestó:

—Está bien, usted escoje un perito, yo escojo otro, y ellos escogen un tercero. El propietario aceptó. Los dos peritos escogieron al presidente de la asociación local de peritos, quien, bajo la vigilancia estrecha de sus colegas, fijó la cifra de veintidós mil

ochocientos. El obstinado propietario accedió a vender la cabaña por ese precio, no sin antes murmurar que ese perito no tenía ni idea de lo que hacía. Pero salió del trance habiendo salvado las apariencias, pues pudo mantener su palabra de no regatear el precio.

Establezca una norma justa. A falta de un tercero, lo mejor es una norma justa. Suponga que no logra ponerse de acuerdo con su agente de seguros respecto de la indemnización por el robo de su automóvil. El agente se niega a pagar más de tres mil euros, pero usted cree que el precio justo es cuatro mil doscientos. Entonces usted le dice: «¿Por qué no dejamos que el mercado decida? Consulte en la sección de avisos clasificados, y yo haré lo mismo. Hablemos mañana otra vez». Con la información obtenida, acuerdan una indemnización de tres mil doscientos euros. El agente no siente que haya tenido que ceder, sino que, sencillamente, tomó como referencia el precio de mercado. Además, tiene una razón legítima para justificar ante el supervisor la suma adicional de novecientos euros.

Ayude a su oponente a redactar el discurso de la victoria

Las personas a quienes su oponente representa podrían alegar que el acuerdo no es satisfactorio. Por lo tanto, ayúdale a pensar cómo presentar el asunto desde el punto de vista más positivo, incluso como una verdadera victoria. ¿Qué podría usted ofrecer para ayudar a su oponente a que explique las cosas con un discurso victorioso?

El presidente John F. Kennedy y sus asesores tuvieron que hacerse esta pregunta en octubre de 1962, cuando buscaban la forma de facilitar al primer ministro soviético Nikita Khrushov la retirada de los misiles soviéticos de Cuba. Kennedy optó por darle su palabra de que los Estados Unidos de América no invadirían Cuba. Para Kennedy no fue difícil hacer la promesa, puesto que de todas maneras no tenía intenciones de invadir, pero eso le permitió a Khrushov anunciar a sus seguidores del mundo comunista que había salvado a la Revolución cubana de un ataque estadounidense, y justificar su decisión de retirar los misiles alegando que ya habían cumplido su propósito.

Prevea lo que podrían decir los que tal vez critiquen a su oponente, y preséntele los argumentos necesarios para persuadirlos de la bondad del acuerdo. Por ejemplo, si usted trabaja en un banco de inversiones y está negociando con su jefe un aumento de sueldo y una bonificación, piense en lo que los socios de su jefe podrían decir si él aceptara su propuesta: «Eres demasiado generoso con el dinero de la compañía», «Vamos a quedar mal cuando nuestra gente sepa que a los que trabajan para ti les fue mejor». Después piense en lo que podría contestar su jefe: «Él lo merece. El año pasado generó un negocio de tres millones de euros», «Si no lo premiamos por su trabajo, se irá a trabajar a la competencia». Cuando usted le pida un aumento a su jefe, hágale ver las críticas que le podrían hacer, y dígale qué argumentos podría esgrimir para contrarrestarlas.

Sin sacrificar gran cosa, usted puede ayudar a su oponente a ver la retirada como si fuera en realidad un avance. Por ejemplo, suponga que usted está negociando con un dirigente sindical que prometió conseguir un aumento en los sueldos del diez por ciento. Usted podría concederle un cuatro por ciento para este año y un tres por ciento para los dos años siguientes. Así, él podría decir a los miembros del sindicato que él obtuvo el aumento del diez por ciento, pero en tres años. O suponga que usted va a comprarle una casa a una pareja que está decidida a no venderla por menos de ciento veinte mil euros, porque eso fue lo que pagó por ella, aunque ahora sólo vale ciento ocho mil. Usted puede acceder a pagar los ciento veinte mil pero a plazos, de manera que equivalgan a ciento ocho mil pagados al contado.

No olvide que es muy importante decir de quién proviene la idea. Aunque la solución haya sido de usted, comparta el mérito de ella con su oponente, o deje que él se atribuya todo el mérito. En Washington, D.C., donde pululan los políticos que no pierden la ocasión de apropiarse de las buenas ideas de los demás, es común este dicho: «No hay límite para lo que se puede lograr en esta ciudad, siempre y cuando uno esté dispuesto a dejar que otro se arroge el mérito». Lo mismo ocurre en las negociaciones. Tomemos el caso de la novia que deseaba una vajilla de porcelana. El novio se opuso. Le dijo: «No necesitamos una vajilla tan grande». El tema se volvió motivo de disgusto. En un gesto de buena voluntad, el novio decidió acompañar a la novia a la tienda, donde vio un diseño que le agradó. Feliz, ella le dio todo el mérito por haber escogido la vajilla, y él se encargó de ufanarse de su buen gusto ante la familia y los amigos.

Aunque no tenga nada que dar a su oponente, trate de cambiar las apariencias para que él no se sienta derrotado. En una ocasión en que el primer ministro británico Benjamin Disraeli se vio acosado por uno de sus seguidores que deseaba un título nobiliario, le dijo: «Sabes que no puedo darte una baronía, pero puedes decírselo a tus amigos que te la ofrecí y que la rechazaste. Eso es mucho mejor».⁽³⁴⁾

Vaya despacio para avanzar de prisa⁽³⁵⁾

Aunque usted logre satisfacer los intereses de su oponente y le ayude a salvar las apariencias, él podría oponerse porque el proceso para lograr un acuerdo le parece muy complicado. Demasiadas necesidades para tomar decisiones en un tiempo demasiado corto.

Lo que usted tiene que hacer es facilitar el proceso. Tome las cosas con calma si tiene prisa. Piense que usted es un guía cuya responsabilidad es ayudar a un cliente temeroso de las alturas a escalar una montaña empinada: divida la jornada en etapas, marche al ritmo de su cliente, deténgase a descansar cuantas veces sea necesario y mire hacia atrás de vez en cuando para ver cuánto han avanzado.

Avance paso a paso

Si en un principio parece imposible llegar a un acuerdo sobre la totalidad del convenio, divídalo en etapas. Este método tiene el mérito de hacer que lo imposible parezca posible gradualmente. Cada acuerdo parcial va abriendo las puertas que se encontraban cerradas al principio.

Veamos hasta dónde llegó el diplomático estadounidense Charles Thayer al negociar paso a paso con un director de prisiones alemán al comienzo de la Segunda Guerra Mundial. Thayer, cuya misión era entregar algunas pertenencias y provisiones a un vicecónsul británico que se encontraba prisionero, recuerda la entrevista:

El director de la prisión (36) hizo traer al vicecónsul británico y le fue entregando las cosas, una por una: pijamas, camisas, calcetines y un estuche de aseo personal... Luego saqué una botella de jerez y expliqué que debían servirle una copa antes del almuerzo. El director no dijo nada, y tomó sumisamente la botella. Después saqué una botella de champán y dije que se la debían servir bien fría con la cena. El director hizo un movimiento de impaciencia, pero no dijo nada. Después saqué la botella de ginebra, luego la de vermú y finalmente una coctelera y expliqué que era para el martini de la tarde. «Se sirve una parte de vermú –dije dirigiéndome al director–, luego cuatro partes de ginebra y se le pone mucho hielo», pero ya se me habían agotado los pasos.

«¡Verdammt! –exclamó colérico el director–. ¡Acepto servirle jerez y champán y hasta ginebra a este prisionero, pero, si desea martinis, que se los prepare él mismo!»

Si Thayer hubiera presentado todas sus peticiones simultáneamente, el director de prisiones seguramente habría rechazado todo el conjunto. Pero, al proceder paso por paso, pudo cumplir con éxito buena parte de su misión.

Para romper el hielo al comienzo de una negociación tensa, haga lo que hizo Thayer, y comience con lo más fácil. Pasando gradualmente de lo más fácil a lo más difícil, usted podrá acostumbrar a su oponente a decir «sí», además de demostrarle que no es imposible llegar a un acuerdo.

Si su oponente es especialmente escéptico, considere la posibilidad de proponer un experimento. Suponga que usted elaboró una propuesta muy buena para un nuevo proyecto, pero su jefe no se decide a darle el visto bueno. Él es de los que piensan que es más sencillo y más seguro seguir con lo comprobado y seguro. Para facilitar las cosas, plantee el acuerdo como algo experimental: «¿Podríamos probar un proyecto piloto en un solo departamento?» o «¿Podríamos experimentar durante un mes?». Un acuerdo experimental, al reducir el riesgo, facilita las cosas para la parte contraria.

Cuando uno está en medio de una negociación complicada, a veces pierde la perspectiva y se descorazona. Si usted identifica los puntos cada vez más numerosos sobre los cuales han llegado a un acuerdo y también los puntos cada vez más escasos de desacuerdo, captará mejor el ritmo de la negociación. Haga una pausa después de cada

paso y evalúe el progreso: «Entonces estamos de acuerdo en cuanto al producto y al precio. Lo único que nos queda por decidir es la forma de compartir los costes de mantenimiento y de entrega».

Espera hasta el final para exigir un compromiso definitivo

Hay ocasiones en que el enfoque gradual no sirve porque el oponente no está dispuesto a ceder ni un ápice. Piensa que, si da la mano, le tomarán el brazo. Si ése es el caso, no lo presione para obtener una concesión inmediata. Tranquilícelo haciéndole ver que no tiene que tomar un compromiso definitivo sino hasta el final, cuando tenga muy claro lo que va a obtener a cambio.

Esto fue lo que hizo el presidente Jimmy Carter en 1978, durante las negociaciones de Camp David sobre Oriente Próximo. Tanto el primer ministro israelí Menahem Begin como el presidente egipcio Anwar el Sadat eran reacios a modificar sus respectivas posiciones, por temor a que cualquier concesión fuera interpretada como señal de debilidad. De modo que Carter no les pidió que cambiaran sus puntos de vista hasta que transcurrieron los trece días de las conversaciones de paz. Durante ese tiempo les hizo enfocar la atención en criticar y mejorar el borrador de las negociaciones elaborado por los Estados Unidos de América. Después de veintitrés borradores era imposible mejorar las cosas en beneficio de una de las partes sin empeorar la situación de la otra. Sólo entonces Carter les pidió a Begin y a El Sadat una decisión. En lugar de tomar muchas decisiones difíciles a lo largo del proceso, solamente tuvieron que tomar una al final. En vez de enfrentarse a una pendiente resbaladiza, ambos pudieron ver exactamente lo que recibirían a cambio de sus concesiones. Begin vio que a cambio de la península del Sinaí obtendría la paz con Egipto, Sadat vio que como recompensa por la paz con Israel, recuperaría la península del Sinaí. Ambos aceptaron.

Si la parte contraria opone resistencia a un enfoque gradual, hágale ver claramente que no habrá acuerdo sobre nada hasta que estén de acuerdo en todo.

No se apresure a llegar a la meta

Durante la última fase de la negociación, por lo general, hay una sensación de premura: la reunión de negocios está a punto de terminar; hay un plazo para iniciar una huelga; una de las partes tiene que tomar un avión. O, al saber que está cerca el acuerdo, uno sencillamente siente la necesidad de acelerar, como hace el atleta cuando está cerca de la meta.

Cualquiera que sea la razón, no olvide que por la prisa es fácil cometer errores. Si usted apresura a su oponente, éste podrá reaccionar estallando por un detalle insignificante o por encontrar un fallo cualquiera en el convenio. Para no perder el terreno ganado, proceda con lentitud y tranquilidad y dé tiempo a su oponente para que piense.

Anímelo a consultar con las personas a quienes representa. Si le dieron instrucciones de mantener una posición inflexible y él regresa con una propuesta completamente distinta, es probable que la rechacen. Una reunión con ellos es la oportunidad perfecta para mostrarles los méritos de la propuesta y conseguir su apoyo.

Si usted se precipita, puede concluir erróneamente que ya existe un acuerdo. Al día siguiente, cuando los abogados se reúnan para redactar el contrato, podrían descubrir que usted interpretó el acuerdo de una manera y su interlocutor de otra. Esto puede acarrear que usted sea acusado de proceder de mala fe, y quedará peor que si se hubiera demorado un poco más en llegar al acuerdo.

Una forma sencilla de evitar este problema es resumir la situación cuando crea que ha llegado a un acuerdo: «Veamos si los dos entendemos este acuerdo de la misma manera». Repase cada punto detalladamente. Si es posible, pongan lo acordado por escrito. Samuel Goldwyn, el magnate del cine, dijo una vez: «Un contrato de palabra no vale lo que vale el papel en que está escrito». Haga lo que hiciere, cerciórese de que los términos del convenio sean lo más claros y concretos posible. Un poco de claridad en esta etapa le puede evitar muchos malentendidos más adelante.

Cruzar el puente

Para tender el puente de oro no basta con hacer una propuesta atractiva. Implica, en primer lugar, comprometer a su oponente en el diseño del acuerdo; en segundo lugar, mirar más allá de los intereses obvios de su oponente, como por ejemplo el dinero, a fin de satisfacer las necesidades intangibles, como el reconocimiento o la autonomía; en tercer lugar, ayudarle a salvar las apariencias si abandona su posición inicial y ayudarlo a encontrar la forma de presentar el convenio como una victoria para las personas a quienes representa; por último, ir despacio para avanzar rápido, ayudando al otro a cruzar el puente paso a paso.

De esta manera, usted habrá tomado las medidas necesarias para facilitar las cosas a su oponente. Si éste cruza el puente, felicidades. Sin embargo, si no lo hace, usted tendrá entonces que hacer lo imposible para dificultarle la negativa. Ése es el tema del siguiente y último capítulo.

5 No ataque: utilice el poder para educar

El mejor general es el que nunca se deja arrastrar a la batalla.

Sun Tzu

¿Qué camino le queda a usted si, a pesar de todos sus esfuerzos por tender un puente de oro, su oponente se niega a llegar a un acuerdo? Todavía le queda una barrera por romper: el juego de poder de su oponente. Aunque la propuesta que usted haga para llegar a un acuerdo sea atractiva, su oponente puede seguir pensando que la negociación es un juego donde uno gana y el otro pierde. Puede juzgar cuánto gana según lo que usted pierde. Puede confiar en que logrará dominarlo y someterlo a usted.

Usted podría llegar a la conclusión de que no le queda otra alternativa que jugar el juego de poder de su oponente. En el juego del poder, usted deja de escucharlo y reconocerlo y recurre a las amenazas; deja de replantear la posición de su oponente e insiste en la suya; no trata de tender un puente de oro, sino que decide obligar a su oponente a saltar por la baranda. Usted utiliza todo su poder para obligarlo a hacer lo que usted quiere que haga: trata de hacer que destituyan a su difícil compañero de trabajo, demanda a su cliente moroso, declara la huelga contra una administración intransigente o declara la guerra a su adversario nacional.

Usted acrecienta no sólo sus medios, sino también sus fines. Cuantos más recursos invierta usted en la lucha, obviamente más concesiones querrá que le haga su oponente. En este caso, su objetivo ya no es llegar a un acuerdo satisfactorio para ambos, sino vencer.

El propósito del juego de poder es amenazar o tratar de obligar al oponente a que eche pie atrás. Sin embargo, a menos que su ventaja sea decisiva, su oponente opondrá resistencia y luchará. La ira y la hostilidad lo inducirán a volver contraproducentes los esfuerzos que usted haga para desarmarlo. Se aferrará con más obstinación a su posición y frustrará todo intento de cambiar el juego. Opondrá mayor resistencia a cualquier acuerdo, no sólo porque usted le exige más, sino también porque un acuerdo en esas circunstancias equivale a aceptar la derrota.

Cuanto más le dificulte usted el «no», más le dificultará también el «sí». Ésa es la paradoja del poder.

De esa manera, usted se ve obligado a pagar un precio muy alto por imponer su propia solución. Con cada contragolpe del oponente, aumenta el coste de su lucha. Una demanda, una huelga o una guerra implican grandes cantidades de tiempo y dinero, por no mencionar la sangre, el sudor y las lágrimas.

Como resultado, fácilmente ambos podrían perder en lugar de ganar, como era su deseo en un principio. La compañía que demanda puede perder un cliente importante; el sindicato que declara la huelga puede empujar a la compañía a la quiebra, y la nación que declara la guerra puede quedar atrapada en una costosa situación sin salida. «Ojo por ojo, y todos podemos acabar ciegos», dijo Gandhi una vez.

Incluso si usted gana la batalla, es probable que pierda la guerra; en el proceso podría destruir las relaciones con su oponente. Además, éste no dejará de buscar la manera de desquitarse la próxima vez que se encuentre en una mejor posición. La guerra –en su forma militar, empresarial y familiar– es un modo muy costoso de manejar los conflictos. Ésta es la razón por la cual el gran estratega chino Sun Tzu dijo hace más de dos mil años: «Ganar cien victorias en cien batallas no es el colmo de la habilidad. El colmo de la habilidad es subyugar al enemigo sin luchar». ⁽³⁷⁾

¿De qué manera se puede utilizar el poder para inducir al adversario a aceptar unas condiciones sin acabar en un enfrentamiento oneroso? ¿Cómo utilizar el poder de manera constructiva y no destructiva? ¿Cómo anular el efecto de la paradoja del poder?

Utilice el poder para educar

El peor error que podemos cometer cuando nos sentimos frustrados es abandonar el juego de solucionar problemas para embarcarnos en el juego de poder.

Anular el efecto de la paradoja del poder implica facilitarle a su oponente el «sí» y al mismo tiempo dificultarle el «no». Para facilitar el «sí» se necesita una negociación encaminada a solucionar problemas; para dificultar el «no» hay que ejercer el poder. No se trata de optar por una de las dos cosas, sino de utilizar ambas.

Ejerza su poder como parte integral de la negociación encaminada a solucionar problemas. Utilice el poder para llevar al oponente reacio a la mesa de negociaciones. En lugar de buscar una victoria aplastante, ponga la mira en una solución satisfactoria para ambos. En lugar de usar el poder para obligar al otro a caer de rodillas, utilícelo para ayudarle a entrar en razón.

Habitualmente, cuando la otra persona se niega a llegar a un acuerdo a pesar de todos los esfuerzos que se hagan, es porque todavía cree que puede ganar. Está convencida de que su MAPAN –su mejor alternativa a un acuerdo negociado– es superior al puente de oro que usted le tendió. Entonces, lo que usted debe hacer es convencerla de que está equivocada.

Utilice su poder para educar a su oponente y enseñarle que la única manera de ganar es ganar juntos. Desempeñe el papel de un consejero respetuoso. Actúe como si su oponente sencillamente se hubiera equivocado al juzgar la mejor manera de satisfacer sus

intereses. Hágale ver que lo más importante es evitar las consecuencias funestas de no llegar a un acuerdo. No trate de imponerle sus condiciones. Trate de guiarlo para que tome una decisión que satisfaga los intereses de ambos.

El esfuerzo por educar al otro complementa el esfuerzo de tenderle un puente de oro. Lo primero pone énfasis en el coste de no llegar a un acuerdo, y lo segundo pone de manifiesto los beneficios de un acuerdo. De esta manera, su oponente se hallará en la alternativa de aceptar las consecuencias de no llegar a un acuerdo o de cruzar el puente que usted le tendió. Su labor es presentarle cada vez con mayor nitidez esa alternativa para que pueda reconocer que la mejor manera de satisfacer sus intereses es cruzar el puente.

Hágale ver las consecuencias

Si su oponente no comprende las consecuencias de no llegar a un acuerdo, es usted quien debe hacerle ver su gravedad.

Formule preguntas para revelar la realidad

La manera más sencilla y económica de educar a su oponente es dejar que aprenda por sí mismo. Formúlele preguntas que le ayuden a reflexionar sobre el efecto de no llegar a un acuerdo. Deje que la realidad sea su maestra.

Cuando Chrysler Corporation se encontraba al borde de la quiebra en 1979,⁽³⁸⁾ el presidente de la compañía, Lee Iacocca, trató de negociar con el Congreso una garantía de crédito. La mayoría de los legisladores creían que la labor del gobierno no era salvar a las empresas privadas. Durante una serie de audiencias, Iacocca trató de hacer entrar en razón a los legisladores escépticos. Para hacerles ver las consecuencias de rechazar la petición de Chrysler, les formuló preguntas encaminadas a mostrar la realidad: «¿Sería realmente mejor para el país que Chrysler cerrara sus puertas y la tasa de desempleo aumentara en otro 0,5% de la noche a la mañana? ¿Contribuiríamos al ideal de la libre empresa si Chrysler fracasara y se perdieran decenas de miles de empleos en el exterior?».

Citando los cálculos del Departamento del Tesoro respecto al coste que los despidos le representarían al gobierno en seguros y pagos de prestaciones sociales durante el primer año únicamente, Iacocca dijo a los legisladores: «Pueden escoger. ¿Prefieren pagar los dos mil setecientos millones de dólares ahora, o desean garantizarme la mitad de esa suma con una buena probabilidad de que sea reembolsada?».

Lo que Iacocca realmente quiso decirles fue: «¿Desean aceptar las consecuencias de no llegar a un acuerdo o prefieren cruzar el puente de oro?». Aunque el Congreso se oponía a ayudar a Chrysler por motivos ideológicos, cambió de opinión cuando reconoció la realidad que enfrentaba. Más tarde, Iacocca escribió: «Cuando se dieron

cuenta de cuántos de sus electores dependían de Chrysler para ganarse la vida, se olvidaron de la ideología». Iacocca obtuvo la garantía del crédito de mil quinientos millones de dólares que necesitaba.

Las tres preguntas que se utilizan más comúnmente para revelar la realidad son:

«¿Qué cree usted que sucederá si no llegamos a un acuerdo?» La pregunta más obvia es la que Iacocca formuló al Congreso: «¿Cuál será el coste si no podemos llegar a un acuerdo?». Si usted ve que su oponente no tiene clara la totalidad del panorama, ayúdale con una pregunta: «¿Ha pensado en la posibilidad de que una huelga prolongada pueda llevar a esta compañía a la quiebra y que todos nos quedemos sin trabajo?», o «¿Se da cuenta de cuán graves serán las consecuencias para los dos si no arreglamos este asunto?». Si la persona con quien usted negocia no ha pensado en el problema o ha subestimado las consecuencias, con estas preguntas comenzará a apreciar la belleza del puente de oro.

«¿Qué piensa usted que haré yo?» Si usted cree que su oponente subestima la fuerza de la MAPAN de usted, pregúntele: «Si no podemos llegar a un acuerdo, ¿qué espera que yo haga para satisfacer mis intereses?» o «¿Qué me aconseja que haga?». A un empleado que ha estado faltando al trabajo, un jefe podría preguntarle: «¿Qué debo hacer si usted se ausenta otra vez?» o «¿Qué haría usted si por culpa de un empleado que no viene a trabajar no se puede terminar un proyecto?». Si desea ser menos directo, mencione a las personas que dependen de su oponente. Un dirigente sindical puede preguntar al gerente: «¿Cómo cree usted que se sentirán los empleados al saber que pierden las prestaciones de salud, y qué cree que harán al respecto?».

Si su oponente lo ha amenazado, pregúntele cómo cree que usted reaccionará si él insiste en amenazar: «Claro, pueden declarar la huelga, pero, si lo hacen, ¿qué esperan que hagamos nosotros? ¿Creen que nos quedaremos con los brazos cruzados?». Haga preguntas que sirvan para demostrarle que usted no es tan vulnerable como él piensa, y que su reacción podría ser perjudicial para ambas partes. «Tenemos existencias para seis meses y, si todos los jefes trabajamos, podremos mantener la planta en funcionamiento. No cabe duda de que la huelga nos perjudicará, pero más a los trabajadores. ¿Qué ganaríamos con eso?» Hágale saber que las amenazas se volverían contra él si usted decide comunicárselas a las personas a quienes representa: «Si les comunico esto a los miembros de la junta, pensarán que es chantaje, y las cosas serán mucho más difíciles».

«¿Qué hará usted?» Si usted sospecha que su oponente sobreestima las bondades de la alternativa que tiene pensada, pregúntele acerca de ella: «¿Qué piensa hacer si no llegamos a un acuerdo? ¿Cuánto le costará a usted? ¿Cómo satisfará sus intereses?». Es natural que su oponente exagere las bondades de su MAPAN, y de ahí la necesidad de sondar un poco para sacar a la superficie los puntos desfavorables: «Claro que usted podría entablar una demanda, pero ¿cuánto tiempo tardará eso? ¿Y ha pensado en los honorarios del abogado? Y aunque esté convencido de que tiene la razón, nadie le garantiza que el juez sea de su misma opinión».

Advierta, no amenace

Las preguntas quizá no siempre sean suficientes para educar a su oponente acerca de las consecuencias de no llegar a un acuerdo. El siguiente paso es plantear directamente las consecuencias. Antes de utilizar su MAPAN, hágale saber a su oponente lo que intenta hacer. Es importante que le dé la oportunidad de reconsiderar su resistencia a negociar. Ciertamente, una advertencia puede ser más eficaz que utilizar su MAPAN, porque ésta podría parecerle a su oponente mucho más grande de lo que es en realidad.

Sin embargo, usted debe tener cuidado de no amenazar. Las amenazas suelen volverse en contra de uno y convertir un problema de dinero en una cuestión de orgullo personal. Si su oponente se ve amenazado seriamente, es probable que lance un ataque a fondo. Una amenaza directa también hará que la organización de su oponente se una en contra de usted. Los conflictos internos desaparecerán y todos se unirán para atacarlo a usted, su enemigo común.

¿Cómo dar a conocer su MAPAN de manera tal que lleve al oponente a la mesa de negociaciones y no al campo de batalla? La clave está en decir las cosas en forma de advertencia y no de amenaza. A primera vista una advertencia suena como amenaza, pues ambas comunican las consecuencias negativas de no llegar a un acuerdo. Pero hay una diferencia fundamental, aunque sutil: la amenaza parece subjetiva, da la impresión de ser un enfrentamiento, mientras que la advertencia parece objetiva y respetuosa.

Amenazar es anunciar la intención de lesionar, perjudicar o castigar al oponente. Es una promesa negativa. Advertir, por el contrario, es prevenirlo acerca de un peligro. La amenaza comunica lo que usted está dispuesto a hacer si él no accede. La advertencia comunica lo que sucederá si no llegan a un acuerdo. En otras palabras, la advertencia lo desliga a usted un poco de su MAPAN, es una manera objetiva de presentar las consecuencias de no llegar a un acuerdo, de modo que las hace ver como si fueran producto de la situación misma. Es más fácil que su oponente se someta a la realidad objetiva que a usted personalmente.

La amenaza implica enfrentamiento, mientras que la advertencia comunica respeto. Presente su información en un tono neutral y deje que sea su oponente quien decida. Cuanto más directa sea la advertencia, más respetuoso debe mostrarse usted.

Amenazar es decirle al reacio director del departamento de producción: «Si no acepta aumentar la producción, voy a llevar este asunto a la casa matriz». Ante ello, la reacción más probable será: «¿Quién se cree usted que es para decirme cómo administrar mi departamento?». Es probable que él se enfurezca, y lo único que usted logrará será crear una querella interna. Por otro lado, advertir es decir a la parte contraria: «Si no cumplimos la cuota de producción acordada, la división se verá muy afectada y podremos tener problemas con la casa matriz». De esta manera, hay más probabilidad de que usted pueda inducir a su oponente a buscar la solución al problema.

A veces es necesario fijar límites para obligar al oponente a tomar una decisión. No obstante, si los límites son arbitrarios, pueden ser interpretados como una amenaza. Es mejor señalar límites «naturales» que sirvan de advertencias objetivas. Esos límites pueden ser la decisión sobre el presupuesto del año, la reunión trimestral de la junta directiva, un informe de prensa o la proximidad de las vacaciones de Navidad. Como estas fechas parecen fuera de su control, su oponente puede aceptarlas más fácilmente.

Demuestre su MAPAN

Si su oponente hace caso omiso de su advertencia, usted debe dar el siguiente paso: convénzalo de su poder demostrándole su MAPAN. Una demostración sirve para convencerlo de lo que usted proyecta hacer sin necesidad de ponerlo en práctica. Es una manera de educar a su oponente a un coste mínimo para usted y con un daño mínimo para él.

En Japón, por ejemplo, los trabajadores suelen declarar la «huelga» sin dejar de trabajar. Se ponen unas bandas negras alrededor del brazo para hacer saber a la administración cuán agravados se sienten. Las bandas también sirven para recordar a la administración hasta qué punto el futuro económico de la compañía depende de los empleados. Por asombroso que parezca, esas huelgas simbólicas han demostrado que son muy eficaces para inducir a la administración a tomar muy en serio las peticiones de los trabajadores.

Si su MAPAN es entablar una demanda, demuéstrelo haciendo que un abogado tome parte en la negociación. Una junta de barrio se oponía a la construcción de un puente elevado, y pidió al departamento de obras que construyera un paso subterráneo por ser menos visible. La junta contrató a un abogado importante para que acompañara al portavoz a presentar la petición al departamento de obras públicas, el cual había sido inflexible hasta entonces. Nadie mencionó la palabra demanda y, no obstante, el mensaje afloró fuerte y claro. El departamento de obras optó por desistir de su decisión inicial.

Para demostrar usted su MAPAN en medio de las negociaciones, puede abandonar el recinto. Sin embargo, esta táctica no se debe utilizar a la ligera. Usted no debe hacer un bluf, sino enviarles una señal clara, tanto a su oponente como a las personas que éste representa, de que usted está decidido a recurrir a su MAPAN. No es necesario que dé un portazo cuando salga; puede limitarse a decir: «Lo siento, pero tal como van las negociaciones, creo que no lograremos nada constructivo. Estoy a disposición suya en cualquier momento. Éste es mi número telefónico. Por favor, llámenme cuando estén dispuestos. Hasta entonces, me temo que tendrá que recurrir a mis alternativas». Deje la puerta abierta a fin de que su oponente pueda llamarlo para que regrese, o a fin de que su propio jefe llame al jefe aquél, o a fin de que un tercero vaya a traerlo a usted.

Otra manera de demostrar su MAPAN consiste en hacer los preparativos para ponerla en práctica y cerciorarse de que su oponente descubra sus planes. Tomemos el ejemplo de unos grandes almacenes muy exclusivos⁽³⁹⁾, que tenían políticas

discriminatorias y que sólo contrataban personas de las minorías para desempeñar los oficios más bajos. Una organización social protestó, pero los grandes almacenes rehusaron negociar. En respuesta, la organización movilizó a tres mil compradores de los grupos minoritarios para que aparecieran en el almacén un sábado, vestidos con sus mejores galas. Los compradores examinarían la mercancía durante horas, manteniendo ocupados a los vendedores. Al llegar los clientes regulares y ver la multitud, darían media vuelta y se irían. Los dirigentes de la organización social incluyeron en sus planes a una persona de quien estaban seguros que informaría a la empresa. Cuando los gerentes se enteraron del plan, inmediatamente solicitaron a la organización social que iniciara negociaciones con ellos, y acordaron contratar a un número considerable de vendedores y aprendices de directivos entre los grupos minoritarios.

No olvidemos que el poder, al igual que la belleza, está en los ojos de quien lo ve. Para que su MAPAN produzca el efecto deseado de inducir al oponente a regresar a la mesa de negociaciones, es necesario convencerlo de la realidad de esa alternativa.

Utilice su MAPAN y aplaque la reacción

Si su oponente se empecina en no negociar, la única salida es que usted ponga en práctica su MAPAN. Los trabajadores insatisfechos declararían la huelga. La asociación del barrio demandaría al departamento de obras. La organización social haría su expedición hasta los grandes almacenes. El jefe de marketing pediría a la casa matriz que le ordenara al gerente de planta aumentar la producción.

Sin embargo, el problema de emplear el poder abiertamente es que puede provocar un contraataque, aunque tal acción no tenga sentido alguno. Es probable que la parte contraria se deje llevar por sus emociones y actúe sin pensar en los costes de la lucha o en los beneficios de la negociación. Esa resistencia «irrazonable» puede frustrar cualquier intento de educar al oponente mediante la utilización del poder. Por consiguiente, la manera de emplear el poder es crucial. Cuanto más poder emplee usted más tendrá que aplacar la resistencia de su oponente.

Despliegue su MAPAN sin provocar a su oponente

Es fácil abusar del poder. Ejercer poder puede convertirse en una válvula de escape para los sentimientos reprimidos de ira y frustración. Lo más probable es que usted sienta el deseo, muy humano, de hacerle pagar a su oponente todos los desvelos que le ha causado. No obstante, por cada acción suya habrá otra reacción igual y contraria de él. «Cuanto más duros sean los métodos que uno utilice –escribió sir Basil Liddell Hart, prominente estratega militar británico–, mayor será la ira de los adversarios y más obstinada su resistencia.»⁽⁴⁰⁾

Utilice el mínimo poder necesario. Lo mejor, después de no emplear la MAPAN, es emplearla lo menos posible. Utilice el mínimo poder necesario para convencer a su oponente de que regrese a la mesa de negociación. Habitualmente, eso significa agotar

todas las alternativas antes de lanzarse al ataque. Cuando comenzó la crisis de los misiles de Cuba,⁽⁴¹⁾ el presidente Kennedy optó por no ordenar un ataque aéreo inmediato para destruir las armas soviéticas. No quería empujar al primer ministro Khrushov a ordenar represalias contra las fuerzas estadounidenses estacionadas en Berlín o en Turquía, lo cual podría haber llevado a la Tercera Guerra Mundial. Para desplegar su poder sin correr riesgos, Kennedy recurrió a un bloqueo naval de la isla de Cuba. La estrategia dio resultado; la crisis se resolvió por medio de negociaciones y no de la guerra.

Cuanto más logre controlarse usted, menos negativa será la reacción de su oponente. Si usted es el jefe de un sindicato que está en huelga, procure que ésta sea pacífica; impida que los más agresivos cometan actos de violencia física o sabotaje industrial. Si usted es el empleador, piénseselo bien antes de contratar personal para reemplazar a los huelguistas. Haga lo imposible por no provocar a su oponente, y no olvide que su objetivo fundamental es traerlo a la mesa de negociaciones.

Al enfrentar una rebelión de los comunistas de Malasia en 1948, Winston Churchill hizo llamar al mariscal de campo Templar y le dio plenos poderes para que hiciera lo que fuera necesario a fin de aplastar a los sediciosos. Pero también le dio un consejo: «El poder absoluto, Templar... puede embriagar... Utilícelo con moderación».⁽⁴²⁾

Utilice medios legítimos. Cuanto más legítimo sea el uso del poder, menos probabilidades habrá de que su oponente se resista, y más probabilidades de que vuelva a la mesa de negociaciones. En el caso de los almacenes que tenían políticas discriminatorias, por ejemplo, ir de compras era una actividad completamente lícita, y la administración no podía impedirles la entrada a los compradores de las minorías sin generar publicidad negativa sobre los almacenes y sobre sus métodos de contratación. En la crisis de los misiles cubanos, el presidente Kennedy optó por un bloqueo naval en buena parte porque creía que era un medio más legítimo que un ataque aéreo. La legitimidad despersonaliza el uso del poder; así hay menos probabilidades de que el oponente se sienta atacado personalmente y obligado a reaccionar.

Neutralice el ataque de su oponente

La contienda del poder es de doble vía. Su oponente podrá contraatacar en respuesta a un despliegue de poder o sólo para obligarlo a usted a aceptar las condiciones que él desea imponer. En ese caso, usted tendrá que defenderse. Pero no hay que olvidar que el contraataque suele llevar a enfrentamientos infructuosos. Una forma más eficaz de proceder es neutralizar el ataque del oponente sin contraatacar.

Si usted cree que su cliente amenazará con pasar por encima de usted para conseguir mejores condiciones, hable de antemano con su jefe. Haga que se comprometa a enviarle de nuevo a usted el cliente. Así, cuando el cliente lo amenace, usted estará preparado: «Puede hablar con mi jefe. Ya hablé con él del asunto, y estoy seguro de que le dirá lo mismo que yo». Sin atacar, usted neutralizará el intento de coacción.

Veamos el caso de una mina de carbón en la cual las relaciones entre obreros y patronal eran bastante difíciles. En las oficinas se recibían amenazas de bomba cada vez que había cambio de turno. La administración se veía obligada a suspender las labores en la mina mientras se efectuaba la búsqueda. Por último, los ejecutivos tuvieron la idea de pedirle a la operadora de la centralita que grabara todas las llamadas y dijera lo siguiente: «Su voz está siendo grabada. ¿En qué podemos servirle?». Se reunió a los mineros para que escucharan la grabación y se les pidió que informaran a la gerencia si reconocían la voz. Después de eso, el número de amenazas se redujo considerablemente. La gerencia había logrado neutralizar la táctica del que llamaba.

O veamos un ejemplo de política internacional. En 1948, el líder soviético Iósif Stalin bloqueó Berlín Occidental para obligar a las tropas aliadas a abandonar la ciudad. Las potencias de Occidente pensaban romper el bloqueo con un convoy armado, pero temieron que eso pudiese desencadenar la Tercera Guerra Mundial. Entonces prefirieron neutralizar el bloqueo organizando un gigantesco puente aéreo para llevar alimentos y suministros a los berlineses sitiados. Al darse cuenta de que no había tenido éxito, Stalin levantó el bloqueo y decidió negociar.

Tal como ilustran estas situaciones, su reto es frustrar el ataque de su oponente pero sin devolver el golpe. No se trata de castigarlo, sino de mostrarle que la única manera de satisfacer sus intereses es negociar.

El poder de la tercera fuerza

Usted solo podría no tener suficiente poder. Por suerte, casi todas las negociaciones se llevan a cabo en una comunidad más grande, que puede ser la «tercera fuerza» en las negociaciones. Muchas veces, incluir a otras personas es la forma más eficaz de refrenar los ataques del oponente e inducirlo a llegar a un acuerdo sin provocar un contraataque.

Forme una coalición. Cuando uno trata de inducir a negociar a un dictador, a unos grandes almacenes o a un jefe intransigente, es útil formar una coalición poderosa de partidarios. Los Estados Unidos de América estuvieron al lado del Reino Unido y de Francia durante la crisis de Berlín. La asociación del barrio obtuvo los servicios de un abogado eminente. La organización social para las minorías movilizó a tres mil compradores. Al escoger sus posibles aliados, piense especialmente en aquellos que seguramente simpatizarán con su causa y estarán dispuestos a apoyarlo: un amigo o pariente, un cliente de muchos años, una organización que comparte sus objetivos o alguien que haya tenido problemas similares con su oponente.

Aunque lo más natural es buscar a los amigos y a los aliados, rara vez pensamos en apelar a las personas a quienes nuestro oponente representa: su familia, sus amigos, sus compañeros de trabajo y sus clientes. Aunque su oponente rehúse escucharlo a usted, es probable que escuche a esas otras personas, y más aún si lo que le piden es que negocie. Por ejemplo, en los Estados Unidos de América, en los casos de rehenes, la policía suele

recurrir a los familiares y a los amigos del terrorista para que lo convenzan de que actúe con sensatez; en los casos internacionales, generalmente se acude a las naciones que tienen vínculos con los terroristas para que intercedan.

Además de sus aliados y los del oponente, también están las personas del medio, los indecisos, los neutrales que no han tomado partido. Si usted está negociando la realización de un proyecto con un rival de su departamento, la persona que está en el medio puede ser el jefe de ambos. Si usted forma parte de una organización social que trata de negociar con un urbanizador recalcitrante, recurra a los medios de comunicación para pedir cobertura y editoriales de apoyo.

Recorra a terceros para frenar los ataques. La presencia de un tercero puede disuadir a su oponente de amenazar o atacar. En las peleas de niños, el ojo vigilante del padre a menudo impide que haya golpes. Cuando el público observa, hasta un gobierno dictatorial duda antes de utilizar la violencia.

Veamos el caso de una negociación extraordinaria. En 1943, cientos de mujeres alemanas casadas con judíos marcharon durante más de una semana por las calles de Berlín.⁽⁴³⁾ Deseaban liberar a sus esposos de las prisiones nazis, donde esperaban que los llevaran a las cámaras de gas. Los nazis apuntaron sus ametralladoras contra las mujeres, pero de nada les sirvió. El dilema era liberar a los prisioneros o utilizar la violencia contra mujeres «arias» ante los ojos de los ciudadanos cuyo apoyo y ánimo deseaban conservar a toda costa. Al final, el más bárbaro de todos los gobiernos que han existido optó por la primera alternativa, lo cual salvó de la muerte a mil quinientos judíos. Las mujeres desplegaron su MAPAN —la marcha pacífica— y a la vez impidieron la reacción negativa —una masacre— gracias a la presencia de terceros: los ciudadanos alemanes.

Válgame de terceros para promover la negociación. Los terceros también pueden ayudarle a inducir a su oponente a negociar. El presidente de la compañía puede decirles a usted y a su rival que deben resolver el conflicto en una semana. Un juez puede llamarlos a usted y al abogado de su oponente a su despacho para instarlos a llegar a un acuerdo fuera del tribunal. Algunas veces, el solo hecho de saber que otros observan es suficiente para obligar al oponente a negociar.

Un tercero también puede ayudar sirviendo de mediador. Puede ayudar a ambas partes a comprender sus respectivos intereses y sugerir alternativas de solución. Su oponente estará más dispuesto a aceptar la solución propuesta por un tercero que a ceder ante usted. Y si los dos no se dirigen la palabra, un tercero puede reunirlos. El mediador puede ser un amigo de ambos, el jefe de ambos, un líder social o un profesional neutral.

Si su oponente rehúsa aceptar su propuesta, válgame del apoyo de los demás para hacerle ver sus ventajas. Considere el método de intervención que se usa para convencer a los alcohólicos de que busquen tratamiento.⁽⁴⁴⁾ La esposa de un alcohólico que rompía una y otra vez sus promesas de dejar la bebida llevaba sufriendo mucho tiempo. En su desesperación, buscó la ayuda de los demás: los niños, los hermanos, los amigos más

íntimos y el empleador. Todos se unieron para convencer al enfermo de que necesitaba ayuda. Cada uno se encargó de decirle cuánto lo quería, le hicieron recuentos de incidentes que ocurrieron por conducir peligrosamente en la carretera, de violencia personal o de conducta vergonzosa. Luego, se reunieron todos para insistirle en que buscara ayuda. Para facilitarle la decisión, elaboraron una lista de centros de tratamiento e hicieron reservas en cada uno de ellos. Finalmente, ante tantas muestras de interés y de preocupación, el alcohólico decidió aceptar la ayuda que necesitaba. La esposa sola no habría logrado nada; fue necesario el apoyo de los amigos, los parientes y los colegas del enfermo. Tal como dice el viejo adagio: «Si una persona te dice que tienes cola, te ríes. Si tres personas te dicen lo mismo, te vuelves para mirar».

Hay más probabilidades de que otras personas colaboren si usted puede demostrar la legitimidad del caso. Traiga a colación normas como los antecedentes, la equidad, las reglas de la compañía y la ley. Como por lo general no basta con tener razón, presente su caso como algo de importancia para los terceros. Si usted recurre a su jefe, tendrá más oportunidades de conseguir su apoyo si le demuestra que tanto los intereses de la compañía como los de él están en juego.

Si ese tercero no desea ayudarle a hacer entrar en razón a su oponente, quizá usted tenga que darle una razón de peso para que cambie de opinión. Considere la táctica que emplearon los inquilinos de un edificio de un barrio marginal.⁽⁴⁵⁾ Estaban tratando de convencer al dueño de que reparara la instalación de cañerías, pero éste rehusaba escuchar. Entonces decidieron hacer una manifestación. En lugar de marchar con sus avisos alrededor del edificio o frente a la oficina del propietario, fueron hasta el barrio elegante donde él vivía. En cuestión de minutos el propietario comenzó a recibir un diluvio de llamadas de los vecinos: «No nos interesa saber cómo se gana usted su dinero. Sólo queremos que retire a esa gente de nuestras aceras». Como era de esperar, aceptó reparar la instalación.

Cuando recurra a su MAPAN, no olvide la utilidad de llamar a terceros para que le ayuden a traer a su oponente a la mesa de negociaciones. Si usted ejerce su poder por medio de ellos, corre menos riesgo de provocar una fuerte reacción negativa de su oponente.

Destaque el agudo contraste de las opciones de su oponente

Cuando eduque a su oponente acerca de los costes de no llegar a un acuerdo, debe recordarle permanentemente el puente de oro que usted ya le tendió. Cuando el oponente rehúsa negociar, el impulso explicable es retirar el puente, es decir, cancelar la última mejor oferta que uno hizo. En realidad, uno debe dejar siempre a la vista sobre la mesa la oferta más generosa. Nada contribuye más a romper la resistencia del oponente que la posibilidad de una salida halagüeña.

Su poder para hacerle entrar en razón no radica en los costes que usted puede causarle, sino en el contraste entre las consecuencias de no llegar a un acuerdo y la tentación del puente de oro. Su tarea es destacar continuamente el agudo contraste hasta que el oponente se dé cuenta de que la mejor manera de satisfacer sus intereses es cruzar el puente.

Hágale saber a su oponente que hay una salida

El poder no sirve de nada si se utiliza para arrinconar al oponente y obligarlo a resistir con toda su fuerza. Dejar una salida es un precepto consagrado por el tiempo. Las crónicas militares de la China antigua⁽⁴⁶⁾ cuentan la historia de un general que sitió a un grupo de rebeldes en la ciudad de Yuan Wu. En vista de que el general no lograba capturar la ciudad, el rey lo reprendió: «Ahora tiene usted un gran número de tropas rodeando al enemigo, el cual está decidido a luchar hasta el fin. ¡Eso no es estrategia! Debe levantar el asedio. Hágales saber que tienen una ruta de escape para que huyan y se dispersen. ¡Entonces cualquier policía de aldea podrá capturarlos!». El general siguió el consejo y de ese modo pudo ocupar Yuan Wu.

Aunque usted crea que su oponente conoce la salida, él podría estar convencido de que ya no existe. Un asaltante de bancos que ha tomado rehenes puede pensar que ya no tiene salida porque mató a un oficial de la policía, y que no tendrá nada que perder si liquida a los rehenes. La misión del negociador de la policía es asegurarle que todavía puede salvar algo si negocia. Un adolescente que robó a sus padres para comprar drogas quizás piense que ya nunca más podrá regresar a casa; el desafío de los padres es convencerlo de que tiene las puertas abiertas.

Fácilmente, su oponente podría creer erróneamente que su intento de educarlo por medio del poder es un intento de derrotarlo. Usted debe reafirmarle constantemente que lo que busca es un acuerdo satisfactorio para ambos y no la victoria. En una negociación por un aumento salarial, si usted menciona una oferta muy atractiva de trabajo, su jefe podría pensar que lo está amenazando con dejar la empresa. Tiene que hacer todo lo posible por convencerlo de que se quiere quedar. Por cada onza de poder que utilice, añada una onza de conciliación.

Deje que su oponente escoja

Paradójicamente, justo cuando parece que su oponente está accediendo, usted debe cederle el paso para dejar que tome su propia decisión. Respete la libertad que él tiene para escoger entre las consecuencias de no llegar a un acuerdo y el puente de oro. A fin de cuentas, es él quien debe escoger. Cuando los familiares y los amigos tratan de ayudar al alcohólico con una intervención organizada, lo único que pueden hacer es instarlo a buscar ayuda y describirle las consecuencias de no hacerlo, pero al final deben respetar su libertad para escoger.

No dé a su oponente dos alternativas inamovibles. Permítale que sea él quien se ocupe de los detalles. Aunque la familia haya facturado las maletas del alcohólico y haya hecho las reservas para su tratamiento, deben darle la oportunidad de escoger por lo menos entre dos centros de tratamiento. De esa manera él sentirá que es el dueño de su decisión.

Aunque esté en posición de ganar, negocie

Un resultado impuesto nunca es estable. Aunque usted tenga una decisiva ventaja de poder, piénselo dos veces antes de lanzarse a la victoria e imponer un acuerdo humillante a su oponente. Esto no sólo aumentaría su resistencia, sino que lo induciría a socavar o a trastocar el resultado a la primera oportunidad que se le presente. A principios de este siglo, el mundo aprendió esta lección a un coste enorme: el tratado de paz impuesto después de la Primera Guerra Mundial se vino abajo y dio paso a la Segunda Guerra Mundial.

Los resultados más estables y satisfactorios, incluso para la parte más fuerte, suelen ser los que se logran a base de negociaciones. Benjamin Disraeli, primer ministro británico en el siglo XIX, resumió la lección así: «Además de saber en qué momento hay que aprovechar la ventaja, lo más importante es saber en qué momento hay que renunciar a ella». Cuando usted se encuentre en medio de la contienda de poder, es vital que recuerde que su objetivo no es conseguir la victoria por la superioridad, sino llegar a un acuerdo satisfactorio mediante negociaciones superiores.

Veamos lo que hizo una ciudad pequeña de Texas al negociar con una compañía petrolera los impuestos que ésta debía pagar por una refinería instalada justo fuera de los límites municipales. Los ciudadanos estaban descontentos porque las escuelas no tenían presupuesto, las calles eran malas y los servicios públicos, insuficientes. Los concejales pidieron a la compañía una aportación mayor para las arcas municipales, pero ésta se negó, y ello a pesar de que pagaba menos impuestos que los ciudadanos.

No era mucho lo que los concejales podían hacer. Al parecer, la compañía tenía todo el poder de negociación. Era una de las compañías más grandes del mundo, la mayor fuente de empleo de la ciudad y estaba representada por abogados sagaces y duros.

Desesperados, los ciudadanos celebraron una reunión para decidir lo que debían hacer. Después de mucho discutir, un abogado de la localidad propuso lo siguiente: «Las leyes del estado permiten ampliar los límites de la ciudad con la aprobación de tres cuartas partes de los residentes. ¿Por qué, sencillamente, no anexamos los terrenos donde funciona la refinería? Aplicando la tasa tributaria municipal, conseguiremos los ingresos que necesitamos». La idea fue aprobada y se hizo un plebiscito que aprobó el proyecto por abrumadora mayoría.

Los ciudadanos contaban entonces con una poderosa MAPAN. Sin embargo, los concejales decidieron no ponerla en práctica. No deseaban enemistarse con la compañía, sino tan sólo que ésta asumiera una proporción más justa de la carga tributaria de la ciudad. Cuando se sentaron a negociar con los abogados de la compañía, les dijeron: «Reconocemos lo que ustedes han hecho por el bienestar de esta ciudad. No podríamos sobrevivir sin ustedes. Pero, como bien saben, la gente está muy descontenta con las escuelas y el estado de las calles, y no ve por qué la compañía no deba pagar la misma tasa tributaria que los demás. La ley nos autoriza a anexar los terrenos de la refinería, en cuyo caso ustedes tendrían que pagar la tasa tributaria municipal. Sin embargo, preferimos llegar a un acuerdo más satisfactorio para sus intereses».

Los concejales pasaron a presentar distintas alternativas que beneficiaban a ambas partes y reducían la carga de los impuestos. Ofrecieron reducir los gravámenes sobre las futuras inversiones de la refinería, puesto que reconocían que eso elevaría el nivel económico de la ciudad. Enterados de la campaña que estaba haciendo la compañía petrolera para inducir a los proveedores a establecerse más cerca de la refinería, ofrecieron una exención de impuestos durante cinco años para las nuevas industrias. En pocas palabras, le tendieron un puente de oro a la compañía.

¿Qué podía hacer la compañía? El plebiscito no le permitía hacer caso omiso de las necesidades de la ciudad. Su MAPAN –trasladarse a otra parte– representaba un coste muy alto. Claro está que podía responder reduciendo las operaciones y cancelando sus aportaciones a las obras de carácter social de la ciudad. Pero los concejales no querían sacarles el dinero por gusto; en realidad, la ciudad estaba atravesando una crisis financiera. Los concejales neutralizaron la reacción de la compañía haciendo lo posible por no imponerle una solución y buscando la manera de satisfacer sus intereses.

Por último, la ciudad y la compañía llegaron a un acuerdo. La compañía aceptó aumentar su contribución fiscal de trescientos mil dólares a dos millones trescientos mil al año. En lugar de deteriorarse, las relaciones entre las dos comenzaron a mejorar.

Forje un acuerdo duradero

Una vez que usted logre hacer entrar en razón a su oponente, el último desafío es traducir esa buena voluntad en negociar un acuerdo sólido y duradero.

No pierda de vista la realización

Llegar a un acuerdo es una cosa, realizarlo es otra. Un cliente moroso puede hacer la promesa de que enviará el cheque por correo al día siguiente. Un empresario en quiebra podrá afirmar que cobrará sus facturas la próxima semana. Pero ¿puede uno confiar en lo que dicen?

Es necesario diseñar un convenio que induzca a su oponente a cumplirlo y que lo proteja a usted en caso contrario. No necesita mostrar desconfianza, sino actuar independientemente de la confianza.

Diseñe un convenio que minimice sus riesgos. No piense únicamente en el recurso de la ley para hacer cumplir el convenio; los litigios son largos y costosos. Si tiene dudas acerca de la fiabilidad de su oponente, diseñe el convenio de tal manera que usted no tenga que cumplir su parte hasta que él cumpla la que le corresponde. Si usted es comprador, tome medidas para diferir sus pagos o entrégueselos en depósito a un tercero hasta que reciba lo que prometió el vendedor y verifique que se ajusta a lo pactado. Si recientemente le hizo una venta a un cliente ocasional, no acumule demasiadas existencias para él. Espere hasta que se forme un archivo que permita ver si paga oportunamente.

Para protegerse todavía más, incluya garantías en el convenio. En lugar de confiar en una promesa que le hizo alguien de comprar su casa o su empresa, exija unas arras no reembolsables. Si le ofrecieron un cargo incierto, proponga una cláusula de protección que especifique lo que usted recibirá si la compañía se retracta o si usted es despedido.

Difícultele la retirada a su oponente haciendo que otros participen. Trate de conseguir las firmas de los jugadores más importantes del oponente. Invite a personas o instituciones que sean verdaderamente significativas para su oponente, a fin de que sirvan de testigos en el convenio. Anuncie el acuerdo públicamente.

No permita que su oponente interprete sus dudas como un ataque contra él. Si él le dice: «Confíe en mí», respóndale usted: «Por supuesto, confío en usted», y pase a explicarle la práctica comercial usual: «Estoy seguro de que nada va a salir mal con nuestro arreglo, pero mi abogado insiste en los procedimientos usuales de garantía». O, si su futuro empleador insiste en que un apretón de manos y una promesa verbal de protección son suficientes, dígale: «Tiene usted toda la razón. Tengo plena confianza en lo que usted dice. Sin embargo, agregar un memorándum a mi hoja personal no sobraría en caso de que usted reciba un ascenso mañana y me toque tratar con un nuevo jefe».

Incorpore un procedimiento para resolver los conflictos. Las garantías son el último recurso en caso de incumplimiento de su oponente; no son el primer recurso. Para tener algo a lo cual recurrir en primera instancia, es necesario acordar de antemano un procedimiento para resolver los conflictos. En el convenio debe quedar muy claro lo que sucederá en caso de que una de las partes considere que la otra no está cumpliendo con las condiciones acordadas.

En un procedimiento típico para resolver conflictos,⁽⁴⁷⁾ se podría especificar que las partes tratarán primero de solucionar las diferencias mediante negociaciones. Si después de treinta días no logran llegar a un acuerdo, deben recurrir a un mediador. Si al cabo de otros treinta días el mediador no ha logrado nada, el conflicto debe someterse al arbitrio de un tercero aceptado por ambos. Las compañías petroleras, antes de iniciar una empresa conjunta, suelen establecer comités para que manejen todos los conflictos que puedan surgir. En caso de que un conflicto persista, se remite a dos altos directivos, uno

de cada compañía, quienes tratan de mediar en el asunto. Sólo cuando esto falla, las compañías recurren al arbitrio. En todos sus convenios, usted debe considerar la inclusión de un procedimiento para resolver los conflictos.

Reafirme las relaciones

Una negociación difícil bien puede dañar las relaciones. Si su oponente deja la mesa de negociación con desagrado, quizá no haga un buen trabajo tratando de convencer a las personas a quienes representa de las ventajas del acuerdo o de ponerlo en práctica. Quizá cumpla la letra, pero no el espíritu del convenio.

A usted le conviene que su oponente se levante de la mesa de negociaciones tan satisfecho como sea posible. Aunque usted esté feliz por el éxito de su gestión, no cante victoria. Al terminar la crisis de los misiles cubanos,⁽⁴⁸⁾ el presidente Kennedy dio instrucciones estrictas a los miembros de su gabinete para que no afirmaran haber logrado una victoria. No deseaba dificultarle al primer ministro Khrushov la labor de justificar ante sus camaradas la decisión de retirar los misiles.

Sea generoso al final. Evite la tentación natural de pelear hasta por la última migaja. Tal como dijo un negociador experto en casos de rehenes: «Guardamos cierta cantidad de flexibilidad para el final, porque preferimos que sean ellos los que ganen el último *round*. Ponemos las cosas más fáciles de lo que ellos esperan porque deseamos que crean que lo hicieron muy bien».⁽⁴⁹⁾ La satisfacción del oponente producirá muy buenos frutos durante la puesta en práctica del convenio, e igualmente en negociaciones futuras.

Después de una negociación difícil, tal vez usted no desee volver a ver a su oponente nunca más. Sin embargo, mientras usted dependa de él para el cumplimiento del convenio, es conveniente que mantenga buenas relaciones de trabajo. Las palabras amables y los gestos simbólicos ayudan. Si la situación lo justifica, organice una ceremonia para la firma y una celebración para ambas partes. Comuníquese periódicamente con su oponente para hacerle ver que usted está cumpliendo su parte del convenio. Y atienda con prontitud cualquier queja de él. La mejor garantía de un convenio duradero son las buenas relaciones de trabajo.

Ponga la mira en la satisfacción de ambas partes, no en la victoria

Para el eminent estratega prusiano Carl von Clausewitz, la guerra era la continuación de la política por otros medios. Asimismo, usted debe ver en la utilización del poder una continuación de las negociaciones por otros medios. De ahí se desprende lo demás: buscar la satisfacción de ambas partes en lugar de la victoria; utilizar el poder para educar en lugar de luchar. Usted debe hacerle saber a su oponente las consecuencias de no llegar a un acuerdo: por medio de preguntas de prueba para revelar la realidad, de advertencias en lugar de amenazas y, en caso de necesidad, mediante demostraciones de poder.

Si usted debe emplear forzosamente su MAPAN, utilice sólo el mínimo poder necesario para inducir a su oponente a regresar a la mesa de negociaciones. De esta manera desplegará su MAPAN sin irritar y neutralizará los ataques de su oponente sin necesidad de contraatacar. Neutralizándolos, él no convertirá la utilización que usted haga del poder en una batalla vana y costosa.

Recuérdelle en todo momento a su oponente que el puente de oro siempre está a su disposición. No trate de imponerle una solución, sino de educarlo acerca de la mejor alternativa para él, y también para usted. En síntesis, utilice el poder para educar, no para atacar.

III. Conclusión

Adversarios que se convierten en socios

Cuando murió, un hombre les dejó de herencia a sus tres hijos diecisiete camellos para que los repartieran de la siguiente manera: la mitad para el hijo mayor, una tercera parte para el segundo y una novena parte para el menor. Al disponerse a repartir la herencia, no lograron ponerse de acuerdo porque diecisiete no es divisible por dos, por tres o por nueve. Por último, decidieron consultar a una anciana sabia. Tras reflexionar, la anciana les dijo: «Vean qué sucede si toman mi camello». Al tener dieciocho camellos, el hijo mayor tomó su mitad, o sea nueve, el segundo hijo tomó su tercera parte, o sea seis, y el hijo menor su novena parte, o sea dos. Nueve, más seis, más dos sumaban diecisiete, por lo tanto sobraba un camello, el cual devolvieron a la anciana.

Como ilustra la historia de los diecisiete camellos, hay ocasiones en que parece no existir una salida en las negociaciones. Al igual que la anciana, es necesario cambiar de posición y ver el problema desde otro ángulo para encontrar ese decimoctavo camello.

La estrategia de penetración puede ser su decimoctavo camello. Con ella puede usted subir al balcón y observar su negociación difícil desde una nueva perspectiva. Usted hace una penetración cuando neutraliza la resistencia de su oponente, aproximándose indirectamente y actuando contrariamente a las expectativas de éste. Cuando hablamos de penetración, ponemos énfasis en el hecho de ser respetuoso con su oponente: no tratarlo como un objeto al que hay que presionar, sino como a una persona a la que hay que persuadir. En lugar de cambiar la manera de pensar de la otra persona mediante presión, usted cambia el entorno en el que ella toma las decisiones. Deje que el oponente saque sus propias conclusiones y escoja. Su meta no es ganarle, sino ganárselo.

Para cumplir esta meta, usted debe resistir las tentaciones humanas y naturales, y hacer lo contrario de lo que tiene deseos de hacer. Usted debe suspender su reacción cuando sienta ganas de retroceder; debe escuchar cuando sienta ganas de responder; preguntar cuando sienta ganas de darle la respuesta a su oponente; conciliar las diferencias cuando sienta ganas de hacer valer su punto de vista; educar cuando sienta ganas de atacar.

La negociación de penetración es difícil. Los negociadores que triunfan son pacientes y persistentes. El progreso suele llegar gradualmente. Cada pequeña penetración puede llevar a una mayor. Al final, hasta las negociaciones que parecían imposibles pueden conducir a un acuerdo igualmente satisfactorio para ambas partes.

Para ilustrar cómo se complementan los cinco pasos de la estrategia, veamos dos ejemplos diferentes: una negociación sobre un aumento de sueldo con un empleador y una negociación sobre unos rehenes con un criminal armado.

Negociación sobre el sueldo

Imaginemos la manera como se desarrollaría una negociación sobre el sueldo.

Empleada: Señor Castillo, ¿puedo hablar con usted un minuto?

Empleador: Elizabeth, si es sobre un aumento de sueldo, pierde el tiempo. La respuesta es no.

Empleada: No le he preguntado nada todavía.

Empleador: No necesita preguntar. No hay dinero en el presupuesto.

Empleada: Pero ya ha pasado un año y medio desde mi último aumento.

Empleador: ¿No ha oído lo que le he dicho? No hay dinero en el presupuesto. ¿He sido perfectamente claro?

Veamos de qué manera puede continuar esta conversación. La acción y la reacción pueden llevar a la empleada a ceder o a enfrascarse en una discusión destructiva que terminaría con su retirada. Por otro lado, la empleada puede suspender su reacción contando hasta diez. En el balcón, ella recuerda su doble interés en recibir un aumento de sueldo y en mantener su relación de trabajo con el jefe obstinado. En vez de discutir con él, hace lo contrario y se pone de su lado.

Empleada: Me doy cuenta de que tenemos un presupuesto muy apretado y que en este momento todos estamos sometidos a una gran presión. No le estoy pidiendo que saque dinero del presupuesto para darme un aumento.

Empleador: ¿Ah, no?

Empleada: No. No quiero darle problemas. Yo sé que usted está haciendo lo mejor posible por todos nosotros, bajo circunstancias difíciles.

Empleador: Así es. Me gustaría tener el dinero, pero no lo tengo... Entonces, ¿de qué quiere hablarle?

Empleada: Me gustaría que me diera algunos minutos de su tiempo para hablar sobre cómo le parece que estoy haciendo las cosas, en qué puedo mejorar y qué puedo esperar a cambio, sabiendo que en este momento no hay dinero en el presupuesto.

Empleador: Bueno, supongo que hablar no hace daño. Venga mañana alrededor de las diez, pero recuerde que un aumento está fuera de toda consideración.

La empleada todavía no ha llegado a un acuerdo sobre un aumento, pero neutralizó la resistencia de su jefe. Ella creó un clima más positivo, en el cual ambos pueden negociar. En la siguiente cita, la conversación se desarrolla como sigue:

Empleada: Le agradezco el tiempo que se toma para recibirme. Estuve pensando en lo que usted dijo acerca del presupuesto tan apretado bajo el cual trabajamos. Me preguntaba si yo podría ayudar a que ahorráramos dinero asumiendo más responsabilidades.

Empleador: Bueno, ésa es una pregunta interesante. Veamos...

En vez de rechazar la posición de su jefe, la empleada replantea la discusión para hablar de cómo satisfacer las intenciones no manifiestas del jefe de reducir costos. La empleada toca el tema de la posibilidad de un aumento solamente después de esa conversación.

Empleada: Ahora me doy cuenta de que un aumento está fuera de consideración, pero, si yo logro reducir costes, ¿podríamos pensar en una compensación para mí? La tomariamos de esos ahorros obtenidos con los trabajos que yo haría. Por supuesto, nos mantendríamos dentro del presupuesto.

Empleador: No estoy seguro de que eso funcione.

Empleada: ¿Y si lo tomamos como una prima condicional sobre los ahorros conseguidos?

Ambos están en camino de lograr un acuerdo que satisfará sus necesidades. La empleada está en la tarea de construirle a su jefe un puente de oro. Si el empleador sigue mostrándose reacio, la empleada puede mostrarle su MAPAN, que en este caso es una oferta de trabajo que le hicieron. Si ella quiere mantener una buena relación de trabajo con el jefe, debe evitar irritarlo.

Empleada: Señor Castillo, quisiera pedirle un consejo. He disfrutado con mi trabajo aquí y me gustaría mucho continuar, pero tengo muchas dificultades para pagar la universidad de mis hijos con mi salario actual. Me hicieron una oferta de trabajo que me ayudaría a conseguir el dinero que necesito, pero me encantaría quedarme aquí. ¿Hay alguna manera en que podamos resolver esto?

Esta manera de abordar el problema puede hacer que el empleador caiga en la cuenta de que perdería a un empleado valioso; podría ver el puente de oro como algo muy atractivo.

Si la negociación con este empleador parece muy fácil, piense en la manera en que se utilizó la estrategia de penetración en una de las situaciones más difíciles que uno pueda imaginar: una negociación de rehenes con un criminal armado.

Un caso de rehenes⁽⁵⁰⁾

En la mañana del jueves 14 de octubre de 1982, decenas de agentes de policía acudieron al segundo centro médico más grande de los Estados Unidos de América, el Kings County Hospital de Brooklyn, Nueva York. Larry Van Dyke, convicto de robo a mano armada, se había atrincherado en un vestuario del sótano con cinco empleados del hospital. Van Dyke, quien había ido al hospital a que le quitaran el yeso de un brazo, le había arrebatado el arma al oficial de la penitenciaría, a quien había herido para tratar de escapar. Al verse asediado por la policía, Van Dyke tomó rehenes. Casi inmediatamente dejó salir a uno para que transmitiera el siguiente mensaje: «Quiero salir de aquí o comenzaré a matar gente».

Diez años antes, la policía probablemente habría solucionado el incidente utilizando la fuerza. «Antiguamente –recordó un capitán de la policía–, habríamos rodeado el lugar, utilizado el altavoz, lanzado gases lacrimógenos y obligado al hombre a intercambiar disparos con nosotros.»

Pero, en lugar de combatir, la policía decidió dialogar. El teniente Robert J. Louden, negociador experto en casos de rehenes, inició la conversación gritando a través de la puerta del vestuario:

–¿Cómo está? Yo soy Bob, y he venido a ver qué está sucediendo y a ayudarle a salir de este lío. ¿Cómo se llama usted?

Van Dyke contestó:

–Me llamo Larry Van Dyke, y tengo a mucha gente aquí. No tengo nada que perder, y no pienso regresar a la cárcel. Tiene treinta minutos para concederme la libertad.

Louden no rechazó la exigencia ni el límite de tiempo, sino que los replanteó como si fueran aspiraciones:

–Veré qué puedo hacer. Me ocuparé de eso y regresaré en cuanto pueda. Como usted sabe, estas cosas tardan tiempo. Yo no puedo tomar esa decisión. Mientras tanto, ¿hay algo que yo pueda hacer por usted? –Louden estaba tratando de desviar la atención de Van Dyke hacia cosas realizable.

Mientras Louden hablaba, otro negociador estaba a su lado. Su responsabilidad era indicarle preguntas, pasarle mensajes y cerciorarse de que mantuviera su equilibrio emocional. Era la manera de llevar a Louden al balcón.

Van Dyke previno que, si la policía intentaba un rescate, mataría a los rehenes. Louden le aseguró que nadie le haría daño.

–Usted no sabe cómo operamos –le dijo el teniente–. En diez años nadie ha salido lastimado. No derribamos puertas. No es como en la televisión.

El abogado de Van Dyke aconsejó a su cliente:

–Larry, nadie va a hacerte daño. En trescientos casos, la unidad de negociación nunca ha lastimado a nadie.

Van Dyke amenazó con salir con sus rehenes. Louden le dijo:

–Larry, es mejor que permanezca ahí adentro. Nosotros no podemos entrar y usted no puede salir. Tenemos mucha gente aquí fuera. No queremos utilizar la fuerza, pero lo haremos si es necesario. Usted es inteligente. Sabe cómo jugar este juego. Veamos si lo podemos resolver.

Louden hacía preguntas abiertas para descubrir qué estaba pensando Van Dyke y qué quería:

–¿Cómo se metió usted en este lío? ¿Cómo podemos solucionarlo?

Van Dyke comenzó a quejarse de la corrupción y de los abusos del sistema penitenciario del estado. Louden lo escuchó con atención, y le dijo:

–Entendemos cómo se siente usted. Otras personas me han dicho lo mismo, y ahora que usted ha mencionado el asunto, podremos abrir una investigación para poner al descubierto la corrupción. –Estaba tratando de ponerse en consonancia con Van Dyke, de reconocer sus puntos de vista y de acceder hasta donde fuera posible; lo que hizo Louden fue ponerse del lado de Van Dyke.

Van Dyke exigió hablar con Bella English, una reportera del *Daily News* a quien admiraba por sus artículos periodísticos. Louden aceptó ayudar a encontrarla y convenció a Van Dyke para que aceptara un teléfono portátil que facilitara la comunicación.

Paso a paso, el teniente iba progresando. Trajeron a Bella English al lugar en un helicóptero de la policía.

–Póngase al teléfono –le dijo Louden–, pero no utilice palabras de connotación negativa como «rehén» o «cárcel».

Bella English se presentó y le preguntó a Van Dyke por qué deseaba hablar con ella.

–Porque usted es una reportera justa –le contestó.

Le dijo que enfrentaba una sentencia de veinticinco años o de cadena perpetua por robo a mano armada.

Con ayuda de Louden, Bella trató de tranquilizar a Van Dyke; le dijo que no necesariamente tendría que ser así. Poco después, Van Dyke aceptó liberar a un rehén, en cuanto recibiera almohadas, mantas y café. A las 16.15 horas salió el rehén.

Cuatro horas después, Van Dyke aceptó liberar a otro rehén si la estación de radio WOR le permitía a Bella English transmitir sus quejas respecto a las condiciones de la cárcel. A los pocos minutos de terminar la transmisión, Van Dyke liberó al segundo rehén.

–Eso estuvo muy bien –le dijo Van Dyke a Bella–. Usted acaba de salvar una vida.

– No –replicó ella–: usted acaba de salvar una vida.

Van Dyke acordó liberar a otra persona si la emisora WABC-TV pasaba un mensaje en directo durante el noticiero de las 23.00 horas. La emisora aceptó, a solicitud del Departamento de Policía. Una vez en el aire, el rehén liberado transmitió un mensaje de amor que Van Dyke le envió a su esposa, y dijo que nadie saldría herido, siempre y cuando la policía no provocara algo.

Sin embargo, poco después de la medianoche, el estado de ánimo de Van Dyke cambió. La policía oyó que estaba amenazando a un rehén: «¡Arrodíllate, viejo! Le estoy apuntando a la cabeza. No quiero herir a nadie, pero, si me ponen en ridículo, actuaré ridículamente». Van Dyke trató de culpar a Louden: «Esto va muy lentamente. Voy a matar a esta gente, y él tendrá la culpa».

Pero Louden desvió el ataque:

—No diga estupideces, Larry. Estamos aquí para ayudarlo. Estamos todos juntos en esto. Pero, si usted lo hace, no lo habremos hecho nosotros, sino usted. Vamos a ver si podemos arreglarlo.

Louden siempre buscó la manera de regresar al problema.

El viernes por la mañana aumentó la tensión. Van Dyke pidió los periódicos matutinos y se enfureció cuando leyó que había sido acusado de delatar a otros reclusos. «¡Lo echaron todo a perder!», gritó furioso. «Dijeron que yo delataba a los presos y a los guardias. A los guardias sí, pero a los presos no.» Dijo que había sido obligado por unos guardias a ayudar a atrapar a otros guardias que estaban involucrados en tráfico de drogas y afirmó que lo matarían si quedaba nuevamente bajo la custodia del Estado.

Louden trató de tranquilizarlo, concentrándose en la seguridad de Van Dyke como una necesidad básica:

—Yo sé que usted no es un soplón. Quienquiera que haya hecho esa afirmación está equivocado. Les diré a todos los medios de comunicación lo que estoy diciendo ahora. Déjeme ver si puedo resolver esto para que no tenga que regresar a una penitenciaría estatal.

Louden se puso en contacto con los funcionarios federales y estatales para averiguar si era posible trasladar a Van Dyke a una penitenciaría federal. La tensión comenzó a desaparecer cuando Mike Borum, comisionado encargado para asuntos penitenciarios del estado, vino a decirle a Van Dyke que trataría de hacer los arreglos para un traslado. Van Dyke le dijo a su primo, funcionario de prisiones que había sido llevado a la escena de los hechos: «Estoy pensando entregarme. Me ofrecieron un buen trato». Louden había tendido el puente de oro que necesitaba Van Dyke para hacer su retirada.

Van Dyke accedió a liberar a un cuarto rehén si la WABC-TV y la emisora de radio WINS transmitían en directo la liberación, y además le permitían contar su versión de la historia por radio y televisión. Una vez en el aire, se quejó de las condiciones de la prisión del estado: «Me han golpeado y me han engañado».

Cuatro horas después, Van Dyke comenzó a dudar de nuevo, e insistió en que no quería volver a la cárcel. Le dijo a Louden:

—No tengo nada que perder. Vamos a jugar a la ruleta rusa.

Louden trató de tranquilizarlo y le habló amablemente toda la noche.

El sábado por la mañana, Van Dyke accedió finalmente a liberar al último rehén a cambio de cobertura periodística y la promesa pública de Borum de que sería trasladado. A las 8.00 horas, Louden pudo informar a Van Dyke que Borum estaba saliendo en ese momento por la WABC-TV. Veinticinco minutos más tarde salió el último rehén. A las 8.30 horas se entregó Van Dyke. Le fue concedida la petición de hablar con la prensa. «No estoy loco», dijo. «Soy una persona que estaba tratando de recuperar la libertad..., pero me atraparon. Aquí estoy.» La policía lo condujo entonces al centro penitenciario metropolitano, una prisión de Manhattan.

Habían transcurrido cuarenta y siete horas. Así terminó uno de los incidentes más largos y dramáticos de toma de rehenes en la historia de la ciudad de Nueva York. «Yo no podría haber resistido más tiempo», dijo Louden ronco y agotado.

El resultado fue una victoria para la policía, que logró la liberación de los rehenes sin derramamiento de sangre, y además puso bajo custodia al delincuente. Louden declaró que él y los demás integrantes de su equipo habían logrado convencer a Van Dyke de que se entregara «creando un clima de confianza y tratando de hacerle ver que podíamos tratarnos como seres humanos y ayudarnos mutuamente para salir bien del trance».

Van Dyke no consiguió la libertad, pero sí una promesa pública de que sería trasladado a una cárcel federal. Después de entregarse, el delincuente hizo a la policía el mejor cumplido posible: «Fueron honrados conmigo», dijo.

Así como el mejor general no se deja arrastrar a la batalla, la policía no tuvo que utilizar la fuerza. Utilizó su poder, no para atacar a Van Dyke, sino para refrenarlo y educarlo en el sentido de que la mejor alternativa para él era entregarse sin pelear. Le hicieron entrar en razón en lugar de obligarlo a caer de rodillas.

Los cinco pasos de la penetración en las negociaciones

Esté usted negociando con su jefe, con un delincuente o con un adolescente, los principios básicos son los mismos. En resumen, los cinco pasos de la negociación de penetración son:

1. Suba al balcón

Lo primero que usted debe hacer no es controlar las reacciones de su oponente, sino las suyas propias. Cuando su oponente se niega a aceptar algo o lanza un ataque, usted puede quedar aturdido y ceder, o puede contraatacar. Por lo tanto, frene su reacción mientras identifica el juego. Luego tómese tiempo para pensar. Emplee ese tiempo para establecer claramente sus intereses y su MAPAN. Mantenga la mira sobre su premio durante toda la negociación. En lugar de perder los estribos o buscar el desquite, concéntrese en conseguir lo que desea. No reaccione: suba al balcón.

2. Póngase del lado de su oponente

Para poder negociar, es preciso crear una atmósfera favorable. Neutralice la ira, el temor y la hostilidad de su oponente. Lo que él espera es que usted ataque o que resista. Por lo tanto, haga todo lo contrario: escúchelo, reconózcale su punto de vista y acceda siempre que sea posible. Reconózcale también su autoridad y su idoneidad. No discuta: póngase de su lado.

3. Replantee

El siguiente reto es cambiar el juego. Cuando su oponente adopta una posición intransigente, usted puede sentirse tentado a rechazarla, pero generalmente lo único que se logra con ello es que él se aferre más a su posición. Dirija la atención de su oponente hacia el reto de satisfacer los intereses de ambos. Replantee todo lo que él diga, pensando siempre en solucionar el problema. Formule preguntas encaminadas a lograr ese fin: «¿Por qué desea eso?», o «¿Qué haría usted si estuviera en mi lugar?», o «¿Y si hacemos...?». En lugar de tratar de enseñarle a su oponente, deje que sea el mismo problema el que le enseñe. Replantee también las tácticas que él utilice rodeando los muros de piedra, desviando los ataques y poniendo al descubierto los trucos. No rechace: replante.

4. Tienda un puente de oro

Por fin, está usted preparado para negociar. Sin embargo, es probable que su oponente no desee dar un paso más, por no estar convencido de los beneficios del acuerdo. A usted le puede sobrevenir la tentación de empujar e insistir, pero ello quizás sólo genere más resistencia. Entonces, haga todo lo contrario: llévelo en la dirección que usted desea. Imagine que usted es un mediador que debe facilitar las cosas a los negociadores para que digan «sí». Hágalo participar en el proceso incorporando sus ideas a la negociación. Trate de identificar y satisfacer los intereses de su oponente, en particular las necesidades básicas que tiene como ser humano. Ayúdele a salvar las apariencias y haga que el resultado parezca una victoria para él. Vaya despacio para avanzar de prisa. No presione: tienda un puente de oro.

5. Utilice el poder para educar

Si su oponente insiste en atrincherarse y en pensar que puede ganar sin negociar, es su deber hacerle ver lo contrario. Difícúltele el «no». Usted podría amenazar y recurrir a la fuerza, pero esas medidas suelen ser contraproducentes; si arrincona a su oponente, probablemente él se defenderá con todas sus fuerzas, e interpondrá más recursos en contra suya. Lo que usted debe hacer es educarlo respecto al coste de no llegar a un acuerdo. Formule preguntas de prueba encaminadas a revelar la realidad y muestre su

MAPAN. Utilícela únicamente si es necesario, y reduzca al mínimo la resistencia de su oponente controlando sus impulsos y haciéndole ver que lo que usted busca es la satisfacción de ambos y no una victoria. Cerciórese de que su oponente sepa que el puente de oro siempre está a su disposición. No ataque: utilice el poder para educar.

De adversarios a socios

Se necesitan dos para pelear, pero sólo se necesita una persona para desenredar una situación enmarañada. En usted está el poder para resolver hasta las relaciones más difíciles. El mayor poder que usted

tiene es cambiar el juego: yendo desde un encuentro frente a frente hacia una cooperación hombro con hombro para resolver los problemas. Las barreras más grandes para obstruir el camino son: las reacciones naturales de usted, las emociones hostiles del oponente, sus posiciones obstinadas, su fuerte insatisfacción y sus juegos de poder. Usted puede superar esas barreras aplicando las estrategias de la negociación de penetración. Usted no tiene que aceptar un «no» como respuesta.

Durante la guerra civil de los Estados Unidos de América,⁽⁵¹⁾ Abraham Lincoln pronunció un discurso en el cual habló con consideración de los rebeldes del Sur. Una anciana, partidaria de la Unión hasta la médula, lo reprimió por hablar bien de los enemigos cuando lo que debía hacer era buscar la manera de eliminarlos. La respuesta fue clásica: «Señora –le dijo Lincoln–, ¿acaso no elimino a mis enemigos cuando los convierto en amigos míos?».

Ése es precisamente el objetivo de la estrategia de penetración: acabar con el adversario al convertirlo en socio de la negociación.

Notas finales

Prólogo

Las ideas de esta sección –intereses, opciones, normas y alternativas– han sido tomadas de *Obtenga el sí* (*Getting to yes*) de Roger Fischer y William Ury. Para ampliar esta información, lea el capítulo II de *Obtenga el sí* (Gestión 2000, 1996).

Primer paso de penetración

- (1) El término MAPAN surgió en el libro *Obtenga el sí* de Roger Fischer y William Ury (Gestión 2000, 1996).

(2) La frase «subir al balcón» se la debo a mi amigo el profesor Ronald Heifetz, quien la utiliza durante sus cursos sobre liderazgo en la Escuela de Administración Pública John F. Kennedy de Harvard.

- (3) Para un buen análisis sobre la manera de reconocer las mentiras, vea *Telling Lies*, de Paul Ekman, Nueva York: Norton, 1985, y *Success with the Gentle Art of Verbal Self-Defense*, de Suzette Haden Elgin, Englewood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice-Hall, 1989, págs. 28-29.

(4) Sergei Khrushov, comunicación personal con el autor, febrero de 1989.

(5) Citado en «When Bad Bosses Happen to Good People», Jane Ciabattari, *Working Woman*, julio de 1989, págs. 88-89.

(6) Este ejemplo fue adaptado de una anécdota del libretista y humorista Larry Gelbart, citada en el magnífico libro de Carol Tavris, *Anger: The Misunderstood Emotion*, Nueva York: Simon & Schuster, 1982, págs. 149-150.

Segundo paso de penetración

(7) Fortuné de Félice, «Negotiations or the Art of Negotiating», en I. William Zartman, ed., *The 50% Solution*, New Haven: Yale University Press, 1976, pág. 56.

- (8) El caso se conoció a través de una conversación personal con un directivo de AT&T en el otoño de 1985.

(9) André Gide, *Le Traité du Narcisse*, 1981.

(10) Este ejemplo lo tomé del estudio excelente de William F. Whyte *Pattern for Industrial Peace*, Nueva York: Harper, 1951, págs. 87-88 y 182-183.

(11) Este ejemplo lo saqué de las notas personales que yo tomé en esa reunión.

(12) Lo tomé de un ensayo de K. Hegland: «Why Teach Trial Advocacy?: An Essay on Never Ask Why», en *Humanistic Education*, monografía III, J. Himmelstein y H. Lesnick, eds., Nueva York: Facultad de Educación de la Universidad de Columbia, 1982, pág. 69.

(13) Esta historia aparece en el libro del doctor Julius Segal *Winning Life's Toughest Battles: Roots of Human Resilience*, Nueva York: Ivy Books, 1986, pág. 41.

(14) Conocí este ejemplo gracias a Elizabeth Sherwood.

(15) Esta anécdota la conocí gracias a Pedro Ferreira.

(16) Para más información sobre la importancia de sintonizar con la orientación sensorial de la otra persona, vea las obras de John Grinder y Richard Bandler, por ejemplo, *Frogs into Princes*, Moab, Utah: Real People Press, 1979.

(17) Para un análisis excelente sobre este punto, en lo que se refiere a las relaciones entre los padres y los hijos, vea el libro del doctor Thomas Gordon, *P.E.T.: Parent Effectiveness Training*, Nueva York: Plume, 1975, págs. 115-138.

(18) Haim G. Ginott, *Between Parent and Child*, Nueva York: Avon, 1956, pág. 138.

Tercer paso de penetración

(19) Este ejemplo lo tomé de una conversación con Joseph R. Biden, jr., en mayo de 1983.

(20) Victor Kiam, *Going for It! How to Succeed as an Entrepreneur*, Nueva York: William Morrow, 1986, pág. 178.

(21) E. C. *Mike Ackerman*, comunicación personal con el autor, otoño de 1987.

(22) Clifton Fadiman, editor general, *The Little, Brown Book of Anecdotes*, Boston: Little, Brown, 1985, pág. 222.

(23) Para un análisis excelente sobre las negociaciones de adquisiciones y fusiones de empresas, vea el libro de James C. Freund, *The Acquisition Mating Dance*, Clifton, Nueva Jersey: Prentice-Hall, 1987.

Cuarto paso de penetración

(24) Este relato lo tomé de las memorias de Al Neuharth *Confessions of an S.O.B.*, Nueva York: Doubleday, 1989.

(25) Steven Spielberg, citado en *Time*, 15 de julio de 1985. Le agradezco a Arthur Kanegis que me haya mencionado este ejemplo.

(26) François Walder, *The Negotiators*, Nueva York: McDowell, Obolensky, 1959, pág. 12.

(27) Fortuné de Félice, *op. cit.*, págs. 57.

(28) Esta anécdota es de Edward Lustig.

(29) Este relato lo escuché durante una conversación personal con un directivo de Campbell, en el otoño de 1983.

(30) Ackerman, *op. cit.*

(31) Para un análisis excelente sobre técnicas de negociación en casos de rehenes, vea el artículo de G. Dwayne Fuselier «A practical overview of hostage negotiation», *FBI Law Enforcement Bulletin*, vol. 50, julio de 1981.

(32) *The Little, Brown Book of Anecdotes, op. cit.*, págs. 129.

(33) Le agradezco esta historia a Joseph Haubenofer.

(34) *The Little, Brown Book of Anecdotes, op. cit.*, págs. 171.

(35) Les debo esta frase a Michael Doyle y a David Straus. La utilizan en su libro *Making Meetings Work*, Nueva York: Playboy Press, 1976.

(36) Charles W. Thayer, *Diplomat*, Nueva York: Harper, 1959, págs. 90-91.

Quinto paso de penetración

(37) Sun Tzu, *The Art of War*, traducido al inglés por Samuel B. Griffith, Oxford, Inglaterra: Oxford University Press, 1963, pág. 96.

(38) Lee Iacocca, con William Novak, *Iacocca: An Autobiography*, Nueva York: Bantam, 1984, págs. 218-219.

(39) Tomé este ejemplo de Saul D. Alinsky, *Rules for Radicals*, Nueva York: Vintage Books, 1972, págs. 146-147.

(40) Basil Liddell Hart, *Strategy*, Nueva York: Signet, 1974, pág. 357.

(41) Para un relato excelente sobre las decisiones del presidente durante esta crisis, vea la obra de Graham T. Allison, *Essence of Decision*, Boston: Little, Brown, 1971, y la de Robert F. Kennedy, *Thirteen Days: A Memoir of the Cuban Missile Crisis*, Nueva York: W.W. Norton, 1969.

(42) Le agradezco al embajador Jamsheed Marker esta anécdota sobre Churchill.

(43) Este incidente aparece en un estudio doctoral de Nathan Stoltzfus, de la Universidad de Harvard. Para una descripción corta de la protesta, vea el artículo de Nathan Stoltzfus «The Women's Rosenstrasse Protest in Nazi Berlin», en *Nonviolent Sanctions*, invierno de 1989-1990, pág. 3.

(44) Para un análisis completo de la técnica de intervención, vea la obra de Vernon E. Johnson, *Intervention*, Minneapolis: Johnson Institute Books, 1986.

(45) Alinsky, *op. cit.*, págs. 144.

(46) Sun Tzu, *op. cit.*, pág. 79.

(47) Para un análisis detallado de los procedimientos para resolver conflictos, vea la obra de William L. Ury, Jeanne M. Brett y Stephen B. Goldberg, *Getting Disputes Resolved*, San Francisco: Jossey-Bass, 1988.

(48) Lea a Robert F. Kennedy, *op. cit.*, págs. 105-106.

(49) Ackerman, *op. cit.*

Conclusión

(50) Este relato lo tomé de artículos de prensa y de una entrevista personal con el teniente Robert J. Louden (ahora retirado) el 8 de febrero de 1991.

(51) Lo tomé de *Little, Brown Book of Anecdotes, op. cit.*, pág. 360.

* *Obtenga el sí*, Gestión 2000, 1996.

Sobre el autor

William Ury es cofundador y director adjunto del Programa de Negociación de la Universidad de Harvard. Es coautor (con Roger Fisher) de *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*, un *best seller* de más de dos millones de ejemplares que ha sido traducido a veintidós idiomas (*Obtenga el sí*, Gestión 2000, 1996). También es coautor (con Jeanne M. Brett y Stephen B. Goldberg) de *Getting Disputes Resolved: Designing Systems to Cut the Costs of Conflict*, obra que ganó el premio a la excelencia del Centro para Recursos Públicos por el planteamiento de alternativas innovadoras para solucionar conflictos.

Ury es experto en negociación y solución de conflictos y profesor de la Facultad de Administración de Empresas de Harvard, y da cursos de capacitación en negociación para ejecutivos, dirigentes sindicales, diplomáticos y oficiales de las fuerzas armadas. Entre sus clientes se cuentan desde AT&T y American Express hasta el Departamento de Estado y el Pentágono. Ha servido de mediador en conflictos empresariales, laborales e internacionales.

Como director de Proyecto de Negociación Nuclear de la Facultad de Derecho de Harvard, Ury escribió *Beyond the Hotline: How Crisis Control Can Prevent Nuclear War*. Fue asesor de la Casa Blanca durante la creación de los centros para la reducción del riesgo nuclear en Washington y en Moscú. Ury también ejerció durante cinco años el cargo de director adjunto del Proyecto para Evitar la Guerra Nuclear en la Facultad de Administración Pública John F. Kennedy de la Universidad de Harvard.

Ury obtuvo su licenciatura en Humanidades en el Colegio Mayor de Yale, y sus títulos de máster y doctor, en la Universidad de Harvard.

Supere el no
William Ury

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal)

Título original: *Getting Past No*

© del diseño de la portada, El taller interactivo, 2012

© William Ury, 1991

© de la traducción, Adriana de Hassan, 2005

© Centro Libros PAPF, S. L. U., 2012

Gestión 2000 es un sello editorial de Centro Libros PAPF, S. L. U.
Grupo Planeta, Av. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)
www.planetadelibros.com

Primera edición en libro electrónico (epub): enero de 2012

ISBN: 978-84-9875-103-1 (epub)

Conversión a libro electrónico: Newcomlab, S. L. L.

www.newcomlab.com

Índice

Dedicatoria	3
Nota del autor a la segunda edición	4
Nota del autor	6
I. Prepararse	8
1. Visión general: vencer obstáculos para la cooperación	10
Prólogo. Prepárese, prepárese y prepárese	17
II. La estrategia de penetración	26
1. No reaccione: suba al balcón	28
2. No discuta: póngase del lado de su oponente	41
3. No rechace: replantee	57
4. No presione: tienda un puente de oro	76
5. No ataque: utilice el poder para educar	92
III. Conclusión	109
Adversarios que se convierten en socios	111
Notas finales	120
Sobre el autor	173
Créditos	174