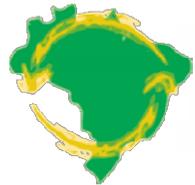




PROJETO
RONDON

Lição de vida e de cidadania

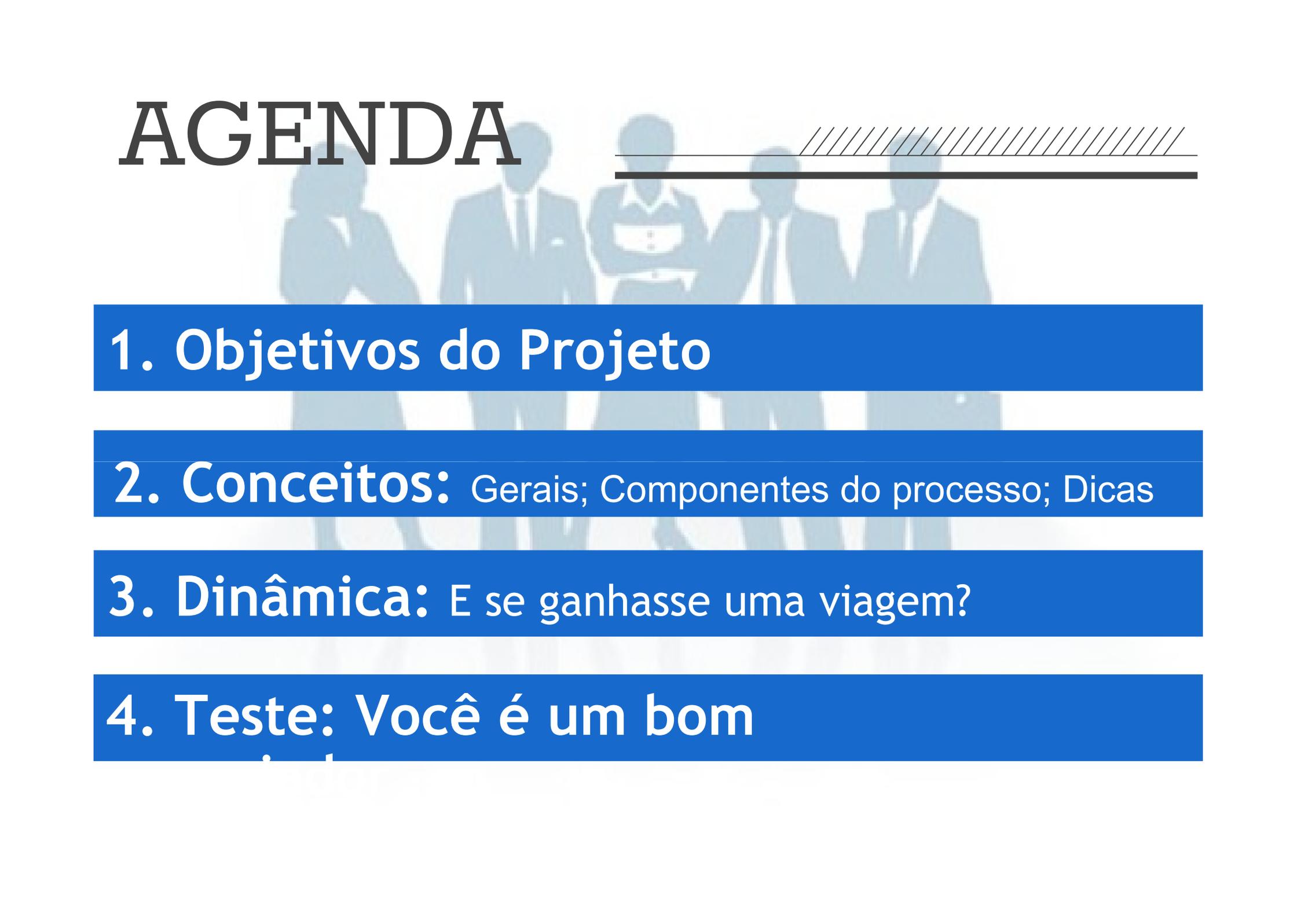
Projeto Rondon- Operação
Itapemirim/ ES



Negociação e Oratória



AGENDA



1. Objetivos do Projeto

2. **Conceitos:** Gerais; Componentes do processo; Dicas

3. **Dinâmica:** E se ganhasse uma viagem?

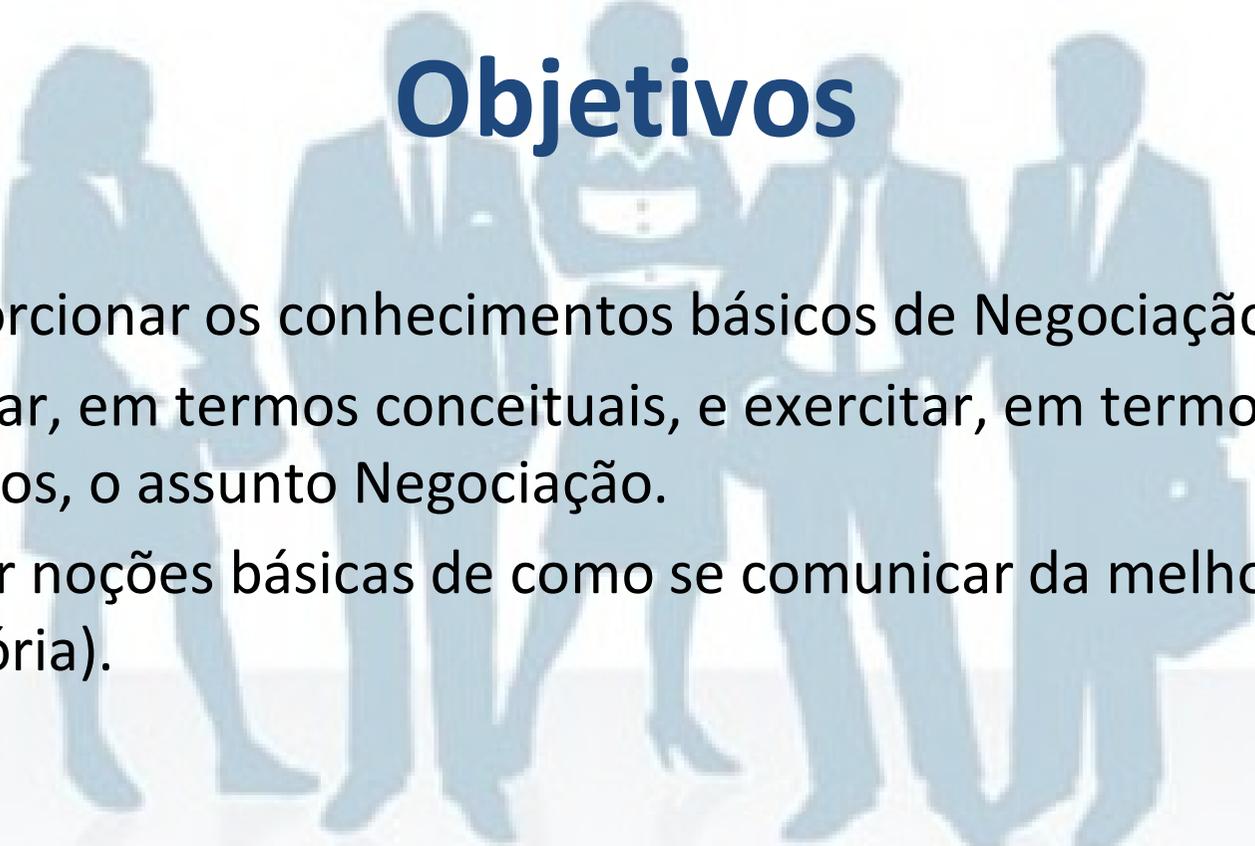
4. **Teste:** Você é um bom

Reflexão

- TODOS GANHARAM UMA VIAGEM!



- Mas ninguém irá sozinho...

The background of the slide features a light blue silhouette of five business professionals in a meeting. From left to right: a woman in a suit, a man in a suit, a woman in a suit holding a laptop, a man in a suit, and a man in a suit holding a briefcase. They are standing on a light blue floor with a white reflection effect.

Objetivos

- Proporcionar os conhecimentos básicos de Negociação.
- Estudar, em termos conceituais, e exercitar, em termos práticos, o assunto Negociação.
- Passar noções básicas de como se comunicar da melhor forma (oratória).



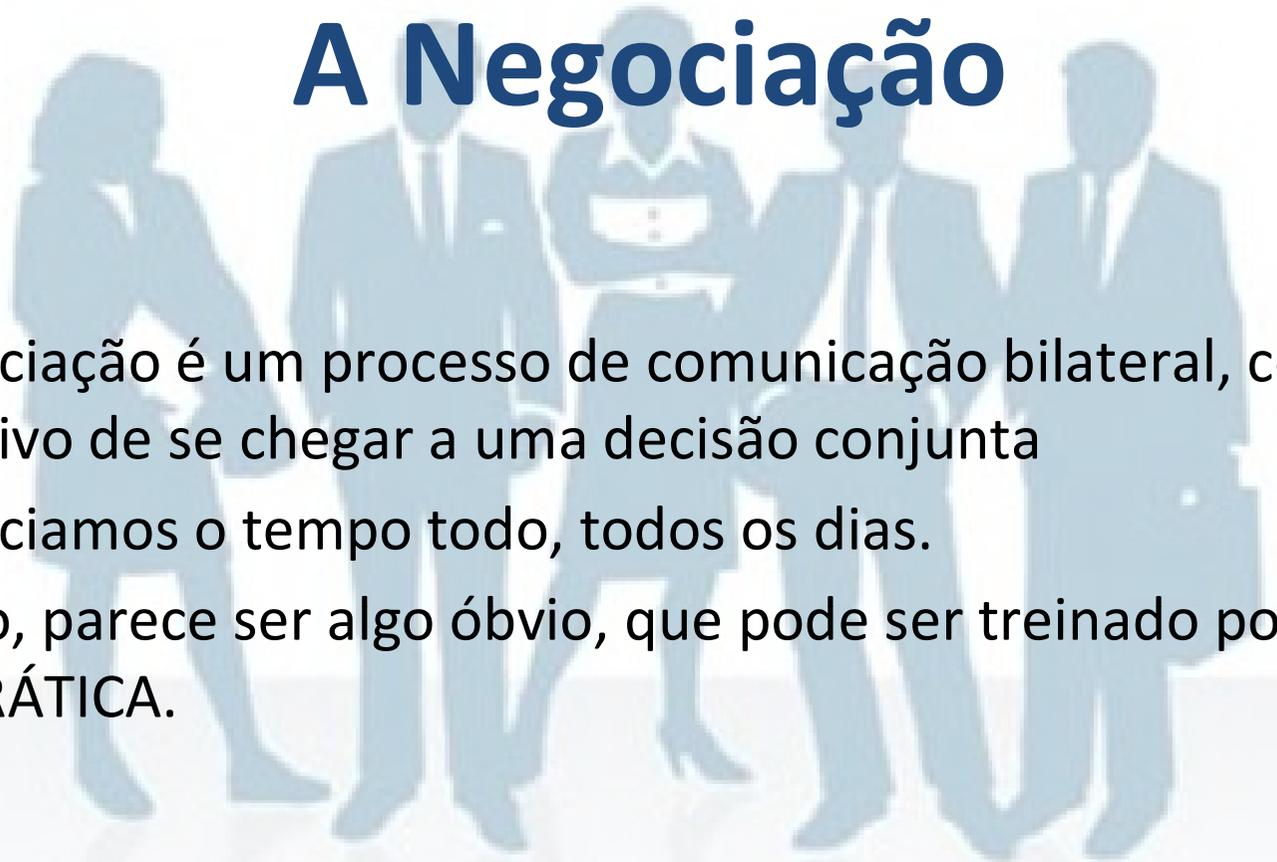
O que é uma
negociação?



**CÂMARA BRASILEIRA DE MEDIAÇÃO
E ARBITRAGEM EMPRESARIAL**

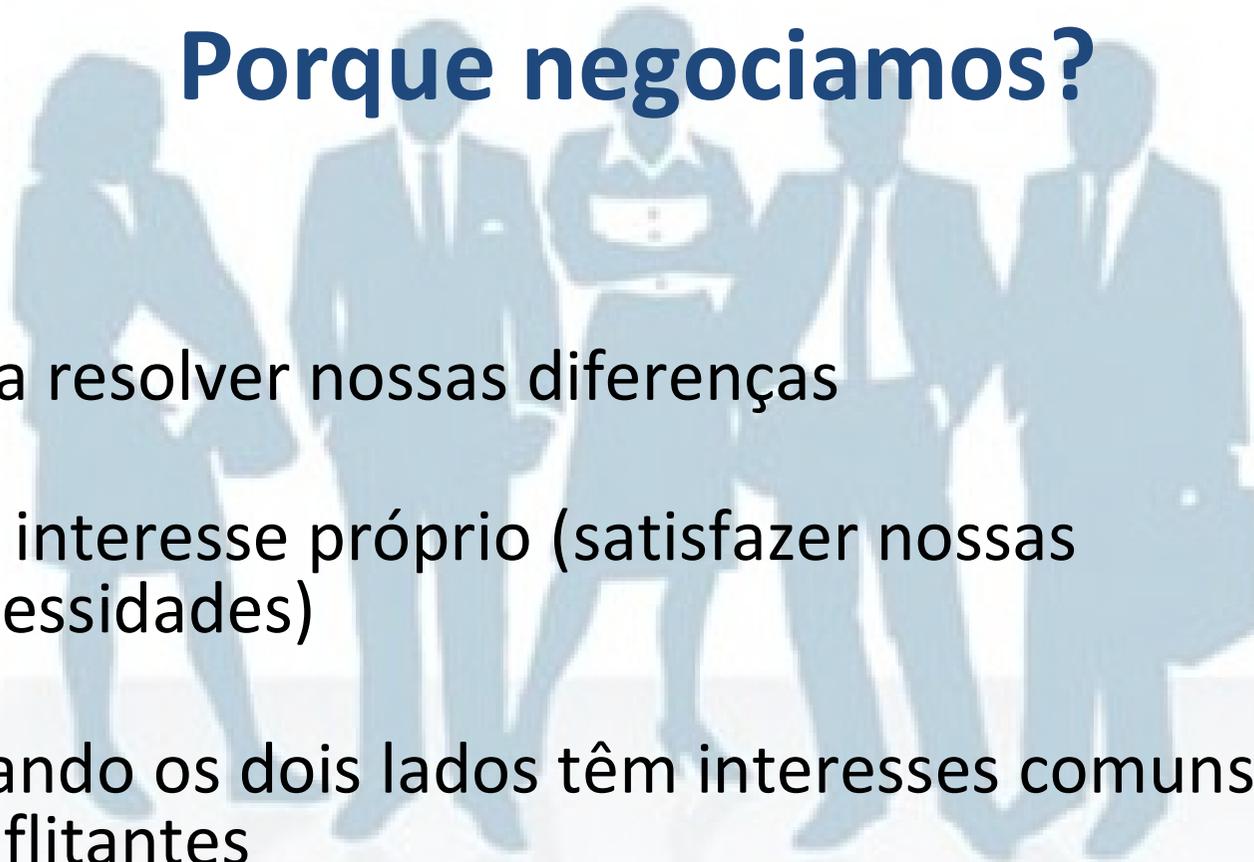
NEGOCIAÇÃO

A Negociação

The background of the slide features a light blue silhouette of five business professionals standing in a line. From left to right: a woman in a suit, a man in a suit, a woman in a business dress holding a folder, a man in a suit, and another man in a suit. They are all facing forward, and their shadows are cast on the ground below them.

- Negociação é um processo de comunicação bilateral, com o objetivo de se chegar a uma decisão conjunta
- Negociamos o tempo todo, todos os dias.
- Então, parece ser algo óbvio, que pode ser treinado por meio da PRÁTICA.

Porque negociamos?

The background of the slide features a light blue silhouette of five business professionals standing in a line. From left to right: a woman in a business suit, a man in a suit, a woman in a business suit holding a folder, a man in a suit, and another man in a suit. They are all facing forward, and their shadows are cast on the ground below them.

- Para resolver nossas diferenças
- Por interesse próprio (satisfazer nossas necessidades)
- Quando os dois lados têm interesses comuns e conflitantes

SATISFAÇÃO NA NEGOCIAÇÃO

- Mentalidade no passado: apenas levar vantagem, esquecendo o outro lado
- Negociação ganha-perde
 - pouca chance de se manter a médio prazo
 - não leva a novas negociações
 - não ajuda (ou até atrapalha) os relacionamentos podendo até destruí-los.

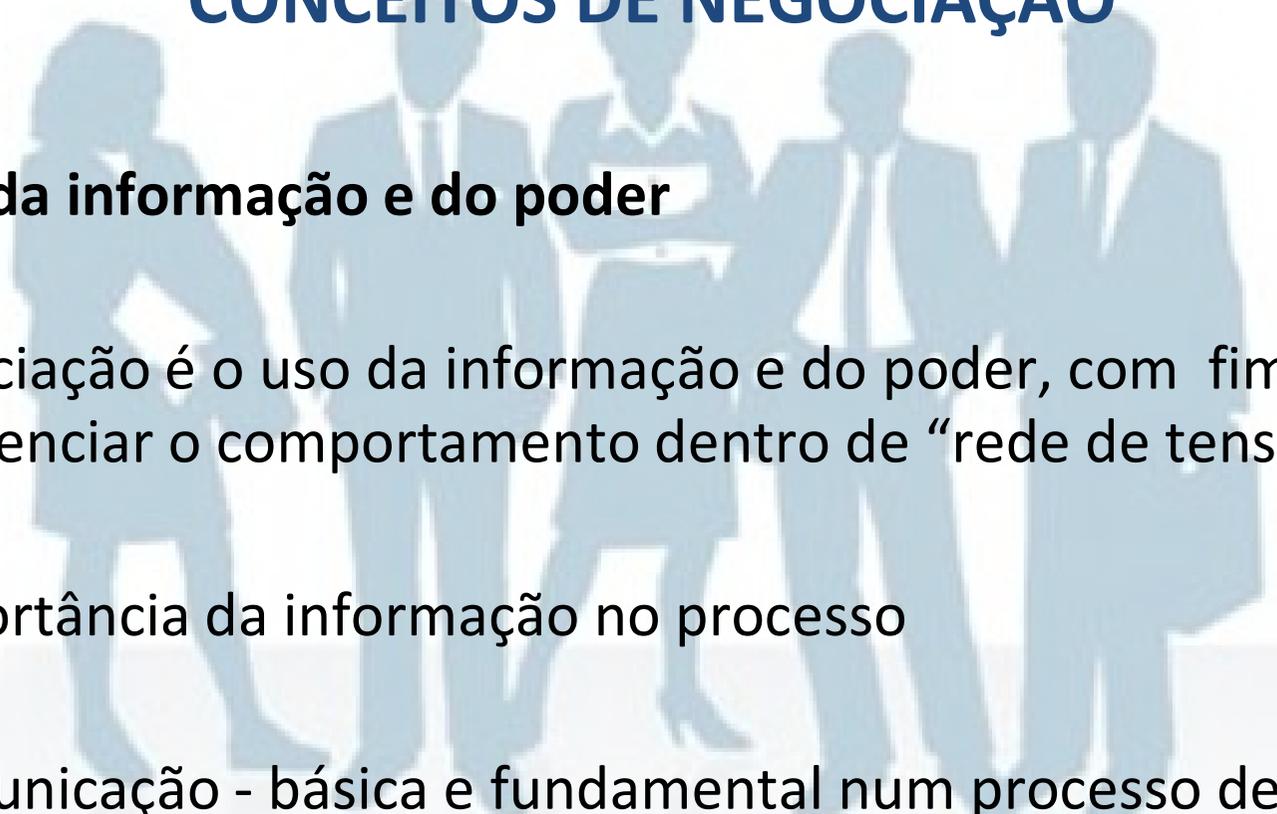


BUSCA E UM RELACIONAMENTO DURADOURO

- Negociação Ganha-Ganha:
 - através da identificação das necessidades da outra parte
 - interesses nem sempre são conflitantes
 - busca de maximização dos ganhos de ambas as partes



CONCEITOS DE NEGOCIAÇÃO

A background image showing the silhouettes of five business professionals (three men and two women) in a meeting. They are dressed in business attire, and their shadows are cast on the floor below them. The silhouettes are in a light blue color, matching the title text.

– Uso da informação e do poder

“Negociação é o uso da informação e do poder, com fim de influenciar o comportamento dentro de “rede de tensão”.

- importância da informação no processo
- comunicação - básica e fundamental num processo de negociação
- uso do poder no processo

CONCEITOS DE NEGOCIAÇÃO

– Importância da comunicação

- Aspectos importantes para que a comunicação seja bem sucedida:
 - * escute atentamente e registre o que está sendo dito;
 - * fale para ser entendido (verificar se está sendo compreendido);
 - * fale sobre você mesmo e não sobre o outro;
 - * fale com um objetivo.



CONCEITOS DE NEGOCIAÇÃO

- **Busca do acordo**

- Grande ligação com persuasão
- Fazer com que o outro lado sintam-se bem com o acordo
- Negociação tem muito a ver com a compreensão clara das motivações nossas e do outro lado



CONCEITOS DE NEGOCIAÇÃO

- **Busca de interesses comuns**

- Afinidades
- Base comum de interesses que levem as pessoas a conversarem
- Importância do **diálogo**, do relacionamento e da existência de interesses comuns para que se possa chegar a um acordo
- Sem a conversação não se pode negociar
- **Conversação**, para ser eficaz, não se improvisa, nasce do hábito
- Importância da renúncia e das concessões, na busca de um acordo que possa efetivamente satisfazer a ambas as partes envolvidas no problema



```
graph TD; A[Alvos Comuns] --> B[Concessões/Persuasão]; B --> C[Acordo!]
```

Alvos Comuns

Concessões/Persuasão

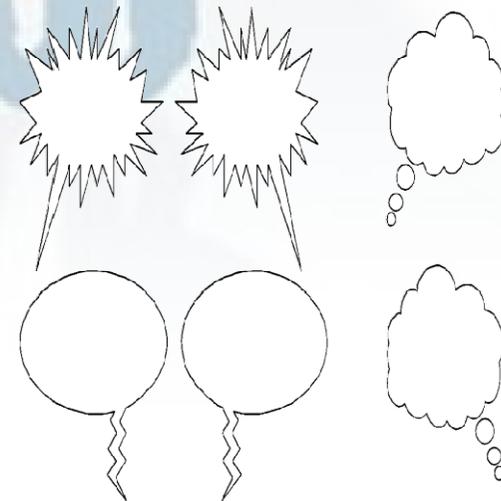
Acordo!

Simple assim? ...

Conflitos

– Negociação x solução de conflitos

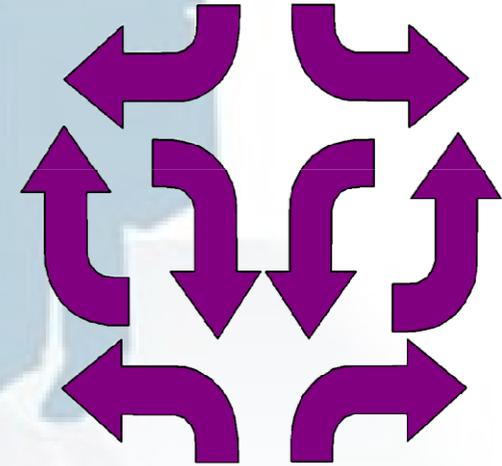
- as negociações, em sua essência, envolvem concessões, é muito mais do que simplesmente persuasão
- o importante é transformar um conflito em **entendimento**



Resolvendo Conflitos

-Flexibilidade na negociação

- Não é preciso seguir rigidamente a agenda prevista
- Possível **criar momentos** especiais no processo de negociação através de possíveis acordos que poderão surgir
- Isso não impede que se faça um **planejamento** da negociação, estabelecendo aquilo que se pretende atingir
- A abertura para novas situações e opções que possam surgir durante o processo dará novas **alternativas** ao processo



Resolvendo Conflitos

- Uso da barganha no processo de negociação

Dar alguma coisa em **troca** de outra

- Visão mais comum da negociação

- Esta visão não implica a busca de interesses comuns, que ampliariam as possibilidades de negociação



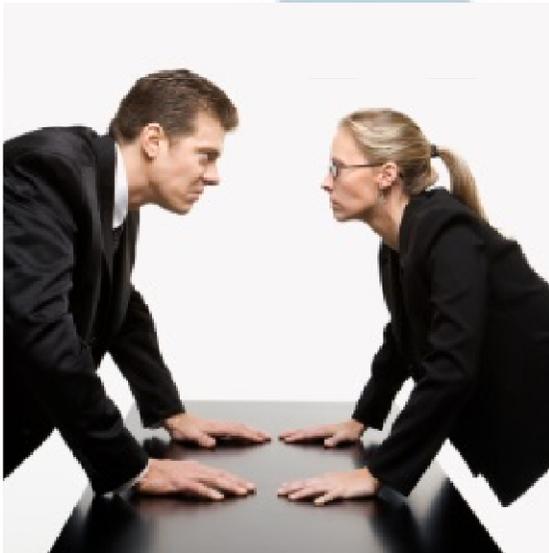
A light blue silhouette of five business professionals (three men and two women) standing in a line, facing forward. They are dressed in business attire. The central figure is a woman with her arms crossed, holding a folder. The others are men in suits, some with briefcases or folders. The background is a light blue gradient.

O PROBLEMA

Identificar qual é o problema a ser resolvido, ou seja, identificar o objetivo da negociação, ou aquilo que se pretende efetivamente solucionar

O PROBLEMA

Separar as Pessoas do Problema



- Concentrar-se efetivamente no objetivo da negociação
- Deixar de lado emoções
- Evitar Posicionalismo: quando se assumem posições, os egos das pessoas passam a identificar-se com suas posições
- Devemos atacar o problema e não atacar-se uns aos outros.

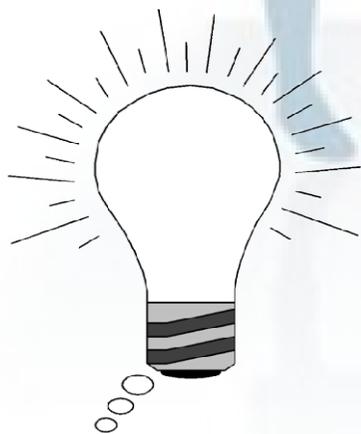
O PROBLEMA



Concentrar-se nos
interesses e objetivos a
serem atingidos

Alternativas

Buscar o Maior
Número
Possível de
Alternativas



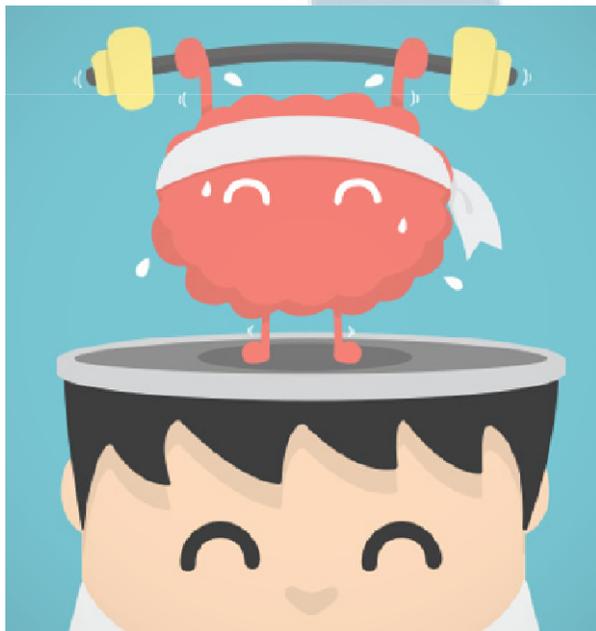
- Frequentemente pensamos existir uma única alternativa para solução do problema

- **Erro:**

- * acomodação quando se tem uma solução para o problema
- * ausência de criatividade para buscar outras alternativas
- * falta de hábito de se trabalhar sempre buscando diferentes soluções
- * receio de experimentar, ou mesmo buscar, diferentes alternativas

Definir Critérios

Encontrar Critérios
Objetivos



- Buscar opções que proporcionem benefícios mútuos
- O acordo deve refletir algum padrão razoável e que seja um consenso entre as partes envolvidas
- Esses critérios devem ser claramente definidos, na medida do possível, inclusive quantificados

O Mundo das PERCEPÇÕES

- **Coloque-se no lugar do outro**
- **Perceber as intenções**
- **Compreender o outro e não culpá-lo**
- **Comentar as mútuas percepções**
- **Envolvê-lo no processo**
- **Ser consistente com as percepções**
- **Ser consistente com os valores**



O Mundo das EMOÇÕES

- **Reconhecê-las e compreendê-las**
...as deles e as próprias...
- **Explicitá-las**
- **Reconhecê-las como legítimas**
- **Permitir que a outra parte desabafe**
- **Não reagir a uma explosão emocional**
- **Entender os gestos simbólicos**



O Mundo da COMUNICAÇÃO

- **Sem comunicação = sem negociação**
- **Escute e ...escute com atenção...**
- **Fale para que possa ser entendido**
- **Fale sobre você, não sobre eles**
- **Fale com um propósito...**



COMUNICAÇÃO

- Troca de informação
- Motivar ou influenciar comportamento
- Constituída de 4 aspectos:
 - Alvo – saber o propósito da comunicação
 - Método – escolher os canais de comunicação
 - Estrutura – maneira como se estrutura a comunicação
 - Feedback – avaliar os sinais do receptor



COMUNICAÇÃO

- Ouvir não só as palavras, mas a mensagem implícita por trás delas.
 - Escutar: estar atento para ouvir
 - Entender: interpretar, perceber, alcançar o sentido da idéia
 - Absorver: aplicar, concentrar
- Um ouvinte ativo é aquele que não ouve apenas com os ouvidos, mas com os olhos, corpo, voz e emoção.

Saber Ouvir



Um bom ouvinte...

Saber Ouvir

- Flexível, saber sumarizar, usar a velocidade do pensamento, pesar e antecipar o que o transmissor irá dizer.
- Reflexão, questionamento, poder de síntese
- A atividade de ouvir pode tornar-se difícil de ser encoberta e anulada pelo ato de pensar.
- Importância da concentração.
- Primeiro ouvir para depois pensar.



Comportamentos

Saber Ouvir

- Postura atenta
- Não demonstra inquietação ou ansiedade
- Olha para o transmissor todo tempo
- Usa o tom de voz adequado
- Tem movimentos de cabeça e faciais que auxiliam o transmissor a falar
- Procura compreender o que o transmissor está dizendo
- De vez em quando faz uma recapitulação com suas próprias palavras daquilo que o transmissor disse

Comunicação não Verbal

- Perceber os sentimentos e o que há por trás da palavra
- Perceber aspectos positivos e negativos
- Acompanhar expressão corporal do receptor para um feedback não verbal

Saber Falar sem Falar



Comunicação não Verbal

- Gestos calorosos (relaxamento no tom de voz):
 - simpatia, proximidade, expansão, sorriso.
- Gestos de submissão (tom de voz baixo):
 - cabeça baixa, olhos para baixo, tocar a face, esfregar as mãos.
- Gestos de dominação (tom de voz alto e controlado):
 - ignora respostas, proximidade, interrompe, aponta o dedo.
- Hostilidade (tom de voz áspero):
 - arregala os olhos, não dá feedback ao que a pessoa está dizendo (apático), punhos cerrados, postura agressiva.

Saber Falar sem Falar



Atitudes

- Positivas: confiança, cooperação, disposição, relaxamento, interesse, contemplação, aceitação, superioridade, agressividade, dominação
- Negativas: frustração, ansiedade, nervosismo, aborrecimento, postura defensiva, não aceitação



**Saber Falar sem
Falar**

Comportamentos

Saber Falar sem Falar

- Importante criar confiança através dos olhos, mãos e bocas,
- Mostrar interesse efetivo, acenando com a cabeça, fazendo anotações, encorajando a outra parte a seguir em frente,
- Estar alerta e atento,
- Procurar manter clima de motivação.



Comunicação Verbal

Saber Falar

- **Barreiras da comunicação:**
 - Questões interpessoais (emoções, percepções)
 - Escolha do canal adequado
 - Questões semânticas (significado e maneira de uso)
 - Mensagens inconsistentes entre comunicação verbal e não verbal
 - Pensamento fixo
 - Inconsistência



Comportamento

Saber Falar

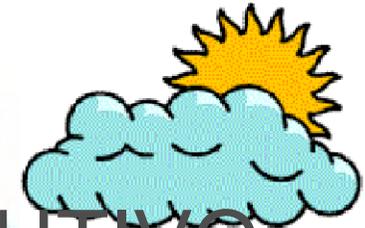
- Perceber as diferenças e enfatizar as similaridades (inclusive no estilo)
- Conhecer os próprios objetivos e conhecer o outro lado
- Pensar antes de falar
- Preparar-se para o que irá falar
- Simplificar a mensagem
- Escolher uma linguagem clara
- Ter postura positiva
- Falar lentamente
- Fazer perguntas
- Inverter papéis



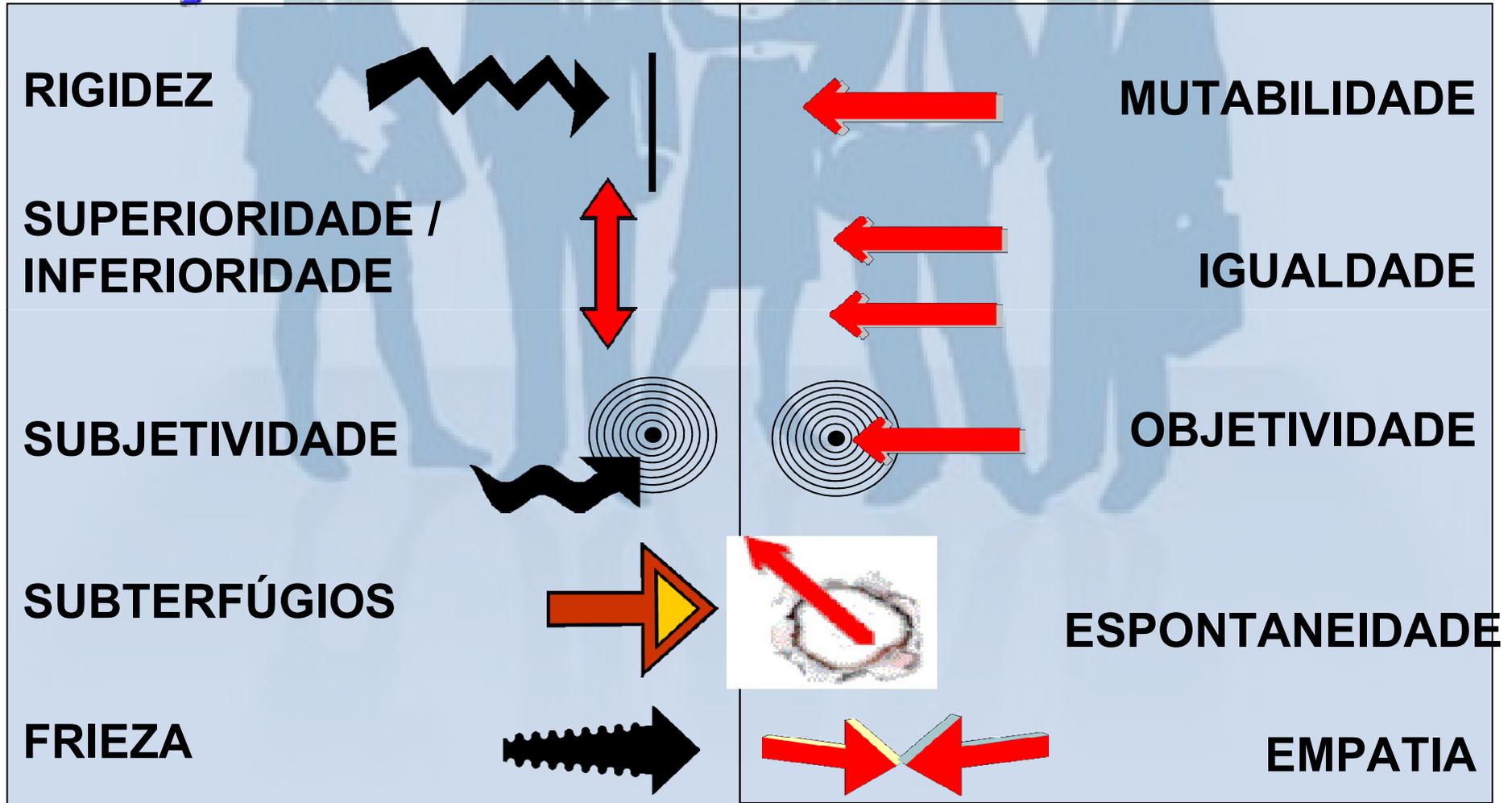
COMUNICAÇÃO



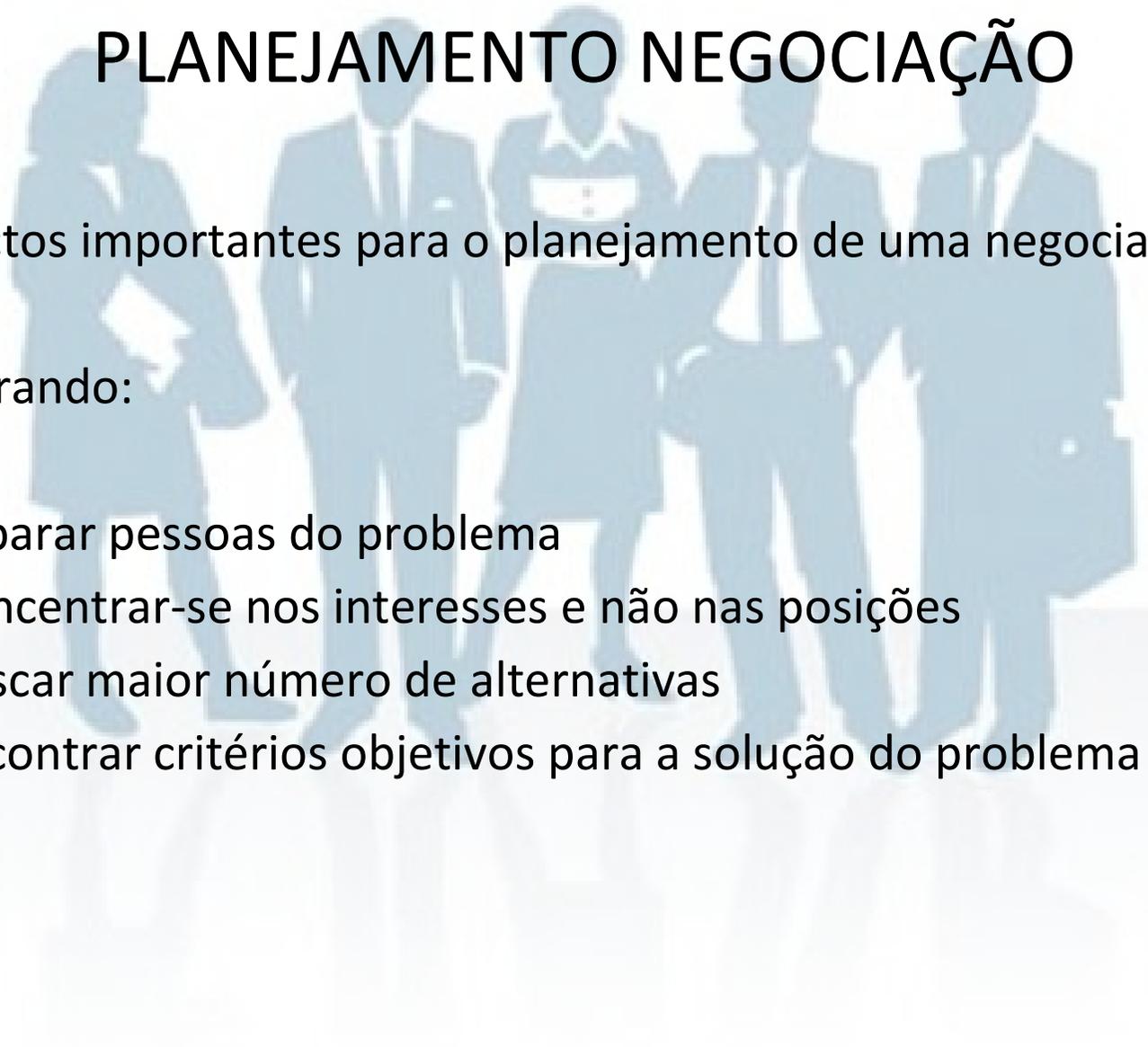
DEFENSIVO



CONSTRUTIVO



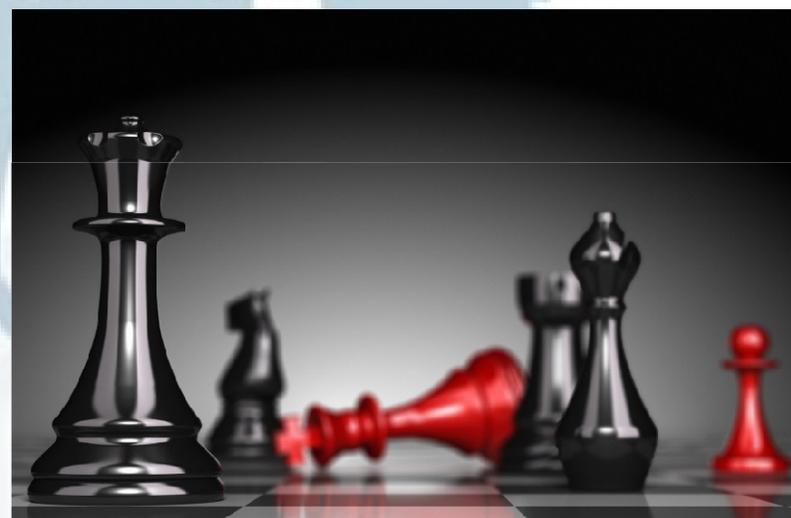
PLANEJAMENTO NEGOCIAÇÃO

The background of the slide features a light blue silhouette of five business professionals standing in a line. From left to right: a woman in a suit, a man in a suit, a woman in a business dress holding a folder, a man in a suit, and another man in a suit. They appear to be in a professional setting, possibly a meeting or negotiation.

- Aspectos importantes para o planejamento de uma negociação.
- Lembrando:
 - Separar pessoas do problema
 - Concentrar-se nos interesses e não nas posições
 - Buscar maior número de alternativas
 - Encontrar critérios objetivos para a solução do problema

Como ter um bom desempenho?

- Planejamento da Negociação!
- Elementos básicos:
 - Os interesses
 - As opções
 - As alternativas
 - A legitimidade
 - As comunicações
 - As relações
 - Os compromissos



Informação
(análise e avaliação do cenário e variáveis, examina interesses, coleta informações, prevê impasses, planeja)

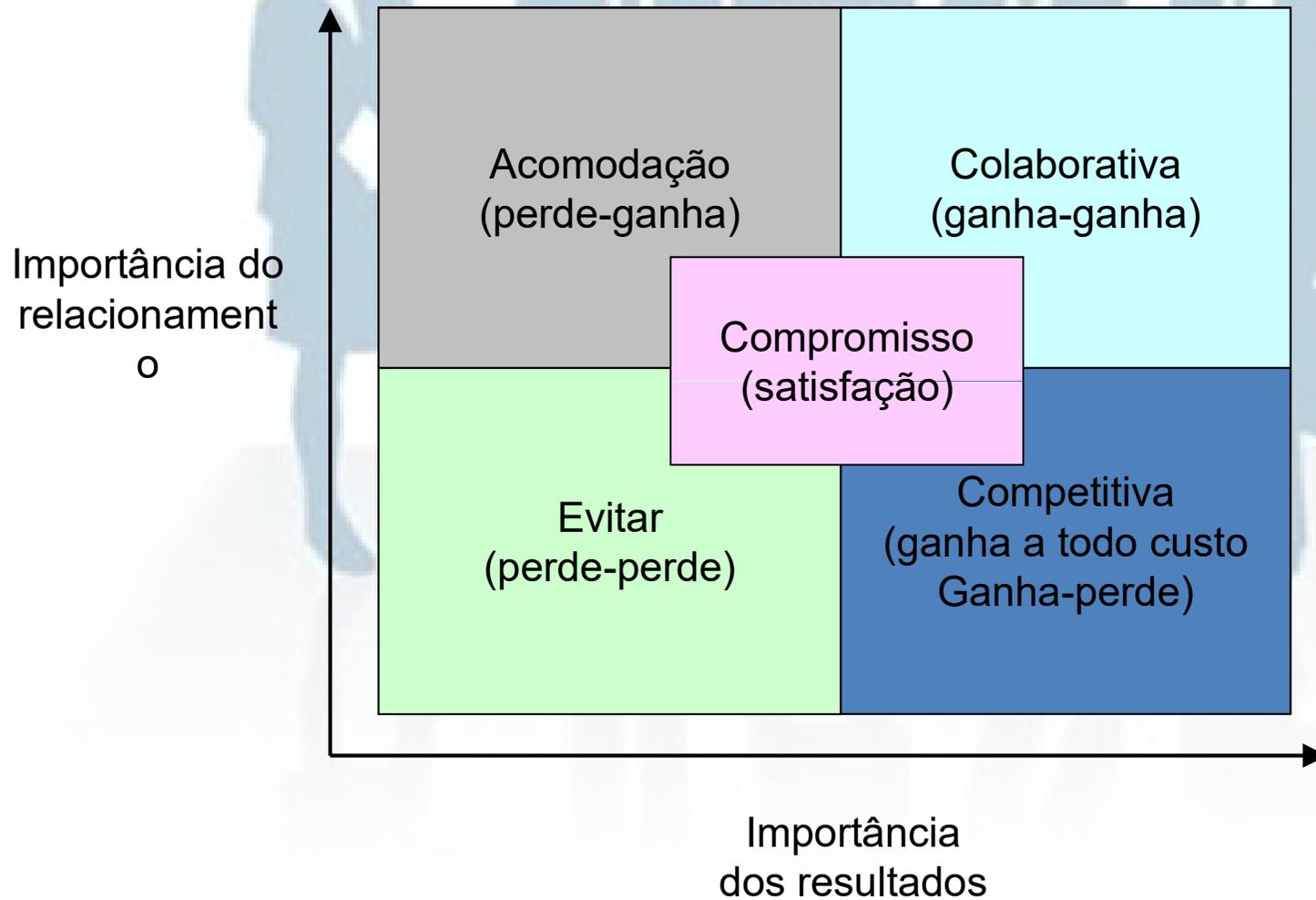
Acordo (recaptular, resumir, verificar se há mal entendidos, garantia da compreensão mútua quanto a todos os detalhes que foram negociados e deverão ser cumpridos; registrar o acordo)

Estágios Negociação

Argumentação
(discussão, buscar perguntar e ouvir, clarear pontos obscuros, reafirma posição)

Barganha (busca posição vantajosa para ambos, busca concordância, supera impasses, cria alternativas de ganho mútuo)

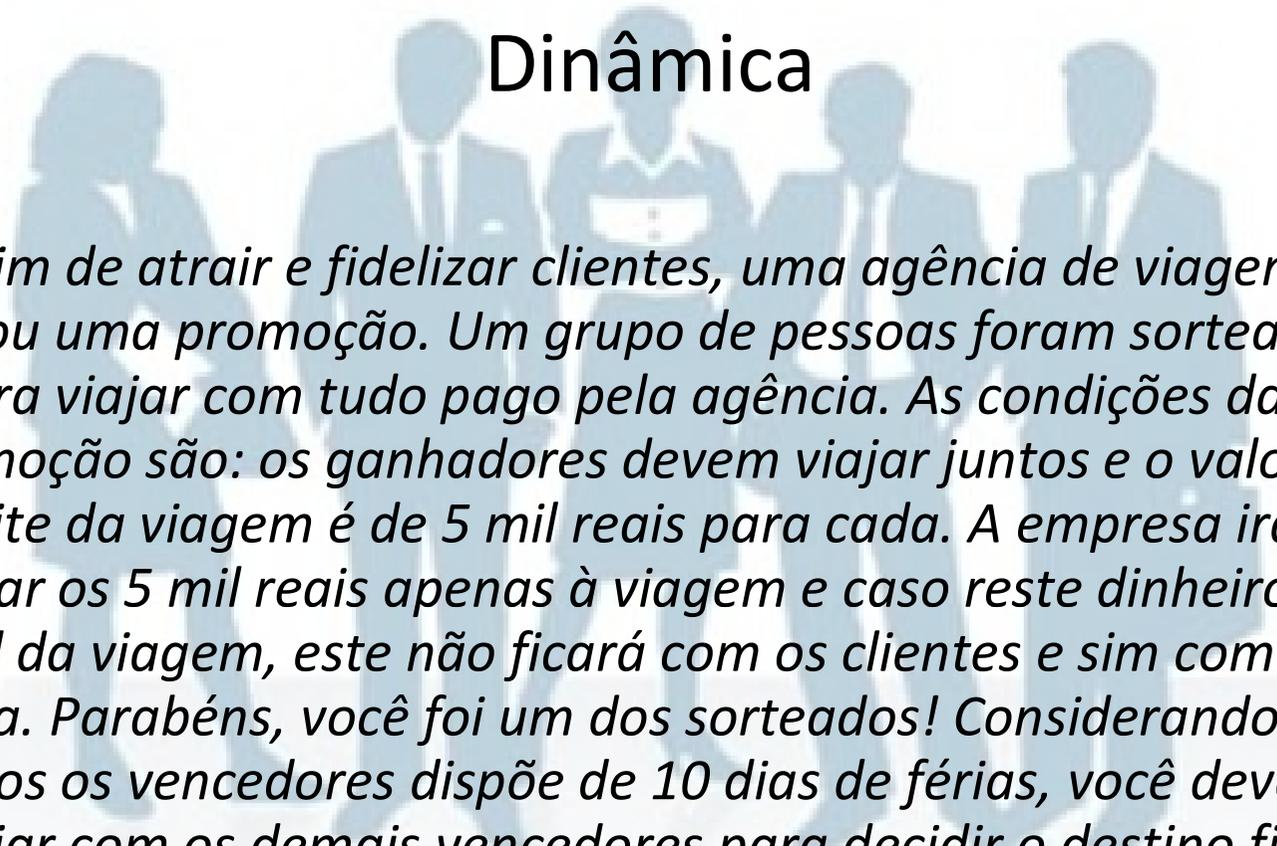
PLANEJAMENTO NEGOCIAÇÃO





Vamos negociar...





Dinâmica

“A fim de atrair e fidelizar clientes, uma agência de viagens realizou uma promoção. Um grupo de pessoas foram sorteadas para viajar com tudo pago pela agência. As condições da promoção são: os ganhadores devem viajar juntos e o valor-limite da viagem é de 5 mil reais para cada. A empresa irá destinar os 5 mil reais apenas à viagem e caso reste dinheiro ao final da viagem, este não ficará com os clientes e sim com a agência. Parabéns, você foi um dos sorteados! Considerando que todos os vencedores dispõe de 10 dias de férias, você deve negociar com os demais vencedores para decidir o destino final. Se você tiver sua alternativa como a escolhida pelo grupo você recebe uma recompensa. Caso o grupo não chegue a um consenso, você poderá contar com o auxílio de um método de tomada de decisão e uma nova rodada de negociação será realizada.”

Alternativas

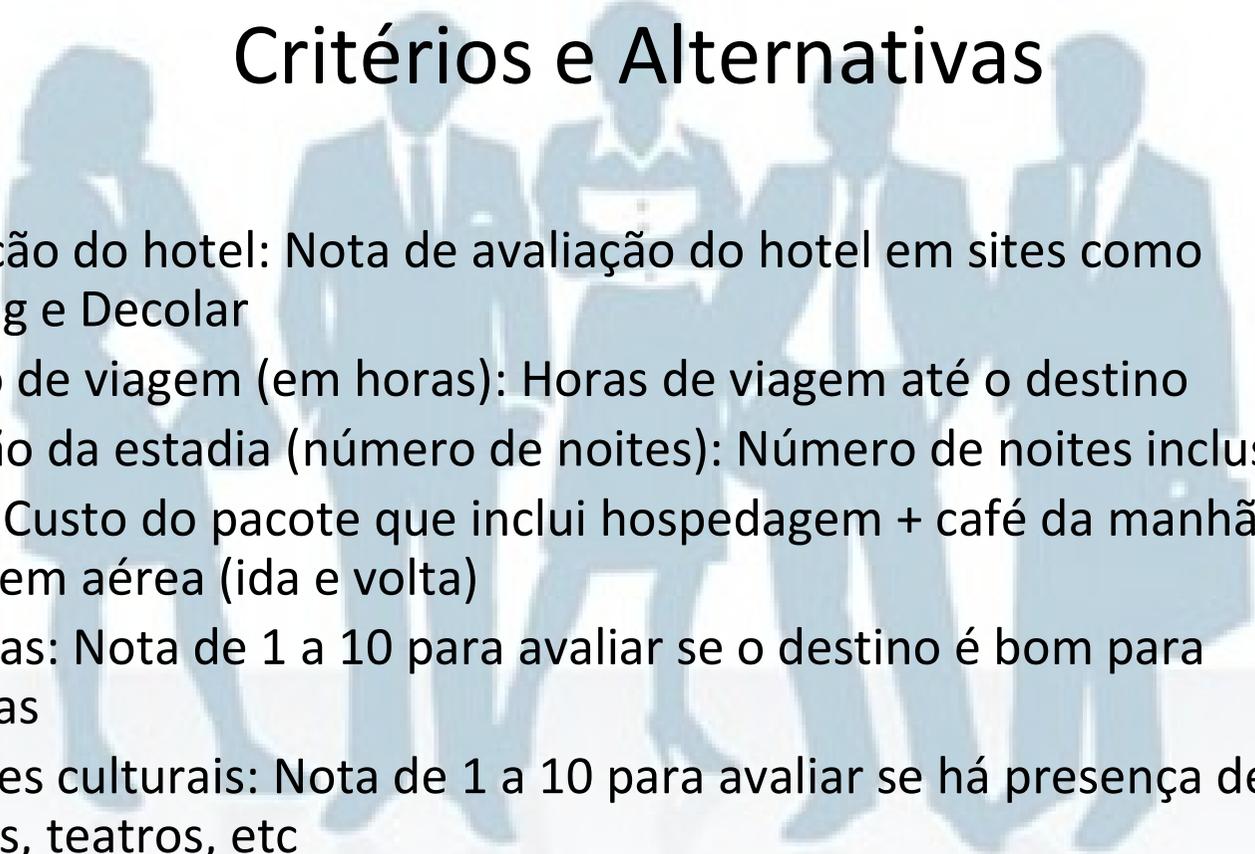
A group of five business professionals, three men and two women, are shown in silhouette. They are standing in a line, facing each other as if in a meeting. The man on the far left is looking towards the center. The woman next to him is looking down. The woman in the center is holding a folder or document. The man next to her is looking towards the center. The man on the far right is looking towards the center. They are all wearing professional attire: suits and dresses. The background is a light blue gradient.

- A. Punta del Este
- B. Nova York
- C. Santiago
- D. Paris
- E. Istambul

Matriz de Decisão

Matriz de Decisão		Critérios								
		1	2	3	4	5	6	7	8	
		Avaliação do Hotel	Tempo de viagem	Duração da estadia	Custo	Compras	Atrações Culturais	Natureza	Segurança	
Alternativas	A	Punta del Este	5	2,5	4	2.839,68	5	3	9	8
	B	Nova York	3,5	12	6	3.700,00	9	7	3	6
	C	Santiago	2,5	4	5	2.683,00	4	5	7	7,5
	D	Paris	3	13	7	4.150,00	6	9	6	7
	E	Istambul	4	18	9	4.500,00	3	8	5	4

Critérios e Alternativas

The background of the slide features a light blue silhouette of five business professionals in a meeting. From left to right: a woman in a suit looking down, a man in a suit looking forward, a woman in a business dress holding a laptop, a man in a suit looking forward, and another man in a suit looking forward. They are standing in a semi-circle, suggesting a collaborative work environment.

- Avaliação do hotel: Nota de avaliação do hotel em sites como Booking e Decolar
- Tempo de viagem (em horas): Horas de viagem até o destino
- Duração da estadia (número de noites): Número de noites inclusas
- Custo: Custo do pacote que inclui hospedagem + café da manhã e passagem aérea (ida e volta)
- Compras: Nota de 1 a 10 para avaliar se o destino é bom para compras
- Atrações culturais: Nota de 1 a 10 para avaliar se há presença de museus, teatros, etc
- Natureza: Nota de 1 a 10 se o destino é voltado a programas ao ar livre ou possui paisagens naturais
- Segurança: Nota de 1 a 10 se é seguro em termos de condições sanitárias, violência e terrorismo

ATENÇÃO: Aqueles que conseguirem que o grupo opte pela sua alternativa mais preferível ganharão uma recompensa ao final

Como irá funcionar a dinâmica?

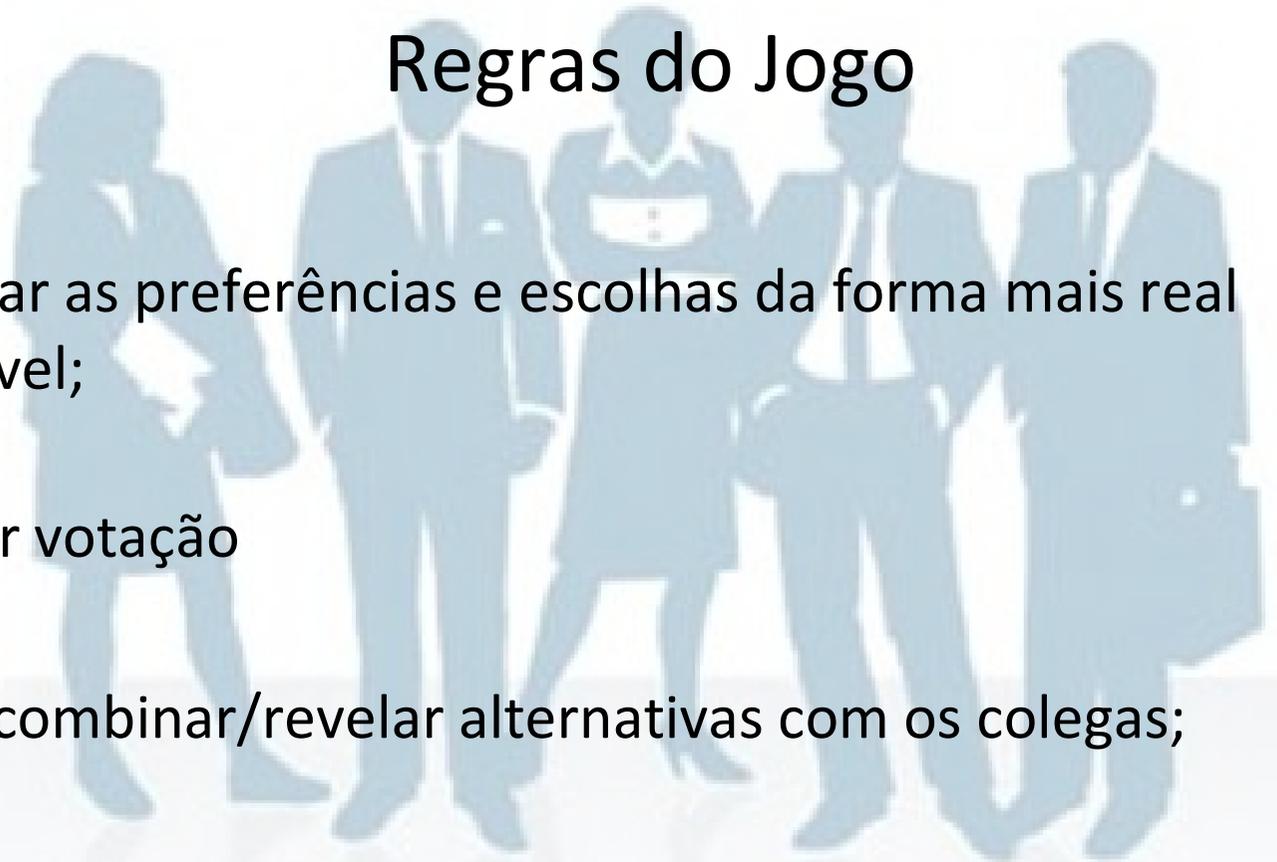
1. Individualmente escolher alternativa preferida a partir da matriz;
2. Escrevê-la em um papel;
3. Formar grupos;
4. Negociação;
5. Acordo;
6. Finalização – Premiação! 😊

Negociação

- O grupo deve debater e tomar uma decisão em conjunto.



Regras do Jogo

The background of the slide features a light blue silhouette of five business professionals standing in a line. From left to right: a woman in a suit holding a folder, a man in a suit, a woman in a dress holding a folder, a man in a suit, and another man in a suit holding a briefcase. They are all facing forward, suggesting a meeting or a group discussion.

- ✓ Avaliar as preferências e escolhas da forma mais real possível;
- ✓ Evitar votação
- ✓ Não combinar/revelar alternativas com os colegas;
- ✓ Defender seu ponto de vista;
- ✓ Todos os jogadores têm o mesmo grau de importância



15 minutos

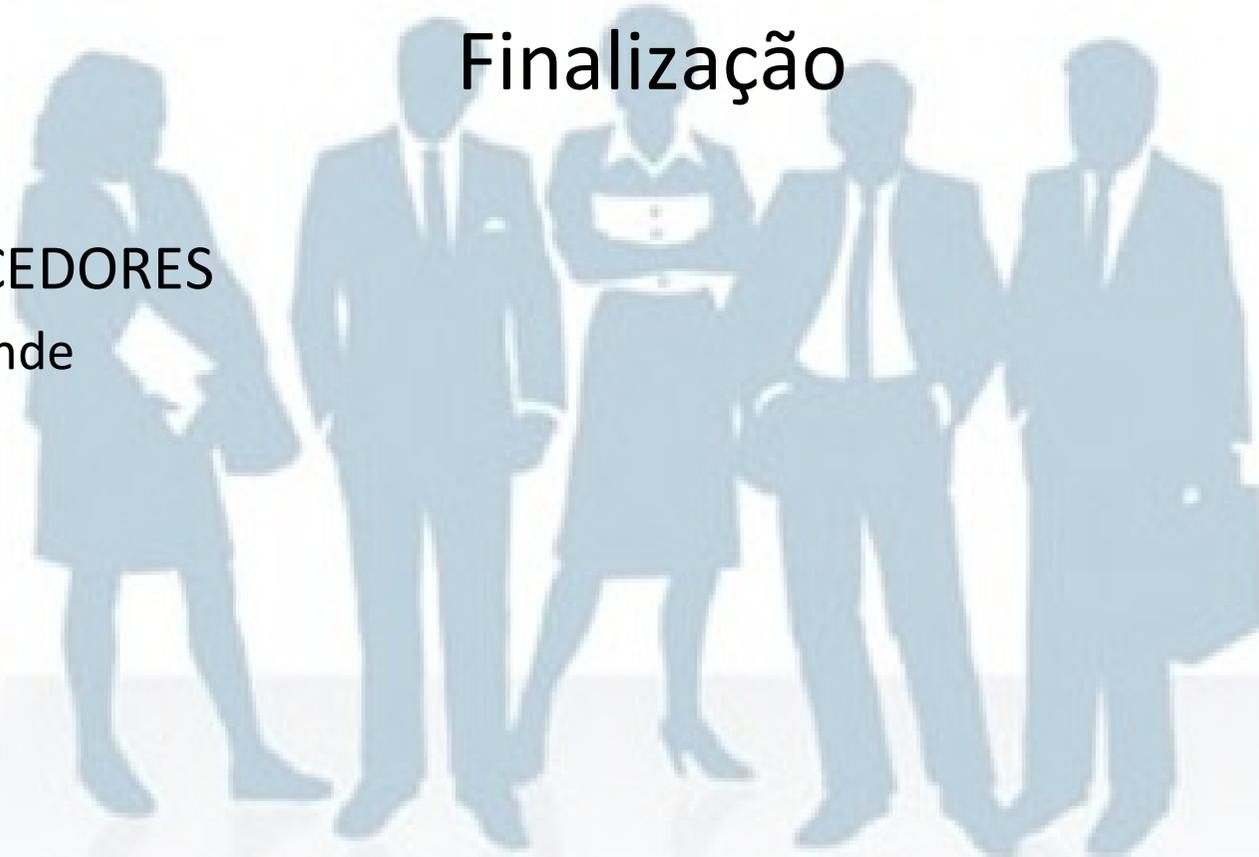


ATENÇÃO: Aqueles que conseguirem que o grupo opte pela sua alternativa mais preferível ganharão uma recompensa ao final

Finalização

- VENCEDORES
– Brinde

Discussão/ Considerações Finais





Aplicação do teste!

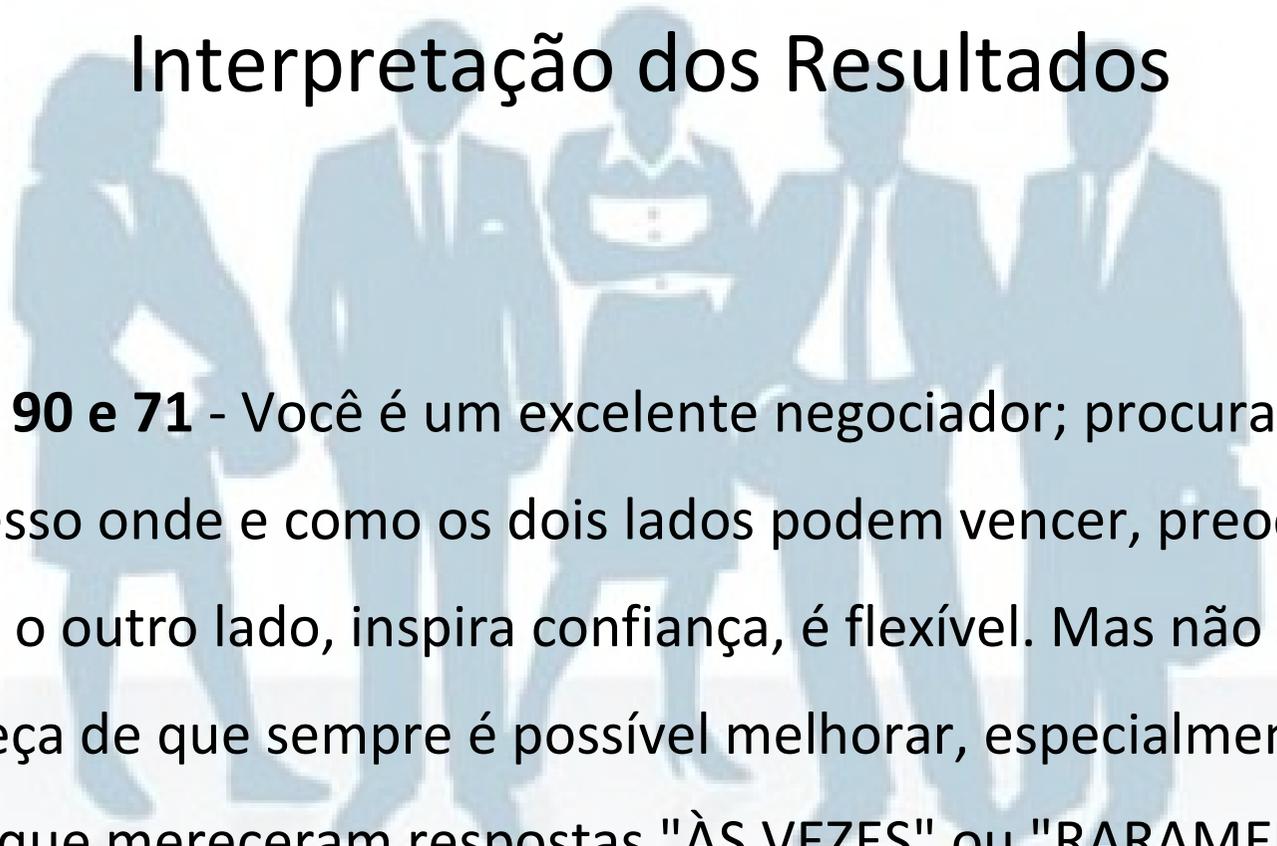
VOCÊ É UM BOM NEGOCIADOR?

INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS:

Confira a pontuação e verifique se você é um bom negociador.

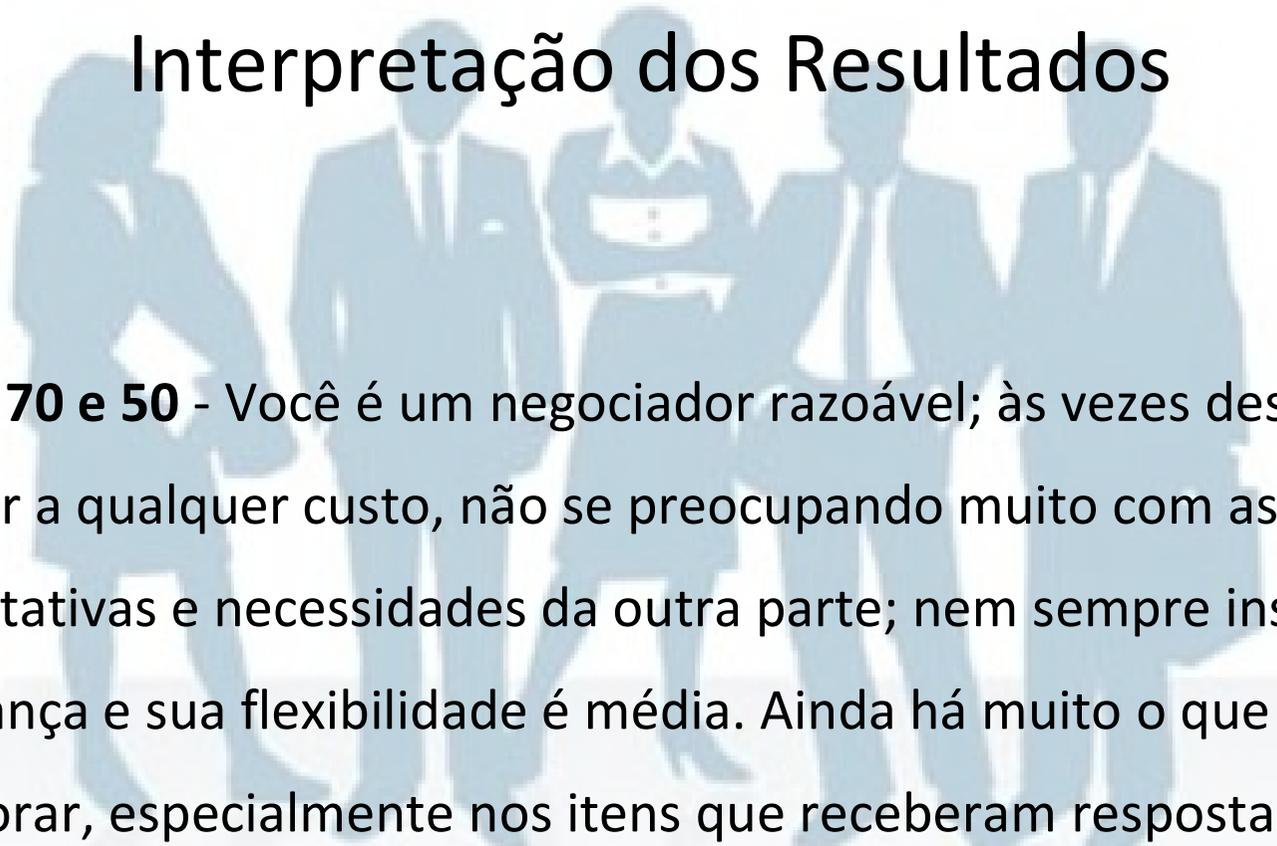
Avaliação	Número de respostas	Pontos	Multiplique
Frequentemente		3	
Às vezes		2	
Raramente		1	
Somar o total de graus obtidos			

Interpretação dos Resultados

A faint, light blue silhouette of five business professionals (three men and two women) standing in a line, facing forward. They are dressed in business attire, including suits and blouses. The background is a light, neutral color.

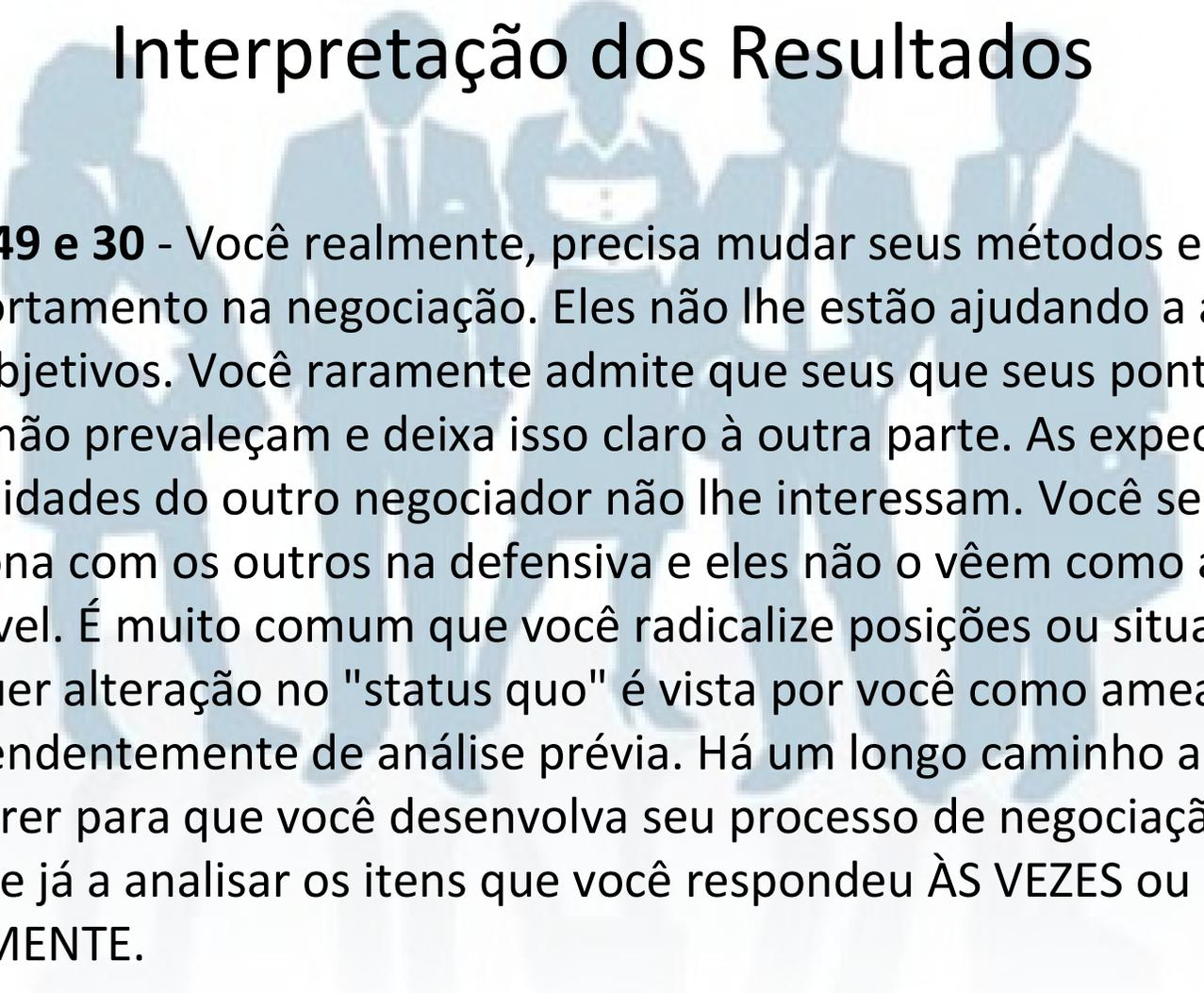
Entre 90 e 71 - Você é um excelente negociador; procura ver no processo onde e como os dois lados podem vencer, preocupa-se como o outro lado, inspira confiança, é flexível. Mas não se esqueça de que sempre é possível melhorar, especialmente nos itens que mereceram respostas "ÀS VEZES" ou "RARAMENTE".

Interpretação dos Resultados

The background of the slide features a light blue silhouette of five business professionals standing in a row. From left to right: a woman in a suit, a man in a suit, a woman in a business dress holding a folder, a man in a suit, and another man in a suit. They appear to be in a professional setting, possibly a meeting or a presentation.

Entre 70 e 50 - Você é um negociador razoável; às vezes deseja vencer a qualquer custo, não se preocupando muito com as expectativas e necessidades da outra parte; nem sempre inspira confiança e sua flexibilidade é média. Ainda há muito o que melhorar, especialmente nos itens que receberam respostas "ÀS VEZES" ou "RARAMENTE".

Interpretação dos Resultados

The background of the slide features a faint, light blue silhouette of five business professionals standing in a line. From left to right, there is a woman in a suit, a man in a suit, a woman in a business dress holding a folder, a man in a suit, and another man in a suit. They appear to be in a professional setting, possibly a meeting or a presentation.

Entre 49 e 30 - Você realmente, precisa mudar seus métodos e comportamento na negociação. Eles não lhe estão ajudando a alcançar seus objetivos. Você raramente admite que seus pontos de vistas não prevaleçam e deixa isso claro à outra parte. As expectativas e necessidades do outro negociador não lhe interessam. Você se relaciona com os outros na defensiva e eles não o vêem como alguém confiável. É muito comum que você radicalize posições ou situações; qualquer alteração no "status quo" é vista por você como ameaça, independentemente de análise prévia. Há um longo caminho a percorrer para que você desenvolva seu processo de negociação; comece já a analisar os itens que você respondeu ÀS VEZES ou RARAMENTE.



OBRIGADO!