

El Método Harvard de Negociación

Como consultores en negociación, es claro que una muy efectiva forma de intervenir una organización para que mejore su capacidad negociadora es a través de **la generación de la cultura de la planeación de las negociaciones**. Según nuestro criterio, **el error número uno de nuestros negociadores es falta de planeación**. Muchos negociadores no planean, pues no tienen un modelo para seguir y en muchas ocasiones se negocia reaccionando a lo que el otro va “mostrando”, reacción esta que es repentista, pero que la hacen aparecer en la mesa como producto de muchos “concienzudos análisis”.

Un modelo que se ajusta a las necesidades de planeación es el denominado “**Método Harvard de Negociación**”, que es la directriz de nuestros trabajos. Tal método tiene Siete Elementos principales que deben planearse, con la ayuda de algunas herramientas y matrices. Los elementos se describen a continuación:

1. Intereses:

Son las necesidades, los deseos, los temores que cada una de las partes espera satisfacer, ojalá en la mesa de negociación o sino afuera de ella con otro tipo de acuerdo y/o con algún negociador diferente. Este es el **elemento central del método**.

2. Opciones:

Son las diferentes propuestas que las partes presentan en la mesa de negociación para lograr satisfacer los intereses detectados. Es la **parte creativa del proceso**.

3. Alternativas:

Son la respuesta a la pregunta ¿en caso de que no se llegue a ningún acuerdo en la mesa de negociación,

qué haré?. Son formas alternas, afuera de la mesa, para lograr la satisfacción de los intereses. **Habrà acuerdo en la mesa siempre y cuando las opciones sean mejores que las alternativas**. Además, **el poder se deriva de las alternativas** y deben estar analizadas antes de llegar a la mesa.

4. Criterios objetivos:

Son los estándares, precedentes, reglas, leyes y demás formas **para juzgar la razonabilidad de las propuestas que se hacen en la mesa**. Son la vía para abandonar las propuestas subjetivas y entrar a las evaluaciones objetivas. Son la forma de llevar la legitimidad a la mesa.

5. Compromiso de acuerdo:

Las opciones que se consideran razonables y que son aceptadas por las partes, pasan a formar el llamado compromiso de acuerdo. Allí se deben **colocar sólo los acuerdos que se pueden cumplir**. No se debe prometer en exceso, pues esto deteriora la credibilidad, que es la mina de oro del negociador.

6. Comunicación:

En la negociación **la comunicación es preciso gerenciarla y negociarla**, para poder asegurar que los mensajes que se quieren entregar se reciban con fidelidad e intencionalidad.

7. Relación:

Es preciso construir y mantener una buena relación entre las partes, entendiendo que en la negociación no existen amigos ni enemigos; sólo existen partes que buscan resolver problemas y encontrar soluciones. Es necesario **mantener una buena mezcla de emoción y razón**