

ISBN 978-65-89410-16-4



DIREITO & INOVAÇÃO

Organizadores

Prof. Me. Alberto Castelo Branco Filho

Profa. Esp. Vivian Renata Gomes Camargo





Expediente Faculdade Laboro

DIRETORA GERAL

Sueli Rosina Tonial Pistelli

DIRETORA EXECUTIVA

Luciana Protazio Dias Araujo

COORDENADORA ACADÊMICA

Emmanueli Iracema Farah

REVISÃO E EDIÇÃO

Bruna Rafaella Almeida da Costa

DIAGRAMAÇÃO

Pedro Henrique Macedo de Araujo

COMISSÃO EDITORIAL

Profa. Dra. Sueli Rosina Tonial Pistelli – Faculdade Laboro

Profa. Ma. Emmanueli Iracema Farah – Faculdade Laboro

Profa. Ma. Luciana Protazio Dias Araujo – Faculdade Laboro

Profa. Ma. Bruna Rafaella Almeida da Costa – Faculdade Laboro

CONSELHO CIENTÍFICO

Dra. Sueli Rosina Tonial Pistelli
 Prof. Me. Alberto Castelo Branco Filho
 Profa. Ma. Emmanuelli Iracema Farah
 Profa. Ma. Luciana Protazio Dias Araujo
 Profa. Ma. Bruna Rafaella Almeida da Costa
 Profa. Esp. Vivian Renata Gomes Camargo

DISCENTES

Maria Magdalena Santos Pernambuco Da Rocha	Leticia Cristina Pinheiro
Robert Sampaio Ribeiro	Pamella Raquel Silva e Silva
Thayla Kelle Corrêa Moreno Regomês	Pamela Vieira Sousa da Silva
Adamiria da Silva Pereira Aguiar	Yasmim Do Nascimento Costa
Amanda Cristina Novais de Araújo	Keyss Glauce Andrade Batista
Ana Paula Oliveira Pinheiro	José Ribamar Martins Ferreira,
Leidjane Serra Carvalho Souza	Raimunda Wilna Prazeres Lago
Daniela Câmara Silva	Francisco Lima Frazão Neto
Edilene Jansen de Assis	Isabela Fernanda F.M Lima
Franciele De Sousa Costa	Tiago Gomes da Silva
Seliton Queiroz da Silva	Professora Vivian Camargo,
Cassia Regina Miranda de Carvalho	Emanoel Filipi Bruno da Silva
Denise Araujo Da Conceição Penha	Isabel Adalia Moreira Lima
Denise Martins Silva	Alexsandro de Oliveira Alves
Hevellyn Keyla Silva de Abreu	Arleane Silva Alves
John Edward Garcia Castro	Anderson Moreira da Silva.
Moizes de Araujo Silva	Dígiane Araújo Nascimento
Ana Júlia Rodrigues Nunes	Francilene Feitosa dos Santos
César Artur Braga Cunha	Raquel de Jesus Pinheiro Vieira
Daniel Cruz de Menezes	Vanessa Vieira da Silva
Efraym da Silva Costa	Bruna Cantanhede estrela
Girliane de Cassia Santos	Célio gomes de oliveira
Silva, Jean Vinicius Soares Lima	Junior eduardo da silva veras
Jullyana Rodrigues Batista De Sousa	Fábio martins fernandes
Marcus Vinicius da Silva Lima	Jordean de sousa vieira.
Stephany Sena Braga	Hyarana Dellukyn Corrêa Moraes
Thiago da Silva Morais.	Jackson Douglas M. P. Junior
Andressa Carolyne Matos Araújo	Nayra Roberta da Costa Mendes
Carlos David Carvalho Correia	Ricardo Silva Braz
Deça, Erick Franklin Cabral Barbosa	Romulo Chaves Pereira
Giordana Cristyne Brandão Santos,	Sarah Silva Rodrigues
Kalthler Campos Costa	Yan Silva de carvalho.

REVISTA “DIREITO E INOVAÇÃO”

Direção Acadêmica - Faculdade Laboro/MA
 Av. Castelo Branco, Nº 605 - São Francisco, CEP: 65076-090

São Luís- MA
 Telefone: (098) 3216 9900

D598 Direito e inovação. / Alberto Castelo Branco Filho, Vivian Renata
Gomes Camargo (orgs.). – São Luís: Laboro, 2023.

92 f.

ISBN 978-65-89410-16-4

1. 1. Negociação 2. Metodologia DISC 3. Violência - mulher 4. Pensão
alimentícia I. Título

CDU 34

Índice para catálogo sistemático:

1. Direito administrativo 342.9

2. Direito civil 347

Arielle Priscila Silva Soares – Bibliotecária – CRB 13/811

Sumário

HABILIDADES DE NEGOCIAÇÃO: Têmaticas e dicas para alavancar suas habilidades de negociação.....	7
MAPA DE NEGOCIAÇÃO PROJETO INTERDISCIPLINAR DE EXTENSÃO I.....	11
PENSE FORA DA "CAIXINHA": Aprenda a negociar.....	28
NEGOCIAÇÃO: Têmaticas e dicas para alavancar suas habilidades de negociação.....	36
Metodologia DISC.....	53
PROJETO INTERDISCIPLINAR DE EXTENSÃO NEGOCIAÇÃO.....	62
AÇÃO REVISIONAL REGULAMENTAÇÃO DE PENSÃO ALIMENTICIA.....	69
Teoria DISC, Mapa de Negociação e Os 7 Passos da Resolução de Problemas Complexos.....	73
APRENDENDO VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER: História da violência e perfil comportamental do agressor.....	86



HABILIDADES DE NEGOCIAÇÃO

TEMÁTICAS E DICAS PARA ALAVANCAR SUAS HABILIDADES DE NEGOCIAÇÃO.

Autores: Vivian Renata Gomes Camargo, Maria Magdalena Santos Pernambuco Da Rocha, Robert Sampaio Ribeiro e Thayla Kelle Corrêa Moreno Regomês

Introdução

Quando falamos em negociação, sabemos que estamos falando de uma relação bilateral, onde ambas as partes esperam prosperar em suas negociações. Portanto esta tarefa de lidar com pessoas e atender suas necessidades exige habilidades que muitas vezes carecemos, ou até mesmo coisas como personalidade nos impede de chegar onde desejamos, às vezes estar atento a pequenas coisas como comportamento pode ser o ponto chave par fechar um acordo.

pensando nas dificuldades que nós alunos de direito poderemos enfrentar ao lidar com diversos clientes no futuro, criamos este documento com dicas e temáticas para ajudar a desmistificar alguns aspectos e em outros ajudar de maneira simples e fácil como despertar habilidades de negociação.

Habilidades de negociação: o que são e como desenvolver

É muito comum que as pessoas interpretem as habilidades de negociação como uma característica pessoal e não como algo que pode ser desenvolvido. No entanto, existem algumas técnicas e estratégias que podem fazer com que o profissional se torne mais capacitado e seguro de suas ações durante os processos de negociação.

Naturalmente, esses processos dependem de algumas etapas e passos fundamentais. Por isso, aprendendo a cumprir cada um deles, fica muito mais fácil se transformar o colaborador em um bom negociador. Mediante a tais argumentos vamos citar aqui a ANÁLISE COMPORTAMENTAL como um componente de extrema importância para o desenvolvimento de tais habilidades destacando, alguns perfis e ressaltado o que cada perfil apresenta.

Análise comportamental

- Dominância
- Influência
- Estabilidade
- conformidade
- De que forma a Análise comportamental pode ajudar nas habilidades de negociação?

Voltada para uma função de desenvolver as habilidades de negociação podemos ressaltar que, a análise comportamental contribui em varios aspectos, proporcionando diversas habilidades compreendidas para o campo da negociação, tais como: Aumento da performance dos colaboradores, Identificação de GAPs da empresa, Comunicação eficaz entre equipe, Resolução de conflitos (profissionais ou familiares), Desenvolvimento de lideres, Gerenciamento de pessoas, Identificação de talentos, Motivação. Em quais contextos pode ser utilizado a análise comportamental a luz das habilidades de negociação? Pode-se citar que a análise comportamental ajuda no aprimoramento do perfil para tendo em vista que existe 4 perfis que pode ser mencionado, são eles: dominância, influência, estabilidade, conformidade.

No perfil dominante encontramos pessoas que gostam de Exercer controle sobre, ou seja, predominar. Já no influente o perfil é de indivíduos que Influenciar uma ação, ou seja, persuadir. Mediante a tais características podemos ressaltar aqui o perfil da estabilidade, onde encontramos os que gostam de se manter constante, ou seja, estável. Já no perfil de conformidade, são os que gostam de agir de acordo, conforme a situação e a necessidade.

Rotina

Quando pensamos em rotina, assimilamos logo ao o fato de algo diário, ou seja, que se repete dia a após dia, pois compreendemos que é algo que não muda, e por isso acabamos associando a algumas palavras tais como: Improdutividade, padrões, repetição e tédio estas são algumas palavras que aparecem constantemente relacionadas à rotina. Porém a criação de rotina foi um dos processos evolutivos para chegar onde chegamos.

Por que essa é uma habilidade tão importante, para as negociações?

A negociação é uma forma de buscar uma solução que seja aceitável para um problema comum às duas partes. Portanto, ela é extremamente importante para que possam ser construídos alguns avanços no ambiente organizacional. Logo esse ambiente está diretamente ligado a grandes decisões, falar de ambiente é falar de rotina que estar presente no dia a dia da empresa, em situações muito simples. Em outras palavras, esta rotina bem diferente do que foi mencionado acima é o que ajuda a empresa a construir um bom vinculo de negociação e a demonstrar para o interlocutor que ambas as propostas, podem ser mutuamente vantajosos. Além disso, ela a rotina auxilia no alcance dos objetivos; soluciona problemas; torna a comunicação mais assertiva; demonstra confiança; ajuda a ser mais coerente.

Criatividade

Para falarmos de criatividade, temos que falar de imaginação, uma vez que, a imaginação é aplicada a resolução de problemas, ou seja, resolver problemas é nossa principal tarefa do dia-a-dia, desde problemas simples até questões altamente complexas.

Com base nessa perspectiva podemos ressaltar que a criatividade é peça fundamental para as habilidades de negociações. Portanto cabe dizer que todas as empresas querem se vender como inovadoras nos dias de hoje. Ter um ambiente de trabalho que permita florescer a inovação (costumo dizer que inovação nada mais é do que criatividade aplicada a gerar dinheiro), ou seja, é ter processos que não permitam tirar a criatividade do ser humano. Lembre-se da frase: O homem criativo não é um homem ao qual se acrescentou algo. Criativo é o homem comum do qual nada se tirou.

Leitura Corporal

A diferença entre sucesso e fracasso é tema de muita discussão no mundo inteiro. O que mais se percebe nos estudos, são os comportamentos. Os estudos tentam mapear os comportamentos que se repetem tanto no primeiro grupo quanto no segundo. Os que tem sucesso buscam conhecimento, maneiras e habilidades que os tornem mais assertivos em suas decisões. Já os fracassados se utilizam na maior parte do senso comum, que geralmente vem de sua descendência. Baseado nesse relato, gostaria de falar sobre a grande oportunidade de conhecer um pouco sobre leitura corporal, tema este de grande importância.

No mercado, os profissionais são escolhidos por qualificações específicas, que as diferenciam de seus diplomas. Não que as formações acadêmicas sejam descartadas, mas nesse mundo as habilidades contam e contam muito. É importantíssimo que o profissional conheça de habilidades como a leitura corporal. Muitos candidatos a vagas são descartados por apresentar postura incompatível com cargos serem preenchidos. Avaliadores já estão com um perfil definido, assim como um cliente precisa de um encantamento para realizar uma compra, assim também avaliadores buscam por candidatos que os surpreendam nas entrevistas. O que quero dizer, é que a postura, a vestimenta, a altura da voz, o sorriso, uma unha malfeita, um cabelo arrumado ou desarrumado vai contar muito na hora, e o que conseguir equilibrar tudo isso, certamente vai alcançar êxito em várias áreas da vida. Deixo aqui esse conselho para quem queira vencer na vida, a se utilizar dessa ferramenta.

A Vantagem de Contratos com Linguagem Clara

Certamente você já ouviu falar sobre alguém que fez alguma leitura e não entendeu nada, talvez esse alguém seja você. Comigo não é diferente, a linguagem é para ser compreendida. As vezes não estamos familiarizados com certas palavras, mas lembrando que tem pessoas que exageram e exageram muito nas formalidades. Documentos precisam sim de organizações e linguagem adequada, mas tudo dentro de um limite, limite este compreensível, nada de exageros. O que se vê em contratos são cláusulas cheias de palavras de difícil interpretação, que precisam ser lidas várias e várias vezes para se pensar em entender, o que quero dizer é que o objetivo do contrato é tornas as partes cientes do que está sendo acordado, mas diferente disso vemos os vários questionamentos e insatisfações por partes integrantes do contrato.

O que seria aceitável no ano em que vivemos, ano da tecnologia, seria linguagem acessível a todos. Nesse sentido estaríamos avançando mais um passo e garantindo que os direitos estivessem sendo preservados. A grande verdade é que a maior parte dos contratos vem a beneficiar apenas um lado, geralmente o mais forte. Chega o momento em que isso se torna tão abusivo que chega a gritar. Temos hoje um excesso de leis, que infelizmente permitem certos abusos, mas precisamos ter fé e confiar na justiça. A verdadeira justiça não aceita a impunidade, o que devemos fazer é lutar e lutar muito em prol de uma justiça séria e compatível com a realidade. Nesse mundo, não há mais como se permitir que contratos abusem do direito do menos favorecido com se vê na prática.

CONCLUSÃO

Certamente você já ouviu falar sobre alguém que fez alguma leitura e não entendeu nada, talvez esse alguém seja você. Comigo não é diferente, a linguagem é para ser compreendida. As vezes não estamos familiarizados com certas palavras, mas lembrando que tem pessoas que exageram e exageram muito nas formalidades. Documentos precisam sim de organizações e linguagem adequada, mas tudo dentro de um limite, limite este compreensível, nada de exageros. O que se vê em contratos são cláusulas cheias de palavras de difícil interpretação, que precisam ser lidas várias e várias vezes para se pensar em entender, o que quero dizer é que o objetivo do contrato é tornas as partes cientes do que está sendo acordado, mas diferente disso vemos os vários questionamentos e insatisfações por partes integrantes do contrato.

O que seria aceitável no ano em que vivemos, ano da tecnologia, seria linguagem acessível a todos. Nesse sentido estaríamos avançando mais um passo e garantindo que os direitos estivessem sendo preservados. A grande verdade é que a maior parte dos contratos vem a beneficiar apenas um lado, geralmente o mais forte. Chega o momento em que isso se torna tão abusivo que chega a gritar. Temos hoje um excesso de leis, que infelizmente permitem certos abusos, mas precisamos ter fé e confiar na justiça. A verdadeira justiça não aceita a impunidade, o que devemos fazer é lutar e lutar muito em prol de uma justiça séria e compatível com a realidade. Nesse mundo, não há mais como se permitir que contratos abusem do direito do menos favorecido com se vê na prática.

MAPA DE NEGOCIAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR DE EXTENSÃO I

Autores: Vivian Renata Gomes Camargo, Adamiria da Silva Pereira Aguiar, Amanda Cristina Novais De Araújo, Ana Paula Oliveira Pinheiro, Leidjane Serra Carvalho Souza, Daniela Câmara Silva, Edilene Jansen de Assis, Franciele De Sousa Costa e Seliton Queiroz Da Silva.

Introdução

Nesse projeto iremos tratar a respeito do sistema de negociação juntamente com o mapa de negociação e no final o problema. Em cada ponto será abordado o assunto com sua devida explicação para assim de forma simples e explicativa mostrar a obra ao leitor.



DISC é a sigla para Dominância, Influência, Estabilidade e Conformidade. De acordo com essa teoria, todas as pessoas têm potencial para o sucesso, mas as chances de alcançá-lo são maiores se atuarem em atividades adequadas ao seu perfil.

Na determinação do estilo comportamental alguns fatores podem exercer influência. O primeiro deles é o hereditário, além de modelos, exemplos, mentores, ambientes, experiências vivendo e autoconhecimentos.

O Perfil DISC, uma das ferramentas de análise de perfil mais utilizadas no mundo e com mais de 98% de assertividade. O sistema é utilizado para avaliar o perfil comportamental predominante e secundário, com o objetivo de compreender como o avaliado responde aos desafios e estímulos do ambiente externo e quais são as principais motivações internas que impactam nas ações e reações do indivíduo. Tendo consciência destas tendências comportamentais é possível desenvolver formas de contornar as limitações e aprimorar as forças associadas ao seu estilo comportamental, além de aprender como lidar com perfis diferentes no trabalho e demais relações, percebendo como um pode complementar o outro.

PERFIL COMPORTAMENTAL



Uma pessoa dominante é aquela que se adapta melhor às dificuldades, de modo a solucioná-las com mais facilidade.

Hoje sabemos que cada perfil tem um conjunto de necessidades comportamentais e no caso do Dominante são estar no comando e vislumbrar oportunidades. Basicamente, trata-se de um perfil que possui autoconfiança, rapidez, foco e dinamismo em busca dos resultados.



Porém, assim como todos os perfis, podem também existir pontos para serem trabalhados. Os Dominantes, por exemplo, não se adaptam a tarefas estáticas e necessitam constante variação. Uma pessoa dominante é aquela que se adapta melhor às dificuldades, de modo a solucioná-las com mais facilidade.

Influência

O perfil influente é conhecido por ser comunicador, além de também fazer do ambiente o seu grande aliado. Porém, apesar de todas as qualidades, este perfil pode ter dificuldade de fazer acontecer, além de geralmente buscar novos relacionamentos, liberdade e criatividade. O perfil influente representa a segunda letra do acrônimo DISC, uma das ferramentas mais importantes de avaliação comportamental, amplamente utilizada no ambiente corporativo.



Neste caso, inicialmente, o que você precisa entender é que os indivíduos com o esse perfil são calorosos e acolhedores e se preocupam com os sentimentos das outras pessoas ao seu redor. Além disso, são considerados encantadores para aqueles que convivem com eles.

Estabilidade

O perfil estável representa a penúltima letra do acrônimo DISC, uma das ferramentas mais importantes de avaliação comportamental. Inicialmente, o que você precisa entender é que esses indivíduos são reservados e imaginativos.

Se guardam das opiniões das pessoas e usam sua criatividade para viver mentalmente tudo que não fazem por receio do novo.

São também calmos com fala tranquila e muito atenciosos, cuidadosos em tudo que fazem, são extremamente gentis e pacientes.



Pessoas com esse perfil estão dispostas a ouvir bem mais do que falar, deixam que o outros expressem seus sentimentos. São empáticas, a opinião dos outros é muito importante e são sempre levadas em consideração antes que eles tomem qualquer decisão.

Porém, quando o a pessoa de perfil estável toma uma decisão, dificilmente volta atrás, uma vez decidido está decidido e não se fala mais sobre o assunto.

Além dessas características, o perfil Estável possui muitos outros diferenciais que o tornam peça-chave dentro das no mundo corporativo.

Conformidade

O perfil conforme representava a última letra do acrônimo, uma das ferramentas mais importantes de avaliação comportamental, atualmente utilizada no ambiente corporativo. Neste caso, inicialmente o que você precisa entender é que pessoas que possuem esse perfil são pessoas autônomas. Normalmente trabalha de forma focada e independente por longo período, em vez de ter que trabalhar com as múltiplas tarefas. A personalidade é marcada por comportamentos estáveis, alguns podem até parecer robóticos. Neste caso, mesmo que goste de longas conversas ligações, esse traço fica muito evidente.



Disciplinado e perfeccionistas também seguem bem as regras e normas, se preocupam muito em atingir o nível de perfeição estipulado por eles mesmo em tudo o que fazem . Além disso são pessoas ponderado que buscam estar certos e sempre que possível a lado da verdade. Na maioria das vezes tendem a ser diplomada e não reagem com agressividade mas sim com propriedade dos seus argumentos usar a lógica para guiar as soluções de problemas em vez de ser envolvidos pelas emoções que podem confundir seu julgamento.

Criatividade: Definição

É a habilidade de pensar sobre uma tarefa ou problema de uma maneira nova ou diferente, ou a habilidade de usar a imaginação para gerar novas ideias. A criatividade permite que você resolva problemas complexos ou encontre maneiras interessantes de abordar as tarefas.



5 Elementos da Criatividade

É a habilidade de pensar sobre uma tarefa ou problema de uma maneira nova ou diferente, ou a habilidade de usar a imaginação para gerar novas ideias. A criatividade permite que você resolva problemas complexos ou encontre maneiras interessantes de abordar as tarefas.



Criatividade: Definição

É a habilidade de pensar sobre uma tarefa ou problema de uma maneira nova ou diferente, ou a habilidade de usar a imaginação para gerar novas ideias. A criatividade permite que você resolva problemas complexos ou encontre maneiras interessantes de abordar as tarefas.



5 Elementos da Criatividade

É a habilidade de pensar sobre uma tarefa ou problema de uma maneira nova ou diferente, ou a habilidade de usar a imaginação para gerar novas ideias. A criatividade permite que você resolva problemas complexos ou encontre maneiras interessantes de abordar as tarefas.

1. Capacidade de associação:

É tida como a característica mais importante dos inovadores...



2. Questionamento:

Geralmente, os inovadores não deixam nenhuma dúvida passar em branco...



3. Observação:

O inovador está sempre observando as coisas e tendo insights...



4. Networking:

É a ação de trabalhar sua rede de contatos, trocando informações relevantes com base na colaboração e ajuda mútua.



5. Experimentação:

Refere-se à ampliação do processo de ensino-aprendizagem por meio das experiências práticas



Rotina...

É o hábito de fazermos as mesmas coisas do mesmo modo e, por isso, erroneamente, ela é confundida a uma vida sem graça e tediosa. Porém, estabelecer uma rotina em sua vida pode trazer liberdade e organização para suas tarefas. Apesar de se ter uma rotina, dificilmente sua vida será igual.



Como ter uma rotina criativa?



Para a sua rotina criativa ser mais eficiente, você pode testar quais são os seus gatilhos, ou seja, o que desperta sua criatividade. Alguns exemplos para testar: escutar música, hj podcasts, fazer uma caminhada, cozinhar, ler ou ver um filme. Cada pessoa tem um gatilho criativo diferente

Linguagem Corporal



é uma forma de expressão tão poderosa quanto as palavras - em alguns casos, sua força é até maior. Afinal, você pode tentar passar uma ideia diferente da que está sentido através da fala, mas, se não for um especialista no assunto, dificilmente vai conseguir disfarçar os sinais que o seu corpo transmite.

Não é só a nossa boca que comunica: nossos gestos, olhares, expressões e posturas também. Um simples cruzar de pernas, uma mão colocada próximo da boca e uma contração na testa podem dizer muito mais sobre você e a sua situação de momento do que se pode imaginar



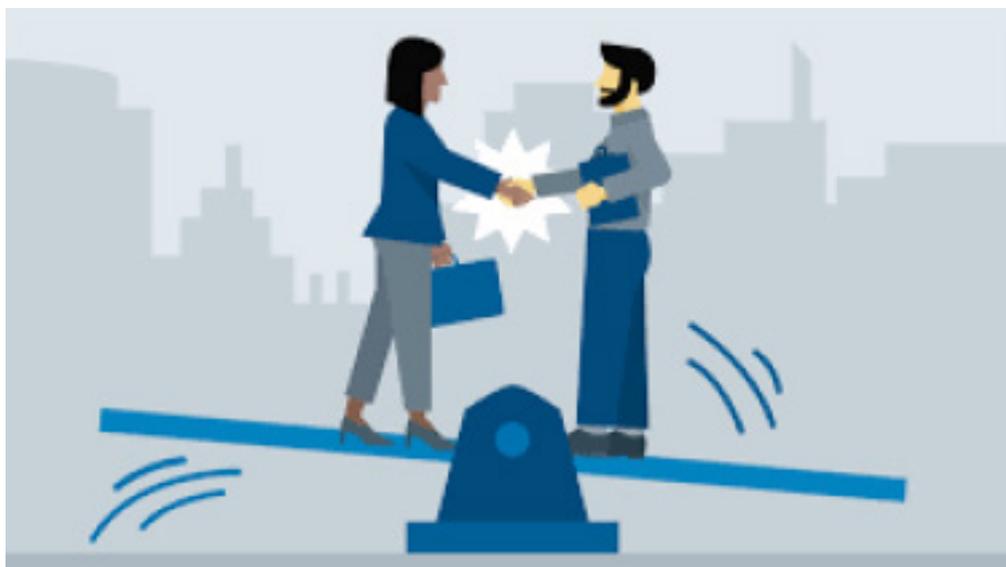


Não à toa, a linguagem não verbal é um dos elementos analisados pelas autoridades policiais para saber se um suspeito está mentindo ou não durante um depoimento, por exemplo. A linguagem corporal está presente em todas as relações e ambientes da nossa vida. No trabalho, com o relacionamento com os colegas, as lideranças e os clientes.

ISSO PORQUE A LINGUAGEM CORPORAL DIZ MUITO SOBRE NÓS E SOBRE COMO AS DEMAIS PESSOAS NOS ENXERGAM.



A IMPORTÂNCIA DA LINGUAGEM PARA NEGOCIAÇÃO



Nossas expressões corporais revelam mais do que poderíamos imaginar sobre nós mesmos. É o que mostra o estudo de 1950 de Albert Mehrabian, o qual apurou e estratificou as mensagens na comunicação interpessoal. Segundo a tese 7% da comunicação é considerada como verbal (somente palavras); 38% como vocal (incluindo tom de voz, velocidade, ritmo, volume e entonação); e 55% como não verbal (incluindo gestos, expressões faciais, postura e demais informações expressas sem palavras). Tal disparidade da linguagem não verbal em relação às demais se deve ao fato incorporar mais honestidade que as próprias palavras, uma vez que é transmitida de forma inconsciente. Em função disso, é importante em uma negociação, por exemplo, o negociador captar a sua significação para auxiliá-lo na sua estratégia. Alguns dos indícios abaixo podem ajudá-lo no reconhecimento:



Movimentos de sobrancelha e polegares, quando para cima, podem significar surpresa, entusiasmo. Quando movidas para baixo, desconfiança, desapontamento.

- Fechar um casaco ou abotoar um paletó podem significar que o interlocutor está desconfortável e ameaçado com o desenrolar da negociação.
- Colocar-se em posições que proporcionam pouco equilíbrio para o corpo podem significar conforto ou confiança assunto desenvolvido.
- Espalhar-se no espaço busca demonstrar autoridade e dominância.
- Em situações de estresse, e tem-se a reação inconsciente de morder unhas, entrelaçar os dedos, morder os lábios, entre muitos outros.

A chave é o contexto é não procure por sinais isolados. Detectar a sinceridade ou blefe de algo que você ouve através de sinais não verbais é algo que requer treino, mas com o tempo e pratica constante essa habilidade pode se tornar quase inconsciente, como dirigir. Conquistar essa habilidade pode nos ajudar a obter maior êxito na negociação e construir negócios mais saudáveis para todos.



Mapa da Negociação



Adolfo tem a posse de um imóvel e buscou o direito de propriedade deste imóvel através de um advogado. O imóvel em questão possui um registro de imóveis em nome de outra pessoa e Adolfo não possui nenhum comprovante de posse como recibos de compra, contas e etc. Precisa comprovar a posse de Adolfo Buscar vizinhos para comprovar o tempo de utilização do imóvel e apresentar imagens da utilização do imóvel





Uso Capião judicial por tempo de posse de Adolfo e por já existir uma matrícula em nome de terceiros Adolfo tem a propriedade desse imóvel a mais de dez anos sem qualquer notificação ou perturbação garantindo a posse mansa e pacífica, além disso o imóvel em questão é utilizado como local onde Adolfo constituiu a família e beneficiou o mesmo com área edificada, poço artesiano e diversas plantas frutíferas
Uso Capião judicial ou possível acordo com o antigo proprietário

Porém além dessa característica o perfil conforme possui muitos outros diferenciais que o tornam peça chave dentro das principais estratégias no mundo corporativo. Entenda agora quais são as principais características desse perfil As principais características desse perfil são mais racionais, cautelosos e preferem tomar suas decisões baseadas em fatos concretos e com segurança. Assim , acabam evitando riscos não calculados é desnecessários

São mais auto disciplinados, sérios e se concentram nas tarefas e atividades relacionadas ao trabalho, esperando a mesma atitude de seus liderados. Sendo assim costuma criar ambiente mais formal e que incomodam quando soube liderado segue um foco ou exageram na descontração



Possuem um pensamento lógico e estruturado com uma capacidade analítica acima da média para conduzir projetos de maior complexidade, encontrar falhas, solucionar problemas e revisar os trabalhos, propostas relatórios entregues por seus liderados; São mais habilidosos , precisos e possuem padrões elevados de qualidade .portanto , acabam exigindo o mesmo de seus liderados que por sua vez passam a se preocupar mais com os detalhes e com a exatidão de seus trabalhos e tarefas ; São mais cuidadosos , organizados e específicos . Dessa forma , evitam possíveis mais entendimentos, erros e atrasos em decorrência da falta de controle , preparo , logística , sistematização , ordenação e clareza nas orientações.

PENSE FORA DA "CAIXINHA"

APRENDA A NEGOCIAR

Autores: Vivian Renata Gomes Camargo, Cassia Regina Miranda De Carvalho, Denise Araujo Da Conceição Penha, Denise Martins Silva, Hevellyn Keyla Silva De Abreu, John Edward Garcia Castro e Moizes De Araujo Silva.

Introdução

O texto em espécie refere-se a como desenvolver estratégias, e como se comportar perante uma situação de negociação.

O projeto tem como objetivo inicial, materializar o que fora exposto em sala de aula através das ministrações educacionais da professora responsável, por tal, Prof. Vivian Renata Gomes Camargo, na pessoa representante pela disciplina, (Projeto Interdisciplinar de Extensão I, Conhecimento inovação e práticas sociais).

O Problema

1.1 Construindo o problema

Problema: O senhor João comprou um terreno do senhor Antônio com a seguinte medida: 40 metros de frente e 60 metros de fundo.

Senhor João ao medir o terreno percebeu que a metragem da frente faltava 3 metros, ou seja, tinha apenas 37 metros. O senhor João percebeu que a cerca do vizinho estava dentro do terreno que ele havia comprado, então resolveu conversar com o vizinho o senhor Pedro.

O senhor Pedro disse ao senhor João que ele havia feito um acordo com o antigo dono, o senhor Antônio, entretanto o acordo foi oral não havia um documento que provasse que em troca de uma cerca ele ficaria com 3 metros do terreno.

O senhor João percebeu que o senhor Antônio vendeu o terreno com uma metragem, quando na realidade o terreno tinha outra metragem. Então ele decidiu falar com o senhor Antônio para resolver a questão, mas o senhor Antônio disse que ele não iria fazer nada, pois o terreno não pertencia mais a ele.

Foi nesse momento que o senhor João procurou um escritório de advocacia para tentar resolver esse problema

1.2 Estruturando o problema

Raiz do problema: a falta de três metros de um terreno negociado.

João comprou o terreno faltando três metros, mas não sabia. Pedro se apropriou de três metros do terreno que pagou com uma cerca, mas não documentou essa negociação. Antônio vendeu o terreno faltando três metros e não relatou ao comprador.

Dentro de uma situação problemática quem se propõe a resolver deve separar de dentro da situação os diversos fatores que causaram o problema raiz. Nesse caso concreto o problema raiz já está identificado que é a falta de três metros do terreno.

O fato do Pedro aceitar de boa fé a proposta de Antonio, ou seja aceitar a negociação sem documentar mostra que Pedro é ingênuo no mundo dos negócios, já o Antônio parece ter uma índole de mau caráter e parece não acreditar na justiça, por isso talvez seja necessário invocar alguma lei que mostre a ele que o mesmo agiu de má fé ao vender o terreno para o seu João faltando três metros sem relatar isso a ele.

O Código Penal pode ser citado com a finalidade de ter a atenção do seu Antonio, recitar por exemplo o art. 171 do C. Penal que reza que “obter para si ou para outrem vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento”, pode causar no seu Antonio um temor ao enfrentar a justiça e correr o risco de ser condenado, entretanto o objetivo é tentar resolver o problema extrajudicialmente.

Entendendo o Problema

2.1 MAPEAR O PROBLEMA

Antônio vendeu um terreno para o João, tal terreno segundo seu Antônio média 40 MTS de largura por 60 MTS de comprimento (2400 MTS²), o seu João confiando na palavra de Antônio fechou negócio sem antes medir o terreno, poucos dias depois que o negócio foi fechado e ter feito o pagamento do valor do terreno o seu João mediu o terreno sendo que ele não tinha 40 MTS de largura por 60 MTS de comprimento em realidade a medida certa era 37 MTS de largura por 60 MTS de comprimento faltando 180 MTS².

O vizinho (Pedro) de seu João comunicou a ele que ele construiu a cerca que dividia os dois terrenos e que o seu Antônio antigo dono do terreno tinha cedido aqueles 180MTS² em troca do pagamento da cerca que correspondia a ele (Antônio). Seu João foi logo tomar satisfação com o seu Antônio o qual respondeu que esse não era mais problema dele e que ele tinha que se resolver com o vizinho (Pedro).

2.2 PRIORIZAR QUESTÕES

- Antônio atuou de má fé?
- Antônio estaria disposto a devolver o dinheiro equivalente a 180 MTS² ?
- O negócio já está fechado, o seu João não pode fazer mais nada ?
- Se o seu Pedro receber o valor equivalente ao valor da cerca, ele devolveria o os 180 MTS² para o seu João ?
- Seu João não tem nada a ver com o negócio de Antônio e seu Pedro fizeram antes, ele tem direito ao terreno completo pelo qual ele pagou ?

- Antônio tem que pagar o valor da cerca para o seu Pedro, e Pedro devolver o terreno para o seu João ?
- João que tem que pagar pela cerca ao seu Pedro ?

Da negociação

A Negociação é essencial para alcançar objetivos e está presente nas mais variadas situações. Ao negociar espera-se satisfazer ambas as partes, mas isso nem sempre acontece. É um processo de decisões que visa vantagem para todos os envolvidos.

3.1. Propostas e recomendações:

Sabe-se que a metragem do terreno deve estar de acordo com o anunciado no momento da venda.

Caso as medidas estejam divergentes, o comprador poderá solicitar:

O complemento da área, solicitar a resolução do contrato juntamente com a devolução dos valores e o abatimento proporcional ao preço.

É necessário expor a divergência, caso o problema não se resolva entre as partes, é de direito do comprador procurar o judiciário para resolução do litígio.

Após orientações de seu advogado, Seu João decidiu

conversar com o vizinho de forma mais detalhada para tentarem chegar a um acordo.

3.2 Sintetizar resultados:

Busca-se um acordo entre o comprador, o vendedor e o vizinho para facilitar a negociação e tentar resolver o problema.

A negociação neste caso, ocorrerá de forma amigável, entre o comprador Seu João e o vizinho que colocou a cerca, o Seu Pedro, pois, após conversarem, perceberam que os dois foram enganados e que o vendedor Antonio, agiu de má fé.

Foi proposto que Seu Antonio deveria devolver o dinheiro que foi pago a mais pelo terreno, já que faltaram os três metros. Inicialmente, Antonio alegou não ter mais a quantia que recebeu pela venda.

Após uma longa conversa, mediada pelo advogado de Seu João, o vendedor, Antonio, temendo um processo e que as coisas se agravassem, concordou em pagar o dinheiro que foi pago a mais pelo Seu João na venda do terreno e pagar a Seu Pedro, uma parte do valor que Seu Pedro havia investido na construção da cerca. Seu Pedro, então, também concorda com a negociação e decide entrega os três metros do terreno que estava em sua posse para o Seu João.

Havendo um entendimento entre os três, comprador, vendedor e vizinho, resolve-se a questão da falta dos três metros de forma que os dois, o comprador e o vizinho, conseguem um resultado favorável dentro do possível.

3.3 Mapa de Negociação

■ Objetivo da Negociação:

É resolver a questão da compra do terreno, entregando ao Seu João o terreno completo com a metragem correta.

■ Quero

O terreno completo, com a metragem correta

■ Tenho que (Não abro mão...)

Dos três metros que faltam

■ Desejos:

Uma linda horta que está sendo cultivada exatamente na área da metragem que havia faltado.

■ Concessão (Posso ceder)

Seu João entra em acordo com Seu Pedro, e tendo em vista que seu Pedro não sabia do negócio feito pelo vendedor, que foi quem agiu de má fé, resolve pagar uma parte referente ao mesmo valor que Seu Pedro havia gastado para construir a cerca. A outra parte foi paga pelo vendedor Antonio, como ficou acordado em reunião com o advogado do Seu João. Dessa forma, Seu João fica com todo o terreno, agora sim, com a metragem correta.

Os perfis comportamentais na negociação

Diariamente lidamos com pessoas, as quais possuem temperamentos diferentes umas das outras e muitas vezes temos que saber lidar com as variadas diferenças encontradas.

Na situação anteriormente apresentada, identifica-se um problema, envolvendo três pessoas totalmente diferentes umas para com as outras. E em alguns casos como também o apresentado, é necessário uma boa comunicação e fazer isso com maestria é fundamental para o êxito na construção de uma confiança e uma negociação favorável a ambas as partes.

Portanto a qualidade da comunicação e pontos da interação pode ser potencializado para o êxito, se desenvolver a habilidade de identificar o estilo comportamental de cada um e adequar-se a esse determinado perfil.

É possível aprofundar ainda mais em cada tipo comportamental e assim descobrir a maneira exata de como lidar com os determinados perfis comportamentais.

Pode-se dividir em 4 (quatro) os perfis comportamentais são eles (Dominante, Influente, Estável e Conforme), e após reconhecer esses 4 perfis fazer uma análise de como conduzir determinada pessoa com um perfil específico, a que você propunha.

4.1 Negociando com um Dominantes

É sempre oportuno fazer elogios e reconhecimentos sinceros relacionando a sua índole e postura de trabalho e ou conquistas. É necessário deixar reforçados todos os benefícios que a outra pessoa (com perfil dominante) irá obter fechando o negócio com você.

Diariamente lidamos com pessoas, as quais possuem temperamentos diferentes umas das outras e muitas vezes temos que saber lidar com as variadas diferenças encontradas.

Na situação anteriormente apresentada, identifica-se um problema, envolvendo três pessoas totalmente diferentes umas para com as outras. E em alguns casos como também o apresentado, é necessário uma boa comunicação e fazer isso com maestria é fundamental para o êxito na construção de uma confiança e uma negociação favorável a ambas as partes.

Portanto a qualidade da comunicação e pontos da interação pode ser potencializado para o êxito, se desenvolver a habilidade de identificar o estilo comportamental de cada um e adequar-se a esse determinado perfil.

É possível aprofundar ainda mais em cada tipo comportamental e assim descobrir a maneira exata de como lidar com os determinados perfis comportamentais.

Pode-se dividir em 4 (quatro) os perfis comportamentais são eles (Dominante, Influyente, Estável e Conforme), e após reconhecer esses 4 perfis fazer uma análise de como conduzir determinada pessoa com um perfil específico, a que você propunha.

4.1 Negociando com um Dominantes

É sempre oportuno fazer elogios e reconhecimentos sinceros relacionando a sua índole e postura de trabalho e ou conquistas. É necessário deixar reforçados todos os benefícios que a outra pessoa (com perfil dominante) irá obter fechando o negócio com você.

Não deixe dúvidas no ar, seja paciente pois costumam ser prolixos mudando frequentemente o foco tangenciando o verdadeiro foco. Valorize aspectos emocionais da decisão e assim conquistará um influente.

4.3 Negociando com um Estável

Ao negociar com uma pessoa de perfil estável, vá direto aí ponto, é extremamente importante ficar no resultando e uma forma objetiva.

Não demonstre insegurança, pois os estáveis assim com sua intitulação procuram a estabilidade. Procure não ser muito detalhista, seja firme e assertivo e assim conquistará uma pessoa com perfil comportamental estável.

4.4 Negociando com um Conforme

É necessário agir com cautela, utilize sempre dados, fatos evidências, pois os conformes tendem a ser bem analistas. “não deixe nenhuma pergunta sem ser respondida”.

Faça uma análise com os prós e contras, mas sempre favoreça os prós!. Eles costumam gostar de números, portanto faça as contas no papel para que ele veja os benefícios em negociar.

Por fim valorize aspectos com referenciais exemplos concretos, informações credíveis, aspectos técnicos e detalhes do seu decurso.

Os 7 passos para a negociação

Com o objetivo de esquematizar o problema em busca de soluções, o processo de sete passos, tem uma adaptação que se encaixa em qualquer conflito. Este processo é formado por sete etapas e são elas:

a) Definir o problema

O que eu preciso saber?

b) Estruturar o problema

Quais são os problemas-chave do problema?

c) Priorizar questões

Em que partes eu devo focar?

d) Planejar análises

Como posso utilizar os recursos que eu tenho para ser eficaz na solução?

e) Conduzir análises

Qual é a melhor abordagem?

f) Sintetizar resultados

Como utilizo as minhas descobertas para contar uma história?

g) Desenvolver recomendações

Está claro o que o cliente precisa fazer e como fazer?

No caso citado acima, foi apresentado cada etapa deste afunilamento:

a) Definir o problema

Foi comprado um terreno na qual não foi incluído 3m comprados.

b) Estruturar o problema

Ao comprar o terreno, João não sabia que pagou por 3m que pertencia à outra pessoa.

c) Priorizar questões

Antonio, o vendedor do terreno, agiu de má fé e algo precisa ser feito para que os direitos de João sejam assegurados. João precisa ou do seu terreno ou do seu dinheiro de volta.

d) Planejar análises

Antonio agiu de má fé, mas e Pedro? Foi gasto com a cerca para que ele tivesse aqueles 3m.

e) Conduzir análises

O consenso entre vendedor, vizinho e comprador é necessário para que nem o Pedro nem o João

saiam prejudicados. Sobre a cerca, é preciso ser ressarcido para que Pedro possa abrir mão dos 3m. João precisa ou dos 3m, pois pagou por ele, ou do valor investido de volta.

f) Sintetizar resultados

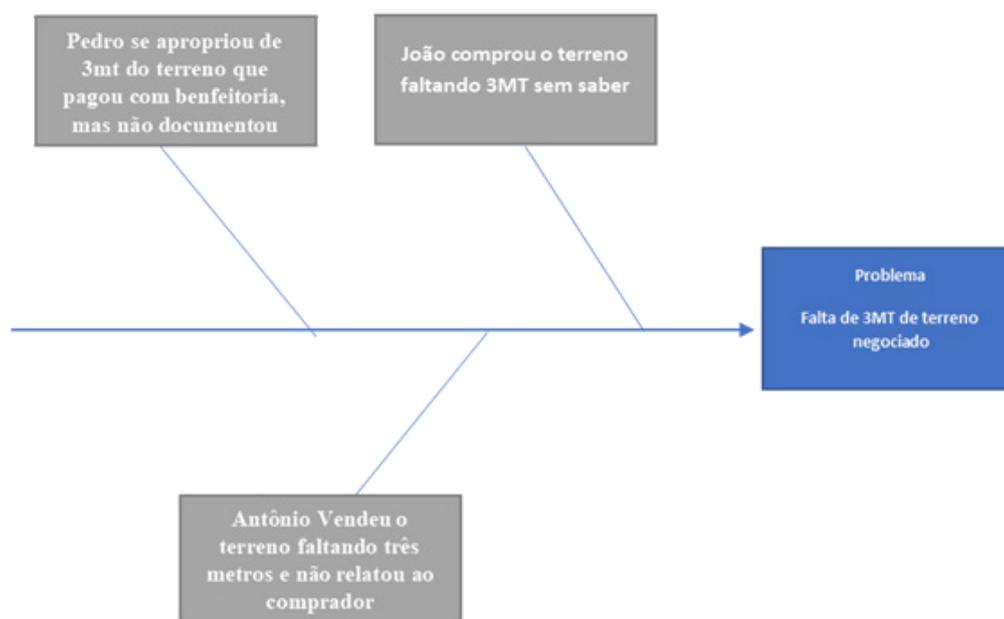
Antonio agiu de má fé sim, e para que se alcance uma solução viável é necessária uma negociação.

g) Desenvolver recomendações

É certo que a metragem do terreno deve estar de acordo com o que foi negociado, cabendo ao Antonio, devolver o dinheiro equivalente aos 3m não obtidos, ou será acionado o judiciário para decidir.

Com a finalização dos 7 passos, é desenvolvida uma solução clara, eficiente e eficaz para este e qualquer outro problema. Basta seguirmos cada um dos passos com ordem, disciplina e criatividade.

Negócio Concluído



Conclusão

Adotou-se para o passo 1 (Definição do Problema), a elaboração de um texto narrando os fatos relacionados ao problema com o intuito de fornecer conhecimentos suficiente sobre o problema, como enquadrar este problema e qual sua causa raiz.

E para o exemplo eleito neste trabalho sobre os três metros de terreno que fora vendido pelo vendedor seu Antônio que faz parte da totalidade do terreno comprado pelo seu João e que presumidamente foi aglutinada ao terreno do vizinho Pedro como contrapartida pela benfeitoria construída por este em forma de uma cerca.

Para o passo 2 (Estruturação do problema) adotou-se o framework de situações de negócios no qual elencou-se os atores juntamente com suas ações, segmentando assim o problema em problemas menores com a finalidade de propor soluções mais eficazes.

No passo 3 adotou-se o mapeamento do problema por meio da priorização das questões (Matriz GUT) finalizando também as etapas 4, 5 e 6 que tratam do planejamento e condução da análise e a sintetização dos resultados.

No passo 7 enquadram-se as propostas e recomendações. Para este passo recomendou-se como proposta de solução do problema, a estratégia de negociação com o objetivo de entregar o terreno completo ao seu João (comprador), descrevendo itens como não negociáveis, negociáveis e os objetivos, além disso, descreveu-se os perfis comportamentais para o conhecimento e fomento de boas estratégias de negociação com os perfis dos negociadores.

A adaptação do framework de 7 passos para a solução de problemas complexos adotadas neste trabalho, se mostrou eficaz pois melhorou a compreensão do problema complexo, assim como na sua análise e proposta de solução para sua resolução.

Por fim, com a aplicação dos 7 passos o negócio foi concluído com êxito e Seu João, comprador do terreno, ficou com a metragem correta após acordo realizado entre os três envolvidos.

NEGOCIAÇÃO

TEMÁTICAS E DICAS PARA ALAVANCAR SUAS HABILIDADES DE NEGOCIAÇÃO.

Autores: Vivian Renata Gomes Camargo, Ana Júlia Rodrigues Nunes, César Artur Braga Cunha, Daniel Cruz De Menezes, Efraym Da Silva Costa, Girliane De Cassia Santos Silva, Jean Vinicius Soares Lima, Jullyana Rodrigues Batista De Sousa, Marcus Vinicius da Silva Lima, Stephany Sena Braga, Thiago Da Silva Morais

Introdução

Negociar, em síntese, é a conversa na qual duas ou mais pessoas têm para chegar em um acordo satisfatório para todos. Assim, é um processo que envolve comunicação clara e precisa. Os especialistas mais renomados definem como a busca pelo sim, e isso por méritos, princípios e racionalidade, sem que seja prejudicial ou desfavorável para nenhuma parte.

A palavra negociação é de origem latina, *negotiatus*, que significa “cuidar dos negócios”. Negociação é um processo de relacionamento interpessoal que ocorre quando uma pessoa deseja algo de outra. Denominamos esta desde um simples e breve diálogo com nosso colega de trabalho com o objetivo de alcançar um entendimento, até um longo e complexo processo de conversações entre dois países, envolvendo vários representantes de cada uma das partes. Por outro lado, negociação é um processo de relacionamento que visa ao entendimento entre as partes. Pode ser simples ou complexo, rápido ou demorado, envolvendo duas ou mais pessoas.

Nesse viés, este e-book reúne dicas fundamentais e preciosas para qualquer profissional do mundo dos Negócios, com base em técnicas recentemente incorporadas em um benchmark mundial de metodologias de negociação realizado pelo BBI of Chicago no começo de 2019, sendo este, dividido em conceitos básicos, bem como introduzimos o mais importante método de negociação do BBI of Chicago, o Negotiation Map, além de focar no modelo Q2, com este, o mapa da negociação, aprenderemos como executar uma negociação, e por fim, métodos para que se realize uma proposta na negociação.

Conceitos básicos

A negociação é uma forma de resolver conflitos de interesse e, portanto, uma ferramenta para melhorar a convivência entre as pessoas, uma forma de organização social devido à escassez de recursos e bens. As pessoas negociam para alcançar objetivos que não podem alcançar sozinhas.

Considerando todos esses fatores e a importância do comportamento de negociação, os pesquisadores de Harvard FISHER e URY desenvolveram uma nova e sólida abordagem de negociação na década de 1980, focada em quatro pontos: pessoas, interesses, opções e critérios. Com base nos pontos anteriores, as negociações passam por etapas e podem combinar aspectos jurídicos, emocionais e cognitivos sem descuidar de outros aspectos. Muitas vezes, é necessário incorporar uma gama de entendimentos prévios que fomentem a formação de conflitos judiciais ou extrajudiciais.

A negociação, é utilizada para divergências que não requerem intervenção ou envolvimento de terceiros e não estão relacionadas a situações de conflito. Aplica-se àqueles casos que não envolvam afeto entre as partes e que resolvam conflitos, geralmente de natureza material, por meio de acordo (negócio)

Ainda assim, vale ressaltar que, para a utilização desse método, poderá haver o envolvimento de advogados, que são nomeados, os quais atuarão como representantes das partes em conflito, mas, como método de auto-reunião, sem a imposição de um acordo por um Programa de terceiros.

O objetivo da negociação é chegar a concessões e acordos mutuamente benéficos e, para isso, os advogados devem usar as informações disponíveis com flexibilidade e ser criativos para encontrar soluções favoráveis que sejam do interesse de seus clientes. Os tempos mudaram e devemos analisar os interesses de nossos clientes e ajudá-los a encontrar soluções que vão além do tradicional litígio demorado, caro e burocrático. Advogados que conseguem combinar conhecimento jurídico com criatividade e comunicação aberta são capazes de negociar com mais eficácia e confiança, aumentando seu valor de desempenho e se diferenciando no mercado.



Conceito de negociação segundo a ZOPA

Qual o objetivo principal em uma negociação?

Sabe-se que ao negociar algo, busca-se sempre chegar em um acordo que seja favorável para ambas as partes, certo? E isso pode se tornar mais fácil utilizando a ZOPA.

Zona de Possível Acordo, uma área que limita até onde as partes estão dispostas a ir para fechar um acordo. Essa é a ZOPA.

Essa técnica é muito utilizada no segmento comercial, mas não deixa de ser usada no ramo do direito. É uma das habilidades mais almejadas em um profissional.

O que é a ZOPA?

Como já dito, a ZOPA é uma técnica utilizada durante a negociação.

Quando as concessões das partes entram em convergência significa que existe um espaço em comum entre o mínimo aceitável por uma das partes e o máximo aceitável para a outra.

No setor comercial, podemos dizer que é onde o menor valor aceitável pelo vendedor e o maior valor aceitável pelo comprador se encontram.

Vamos ver como isso funciona na prática?

Digamos que um vendedor está negociando um carro por R\$ 90.000,00. Ele sabe, que para sair no lucro, ele precisaria vender o veículo por, no mínimo R\$ 80.000,00. Quando o vendedor informou o preço de R\$ 90.000,00, o comprador achou caro e disse que o máximo que ele pagaria pelo veículo seria o valor de R\$ 85.000,00. Ou seja, a ZOPA dessa negociação fica entre os valores de R\$ 80.000,00 e R\$ 85.000,00, que seriam os valores que dariam lucro para ambas as partes, pois se há somente um ganhador, não é possível encontrar a ZOPA.

Para que um vendedor consiga ter sucesso em sua negociação ele deve primeiro conhecer o seu produto. Com o conhecimento adequado sobre o que se está oferecendo, tem-se a maior possibilidade e facilidade de criar argumentos para convencer que o seu produto é bom, adequado e necessário para o comprador e que irá atender às suas necessidades que está buscando suprir. Existe também a possibilidade de não haver uma ZOPA, de não conseguir chegar a um acordo. Como exemplo, se um comprador do caso hipotético acima só estivesse disposto a pagar R\$ 75.000,00 pelo veículo, a compra provavelmente não seria realizada.



PENSE NISSO:

Em uma negociação às estratégias podem ser diferentes, desde que os resultados sejam o mesmo: Êxito.

VANDERLEY ANDRADE

MÉTODO BBI

Rodrigo Lang e João Magalhães, construíram o BBI Negotiation Map a partir das duas maiores escolas de negociação do mundo: a escola americana, representada principalmente pela Universidade de Harvard, e a escola europeia, representada pelas universidades escocesas. Por reconhecerem essa metodologia como um verdadeiro mapa, surgiu o nome “Negotiation Map”.

As principais escolas de negociação do mundo tratam a negociação por etapas. Harvard coloca de cinco a sete etapas no processo de negociação e a maioria dos centros de pesquisa da Escócia trata de cinco etapas. Eu não gosto de usar o termo “etapas” porque dá a ideia de que uma etapa termina e a outra começa. De acordo com o que acredito, negociar não é um processo linear, é, na verdade, é um processo completamente não linear. Não são etapas, mas sim “marcos”.

Nessa metodologia, é importante imaginarem a negociação como se fosse um grande mapa. As ferramentas de negociação são a leitura e a identificação dos pontos desse mapa. Para visualizar melhor a ideia, existe um exemplo citado pelo autor "mundo sem GPS", vejamos como funciona.

Na minha época de faculdade, minha família tinha uma casa no interior do Rio de Janeiro e eu sempre fazia churrascos lá. Quando convidava os meus amigos, não existia GPS, nem acesso à rede de dados na estrada. Então eu passava para os meus convidados quatro pontos da estrada que eram como pontos de referência: “Você vai entrar na BR, logo vai vir uma posto de gasolina com uma grande bandeira, depois de trinta minutos vai passar por uma rede de supermercados, depois pelo portal da cidade e em quatro minutos estará na minha casa.” Este exemplo, embora simplório, mostra que para negociar é preciso explicar pontos de referência.

Modelo Q2

A melhor forma de se preparar para uma negociação

O modelo de negociação Q2, é um pouco complicado. E para que exista uma melhor compreensão, é necessário fazermos separação de etapas a serem seguidas, para que além de montar uma tabela prática do caminho traçado, possa haver um objetivo final, algo a ser alcançado.

Esse foco final, é justamente o primeiro passo a ser pensado, pois se há um alvo final, se tem um destino, e agora só é preciso ver o melhor caminho para chegar lá. "Quem não sabe o que quer, dificilmente saberá o caminho que deve trilhar pra chegar lá". Não se perder e nem se deixar levar por outras fugas no processo da negociação, às vezes é difícil, principalmente se a pessoa deixar se tornar pessoal, ou se perder em um conflito ético.

Após isso, será montado um quadro, onde o negociador poderá estabelecer pontos que ajudarão a reunir e separar diferentes caminhos para chegar no objetivo final. 1- Quero, 2-Tenho que, 3- Desejos e 4-Concessões.

No quero, pode-se estabelecer todas as vontades daquele que está almejando um objetivo. No tenho que, será colocado o que não se pode e nem se estar disposto a abrir mão. Nos desejos, serão colocados, aquilo que é simples, porém que pode ser útil na negociação, se necessário for ceder a algum imprevisto do outro lado. E por fim nas concessões, estão aquilo que se está disposto a abrir mão, para que possa haver um acordo final, e se alcance o objetivo. Negociar as vezes também é ceder vontades que atrapalham chegar no objetivo final.

Chegando ao fim do modelo Q2, é necessário uma equipe capacitada de três elementos, que se resumem em básicas palavras: O líder, o sintetizador e o observador. Saber separar as funções de cada elemento resultará em um perfeito saldo positivo no final, pois se alguém se perder ou se distrair no caminho até o objetivo final, esse descuido pode custar até "vidas" em certas negociações.

O papel de cada "personagem" nessa equipe é exatamente esse: O líder: Que irá liderar claramente as propostas, fazendo concessões, opiniões e propostas.

O sintetizador: Que irá, basicamente fazer aquilo que o líder estará ocupado demais para fazer, que é perguntar e resumir os rumos da negociação, essas perguntas além de servirem para clarear a mente do líder e o levar para outros rumos da estratégia que nem ele mesmo tinha visto, também servirá para ganhar tempo útil e às vezes acalmar os ânimos que podem se elevar em circunstâncias assim.

O observador: Por fim, o que irá claramente observar todo o cenário e os acontecimentos, um olhar externo que irá dizer aos que estão no exterior do ambiente como estão os rumos da negociação, e decifrar as expressões e palavras. Uma vez que, se os ânimos se elevarem, ou alguém priorizar suas próprias vontades, poderá atrapalhar de se chegar ao objetivo final.

MAPA DE NEGOCIAÇÃO

de acordo com o modelo Q2



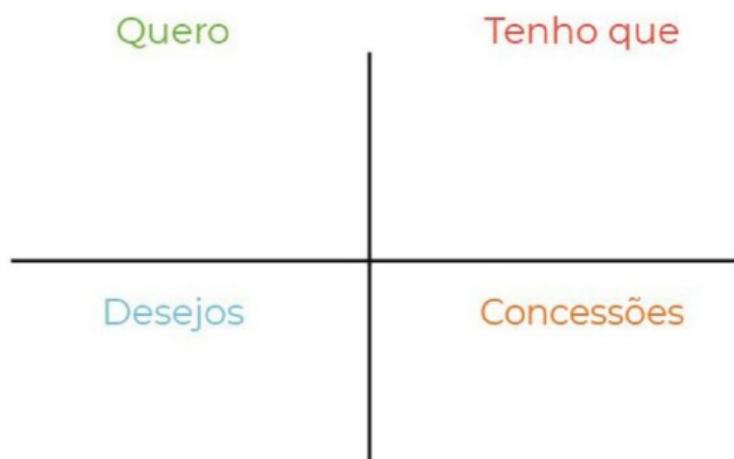
Modelo Q2 a ser preenchido

Líder: _____

Sintetizador(es): _____

Observador(es): _____

Objetivo da Negociação:



Modelo Q2 preenchido



PASSOS PARA TER UMA NEGOCIAÇÃO

O famoso livro de Willian Ury, “Como Chegar ao Sim” fala em 5 etapas da negociação, outros falam em 6, 7 e assim por diante.

O número de etapas da negociação não é o mais importante. O que importa é saber se conduzir nesse processo para chegar a um acordo benéfico para ambas as partes e sustentável em longo prazo.

relacionamento com o cliente porque ele realmente gostou de seu produto ou serviço, enxergou valor em sua solução e quer mais!

Isso diminui a churn rate, isto é, a taxa de desistência de clientes, fazendo valer cada centavo de seu investimento em treinamentos, prospecção, apps para vendedores e demais esforços de vendas.

Entenda todas as etapas:

1. Preparação
2. Investigação
3. Sinalização
4. Teste suas hipóteses
5. Troca de concessões
6. Acordo
7. Acerto final

O famoso livro de Willian Ury, “Como Chegar ao Sim” fala em 5 etapas da negociação, outros falam em 6, 7 e assim por diante.

O número de etapas da negociação não é o mais importante. O que importa é saber se conduzir nesse processo para chegar a um acordo benéfico para ambas as partes e sustentável em longo prazo.

relacionamento com o cliente porque ele realmente gostou de seu produto ou serviço, enxergou valor em sua solução e quer mais!

Isso diminui a churn rate, isto é, a taxa de desistência de clientes, fazendo valer cada centavo de seu investimento em treinamentos, prospecção, apps para vendedores e demais esforços de vendas.

Entenda todas as etapas:

1. Preparação
2. Investigação
3. Sinalização
4. Teste suas hipóteses
5. Troca de concessões
6. Acordo
7. Acerto final

Etapa 1: Preparação

Por mais que se insista nesta etapa da negociação, muitos vendedores comparecem a importantes negociações despreparados. Muitas vezes, nem se lembravam que haveria uma reunião naquele dia e chegam atrasados e esbaforidos.

Ter dados completos sobre o cliente e um controle eficiente dos compromissos dos vendedores (com uso até de alertas por e-mail e SMS) é algo que um bom CRM pode ajudar a conquistar.

Mas a preparação também pode ser feita por meio de uma boa pesquisa, visitas ao site da empresa e suas mídias sociais, especialmente o LinkedIn, conversas com colegas de profissão que conhecem o negócio e os envolvidos na negociação, e outras fontes, como sites de notícias e as associações de classe a que a empresa está ligada.

É fundamental conhecer a empresa e as soluções que ela oferece ao mercado e se mostrar como um vendedor consultivo – que conhece aquele negócio profundamente -, e está interessado em muito mais do que fechar um pedido, mas em ajudar o cliente a resolver seus problemas.

Etapa 2: Investigação

A chegar diante de seu cliente, é hora de investigar se tudo aquilo que pesquisou realmente corresponde às necessidades dele.

Lembre-se: para gerar valor para seu cliente é preciso apresentar algo que vai realmente ajudá-lo em seu dia a dia e levar a empresa a obter resultados melhores. Evite ir direto ao ponto, use metodologias como SPIN Selling, The Challenger Sales (vendas desafiantes), Sistema Sandler de Vendas, SNAP ou o “Novo ABC de vendas”.

Etapa 3: Sinalização

Com mais certeza sobre o que o cliente precisa, é hora de começar a sinalizar suas ideias. Seja sutil, não faça afirmações categóricas, mas atue por meio de perguntas, como: – E se o prazo de entrega fosse tal e o período de configuração do sistema de uma semana, isso seria bom para você?

Ao receber uma resposta positiva, repita a frase de forma resumida e prosseguida, validando suas hipóteses uma a uma (anote tudo!).

Entender as emoções da outra parte pode ajudar a desvendar o que se passa na mente dela.

Etapa 4: Teste suas hipóteses

Agora sim, faça sua proposta inicial de uma forma mais objetiva e vá ampliando seu escopo, até chegarem a um esquema básico do que poderá começar a ser negociado.

Na verdade, só na fase seguinte é que as trocas de concessões vão começar, aquilo que a maioria das pessoas encara como a “negociação de verdade”.

Etapa 5: Troca de concessões

Nas fases anteriores, você deu sinais do que gostaria de oferecer ao cliente, mas também percebeu (se agiu de forma correta) o que ele valoriza em sua proposta.

É fundamental que você perceba qual o valor que ele vê na solução de sua empresa (aquilo que vai solucionar os problemas e necessidades dele), para fazer concessões em relação a isso sempre em troca de elementos que não sejam tão custosos para você. Siga duas regras principais:

1. Defina limites mínimos (em sua cabeça) de todas as variáveis de sua proposta: preço, prazo, escopo, quantidades etc. Nunca ceda além deles.
2. Nunca entregue nada de graça: para cada concessão que fizer, a outra parte tem que oferecer algo em troca.



Etapa 6: Acordo

Em algum momento é preciso chegar ao acordo. Quando você sentir que todos as variáveis foram ajustadas, confira suas anotações e apresente todos os pontos de resumidamente.

Faça isso na forma de uma pergunta, como se quisesse se certificar que entendeu as condições do oponente. Deixe transparecer que a iniciativa é dele, algo como: – Então, o que o senhor precisa é que o prazo seja tal, na quantidade X, com um sinal de tanto...

Como você já alinhou tudo dentro de seus limites aceitáveis, a possibilidade de partir para os acertos finais é muito grande.

Etapa 7: Acerto final

Trata-se de uma espécie de formalização do acordo, aquele "aperto de mão" em que serão definidos os próximos passos. É fundamental alinhar expectativas.

Imagine que para entregar determinado equipamento negociado, seja preciso antes uma visita técnica para verificar o local onde ele será instalado.

Esse tipo de detalhe precisa ficar claro, para que o cliente prepare o seu lado e tudo fique ajustado para que as entregas sejam feitas no prazo e o acordo cumprido.

Classificações e estilos de negociações.



CLASSIFICAÇÃO DE JUNG

Carl Jung aponta os estilos de negociação existentes levando em consideração fatores como: Capacidade de uma pessoa em controlar ou aceitar o controle de outra; Intensidade com que considera ou desconsidera as pessoas com as quais se relaciona; A confiança de que o melhor é a colaboração entre as partes. Jung classificou os negociadores de acordo com **4 estilos**:

ESTILO RESTRITIVO

É a combinação do fator de controle com a desconsideração do outro. As pessoas que possuem esse estilo tendem a negociar tendo em vista apenas seus próprios interesses e, portanto, não são muito cooperativos.

ESTILO AMIGÁVEL

esse tipo de negociador combina a consideração do outro com a cooperação. O objetivo desse estilo é manter um bom relacionamento com a outra parte, independente do resultado final da negociação.

ESTILO ARDILOSO

Para esse estilo as negociações devem seguir sempre as regras. A desconsideração é ligada à deferência e estimula a visão de que os negociadores devem ser mantidos à distância, já que são fontes de problemas. O principal objetivo do ardiloso é “sobreviver” à negociação.

ESTILO CONFRONTADOR

confiança e controle se combinam nesse estilo, que busca equidade e acredita que as partes envolvidas tendem a colaborar e não a atrapalhar. Seu objetivo é encontrar o melhor acordo para ambas as partes, de acordo com as circunstâncias.

ESTILO AFIRMAÇÃO

negociadores ativos e que costumam atingir suas metas através da assertividade. Deixam claras suas condições de negociação, seus objetivos e costumam julgar os outros. Assim, o acordo tende a ser mais transparente, mas com uma personalidade mais extrema e afirmativa, o que pode prejudicá-los.

ESTILO ATRAÇÃO

esse estilo é baseado no tipo de negociadores receptivos e tentam, através de vários comportamentos, envolver a outra parte. Procuram elevar as qualidades do oponente, fazendo elogios, ao mesmo tempo em que reconhecem seus próprios erros e limitações.

ESTILO PERSUASÃO

também são considerados negociadores ativos, mas utilizam o raciocínio e informações como instrumentos para que seus objetivos sejam alcançados. São suas características: apresentar muitas propostas, ter uma boa argumentação e justificar seus pontos de vista através de dados.

ESTILO LIGAÇÃO

também um estilo de indivíduos receptivos, seu comportamento tem como palavra-chave a empatia. É através da demonstração de apoio ao outro, do pedido de sugestões, conselhos e opiniões que procura pontos de acordo para sua negociação.

Classificação de Marcondes

Para formular seu modelo de estilos de negociação, Marcondes (1993) se orientou pela análise de dois tipos de comportamento:

Negociadores ativos: atuam de maneira a impor à outra parte o seu ponto de vista, através de ações voltadas à esse convencimento.

Negociadores receptivos: buscam incitar a participação do outro, visando criar um comprometimento com uma dada causa.

Acompanhe ao lado, o modelo que o autor criou de estilos de negociação, onde são classificados em:

Classificação de Gottschalk

A classificação de Gottschalk (1974) leva em consideração a totalidade de características das pessoas na hora de especificar seus estilos de negociação.

ESTILO CALOROSO

O negociador com esse perfil costuma ser voltado às pessoas e aos processos, sendo muito apoiador, colaborador, otimista e paciente. Tem uma tendência a resolver conflitos e a construir relacionamentos. Mas, por outro lado, tem dificuldade em dizer não, é muito dependente de outros e não deixa muito evidentes suas intenções.

ESTILO DURO

mais dominante e agressivo, o negociador com esse estilo tem como objetivo central o poder. Bastante dinâmico, deseja manter sempre o controle sobre as situações e deixa seus posicionamentos bem explícitos. É inflexível, dominador e não dá espaço para que outras pessoas exponham seus pontos de vista.

ESTILO NEGOCIADOR

voltado para os resultados e costuma ter muita persistência para alcançá-los. Traz uma personalidade mais jovial e se relaciona fácil com as outras pessoas. Entretanto tem habilidade limitada a algumas questões, é de difícil acesso, pouco sincero e busca um acordo a qualquer custo.

ESTILO DOS NÚMEROS

mais reservado, conservador e paciente. Costumam ser profissionais bem preparados, que realizam com qualidade suas atividades e com uma ótima capacidade analítica. Seus pontos fracos são: não conseguir tomar decisões rápidas, ser pessimista e ter dificuldades em lidar com emoções.

Execução



Ao falarmos em execução, costumamos afirmar que ela é um dos marcos mais importantes de uma negociação, na medida em que esta consiste em um momento do qual as partes irão expor seus argumentos e levar os contra-argumentos, formando um debate. Esta etapa pode ser feita com técnica ou sem técnicas, ou seja, ao falar em execução, o que deve ser evitado no primeiro momento é algo que muitas pessoas já passaram: a argumentação circular, que é quando você argumenta, argumenta, argumenta, argumenta e depois de 30, 40 minutos, ou mesmo horas ou dias você ainda está utilizando os mesmos argumentos e debatendo sobre os mesmos aspectos. Além de cansativo, isso é improdutivo, mas acontece em toda a negociação onde os profissionais não são treinados. Por isso, o objetivo deste e-book é justamente disseminar o conceito da argumentação de monte. Com base na argumentação de monte, é essencial imaginar que existe um monte que precisa ser escalado. No início do monte, logicamente, está o início da negociação e no final está a proposta fechada com o contrato assinado.

Como em qualquer escalada, ao subir o monte, podem acontecer deslizamentos. O segredo é não voltar ao início quando tropeçar. O bom profissional de escalada, para não voltar ao início durante a subida, finca o marco, ou seja, coloca um mosquetão na etapa onde parou. Assim, ele tem uma base para avançar para próxima etapa.

Dessa forma, em uma argumentação de monte ou por escalada você terá a oportunidade de argumentar. A outra parte, provavelmente, irá contra-argumentar. Nesse processo de argumentação e contra-argumentação, caso seja notada uma mínima evolução, deve-se fincar o mosquetão. Tal mosquetão, serve para evitar que as partes durante a argumentação ou contra argumentação, o indivíduo caia e volte para a origem, nesse caso, fazendo-se essencial o papel de um sintetizador, que é aquele profissional responsável por ficar atento aos argumentos e aos contra-argumentos dos líderes, porque quando ele notar uma mínima evolução no processo de argumentação, deve fincar uma bandeira. O sintetizador precisa apontar que houve uma evolução e deve sintetizar ou resumir para ver se todo mundo na mesa está de acordo e se evoluiu mesmo o processo. Com isso, durante a etapa de execução, para não cair em uma argumentação circular, é essencial que o sintetizador esteja ativo ativo, ou seja, ele precisa o tempo todo notar se houve algum tipo de evolução e fincar uma bandeira na argumentação para que ela não ocorra de modo circular. Por isso, é importante haver um bate bola, o tempo todo, do líder com o sintetizador. O sintetizador resumindo e orientando, e o líder praticando aquilo que é conhecido como argumentação ativa ou diálogo de negociação. E não praticando a persuasão.

Métodos para se fazer uma proposta



Afinal o que é proposta?

É aquilo que se propõe ou sugere e são condições que se apresenta para chegar a um acordo. A proposta deve ser completa e específica, tudo o que você quer deve estar contemplada na proposta. Tanto as propostas quanto as contrapropostas, na verdade, principalmente as contrapropostas, devem ser o tempo todo específicas.

Como fazer a proposta perfeita?

O passo a passo para fazer uma proposta de alto impacto é sempre evitar o que todo mundo faz. Geralmente, as pessoas argumentam, argumentam, argumentam, fazem a proposta e depois voltam a argumentar. O processo correto é: Argumenta, faz proposta e para. Mas não é só isso. Qualquer atração colocada depois da proposta faz você tirar o poder dela e a pessoa que está ouvindo vai acabar retribuindo sua argumentação. Possivelmente, o outro negociador vai contra argumentar e esquecer da sua proposta. Ou seja, não faça o argumento, proposta e argumento. Exponha argumento e já parta para a colocação de proposta. Depois pare.

Esse processo é um bate bola muito entrosado entre o líder e o sintetizador na hora de colocar a proposta.

O líder deve fazer a sua proposta e depois exemplificá-la. Esse é o gatilho da materialização. As pessoas têm mais tendência a aceitar alguma situação quando conseguem visualizar o que foi dito. Faça ele ver como será o futuro se ele aceitar a proposta. Após isso, neste momento, entra o sintetizador. Depois de exemplificar, a pessoa do outro lado estará no mundo da fantasia, imaginando como será depois de aceitar a negociação. O sintetizador vem para colocar os pés no chão e trazer o resumo do que foi dito.

Por exemplo: “nosso líder disse que a proposta compreende isso e aquilo e até deu exemplo disso e disso.” Desta maneira, o sintetizador resume tudo o que foi dito, trazendo o outro lado de volta para a realidade e abrindo caminho para o líder entrar com um call to action final. Muita gente esquece dessa parte, mas é quando o líder expõe a pergunta central e questiona: “E aí você aceita proposta?” “Esse call to action é fundamental e vai exigir da outra parte uma resposta.

Depois do call to action, silencie. Silêncio é poder.

CONCLUSÃO



Como vimos ao decorrer desse e-book, a negociação é uma forma de resolver conflitos de interesse e, portanto, uma ferramenta para melhorar a convivência entre as pessoas, uma forma de organização social devido à escassez de recursos e bens. As pessoas negociam para alcançar objetivos que não podem alcançar sozinhas.

Com base nos pontos apresentados anteriormente, as negociações passam por etapas, essas que precisam ser seguidas para obter uma negociação de sucesso. Mostramos o passo a passo do mais importante método de negociação do BBI of Chicago, o Negotiation Map, além de focar no modelo Q2, com este, o mapa da negociação, aprendemos como executar uma negociação, e por fim, métodos para que se realize uma proposta impactante na negociação.

Evidenciamos que o objetivo da negociação é chegar a concessões e acordos mutuamente benéficos e, para isso, todos e principalmente os advogados devem usar as informações disponíveis com flexibilidade e ser criativos para encontrar soluções favoráveis que sejam do interesse de seus clientes. Os tempos mudaram e devemos analisar os interesses de nossos clientes e ajudá-los a encontrar soluções que vão além do tradicional litígio demorado, caro e burocrático. Advogados que conseguem combinar conhecimento jurídico com criatividade e comunicação aberta são capazes de negociar com mais eficácia e confiança, aumentando seu valor de desempenho e se diferenciando no mercado.

Referências bibliográficas

Negotiation Map-Rodrigo Lang

<https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Negocia%C3%A7%C3%A3o>

<https://www.fulbra.org.br/blog/26/negociacao-habilidades-preparacao-conducao-e-sucesso>

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17553/material/3](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17553/material/3GAT%25C3%2593RIO)%2520Estilos%2520de%2520negocia%25C3%25A7%25C3%25A3o.pdf&ved=2ahUKEwjmqLD1lvj7AhVIqZUCHQ3KA_IQFnoECAkQBg&usg=AOvVaw3yL5LzH4BY35n1fYxuHqjl)

[GAT%25C3%2593RIO\)%2520Estilos%2520de%2520negocia%25C3%25A7%25C3%25A3o.](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17553/material/3GAT%25C3%2593RIO)%2520Estilos%2520de%2520negocia%25C3%25A7%25C3%25A3o.pdf&ved=2ahUKEwjmqLD1lvj7AhVIqZUCHQ3KA_IQFnoECAkQBg&usg=AOvVaw3yL5LzH4BY35n1fYxuHqjl)

[pdf&ved=2ahUKEwjmqLD1lvj7AhVIqZUCHQ3KA_](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17553/material/3GAT%25C3%2593RIO)%2520Estilos%2520de%2520negocia%25C3%25A7%25C3%25A3o.pdf&ved=2ahUKEwjmqLD1lvj7AhVIqZUCHQ3KA_IQFnoECAkQBg&usg=AOvVaw3yL5LzH4BY35n1fYxuHqjl)

[IQFnoECAkQBg&usg=AOvVaw3yL5LzH4BY35n1fYxuHqjl](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17553/material/3GAT%25C3%2593RIO)%2520Estilos%2520de%2520negocia%25C3%25A7%25C3%25A3o.pdf&ved=2ahUKEwjmqLD1lvj7AhVIqZUCHQ3KA_IQFnoECAkQBg&usg=AOvVaw3yL5LzH4BY35n1fYxuHqjl)

[https://www.google.com/amp/s/escolaconquer.com.br/blog/estilos-de-negociadores-e-como-lidar-com-eles/amp/https://dalpiazdalpiaz.com.br/opiniao-e-noticia/conheca-os-5-principais-estilos-de-negociacao#.Y5lE1mRv8zQ](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17553/material/3GAT%25C3%2593RIO)%2520Estilos%2520de%2520negocia%25C3%25A7%25C3%25A3o.pdf&ved=2ahUKEwjmqLD1lvj7AhVIqZUCHQ3KA_IQFnoECAkQBg&usg=AOvVaw3yL5LzH4BY35n1fYxuHqjl)

<https://www.google.com/amp/s/escolaconquer.com.br/blog/estilos-de-negociadores-e-como-lidar-com-eles/amp/https://dalpiazdalpiaz.com.br/opiniao-e-noticia/conheca-os-5-principais-estilos-de-negociacao#.Y5lE1mRv8zQ>

Metodologia DISC

Autores: Vivian Renata Gomes Camargo, Andressa Carolyne Matos Araújo, Carlos David Carvalho Correia Deça, Erick Franklin Cabral Barbosa, Giordana Cristyne Brandão Santos, Kalthler Campos Costa, Leticia Cristina Pinheiro, Pamella Raquel Silva e Silva, Pamela Vieira Sousa da Silva, Yasmim Do Nascimento Costa

Introdução

Teste DISC é uma metodologia de avaliação psicológica que permite identificar quatro tipos básicos de comportamento nas pessoas: Dominância (D), Influência (I), Estabilidade (S) e Complacência (C).

Criada pelo psicólogo William Marston no início do século

20, essa teoria é utilizada para selecionar profissionais e desenvolver talentos nas empresas. Nesse viés, este e-book reúne dicas fundamentais e preciosas para qualquer profissional do mundo dos Negócios, com base em técnicas recentemente incorporadas em um benchmark mundial de metodologias de negociação realizado pelo BBI of Chicago no começo de 2019, sendo este, dividido em conceitos básicos, bem como introduzimos o mais importante método de negociação do BBI of Chicago, o Negotiation Map, além de focar no modelo Q2, com este, o mapa da negociação, aprenderemos como executar uma negociação, e por fim, métodos para que se realize uma proposta na negociação.

MAS AFINAL, PARA QUE SERVE O TESTE DISC?

O teste DISC ajuda a definir o perfil comportamental de um jeito rápido e simples. Surge então a sigla DISC, a partir dos experimentos de Marston, com o objetivo de medir os estilos comportamentais. A sigla representa os termos em inglês dos quatro comportamentos, classificados como: Dominante, Influyente, Estável e Analítico.

DOMINANTE

São focados nas tarefas e nos resultados, são firmes e decididos, sabem comandar, são competitivos, audaciosos e independentes.

INFLUENTES

São extrovertidos e práticos, amigáveis e acessíveis, possuem bons relacionamentos por serem comunicativos e conversadores, entusiasmados e emotivos

CONFORMIDADE

Apresentam grande necessidade de segurança e possuem tendência ao perfeccionismo. São exigentes com a qualidade são ao mesmo tempo organizados, sistemáticos, específicos e minuciosos.

ESTABILIDADE

São introvertidos e teóricos. Possuem como principais características o equilíbrio, a perseverança e compreensão. São bons ouvintes e adotam postura conservadora e de lealdade. INFLUENTES



PERFIL DOMINANTE como são e suas características

Segundo a metodologia DISC, que estabelece quatro perfis profissionais com base em um teste de personalidade, uma pessoa dominante é aquela que se adapta melhor às dificuldades, de modo a solucioná-las com mais facilidade.

Cada perfil tem um conjunto de necessidades comportamentais e no caso do Dominante são estar no comando e vislumbrar oportunidades de crescimento. Os dominantes também podem ser ótimos líderes. Neste caso, se souberem aproveitar a presença da característica comandante, são capazes de inspirar e orientar seus liderados para a obtenção de resultados

- São determinados e focados nos objetivos e prazos a serem cumprido;
- Possuem facilidade e naturalidade para comandar pessoas com autoconfiança e posicionamento firme;
- Preferem tomar suas decisões de forma rápida e mais individual;
- São exigentes, questionadores e possuem senso crítico apurado, questões que facilitam encontrar falhas e problemas;
- Gostam de inovações e lidam bem com mudanças e situações de pressão;
- São mais ousados e dispostos a correr riscos fazendo análises rápidas com critérios racionais e pragmáticos; Perfil Dominante: comportamentos que podem ser trabalhados

Perfil Dominante: comportamentos que podem ser trabalhados

- Tendem a ser inflexíveis e fechados para as opiniões alheias, podendo passar a imagem de um líder individualista que não pensa no grupo;
- Podem imprimir um ritmo muito acelerado e agir com impaciência, impulsividade e nervosismo

indica como você lida com pessoas e as diversas influências do ambiente. Ela é mais presente em perfis de pessoas confiantes, inspiradoras e populares, despertando a emoção do otimismo na psique humana.

Pessoas que se enquadram em uma concentração de comportamentos mais intensa no perfil Influente são geralmente muito comunicativas, amigáveis, de certa forma descontraídas e gostam muito de juntar tudo isso para exercer influência sobre as pessoas e sobre o meio onde vivem.

Alguns tipos de comportamentos são mais compreendidos por eles, tais como: Extroversão, descontração, bom humor e construção de relacionamentos, tornando seu relacionamento com pessoas que também se comportam da mesma forma, por vezes muito mais fácil.

- Elas são motivadas por pessoas: e motivam seus colegas! Uma personalidade influente conta muito as relações pessoais no ambiente de trabalho para manter-se motivada.
- Elas gostam de ser reconhecidas: todo mundo gosta, mas este perfil acaba por “contaminar” seus colegas se não for reconhecido por suas vitórias e conquistas. Portanto, olho aberto, o influente gosta sim de um parabéns;
- Elas são altamente persuasivas: uma capacidade alta de comunicação traz uma habilidade nata de persuasão. E isso deve ser reconhecido e usado a favor da empresa, sempre.

Comportamentos que podem ser trabalhados:

- Tendem a exagerar no diálogo e podem passar a imagem de um líder que conversa muito e age pouco;
- Por serem descontraídos e bem-humorados, podem exagerar nas brincadeiras e ter atitudes inconvenientes;
- Podem não saber separar a hora de ser mais amigável e tratar de assuntos pessoais, do momento de ter uma postura mais séria e tratar dos assuntos relacionados ao trabalho ou aos negócios;

O fator Conformidade remete a pessoas voltadas para tarefas e resultados, que se orientam por normas e regras e buscam alto padrão de qualidade em tudo o que fazem. Por isso, estão sempre bastante atentas às minúcias da vida.

Evitam conflitos e não gostam de se expor, especialmente em público, a não ser que dominem o assunto.

A Conformidade representa profissionais que possuem um perfil comportamental de alta capacidade crítica e analítica.

Por esse motivo, o profissional do perfil Conformidade é mais voltado para atividades técnicas e procedimentos operacionais.

- Lógicos – Buscam a certeza nos fatos, querem os detalhes de tudo o que aconteceu.
- Analíticos – Pesquisam o passado, analisam o presente e projetam o futuro.
- Curiosos – Mergulham nos detalhes, sempre na busca da profundidade do conhecimento.
- Disciplinados – Seguem as normas e padrões pré-estabelecidos e descobrem, com sua sensibilidade aguçada, novos pontos de convergência, criando outros padrões.
- Ponderados – Buscam ser justos e estar sempre certos e ao lado da verdade.
- Diplomáticos – Não confrontam com agressividade, usam argumentos consistentes.
- Perfeccionistas – Desejam que tudo saia como planejaram e só se satisfazem se atingirem o nível de perfeição estipulado por eles mesmos.

Alguns tipos de comportamentos são mais compreendidos por eles tais como: Calma, paciência, gentileza e atenção às necessidades alheias, o que deixa sua marca por onde ele passa sempre de forma tranquila e cadenciada.

Pessoas que se enquadram em uma concentração de comportamentos mais intensa no perfil Estável são geralmente muito pacíficas, harmoniosas e de certa forma também amigáveis. Assim como as pessoas de perfil Influyente também são voltadas às pessoas, mas em uma “batida diferente”. Sua preocupação principal é o bem-estar e principalmente a segurança, por isso o nome do perfil é Estável.

Têm como importantes trunfos sua lealdade, alta organização, perseverança e trabalho em equipe. Mas, como em qualquer tendência, estas mesmas qualidades ímpares, se não utilizadas com certo cuidado, podem levar à certa teimosia, dificuldade para lidar com mudanças, demasiada leniência e uma tendência a evitar controvérsias, mesmo quando necessárias.

- Estáveis – Buscam a segurança, procurando sempre deixar o ambiente aprazível e seguro;
- Simpáticas – Estão sempre disponíveis para colaborar e gostam de ajudar as pessoas;
- Sensíveis – Valorizam os sentimentos dos outros e empatizam com as pessoas a respeito de seus problemas;
- Imaginativas – Quebram as barreiras da imaginação e fantasiam com facilidade porque vivenciam mentalmente tudo aquilo que não vivem na vida real, por falta de coragem ou vontade;
- Atenciosas – Capacidade de ouvir atentamente as pessoas e se interessam realmente pelo que elas dizem;
- Pacientes – Sabem esperar as oportunidades surgirem;
- São pessoas que amam a beleza e a poesia da vida e possuem grande senso de estética, trazendo ao ambiente uma sensação de aconchego;

INTERAÇÃO ENTRE O DISC

Dominância x Dominância

Entendem-se bem. Competitivos, diretos e autoconfiantes, entenderão o desejo por ação um do outro. Ambos precisam de desafios As discussões entre ambos devem ser abertas, dado que ninguém ali teme conflito. Em função de orientação por tarefas de ambos, terão de esforçar-se para conscientizarem-se e cuidadosamente ouvirem um ao outro.

Dominância x Influência

Entendem-se bem. Compartilham o sentido da urgência (rapidez), gostam de correr riscos e possuem um forte desejo de mudar seu ambiente. Ambos têm em vista a grande figura. Cada um ao seu modo, são ambos extrovertidos e poderão trabalhar bem juntos se o alto D diminuir um pouco o ritmo e adicionar alguma diversão ao trabalho para motivar o alto I. O I pode, ainda, precisar de algum tempo a mais na tomada de decisão.

Dominância x Estabilidade

Não se entendem bem. O D tem a tendência de impor-se sobre o S e terá de significativamente diminuir o seu ritmo, uma vez que o alto S não gosta de correr riscos e precisa de tempo para tomar decisões. Desejando harmonia, o alto S poderá acompanhar o alto D, apenas para manter a paz. O alto D precisará trabalhar muito duro para efetivamente ouvir e construir a confiança necessária para que o S verbalize suas preocupações.

Dominância x Cautela

Não se entendem bem. Um é rápido, o outro opera em ritmo moderado. Se fará necessário muita adaptação para melhorar a comunicação entre ambos. O maior desafio do alto D será prender-se aos fatos e diminuir o ritmo. Terá ainda de fornecer mais informações do que de costume, mas sem forçar ou tornar-se por demais pessoal. Compartilham o uso inteligente do tempo e a necessidade de controlar seu ambiente.

Influência x Dominância

Entendem-se bem. Compartilham o sentido da urgência (rapidez), gostam de correr riscos e possuem um forte desejo de mudar seu ambiente. Ambos têm em vista a grande figura. Cada um ao seu modo, são ambos extrovertidos e poderão trabalhar bem juntos se o alto D diminuir um pouco o ritmo e adicionar alguma diversão ao trabalho para motivar o alto I. O I pode, ainda, precisar de algum tempo a mais na tomada de decisão.

Influência x Influência

Entendem-se bem. Altos I são criativos e gostam de correr riscos. Podem precisar de complemento de outros estilos para manter o foco, já que seu interesse por pessoas pode fazer com que o percam quando trabalhando juntos. É importante que estejam cientes de seus objetivos e do que fazem. Prazos e agendas determinadas podem fazer-se necessárias, pois o gerenciamento do tempo, aqui, pode tornar-se um problema.

Influência x Estabilidade

Não se entendem bem. Ambos orientados a pessoas, precisam de interação, mas cada um a sua maneira. Pelo S, o alto S, o alto I pode parecer entusiasta por demais, ou até forçado. Além disso, o senso de urgência e a disposição para correr riscos do S é menor. Para conquistar a confiança e construir um bom relacionamento, é preciso que o I diminua o ritmo, fale menos, escute mais, e pergunte o que o S sente, do contrário, não conhecerá deste as preocupações e angústias, que tende a internalizar.

Influência x Dominância

Entendem-se bem. Compartilham o sentido da urgência (rapidez), gostam de correr riscos e possuem um forte desejo de mudar seu ambiente. Ambos têm em vista a grande figura. Cada um ao seu modo, são ambos extrovertidos e poderão trabalhar bem juntos se o alto D diminuir um pouco o ritmo e adicionar alguma diversão ao trabalho para motivar o alto I. O I pode, ainda, precisar de algum tempo a mais na tomada de decisão.

Influência x Influência

Entendem-se bem. Altos I são criativos e gostam de correr riscos. Podem precisar de complemento de outros estilos para manter o foco, já que seu interesse por pessoas pode fazer com que o percam quando trabalhando juntos. É importante que estejam cientes de seus objetivos e do que fazem. Prazos e agendas determinadas podem fazer-se necessárias, pois o gerenciamento do tempo, aqui, pode tornar-se um problema.

Influência x Estabilidade

Não se entendem bem. Ambos orientados a pessoas, precisam de interação, mas cada um a sua maneira. Pelo S, o alto S, o alto I pode parecer entusiasta por demais, ou até forçado. Além disso, o senso de urgência e a disposição para correr riscos do S é menor. Para conquistar a confiança e construir um bom relacionamento, é preciso que o I diminua o ritmo, fale menos, escute mais, e pergunte o que o S sente, do contrário, não conhecerá deste as preocupações e angústias, que tende a internalizar.

Influência x Dominância

Entendem-se bem. Compartilham o sentido da urgência (rapidez), gostam de correr riscos e possuem um forte desejo de mudar seu ambiente. Ambos têm em vista a grande figura. Cada um ao seu modo, são ambos extrovertidos e poderão trabalhar bem juntos se o alto D diminuir um pouco o ritmo e adicionar alguma diversão ao trabalho para motivar o alto I. O I pode, ainda, precisar de algum tempo a mais na tomada de decisão.

Conformidade x Dominância

Não se entendem bem. Um é rápido, o outro opera em ritmo moderado. Se fará necessário muita adaptação para melhorar a comunicação entre ambos. O maior desafio do alto D será prender-se aos fatos e diminuir o ritmo. Terá ainda de fornecer mais informações do que de costume, mas sem forçar ou tornar-se por demais pessoal. Compartilham o uso inteligente do tempo e a necessidade de controlar seu ambiente.

Conformidade x Influência

Não se entendem bem. Ambos têm muito pouco em comum. O I é extrovertido, o C não. O alto I precisará controlar suas emoções e diminuir o ritmo, além de prover o alto C com todos os dados de que precisa. Este, não obstante, tolerará pouca conversa e contato de nível pessoal. Este relacionamento será o maior desafio do alto I, mas, caso superado, trará sucesso, pois formarão uma excelente equipe.

Conformidade x Estabilidade

Entendem-se bem. Compartilham a necessidade por ambientes seguros, sem muitos riscos, além de harmonioso. Apoiam-se, ambos, em métodos e procedimentos, embora seja o C mais focado em dados, enquanto o S em pessoas. Tendo em vista mudanças no ambiente, ambos precisarão de dados fiáveis para que se faça desta uma experiência tranquila.

Conformidade x Conformidade

Entendem-se bem. Altos C precisam de ordem e método. Ambos precisarão coletar dados e examinar os fatos antes de qualquer tomada de decisão, e esta é feita vagorosamente. Tendem a correr poucos riscos e são voltados a resultados. Podem experimentar alguma frustração, na medida em que ambos tendem ao perfeccionismo.

Estabilidade x Dominância

Não se entendem bem. O D tem a tendência de impor-se sobre o S e terá de significativamente diminuir o seu ritmo, uma vez que o alto S não gosta de correr riscos e precisa de tempo para tomar decisões. Desejando harmonia, o alto S poderá acompanhar o alto D, apenas para manter a paz. O alto D precisará trabalhar muito duro para efetivamente ouvir e construir a confiança necessária para que o S verbalize suas preocupações.

Estabilidade x Influência

Não se entendem bem. Ambos orientados a pessoas, precisam de interação, mas cada um a sua maneira. Pelo S o alto I pode parecer entusiasta por demais, ou até forçado. Além disso, o senso de urgência e a disposição para correr riscos do S é menor. Para conquistar a confiança e construir um bom relacionamento, é preciso que o I diminua o ritmo, fale menos, escute mais, e pergunte o que o S sente, do contrário, não conhecerá deste as preocupações e angústias, que tende a internalizar.

Estabilidade x Estabilidade

Excelente combinação! A convivência entre ambos é tranquila e harmoniosa. Ambos são orientados a tarefas e pessoas. Entretanto, podem ter limitado seu potencial, pois ambos tendem a evitar riscos, além de poderem demorar na tomada de decisões

Estabilidade x Conformidade

Entendem-se bem. Compartilham a necessidade por ambientes seguros, sem muitos riscos, além de harmonioso. Apoiam-se, ambos, em métodos e procedimentos, embora seja o C mais focado em dados, enquanto o S em pessoas. Tendo em vista mudanças no ambiente, ambos precisarão de dados fiáveis para que se faça desta uma experiência tranquila

Referências

CONFORMIDADE DISC. proposito, Disponível em:
<https://www.propositomaior.com.br/cautela-disc/> . Acesso em: 13 de dezembro de 2022.

INFLUÊNCIA DISC. proposito, Disponível em:
<https://www.propositomaior.com.br/influencia-disc/>. Acesso em: 13 de dezembro de 2022.

TESTE DE PERSONALIDADE DISC, Pacto RH, , Disponível em:
<https://www.pactorh.com.br/teste-disc/disc/faca-agora-teste-disc/> Acesso em: 13 de dezembro de 2022.

Teste DISC: O que é e como aplicar na sua empresa?, FIA BUSINESS SCHOOL, 2020, Disponível em: <https://fia.com.br/blog/teste-disc/> Acesso em: 13 de dezembro de 2022. Acesso em: 13 de dezembro de 2022

TESTE DISC: COMO FAZER O TESTE DE PERFIL COMPORTAMENTAL, Empresa auto gerenciável, 2022 Disponível em:
<https://empresaautogerenciavel.com.br/blog/lideranca/teste-disc>. Acesso em: 13 de dezembro de 2022

PROJETO INTERDISCIPLINAR DE EXTENSÃO NEGOCIAÇÃO

Autores: Vivian Renata Gomes Camargo, Keyss Glauce Andrade Batista, José Ribamar Martins Ferreira, Raimunda Wilna Prazeres Lago, Francisco Lima Frazão Neto, Isabela Fernanda F.M Lima Tiago Gomes da Silva, Professora Vivian Camargo, Emanuel Filipi Bruno da Silva, Isabel Adalia Moreira Lima, Alessandro de Oliveira Alves, Arleane Silva Alves, Anderson Moreira da Silva.

1. O que é negociação?

Segundo o dicionário, negociação é:

1. Ato ou efeito de negociar; negociamento; negócio.
2. Negócio de grande vulto; transação.

Você provavelmente deve estar se perguntando agora: “Mas, o que significa negociar? O que é fazer um negócio? E o que negociação tem a ver com a minha vida?”. Estas e mais um monte de dúvidas passam por nossa cabeça quando falamos sobre negociação.

Respondendo algumas de suas prováveis perguntas, negociar é um processo de comunicação, de interação social, onde duas ou mais pessoas visam alcançar seus interesses, ou tentam chegar a um acordo sobre algum objeto negociado, procurando garantir benefícios mútuos, sem prejudicar alguma das partes.

Possuir a habilidade de negociar é bastante importante, pois nos permite solucionar conflitos das mais diversas naturezas, sejam eles em nossas vidas profissionais ou familiares, problemas nos relacionamentos ou financeiros, ou seja, saber negociar é de extrema relevância para o nosso desenvolvimento pessoal.



2. Qual a importância de saber negociar?

Como vimos anteriormente, é importante que saibamos negociar. Negociação é uma maneira de resolvermos conflitos através do diálogo, da comunicação. Seja qual for a sua área de atuação, a habilidade de negociar é essencial para você alcançar seus objetivos.

Durante a vida em sociedade, estamos nos comunicando constantemente uns com os outros. Para alcançar bons resultados, precisamos então conseguir nos comunicar com clareza, sabendo expor e explicar os nossos argumentos. Consequentemente, pessoas que sabem “negociar” se destacam com facilidade dos demais, pois conseguem com mais facilidade convencer e apresentar suas ideias, ganhando assim mais aceitação em seu meio social.

Imaginemos agora uma situação no trabalho, em que há um conflito de opiniões, pode ser qualquer exemplo, uma discussão sobre quem é o melhor funcionário ou qual a cor mais bonita para remodelarem a fachada.

Imaginemos agora que a discussão esteja ocorrendo entre dois colegas do seu trabalho, logo ela foi ficando mais séria. Você diante daquele desentendimento deseja de alguma forma resolver o conflito, entretanto se não conseguir ser convincente e apresentar bons argumentos, não conseguirá sanar o problema, ou pior, poderá se envolver na confusão e piorar as coisas.

Percebemos então que a habilidade negociativa é imprescindível, e que ao longo de sua vida você irá se deparar com inúmeras situações que exija uma ação, um poder de comunicação e de persuasão para resolver conflitos e agradar ambas as partes envolvidas.

Negociar não é apenas necessário para pessoas que trabalham com vendas ou comércio, mas também para juristas, professores, escritores, donas de casa, desempregados, empresários, enfim, qualquer profissão que você possa imaginar ou qualquer tipo de pessoa que faça parte da sociedade precisa saber como apresentar suas ideias e convencer o próximo.

3. Um breve texto sobre a arte de negociar.

O texto que será apresentado a seguir não é de autoria de nossa equipe, entretanto será compartilhado com você o link do mesmo para que caso deseje, possa lê-lo em seu local original. Com ele, desejamos mostrar a você, de forma lúdica e cômica que uma negociação bem sucedida pode mudar nossas vidas a um nível que sequer conseguimos imaginar.

PAI – escolhi uma ótima moça para você casar.

FILHO – Mas, pai, eu prefiro escolher minha mulher.

PAI – Meu filho, ela é filha do Bill Gates...

FILHO – Bem, neste caso, eu aceito.

Então, o pai negociador vai encontrar o Bill Gates. PAI – Bill, eu tenho o marido para a sua filha! BILL GATES – Mas a minha filha é muito jovem para

PAI - Mas este jovem é vice-presidente do Banco Mundial...

BILL GATES – Neste caso, tudo bem.

Finalmente, o pai negociador vai ao Presidente do Banco Mundial.

PAI - Senhor Presidente, eu tenho um jovem recomendado para ser vice-presidente do Banco Mundial.

PRES. BANCO MUNDIAL – Mas eu já tenho muitos vice-presidentes, mais do que o necessário.

PAI - Mas senhor, este jovem é genro do Bill Gates.

PRES. BANCO MUNDIAL – Neste caso ele pode começar amanhã mesmo!

<https://textosmotivacionais.blogspot.com/2013/08/a-arte-de-negociar.html>



Compreendemos com o texto que negociar pode trazer inúmeros benefícios para nossas vidas. Entretanto é necessário que estejamos atentos às oportunidades que podem nos aparecer. E como podemos aproveitar tais oportunidades? Obviamente, nos tornando bons negociadores.

Agora você pode pensar: “sim, mas e aí? Nenhuma dica para começar a me tornar um bom negociador?”

3. Como ser um bom negociador?

Não traremos aqui um estudo complexo que irá te ensinar a negociar, além do mais, negociar bem, desenvolver uma boa comunicação e ser convincente requer também, além de estudos, prática. Mas para começar, aí vai algumas dicas:

1. Seja paciente consigo mesmo e tenha coragem para expor seus pensamentos.
2. Seja mais comunicativo, caso não goste tanto de conversar, não precisa mudar sua personalidade de forma radical, mas aos poucos vá conversando mais com seus amigos, e aos poucos conhecendo outras pessoas.
3. Entenda que negociar é ser estratégico, então pense, estude e planeje.
4. Seja inteligente, pesquise mais, leia mais. Quanto mais informação você possuir, mais argumentos você terá para expor e tentar convencer alguém.

Por fim, tente entender qual o seu perfil de negociação, ou qual você deseje atingir, para isso traremos alguns no próximo tópico.



4. Perfis de negociador

Negociador Assertivo

Tem comunicação clara e vai direto ao ponto. Usa dados de suas pesquisas e visa decisões pautadas na racionalidade.

Negociador Persuasivo

Aproveita-se da empatia e do uso de emoções para enriquecer seus argumentos. Gosta de longas conversas para tentar estabelecer um relacionamento

Negociador Detalhista

Cria cenários sobre a sua negociação, planeja como irá conseguir alcançar os resultados almejados. Gosta de pensar no maior número que conseguir de diversas situações que podem interferir na sua negociação.

Negociador Estável

É mais paciente, gosta de tomar decisões com mais segurança, é mais calmo e também gosta de avaliar o cenário detalhadamente.



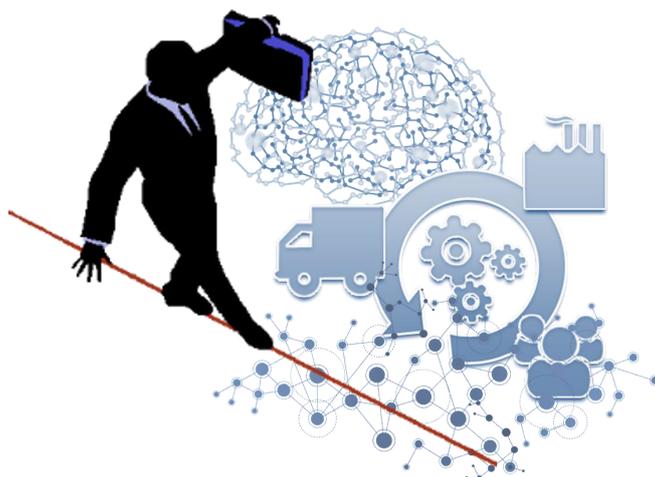
5. A resolução dos problemas.

Aprendemos até aqui que a habilidade de negociar é bastante importante para a solução de conflitos, negociação é essencial para resolvermos diversos problemas, e mais importante, podemos solucionar conflitos, achando uma solução que seja justa para ambas as partes envolvidas no conflito.

Dentre problemas, iremos constantemente nos deparar com situações indesejáveis, sendo elas simples e com fácil resolução, ou complexas, que exigem mais paciência e informações para chegarmos a uma solução.

Mas como poderíamos identificar uma situação complexa? O que são problemas complexos que geram situações mais complicadas e com resultados mais desastrosos caso não resolvidas?

Um problema complexo é aquele que possui inúmeras variáveis que precisam ser analisadas. Há inúmeras coisas que podem acontecer, há uma grande quantidade de detalhes, possui muitos elementos ou partes, há várias circunstâncias que se correlacionam entre si. Percebemos aqui que complexo e difícil são diferentes.



Existem problemas difíceis que não são complexos. Pois bem, como iremos resolver um problema complexo? Antes de mais nada, é necessário definirmos o problema. Qual a causa raiz de nosso problema? Qual o nosso problema de fato? Será que estamos lidando com a causa daquele problema ou estamos lidando com algum sintoma? A definição do problema é muito importante para conseguirmos entender p que de fato está acontecendo, e assim poderemos segmentar, quebrar nosso problema complexo em problemas menores, resolvendo cada uma das partes até chegarmos a solução final.

Logo depois de definirmos o problema, podemos fazer um mapa de negociação, assunto que iremos abordar a seguir.

Com a finalização mapa da negociação, será possível construirmos uma resolução clara, eficiente e eficaz para qualquer tipo de problema complexo. Basta seguirmos cada um dos passos de maneira ordenada e disciplinada.

6. Mapa de Negociação

NEGOCIAÇÃO ?

OBJETIVOS DA NEGOCIAÇÃO ?

QUERO

Tudo que quero na negociação, ou tudo que as partes desejam ou apenas uma das partes (relativo às partes que participam).

TENHO QUE

Àquilo que não se pode abrir mão, eu ou as partes envolvidas.

DESEJOS

A situação ideal, perfeita, sonho da negociação, geralmente utópico, não se alcança, mas é o limite de nossa negociação, o máximo que poderíamos chegar diante de tal problema.

CONCESSÃO

O que estamos dispostos a ceder. Aquilo que podemos ceder para chegarmos a um acordo entre as partes.

OBS: Fique Atento!

Na próxima página iremos trazer o nosso mapa feito durante uma de nossas atividades em sala de aula.

NEGOCIAÇÃO: SEQUESTRO COM REFÉNS
OBJETIVOS DA NEGOCIAÇÃO: LIBERTAR TODOS OS REFÉNS

QUERO

Liberação imediata dos reféns.

Segurança dos reféns.

Prisão dos sequestradores

Nenhuma baixa civil e militar

TENHO QUE

Garantir a segurança dos reféns

Não ter baixa militar

DESEJOS

Garantir a segurança dos reféns

Não ter nenhum tipo de baixa. Ninguém morre.

Integridade física de todos.

Prisão dos sequestradores.

Situação controlada com o mínimo possível de exposição na mídia.

CONCESSÃO

Integridade física dos criminosos.

Liberação imediata de todos os reféns.

Abrir mão da não repercussão na mídia.

AÇÃO REVISIONAL REGULAMENTAÇÃO DE PENSÃO ALIMENTÍCIA

Autores: Vivian Renata Gomes Camargo, Digiane Araújo Nascimento, Francilene Feitosa dos Santos, Raquel de Jesus Pinheiro Vieira, Vanessa Vieira da Silva.

Introdução

REGULAMENTAÇÃO DE PENSÃO ALIMENTÍCIA

Cliente (Autora): Márcia Ferreira Marques

Réu: Marcelo Fernando Marques

Substituído (filho do casal): Mateus Ferreira Marques

Tempo da união: 10 anos de casamento

Idade do filho do casal: 5 anos

Profissão do Genitor: Médico

Profissão da Genitora: Esteticista domiciliar (autônoma)

Domicílio das partes: São Luís/MA

Explicação dos Motivos da Ação

Márcia Ferreira Marques, de 36 anos procurou o Escritório de Advocacia VIEIRA'S & SANTOS ARAÚJO, no dia 05 de outubro de 2022 para buscar uma solução e regulamentar as necessidades básicas e pecuniárias de seu filho, Mateus Ferreira Marques de 05 anos de idade, fruto de seu casamento com o seu ex-marido Marcelo Fernando Marques que teve duração de 10 anos completos.

Márcia solicita à apreciação judiciária aos pedidos de 30% dos rendimentos mensais de pensão alimentícia, assim como pagamento do plano de saúde, escola do Mateus e da atividade esportiva que ele pratica, pretendendo assim, não diminuir a qualidade e padrão de vida que o filho do casal tinha antes da separação, observando que tais pedidos não implicariam prejuízos a renda do Genitor (pai), pois ele não tem nova formação familiar e tendo o Mateus até o presente fato como único filho.

Márcia declara necessitar de tais pedidos como concedidos, comprovando que a sua renda base é de R\$ 2.000,00 ao mês e ainda podendo ser alterada conforme as demandas dos serviços que lhe são solicitados, visto que Márcia não tem uma renda fixa e segura empregatícia, em contraposição, Marcelo seu ex-marido e genitor de Mateus tem

uma segurança financeira profissional sólida, exercendo a função de Médico Cardiologista em 2 hospitais de grande complexidade na cidade de São Luís, Maranhão, onde tais funções somam em renda cerca de R\$ 40.000,00 ao mês. Portanto expressos os desejos e necessidades reais alegadas pela cliente, ela encontra-se em acessível conversação representada pelas suas Advogadas para eventuais conciliações e negociações.

Marcia Quer

- 30% de pensão alimentícia
- Pagamento do plano de saúde no valor de R\$ 500,00
- Pagamento integral da Escola no valor de R\$ 1.200,00.
- Pagamento da natação , no valor mensal de R\$ 200,00

Desejos de Marcia

Dividir despesas de vestuário

Marcia tem que

- 30% de pensão alimentícia
- Pagamento do plano de saúde no valor de R\$ 500,00
- Pagamento integral da Escola no valor de R\$ 1.200,00.
- Pagamento integral da escola no valor de R\$ 1.200,00

Concessão de Marcia

Dividir o valor do pagamento da escola

Nosso corpo advocatício, juntamente com a nossa cliente Marcia Ferreira, elencamos tudo que ela pleiteia e o que poderia ser negociado para preparação da Audiência de conciliação



Primeira Audiência

No dia 01 de novembro de 2022, tivemos a primeira Audiência de conciliação estando presente a Parte Autora da ação Márcia Ferreira Marques, pessoalmente acompanhada de suas Advogadas, Dr^a. Digiane Araújo; Dr^a. Francilene Feitosa; Dr^a Raquel Vieira e Dr^a. Vanessa Vieira. Presente também a Parte Réu, Marcelo Fernando Marques, acompanhado de seu Advogado, Dr. Megalópole Correia.

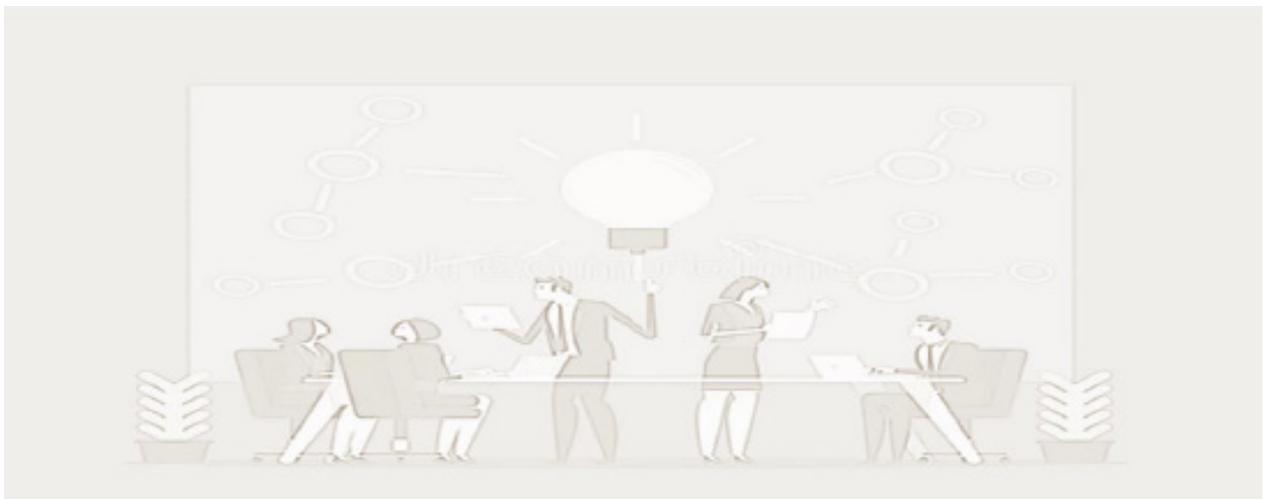
O Advogado do réu alegou que o seu cliente não tem condições de nutrir com todas as despesas pleiteadas, uma vez que não reside em imóvel próprio, tendo que arcar com várias despesas mensais, dentre elas: aluguel de sua residência, contas de água, luz e internet, mais suas necessidades básicas com alimentação, higiene e saúde. Neste contexto ele propôs 25% dos rendimentos mensais de pensão alimentícia, o pagamento do plano integral e sugere a transferência da criança para uma escola de menor valor econômico bem como suspender as aulas de natação até que a sua situação atual se estabilize.

O que não foi aceito por parte da nossa cliente Marcia Ferreira e nem pelo nosso Escritório que a representa, ficando assim designada nova audiência para tentativa de conciliação entre as partes.

Segunda Audiência

Nova audiência de conciliação foi realizada em 07/12/2022, estando presente novamente a Parte Autora Márcia Ferreira Marques, acompanhada de suas Advogadas, Dr^a. Digiane Araújo; Dr^a. Francilene Feitosa; Dr^a Raquel Vieira e Dr^a. Vanessa Vieira. Presente a Parte Réu, Marcelo Fernando Marques, acompanhado de seu Advogado Dr. Megalópole Correia.

O Sr. Marcelo Fernando Marques na tentativa de acordo, compromete-se a prover mensalmente para o sustento e manutenção do menor em questão, a importância de 30% do seu salário líquido recebido, o pagamento integral do plano de saúde e colaborar com eventuais despesas com vestuário, no entanto ainda continua a sugerir a transferência da criança para uma escola de menor valor econômico bem como suspender as aulas de natação até que a sua situação atual se estabilize novamente.



Resolução da Lide

Em conversa com a nossa cliente e dentre as possibilidades de negociação já elencadas anteriormente, sugerimos o seguinte acordo: 30% dos rendimentos mensais de pensão alimentícia, o pagamento do plano de saúde integral, provimento de 50% da mensalidade escolar, além das eventuais despesas com vestuário. A proposta de acordo com as condições supracitadas foram aceitas pelo réu. O pagamento da pensão alimentícia será efetuado todo dia 05 de cada mês, mediante depósito em conta corrente, de titularidade da genitora.



Teoria DISC, Mapa de Negociação e Os 7 Passos da Resolução de Problemas Complexos.

Autores: Vivian Renata Gomes Camargo, Bruna cantanhede estrela célio gomes de oliveira junior eduardo da silva veras Fábio martins fernandes jordean de souza vieira.

Introdução

Mapa de Negociação

PARA UMA BOA NEGOCIAÇÃO
PRECISAMOS ADERIR ALGUMAS
REGRAS. REGRAS ESTAS QUE SERAM
APRESENTADAS A SEGUIR:

1. TRAÇAR O OBJETIVO INICIAL

Para tudo que planejamos temos um intuito inicial e final. Objetivos primários e secundários, tendo que ser postos em roteiro para ser melhor negociados.

2. O que você QUER

O QUERER é a principal ferramenta que vai dá origem a todos os outros, dele nasce a imaginação, o desejo, as necessidades e as tentativas. Você pode e deve usar e abusar da imaginação, esse é o momento.

3. O que você TEM que exigir

O que chamamos de mínimo para iniciar uma negociação. Lembrando que o que TEM está incluso no quero.

4. Os seus DESEJOS

O DESEJO é o que você não tem necessidade, porém, quando houver uma brecha para negocia-los sempre é uma boa opção. Os desejos são os acréscimos que serão feitos ou substituirão algo que seria necessário.

5. CONCESSÃO

A CONCESSÃO é o ponto final da negociação, onde se é feito as substituições, adições ou a concretização do que era previsto desde o início. Dessa forma, uma negociação pode durar horas como pode durar dias, dependendo de sua complexibilidade.

Integrantes em uma NEGOCIAÇÃO

1. LÍDER

O responsável por conduzir a negociação, levando ao ponto onde deseja chegar. Levando sempre em consideração não só as palavras como os gestos de quem quer influenciar..

2.Sintetizador

O responsável por organizar os pontos mais importantes das duas ou mais partes envolvidas, para frezar com o líder para ser debatido e pode fazer perguntas durante o processo.

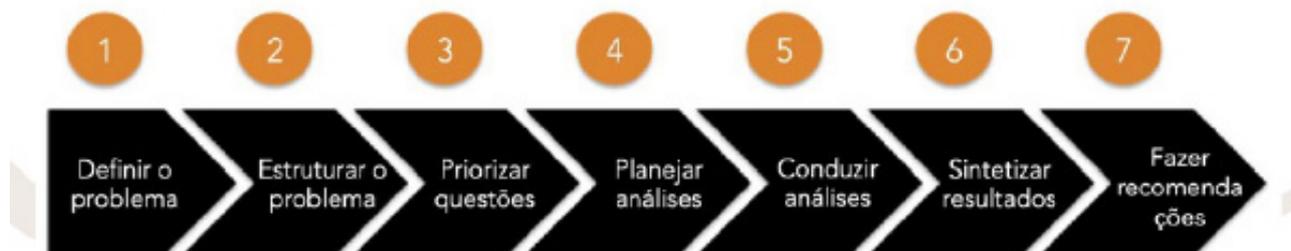
3.Observador

O responsável por verificar a reação da oposição no momento das propostas lançadas, auxiliando assim o líder na intenção final e todos saírem satisfeitos.



Os 7 Passos da Resolução de Problemas Complexos

PROBLEMA COMPLEXO é aquele que possui diversas situações combinadas, diversas variáveis a serem analisadas. Esse conceito é fundamental para que possamos avançar no entendimento da resolução dos problemas complexos.



OBS: Já temos os materiais na instituição.

#1- Definir o problema

O que eu preciso saber? Como enquadro este problema? Qual causa raiz devo atacar?

#2 – Estruturar o problema

Quais são os problemas-chave do problema? Como quebro em partes menores? Qual é a minha primeira hipótese

#3 – Priorizar questões

Em que partes eu devo focar, pensando em impacto e eficiência?

#4 – Planejar análises

Como posso utilizar da melhor forma os recursos que eu tenho para ser eficaz na solução?

#5 – Conduzir análises

Qual é a melhor abordagem, baseada nos fatos que levantei, que provará ou refutará cada hipótese?

#6 – Sintetizar resultados

Como utilizo as minhas descobertas para contar uma história? Como construo o storyline da minha análise até a conclusão?

#7 – Desenvolver recomendações

Está claro o que o cliente precisa fazer e como fazer?

A definição do problema

Quando um cliente, um sócio, um colega nos apresenta um problema no ambiente de trabalho, ou quando nós mesmos estamos diante de um problema, na nossa própria empresa por exemplo, muitas vezes estamos olhando para um sintoma, e não para a causa-raiz do problema, o que nos leva a uma comunicação falha, a interpretações equivocadas, e a um afastamento cada vez maior da solução ideal do problema.

A seguir apresentamos 3 ferramentas, altamente eficazes para a definição do problema, que vocês poderão aplicar em qualquer projeto.

Diagrama de Pareto

A primeira delas é o Diagrama de Pareto. Este é o exemplo prático de uma ferramenta que permite identificar itens que são responsáveis por causar um grande efeito na solução do problema. É o famoso conceito do 80/20. 20% de causas que resolvem 80% dos problemas. Ou seja, 80% dos problemas podem ser resolvidos com o tratamento de apenas 20% das causas

Gráfico de Ishikawa

A segunda ferramenta para ajudar na definição do problema é o Gráfico de Ishikawa, também conhecido como espinha de peixe ou Diagrama de Causa e Efeito. Esse gráfico é tipicamente usado para chegarmos às causas-raiz de um problema. Devido a sua forma hierárquica, ela permite agrupar e visualizar várias causas que são consideradas como a origem do problema. São usados os 6Ms de Ishikawa para agrupar os fatores: mão de obra, materiais, medida, meio ambiente, máquina e método.

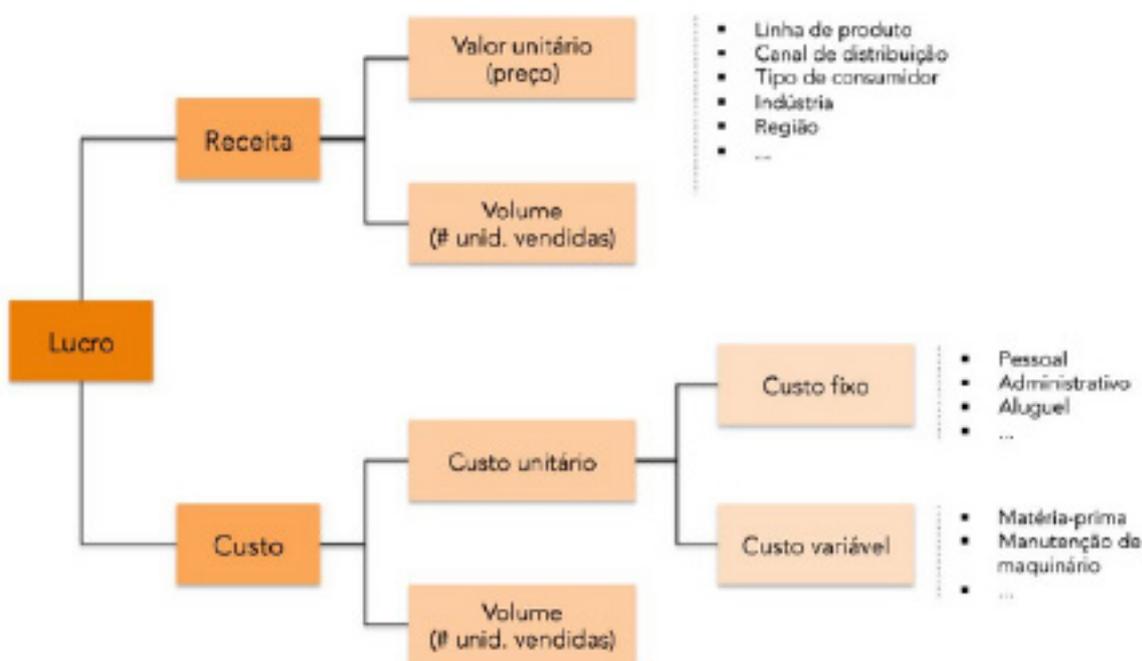
Método dos 5 Porquês

A terceira ferramenta é a mais simples das três, mas não menos eficiente. Ela foi criada na Toyota nos anos 50, visando encontrar a melhoria contínua de processos. É o Método de Investigação dos 5 Porquês. A execução desta metodologia é feita questionando-se por que determinado problema acontece, de maneira consecutiva, por cinco vezes. Depois dos 5 porquês, acredita-se ter chegado à causa-raiz do problema em questão. Essa ferramenta é especialmente indicada para problema de poucas variáveis. Quando o número de variáveis vai aumentando e o problema se torna mais complexo, é mais eficiente usar as duas ferramentas anteriores.

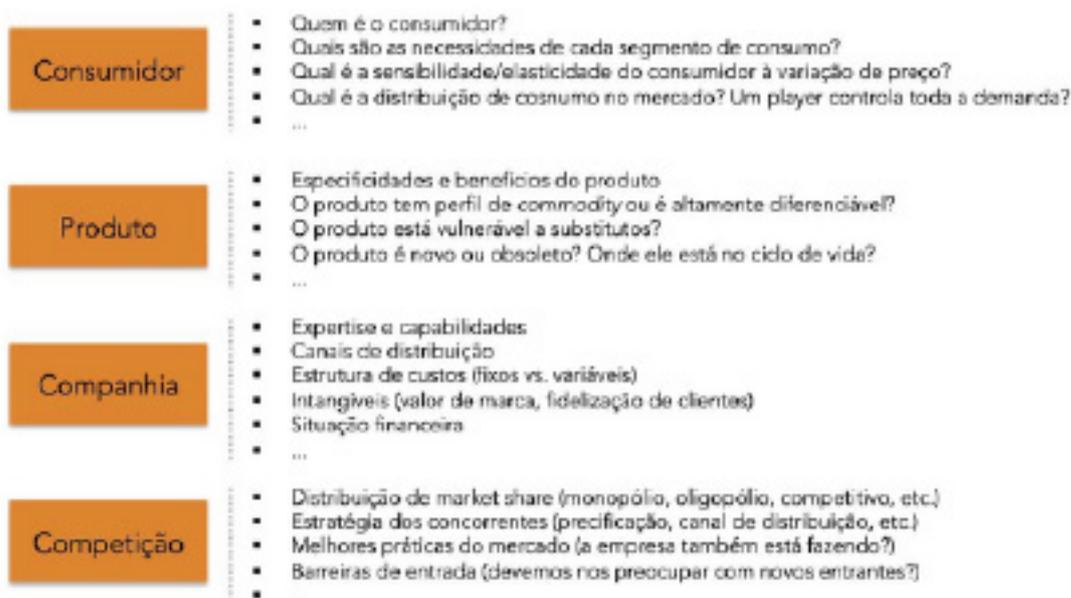
A estruturação do problema

Ao pensarmos na estruturação de um problema, o conceito mais importante que vocês devem ter em mente é a segmentação. Para estruturar um problema complexo, precisamos quebrá-lo em partes menores, ou seja, em problemas mais simples. Todo problema complexo pode ser quebrado em um framework, um esquema, que agrupa e organiza de forma lógica vários problemas simples, para que, ao resolver cada um deles, consigamos resolver o todo, ou seja, o problema complexo de forma completa.

Framework de Rentabilidade



Framework de Situação de Negócios



Framework de M&A

	Empresa A	Empresa B	Empresa A+B
Consumidor			
Produto			
Companhia			
Competição			

A etapa de priorização

Existe uma ferramenta bastante eficiente para priorização de decisões que se chama Matriz GUT. Nesta matriz, você deve elencar os seus problemas, ou possíveis causas de problemas, e atribuir a cada um deles uma nota, numa escala de 1 a 5, de acordo com 3 critérios: gravidade, urgência e tendência.

Problema	Gravidade	Urgência	Tendência	GxUxT
1. Problemas disciplinares entre vendedores	3	2	3	18
2. Baixo índice de recompra entre os clientes	5	4	4	80

Na primeira coluna temos o problema, na segunda vamos colocar a nota que damos a ele em relação à sua gravidade, ou seja, qual o tamanho do impacto das consequências desse problema.

Na coluna seguinte entra a nota de urgência para entendermos a velocidade com que o problema precisa ser resolvido, e a terceira nota, de tendência, indica a probabilidade de o problema ficar cada vez pior se não for resolvido.

Por fim, vamos multiplicar as 3 notas desse problema e obter um valor final. Fazendo o mesmo processo para o segundo problema, vamos comparar as duas notas finais. O problema que obtiver uma nota final maior é aquele que deverá ser priorizado no seu processo de resolução de problemas.

A etapa de análise

Seguindo pelo processo de 7 passos, entramos na análise em si. Se pensarmos bem, quando estamos estruturando um problema, já estamos analisando as informações que temos, e quando estamos priorizando, mesma coisa. Portanto, o planejamento e a condução das análises são etapas que permeiam quase todo o nosso processo. Seguem algumas dicas:

DICA 1: Assim como na estruturação, na análise é imprescindível termos o conceito de segmentação. Quebrar sempre em problemas menores.

DICA 2: Antes de começar qualquer análise, busque os dados que você considerar relevantes para iniciar. Coletar dados é muito importante para garantirmos que a nossa solução seja sempre baseada em fatos e dados.

DICA 3: Estabeleça uma hipótese inicial. Essa hipótese é uma possível explicação para o seu problema. Por exemplo, posso criar a hipótese de que o lucro da minha empresa está caindo pois estou perdendo market share, ou então porque tive um aumento nos meus custos fixos.

DICA 4: Escolha um ramo do seu framework para começar a sua análise, alinhado com a sua hipótese. Se você estiver usando o framework de Rentabilidade, por exemplo, você pode começar pelo ramo de receitas. Depois de esgotá-lo e identificar os principais insights desse ramo, você desce para o ramo de custos, ou vice-versa.

DICA 5: À medida que você se aprofunda na estrutura do seu case, você vai descobrindo mais insights e refinando a sua hipótese, até chegar a uma conclusão e recomendação final.

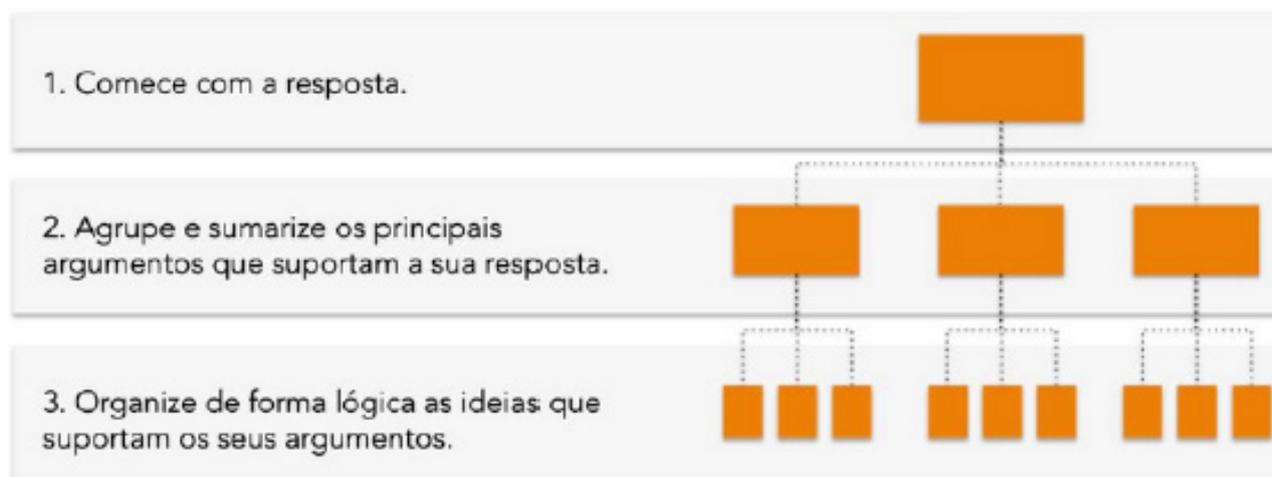
As etapas de conclusão e recomendação de solução

Neste momento, a habilidade de síntese e comunicação são fundamentais. O pensamento e a comunicação estruturados são importantes para que possamos prender a atenção da audiência, e passar a big picture da situação de forma clara e lógica.

Existe uma ferramenta muito útil que se chama Princípio da Pirâmide, criada pela Barbara Minto, que nos ajuda no poder de síntese e de estruturação da comunicação. Ela se baseia em 3 conceitos:

1. Comece primeiro com a resposta.
2. Agrupe e sumarie os principais argumentos que suportam a sua resposta.
3. Organize de forma lógica as ideias que suportam os seus argumentos.

Princípio da Pirâmide



Em relação ao ponto 1, podemos dizer que essa estratégia top-down pode ser considerada contra intuitiva, principalmente para os engenheiros, profissionais mais técnicos, que estão acostumados a reportar muitos detalhes, todas as análises realizadas, para depois chegar à apresentação do resultado.

Vamos agora para o ponto 2. Para tornar a sua recomendação mais efetiva e fácil de ser lembrada, é fundamental agrupar os seus argumentos. Desse modo, começamos a construir a pirâmide, de forma que as ideias em qualquer nível representem uma síntese das ideias agrupadas no nível abaixo.

Por fim, o último ponto fala para organizarmos as nossas ideias de forma lógica. Há algumas alternativas para ordenarmos ideias que estão no mesmo grupo. Podemos usar o critério de tempo, ou seja, primeiro colocamos as ideias que vêm antes se pensarmos em causa e efeito, ou critério de importância, colocando primeiro as ideias mais importantes ou impactantes.

Teoria DISC



Elaborada em 1928 pelo psicólogo americano Dr. William Moulton Marston e consolidada como uma importante ferramenta para profissionais de RH, a avaliação DISC estabeleceu quatro tipos básicos de padrões comportamentais – que se manifestam em maior ou menor grau em cada pessoa.

Após a aplicação de um questionário, é possível identificar o perfil profissional do avaliado conforme a predominância de um dos seguintes fatores: Dominância (D), Influência (I), Estabilidade (S) e Conformidade (C).

De acordo com a teoria DISC, ao conhecer melhor suas características comportamentais, o profissional encontrará satisfação e obterá sucesso com maior facilidade se exercer atividades que se adequem ao seu perfil.



1. Dominância

Deseja obter resultados; Gosta de abordagens “faça – e faça já”; Quer estar no comando; Gosta de desafios; Quer oportunidades de progresso; Corre riscos e inicia mudanças.

Evita / Teme

Ser passado para trás; Perder o controle da situação; Monotonia; Estar amarrado à rotina; Parecer frouxo ou fraco.

Características

Autoconfiantes; Firmes e decididos; Diretos e acelerados; Audaciosos; Independentes; Comandantes; Enérgicos; Competitivos; Ambiciosos.



2. Influência

Perfil

Quer interagir com outras pessoas; Quer que o trabalho seja divertido; Gosta de ajudar as pessoas fazendo-as falar;

Quer estar livre de cuidar de detalhes; Mais disposto a expor sentimentos e emoções; Dá preferência ao lado positivo das pessoas.

Evita / Teme

Levar a culpa se algo sai errado;

Que as pessoas fiquem aborrecidas com ele (a);

As pessoas não gostarem dele (a).

Características

Comunicativos; Conversadores; Extrovertidos; Entusiasmados;

Bem-humorados; Emotivos;

Amigáveis e acessíveis; Persuasivos;

Bem relacionados.



3. Estabilidade

Perfil

Gosta de interagir com outras pessoas; Quer que cada um faça sua parte; Gosta de trabalhos sem sobressaltos; Gosta de estabilidade e segurança; Quando começa um trabalho gosta de terminá-lo;

Quer o ambiente livre de conflitos.

Evita / Teme

Situações em que ninguém sabe o que está acontecendo;

Confusão e instabilidade;

Falta de clareza sobre as expectativas e padrões;

Situações que exijam confronto; Mudanças.

Características

Calmos e pacientes; Conservadores e leais; Bons ouvintes; Agradáveis; Prestativos; Compreensivos; Conciliadores; Perseverantes; Equilibrados.



4. Conformidade

Perfil

Gosta de padrões de desempenho precisos;
Gosta de exatidão;
Gosta de estabelecer e atingir padrões elevados;
Quer a oportunidade de poder analisar e avaliar.

Evita / Teme

Críticas pessoais não justificadas; Críticas ao seu trabalho;
Mudanças ou surpresas que possam afetar seu trabalho;
Demonstrações de emoções; Situações em que tenha que expor sua vida pessoal.

Características

Cautelosos e precisos; Específicos e minuciosos; Lógicos e racionais; Exigentes com a qualidade; Organizados; Sistemáticos;
Discretos e retraídos; Autodisciplinados.



APRENDENDO VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

HISTÓRIA DA VIOLÊNCIA E PERFIL COMPORTAMENTAL DO AGRESSOR

Autores: Vivian Renata Gomes Camargo, Hyarana Dellukyn Corrêa Moraes, Jackson Douglas M. P. Junior, Nayra Roberta da Costa Mendes, Ricardo Silva Braz, Romulo Chaves Pereira, Sarah Silva Rodrigues, Yan Silva de carvalho.

Introdução

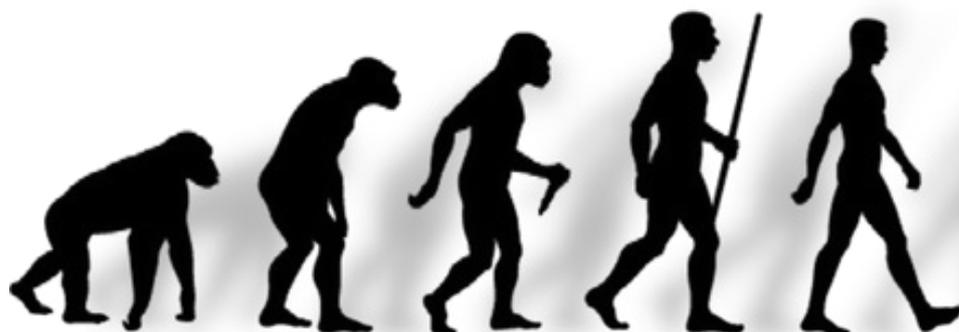
Este E-Book tem como papel principal traçar alguns comportamentos predominantemente presentes na grande parte dos agressores, assim, ajudando mulheres a identificar algumas dessas características o mais breve possível.

Violência é um padrão de comportamento violento com vários tipos de abusos: físicos, sexuais, psicológicos e patrimoniais. estar atenta sobre o perfil de personalidade do agressor é se precaver de viver um inferno.

ter um olhar perspicaz ao temperamento do possível companheiro é se prevenir de viver toda sorte de violência.

Conceituando Violência

A história aponta que a violência existe desde a origem da espécie Homo Sapiens, demonstra diversos fenômenos que ocorreram desde a formação dos grupos pré-históricos até a sociedade que conhecemos hoje. Caracteriza-se a violência como um fenômeno social e histórico de difícil conceituação. Que tem sua natureza ligada às estruturas sociais, econômicas, políticas, culturais e comportamentais. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o ato da violência pode ser definido como o “uso de força física ou poder, em ameaça ou na prática, contra si próprio, outra pessoa, um grupo ou comunidade, que resulte ou possa resultar em lesão, morte, dano psicológico, desenvolvimento prejudicado ou privação” (OMS, 2002).



Embora a violência da mulher aconteça em diversos países, estudos apontam que a violência no Brasil é brutalmente alarmante. Dados levantados pelo Mapa da Violência 2015 - Homicídio de Mulheres no Brasil – apenas no ano de 2013 foram assassinadas cerca de 4.762 mulheres (aumento de 252% em relação a 1980).



Estudos organizados pela Organização Mundial de Saúde num conjunto de 83 países, aponta que mulheres negras são as mais vitimadas e que, em casos envolvendo mulheres brancas e de diferentes faixas etárias, a maior parte das agressões é executada por um familiar direto, parceiro ou ex-parceiro.

Perfil comportamental

Com isso, vamos traçar algumas características comportamentais que estão presentes em grande parte dos agressores, para que assim, possamos identifica-los.



Carência afetiva

Pessoas que têm carência de afetos, que nunca foram amadas ou protegidas. Não conviveram em ambientes afetuosos.

Crenças

Via de regra, essas pessoas têm pensamentos e crenças distorcidas, principalmente sobre as diferenças entre os sexos. Tratar uma mulher ou criança como um ser inferior, o que por si só justificaria um ato de violência.



Dificuldade de Comunicação

Dois tipos de agressores se enquadram nessa característica: os tímidos que têm dificuldade de comunicação (medo, vergonha) e os grosseiros que se comunicam apenas por meio de agressões verbais, gritos e xingamentos. A incapacidade de se comunicar e se relacionar com os outros pode levar a comportamentos abusivos e violentos.



Baixa Autoestima

Pessoas que não gostam de si mesmas, que não se sentem amadas, não acreditam em seu valor, tendem a ser desconfiadas e defensivas. Como a melhor defesa é um bom ataque, pessoas com essas características facilmente se tornam agressores.

Baixa Tolerância à Frustração

A incapacidade de lidar com os problemas, a intolerância à rejeição e a frustração são características que favorecem o comportamento agressivo.



Ciúmes

Pessoas ciumentas que acham difícil confiar nos outros, provavelmente porque foram traídas no passado, tendem a ser agressivas com seus parceiros.



Demonstração de Machismo

Homens que viveram em círculos familiares tradicionais, com ideias machistas arraigadas, tendem a ser machistas com sentimentos de propriedade e pertencimento à parceira, o que pode levar a um comportamento extremamente agressivo e inapropriado.



Álcool e outras Drogas

Via de regra, essas pessoas têm pensamentos e crenças distorcidas, principalmente sobre as diferenças entre os sexos. Tratar uma mulher ou criança como um ser inferior, o que por si só justificaria um ato de violência.

Alterações de personalidade

Traços de personalidade, como narcisismo ou fobia social, costumam ser traços associados ao perfil dos agressores. Esse tipo de pessoa tem um relacionamento ruim com os outros, não sabe se relacionar. Nenhuma dessas características é saudável nas relações interpessoais e, portanto, pode levar a um comportamento agressivo como estratégia defensiva.

Referências

2022 - Clínica da Mente
Perfil do agressor

(OMS) Organização Mundial da Saúde
Mapa da Violência 2015 - Homicídio de Mulheres no Brasil



LABORO
ENSINO DE EXCELÊNCIA