



La maldición del ganador

Arturo Iglesias,

Director Académico de ENE, Escuela de Negociación.
www.enegociacion.es

Estamos en un concurrido zoco árabe, paseando entre los llamativos puestos de los comerciantes. De repente, vemos una preciosa talla de madera que nos vendría muy bien para aquella parte del salón que aún está sin decorar.

Se trata de una figura humana con una expresión triste, a pesar de que porta un trofeo. En ese momento nos parece una auténtica maravilla, una obra llena de matices que transmite emociones encontradas. Así que nos preguntamos cuánto valdrá, como paso previo al juego del regateo con el vendedor.

En muchas culturas del planeta el regateo es la esencia del comercio, un ritual imprescindible antes de cerrar una venta, una forma de ganarse la vida que observamos con desconfianza y no deja de llamarnos la atención a los que estamos acostumbrados a acudir a tiendas donde cada producto tiene su precio marcado.

Sin embargo, pese a que aparentemente ha dejado de formar parte de nuestra cultura comercial, el regateo está presente en la mayoría de las situaciones cotidianas de negociación. Para muchos, representa su fase más estresante. Para otros, en cambio, no es más que un juego divertido que hay que saber disfrutar con sen-

tido del humor. En cualquiera de los casos, es el momento de las tácticas, donde la incertidumbre pesa más de la cuenta y los sesgos psicológicos representan un papel fundamental.

Ya se considere un drama o una comedia, parece que hacer un poco de teatro forma parte de ese juego del ratón y el gato con la variable "precio". Cogemos la talla y la miramos desplegando todas nuestras habilidades para mostrar descuidada curiosidad en lugar de apasionado interés. El comerciante entra en *escena*: "Se nota que es usted un entendido en obras de arte, la figura muestra las virtudes del ganador, es una pieza maestra tallada a mano por los artesanos más afamados, y...". Puede que esté argumentando con honestidad, pero no olvidamos que se trata de un juego y que ambos sabemos que estamos en un escenario artificial.

Creemos que un precio adecuado podría ser 500, así que hacemos avanzar el juego diciendo que nos lo llevamos por 200. El comerciante (hace como que) se escandaliza y remata diciendo que el objeto vale como poco 800. "Pero ¡cómo que 800!", respondemos, "¡Si no es más que un trozo de madera envejecida!". "¡Ese es su precio!", insiste el mercader, "¡Es un objeto de mucho valor que ha sido tallado a mano por tres artesanos durante dos semanas! ¡Su precio mínimo es 800!".

Como en el fútbol, el regateo tiene sus reglas. Las ofertas que hagamos deben poder defenderse con argumentos sólidos y, además, es imprescindible mostrar flexibilidad. Las concesiones conforman el lenguaje del regateo y ayudan a justificar el acuerdo al que se llegue)

Llega entonces el segundo acto, el momento de las concesiones, algo fundamental si queremos llegar a un precio adecuado para ambos. Pongamos que cerramos el trato por esos 500 que nos habíamos marcado como objetivo. Entonces, la "obra de teatro" concluye con la venta y, probablemente, las dos partes estemos satisfechas (aunque no lleguemos a manifestarlo abiertamente).

Pero no nos confundamos, no todo vale. Como en el fútbol, el regateo tiene sus reglas. Por ejemplo, las ofertas que hagamos deben poder defenderse con argumentos sólidos. Nunca deberían ser propuestas extremas o insultantes, sino razonables. Además, es imprescindible mostrar flexibilidad. Las concesiones conforman el lenguaje del regateo y ayudan a justificar el acuerdo al que se llegue ("me pedía 800 y al final lo compré por 500").

Podríamos pensar que la situación ideal sería un encuentro sin regateo. Que propusiéramos un precio y la otra parte la aceptara tal cual. Aunque nos cueste creerlo, una situación así no siempre nos deja buenas sensaciones. Volvamos al zoco para comprobar qué ocurriría. Mientras analizamos la figura de madera nuestro diálogo interior sería algo parecido a esto: "No tengo ni idea del precio de esta talla, aunque para mí estaría bien pagar unos 500. Posiblemente el comerciante va a regatear y me dirá que vale mucho más, así que voy a empezar el juego con 200". Entonces nos lanzamos y decimos: "Me lo llevo por 200". Inmediatamente el comerciante se acerca y nos dice "¿200? ¡Trato hecho!".

Lo más probable es que, a medida que nos alejamos del zoco con la talla en nuestro poder, una sombra de sospecha nos acompañe: "no he hecho un buen negocio, este objeto no vale los 200 que he pagado". Habremos aprendido que el regateo da valor al acuerdo. Y no será difícil que uno mismo se vea representado en la propia talla: una figura humana triste, a pesar de que porta un trofeo. Emociones encontradas.

La situación en la que la otra parte acepta rápidamente nuestra primera oferta se conoce como "La Maldición del Ganador" y se caracteriza por ese poso paradójico que deja, la incómoda sensación de que probablemente hayamos perdido. Se trata de un efecto muy estudiado por los científicos sociales y surge de la asimetría en la información. No hace falta acudir a un mercado de subastas, podremos padecer este mal también cuando vayamos a comprar, por ejemplo,



La situación en la que la otra parte acepta rápidamente nuestra primera oferta se conoce como "La Maldición del Ganador" y se caracteriza por ese poso paradójico que deja, esa incómoda sensación de que probablemente hayamos perdido)

una casa o un coche de segunda mano, ya que una de las partes suele disponer de determinada información que la otra desconoce. De hecho, en cualquier negociación existe el riesgo de caer en la Maldición del Ganador.

En 1892 el escritor irlandés Oscar Wilde escribió "El abanico de Lady Windermere", una comedia provocadora desarrollada en los ambientes de la alta sociedad. De esta divertida obra se desprende una gran dosis del ingenio que dio fama a su autor. Entre las frases extraídas del diálogo de los protagonistas, una de las más citadas y celebradas, refleja en cierta medida el problema que acabamos de describir: "En este mundo hay solo dos tragedias. Una es no conseguir lo que uno quiere; y otra, conseguirlo. Esta última es la peor".)

Información elaborada por:

ENE ESCUELA DE NEGOCIACIÓN