

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA REGIÃO DOS VINHEDOS – CARVI
ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMÉRCIO INTERNACIONAL**

JOANNA PASSOS DE MORAES

PSICOLOGIA NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

**BENTO GONÇALVES
2023**

JOANNA PASSOS DE MORAES

PSICOLOGIA NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Curso de Comércio Internacional da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comércio Internacional. Orientador: Prof. Carlos Eduardo Roehé Reginato

BENTO GONÇALVES
2023

JOANNA PASSOS DE MORAES

PSICOLOGIA NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Relatório de trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Curso de Comércio Internacional da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comércio Internacional. Orientador: Prof. Carlos Eduardo Roehe Reginato.

Aprovado em: __/__/__

Banca Examinadora:

Prof.
Universidade de Caxias do Sul

Prof.
Universidade de Caxias do Sul

Prof.
Universidade de Caxias do Sul

Este trabalho é dedicado ao meu pai, que sempre trabalhou muito para que a realização deste sonho fosse possível e nunca me deixou desistir.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, ao meu pai Rui, que sempre fez o possível para que tivesse acesso a educação e conhecimento, além de ser o apoiador para esse sonho e inspiração como pessoa.

A minha mãe, por não sair do meu lado, por me mostrar o lado leve da vida, e ao mesmo tempo, ajudar a reconhecer toda a força que eu tenho.

As minhas duas cachorrinhas, Luna e Amora, que no decorrer da minha trajetória com este trabalho estavam sempre ao meu lado, me permitindo levar de forma tranquila e prazerosa seu desenvolvimento.

Ao meu professor orientador Prof. Carlos Eduardo Roehe Reginato por toda paciência, troca de conhecimento, e compreensão ao longo desse tempo.

A todos os amigos, colegas e professores que cruzaram meu caminho, tudo que sou hoje devo a vocês.

RESUMO

O presente trabalho tem como tema a Psicologia nos negócios internacionais, e apontar como objetivo principal ajudar, fortalecer e compreender a psicologia no âmbito profissional na área das negociações internacionais, através da visão de negociação dos trader no dia a dia com outras etnias e culturas, demonstrando através desses relacionamentos a importância de técnicas, aprimoramento e percepção das linguagens psicológicas que sucedem a análise e perfeição de uma negociação. Sendo evidente a importância em se manter um bom relacionamento com as diversas culturas, é fato que isso reflete diretamente no bom andamento das negociações e sucesso da empresa. Para tanto, o estudo evidenciou como objetivos específicos do trabalho a importância dos conhecimentos de negociação e a psicologia nos relacionamentos interpessoais, explorando a fundo cada objetivo.

Palavras-chave: Negociação, Psicologia interpessoal, Negócios Internacionais.

ABSTRACT

The present work has as its theme the psychology in interactional business, to point out as its main objective to help, strengthen and understand psychology in the professional context in the area of international negotiations, through the vision of negotiation of traders on a daily basis with other ethnicities and cultures, demonstrating through these relationships the importance of techniques, improvement and perception of the psychological languages that follow the analysis and perfection of It is evident the importance of maintaining a good relationship with the various cultures, and the fact that this directly reflects in the good progress of the negotiations and success of the company. To this end, the study showed as specific objectives of the work the importance of negotiation knowledge and psychology in interpersonal relationships, exploring in depth each objective.

Keywords: Negotiation, Interpersonal Psychology, International Business.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. FAIXA ETÁRIA DOS ESTUDANTES	48
FIGURA 2. ESTUDANTES QUE ATUAM NO CAMPO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL.....	49
FIGURA 3. TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÕES CONHECIDAS	54
FIGURA 4. A IMPORTÂNCIA DA PSICOLOGIA NOS NEGÓCIOS	59

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 TEMA DA PROPOSTA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DA PESQUISA	11
1.2 OBJETIVO GERAL.....	12
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
1.4 JUSTIFICATIVA	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1. COMÉRCIO INTERNACIONAL	14
2.2 TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS	15
2.2.1 Estratégia em negociação	16
2.2.2 PNL	17
2.2.3 Técnica de rapport	18
2.3 CULTURAS DOS PAÍSES.....	20
2.3.1 Cultura latina	22
2.3.2 Cultura norte americana	23
2.3.3 Cultura asiática	24
2.3.4 Cultura europeia	24
2.3.5 Cultura africana	25
2.3.6 Cultura oceânica	26
2.3.7 Cultura do oriente médio	27
2.4 PSICOLOGIA	28
2.4.1 Psicologia organizacional	30
2.4.2 Psicologia cultural	32
2.4.3 Psicologia entre gêneros	33
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	34
3.1 DELINEAMENTO.....	35
3.2 PARTICIPANTES DO ESTUDO	35
3.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	36
3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS	36
4. ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS	37
4.1 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA QUALITATIVA	37
4.2 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA QUANTITATIVA	48
4.3 RESULTADOS	61
5. CONCLUSÃO	64
REFERÊNCIAS	66
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIOS	69

1. INTRODUÇÃO

Em um mundo globalizado, as negociações são os pilares para uma harmonização coletiva de decisões e deveres que cada parte participante tem como objetivo realizar. Através desse pensamento, o presente trabalho tem como função compreender mais sobre a necessidade de aprimorar os conhecimentos na área de negócios internacionais juntamente com as teorias da psicologia como ensinamento para melhorar os conhecimentos e discernimentos no âmbito Internacional.

Os negócios Internacionais possuem um papel fundamental na economia global, contribuindo com as cooperações entre empresas de diferentes países, e perante isso, a psicologia desempenha um papel crucial para o sucesso das relações interpessoais e comerciais. Essa pesquisa se dá para a compreensão da psicologia individual e coletiva dos profissionais envolvidos nos negócios internacionais, o que é essencial para estabelecer vínculos culturais sólidos, alcançar resultados positivos e principalmente superar as barreiras culturais. A escolha desse tema se dá através do tempo acadêmico e a percepção sobre esse assunto que é crucial para o entendimento do profissional no comércio internacional.

O objetivo deste trabalho é mostrar como a psicologia analítica e organizacional podem ajudar os profissionais a aprimorarem seus entendimentos sobre os negócios e ter mais interações fundamentais com as diferentes culturas, gerando assim maior confiança e respeito mútuo para uma colaboração bem-sucedida. A psicologia nos negócios internacionais permite que as empresas e seus traders identifiquem e apreciem as nuances culturais, evitando mal-entendidos e minimizando conflitos.

Inicialmente, foi escolhido o tema dessa pesquisa, após foi realizado a determinação dos objetivos, a justificativa e a definição do problema. Com a problemática definida, foi iniciado um extenso estudo entre grandes nomes das áreas de administração, contábeis, relações internacionais e psicologia, gerando assim a montagem do referencial teórico e o estudo bibliográfico dos principais aspectos dos negócios internacionais. Esses aspectos abrangem primeiramente a globalização, as relações internacionais, a economia internacional e consecutivamente o comércio internacional, que é como objeto de estudo dessa pesquisa baseada em relações internacionais ao decorrer do tempo e seus principais aspectos culturais.

O referencial teórico foi realizado um estudo abrangendo grandes nomes das áreas administrativas e psicológicas que costumam ser mencionadas e exploradas, além de estudos pouco conhecidos dando enriquecimento a esta pesquisa e gerando hipóteses e conhecimentos. A diante, com as informações entregues no referencial teórico, foi possível organizar uma

pesquisa direcionada as principais empresas de comércio exterior, com traders ativamente envolvidos nos negócios internacionais e ligados aos desafios de se relacionar com os aspectos culturais dos outros países.

Por fim, foram coletadas as principais impressões e aprimoradas com relação ao referencial teórico, da pesquisa direcionada, incluindo a pergunta problema, suas principais características, a apresentação de solução do problema, suas definições e suas conclusões.

1.1. TEMA DA PROPOSTA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DA PESQUISA

Quando se trata de um tema relacionado a culturas de outros países, automaticamente está vinculado às principais diferenças culturais, a forma de vida, costumes da região, indumentária, as diferenças de idiomas e principalmente o comportamento e postura do povo dos seus respectivos países. Quando se é um profissional do comércio internacional, tem que estar ciente sobre essas diferenças e além de saber como se relacionar e ter uma boa comunicação, para maior obtenção de sucesso no mercado internacional.

Nos negócios internacionais, onde as empresas operam em diferentes culturas é crucial saber como obter sucesso nas relações interpessoais e comerciais. Por esse motivo foi pensado em como essas relações precisam de uma extrema afinidade com a psicologia. Em um ambiente internacional, as diferenças culturais moldam a forma como as pessoas pensam, se comportam e se comunicam.

Entender que as diferenças são fundamentais para uma relação firme e duradoura com os outros países, consegue fortalecer a inteligência cultural que se refere à capacidade de adaptar-se e interagir com as pessoas de diferentes culturas. Compreender as normas sociais, valores, crenças e comportamentos de uma determinada cultura.

Por isso a falta da prática, do conhecimento, nos estudos da psicologia no mercado de negócios pode gerar prejuízos para as empresas e seus profissionais. O que isso representa, seria a má reputação das empresas no exterior, gerando perdas de serviços ou parcerias de negócios em mercados estrangeiros. Além é claro de complicar possíveis outras relações de negócios e a economia internacional ou do país atingido.

A psicologia nos negócios internacionais permite que as empresas identifiquem e apreciem as nuances culturais, evitando mal-entendidos e minimizando conflitos. Uma área importante da psicologia nos negócios internacionais. Dessa forma, ao investir na formação e desenvolvimento da inteligência cultural dos profissionais envolvidos nos negócios

internacionais, as empresas podem melhorar a qualidade das interações e negociações, evitando equívocos e promovendo relacionamentos de longo prazo.

Outro detalhe importante para esse estudo é a negociação transcultural. Esse modelo requer eficácia de habilidades de comunicação e entendimento das motivações e perspectivas dos outros envolvidos. Nesse caso, a psicologia nos negócios internacionais ajuda no auxílio da identificação das preferências de negociar, permitindo ao profissional consiga aderir às estratégias para alcançar resultados conjuntamente positivos. A possibilidade de ler expressões faciais, linguagem corporal e sinais não verbais é fundamental para interpretar coerentemente as mensagens e atingir acordos satisfatórios.

Dado as informações expostas, a questão de pesquisa que se quer trabalhar é: Como os profissionais do comércio internacional trabalham os aspectos psicológicos durante as negociações internacionais?

1.2. OBJETIVO GERAL

O objetivo geral do estudo proposto é compreender como os profissionais do comércio internacional trabalham os aspectos psicológicos ou podem utilizar sobre as negociações em um âmbito internacional.

1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) identificar a importância de técnicas de negociações;
- b) apresentar a essencialidade dos estudos da psicologia interpessoal e cultural;
- c) analisar como as empresas trabalham a questão das negociações internacionais;
- d) analisar como os profissionais de comércio internacional trabalham seus aspectos psicológicos
- e) propor sugestões de melhoria e avanços para os traders aprimorar suas comunicações nas negociações.

1.4. JUSTIFICATIVA

A escolha desse tema tem como objetivo vislumbrar a psicologia nos negócios internacionais como papel relevante no mercado internacional. Desse modo essa pesquisa

entende que é de suma importância apresentar essas informações para um domínio maior da inteligência cultural e aprimoramento das habilidades de negociação transcultural. Com o intuito de minimizar conflitos e gerar resultados assertivos. Investir no conhecimento para a aplicação desses estudos é um diferencial estratégico que gera a sustentabilidade e a impulsividade das empresas em um mundo globalizado e multicultural.

Através da psicologia, é possível compreender e atender às necessidades e comportamentos das pessoas de diferentes culturas. Além disso, a compreensão intercultural ajuda a desenvolver melhor as ideias de estratégias de negócios eficazes e adaptadas a cada mercado, levando em questão as peculiaridades das culturas, mostrando uma comunicação eficaz que ajuda a fornecer insights e como adaptar a mensagem de acordo com o planejado.

Compreender outras formas de comunicação, como a linguagem não verbal, ajuda a estabelecer relações sólidas e a evitar mal-entendidos que possam afetar negativamente os negócios internacionais. Perante essa ideia, esta pesquisa vem com a visão de resolução de conflitos, pois a psicologia desempenha um papel crucial nas negociações internacionais. Com o conhecimento psicológico é possível adaptar estratégias e lidar com equipes internacionais.

Dessa forma o tema para essa pesquisa veio com a principal visão do comportamento de cultura dos outros países. Esse aspecto tem grande impacto cultural que pode gerar desconfortáveis ou amigáveis confrontos. Desse modo, essa pesquisa surgiu para ajudar os profissionais do comércio internacional a como se portar com culturas mais atípicas que a sua tradicional. Ao aplicar esses princípios para esta pesquisa, as empresas e profissionais do comércio internacional podem melhorar suas chances de sucesso ao lidar com os clientes, parceiros comerciais e funcionários dos outros países e culturas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Nessa parte do trabalho, será apresentado o referencial teórico, o início do estudo que defende esse trabalho de conclusão de curso, com base do tema abordado, explicando conceitos da psicologia e o âmbito internacional, de forma que complementa a tese problema deste trabalho.

2.1. COMÉRCIO INTERNACIONAL

A riqueza de um país não é algo que seja herdado ou determinado apenas por recursos naturais, mão-de-obra, taxas de juros ou valor da moeda, como a economia clássica defende. Na realidade, a prosperidade nacional é construída através da capacidade de inovação e atualização de sua indústria.

As empresas alcançam vantagem competitiva em relação aos melhores concorrentes do mundo devido à pressão e aos desafios enfrentados. Elas se beneficiam ao ter rivais domésticos fortes, fornecedores locais agressivos e clientes exigentes em seu mercado interno.

Em um contexto de competição global cada vez mais acirrada, as nações se tornaram mais relevantes do que nunca. À medida que a competição passou a ser centrada na criação e assimilação de conhecimento, o papel desempenhado pelas nações se intensificou. A vantagem competitiva é criada e sustentada por meio de um processo altamente localizado. As diferenças nos valores nacionais, cultura, estruturas econômicas, instituições e histórias contribuem para o sucesso competitivo.

Existem padrões distintos de competitividade em cada país, e nenhuma nação pode ser competitiva em todos os setores ou na maioria deles. Em última análise, as nações obtêm sucesso em setores específicos porque seu ambiente doméstico é orientado para o futuro, dinâmico e desafiador. (PORTER, 1990).

O comércio internacional engloba quatro grandes categorias: mercadorias, que incluem todos os bens materiais como alimentos, roupas, matérias-primas e maquinaria; serviços, que abrangem setores como turismo, serviços bancários e telecomunicações; propriedade intelectual, relacionada ao comércio e investimento em ideias e criatividade; e investimentos, que ocorrem quando uma empresa de um país estabelece uma nova empresa ou adquire uma existente em outro país. (SILVA, 2012).

“À primeira vista, o comércio internacional parece ser apenas uma extensão do comércio interno, sujeito às mesmas análises e métodos utilizados para explicar o comércio doméstico. De fato, existem várias semelhanças entre o comércio internacional e o comércio interno em certos aspectos. Ambos são fundamentados nas necessidades e desejos humanos, visando principalmente satisfazer essas demandas. Uma semelhança evidente surge ao

examinarmos as razões que impulsionam ambos os tipos de comércio. A principal delas é a incapacidade de uma região ou país produzir de maneira eficiente todos os bens e serviços necessários para seus habitantes. Isso ocorre devido a uma variedade de fatores, incluindo a desigualdade na distribuição geográfica dos recursos naturais, diferenças climáticas e de solo, bem como disparidades nas técnicas de produção.” (RATTI, 2011).

“No mercado interno, a coesão é o fator predominante, visto que há uma unidade de idioma, costumes, gostos, hábitos de comércio, sistemas de pesos e medidas, entre outros elementos. Essa uniformidade facilita a padronização dos hábitos de consumo e dos bens produzidos, possibilitando a implementação de sistemas de produção em larga escala. No entanto, no mercado internacional, as diferenças em relação a esses aspectos tornam a padronização um desafio. Empresas que operam globalmente precisam realizar estudos detalhados sobre os hábitos e reações dos habitantes dos países com os quais fazem negócios. Elas devem adaptar seus produtos para atender, na medida do possível, às peculiaridades de cada população, levando em consideração as diversidades culturais, sociais e econômicas presentes em cada mercado. A capacidade de adaptação e compreensão das nuances locais torna-se crucial para o sucesso das operações internacionais.” (RATTI, 2011).

“No mercado interno, há uma coesão emocional mais forte, já que os cidadãos de um mesmo país compartilham as mesmas leis, tradições históricas e familiares. Eles respondem de maneira semelhante aos mesmos estímulos, sejam eles de natureza econômica ou emocional. No entanto, no mercado internacional, essa unidade emocional é geralmente ausente. As leis, tradições históricas e familiares variam de um país para outro, e questões políticas podem criar oposições entre diferentes povos. Por exemplo, quando o Brasil iniciou negociações comerciais com países comunistas, surgiram várias objeções à concretização dessas negociações. Algumas dessas objeções tinham fundamentos econômicos, mas a maioria delas estava relacionada a questões políticas ou ideológicas. Portanto, no cenário internacional, as diferenças políticas e ideológicas podem desempenhar um papel significativo nas relações comerciais, algo que não é tão proeminente no contexto do mercado interno.” (RATTI, 2011).

2.2. TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS

As atividades de negócios internacionais têm uma longa história, porém, nas últimas décadas, elas têm se tornado mais dinâmicas e complexas. Atualmente, as empresas estão cada vez mais empenhadas em explorar oportunidades nos mercados internacionais, impactando a vida de bilhões de pessoas ao redor do globo.(Cavusgil, Knight e Riesenberger, 2010).

No processo de negociação, é essencial que todas as partes envolvidas compreendam seus interesses individuais e trabalhem juntas para gerar opções que sejam mutuamente benéficas. Em vez de adotar uma abordagem de barganha posicional, em que cada lado toma

uma posição inflexível e faz concessões arriscando o relacionamento, é importante buscar concordância e conciliação dos interesses opostos para estabelecer um relacionamento efetivo. (FISHER; URY E PATTON, 2005).

O cerne de uma negociação é estabelecer claramente o objetivo pretendido, mantendo as pessoas separadas do problema em questão. Concentrar-se nos interesses mútuos é fundamental, buscando alternativas que beneficiem ambas as partes e criando critérios objetivos para guiar o processo.

Ao longo da negociação, destacam-se três etapas distintas:

a) **Análise:** Essa fase tem como propósito analisar a situação de forma detalhada, obtendo informações relevantes e organizando-as para uma avaliação cuidadosa. É essencial separar questões pessoais do problema central, identificar os interesses das partes envolvidas e definir critérios que possam conduzir a um acordo satisfatório.

b) **Planejamento:** Nessa etapa, o objetivo é gerar ideias e decidir a melhor abordagem para lidar com os desafios apresentados. É importante considerar como enfrentar os problemas, atender aos interesses envolvidos e estabelecer objetivos realistas. A criação de opções adicionais e a definição de critérios bem fundamentados são aspectos cruciais para orientar a tomada de decisões.

c) **Discussão:** Durante essa fase, as partes envolvidas interagem entre si para alcançar um possível acordo. É importante reconhecer e abordar as diferenças de percepção, lidar com frustrações e raiva, e superar as dificuldades de comunicação que possam surgir durante o processo.

Esses passos destacam a importância de uma abordagem colaborativa e construtiva na negociação, com o intuito de encontrar soluções que satisfaçam ambas as partes e fortaleçam o relacionamento. (FISHER; URY E PATTON, 2005).

2.2.1. Estratégia em negociação

A estratégia em negociação envolve a habilidade de prever e antecipar as diversas variáveis que podem afetar o curso das negociações. Isso é alcançado por meio de uma reflexão cuidadosa sobre o problema em questão, estilos de negociação, relações de interdependência e possíveis objeções que podem surgir ao longo do processo de negociação. O papel do negociador é fundamental nesse contexto, uma vez que suas habilidades são essenciais para conduzir o processo com sucesso. (HIRATA, 2007).

Acoff (2004) apresenta dez estratégias que podem ser eficazes em qualquer contexto, embora sua aplicação possa variar de acordo com as diferentes culturas:

- a) Planejar cuidadosamente a negociação.
- b) Buscar ganhos mútuos e recíprocos.
- c) Manter expectativas elevadas.
- d) Comunicar-se de forma clara e acessível.
- e) Fazer perguntas variadas e ouvir com atenção.
- f) Construir relacionamentos interpessoais consistentes.
- g) Manter a integridade pessoal.
- h) Evitar concessões desnecessárias.
- i) Cultivar a paciência como um elemento fundamental.
- j) Adaptar o processo de negociação ao ambiente cultural de cada cenário.

Essas estratégias visam aprimorar as habilidades de negociação e promover relações construtivas, considerando a diversidade cultural.

Ao buscar um acordo mutuamente vantajoso, é possível que algumas pessoas interpretem erroneamente a negociação como sendo totalmente cooperativa. Essa percepção pode levar a uma abordagem equivocada, na qual uma parte pode fazer concessões excessivas, resultando em um cenário de perda para ambos os lados.

Para evitar esse tipo de situação e promover uma negociação verdadeiramente interativa. Essas estratégias são aplicáveis tanto em negociações cooperativas, onde as partes buscam interesses mútuos, quanto em situações problemáticas, envolvendo negociadores mais inflexíveis. O objetivo é maximizar os benefícios para ambas as partes, garantindo um resultado mais positivo e satisfatório para todos os envolvidos. (THOMPSON, 2008).

2.2.2. PNL

A PNL, ou Programação Neurolinguística, é um campo de estudo que se concentra na compreensão da conexão entre a mente (neuro), a linguagem (linguística) e os padrões de comportamento aprendidos através da experiência (programação). Foi desenvolvida e amplamente utilizada em psicologia, terapia, negócios e comunicação.

Baseado nas experiências, a PNL pressupõe que a maneira como as pessoas pensam, comunicam e se comportam é influenciada por seus processos mentais internos. Portanto, ela se concentra em identificar e entender esses processos para ajudar as pessoas a alcançarem objetivos específicos, superar obstáculos e melhorar seu desempenho.

Alguns dos princípios fundamentais da PNL incluem:

- a) Rapport: Desenvolver uma conexão empática e harmoniosa com os outros para melhorar a comunicação e a influência.
- b) Calibração: Aprender a observar atentamente as pistas verbais e não-verbais das pessoas para entender seu estado emocional e nível de conforto.
- c) Modelagem: Estudar as estratégias e padrões de comportamento bem-sucedidos de outras pessoas para aprender com eles e aplicá-los em situações semelhantes.
- d) Ancoragem: Associar estados emocionais específicos a gatilhos físicos ou mentais para controlar e mudar emoções.
- e) Meta-modelo: Questionar e esclarecer a linguagem usada para melhorar a comunicação e eliminar distorções ou generalizações prejudiciais.

A PNL é frequentemente usada em contextos de treinamento, coaching, terapia, vendas e liderança, pois pode ajudar as pessoas a entender e melhorar sua comunicação, bem como alcançar seus objetivos de maneira mais eficaz. No entanto, é importante observar que a eficácia da PNL é debatida em alguns círculos e não é universalmente aceita como uma abordagem terapêutica ou de autodesenvolvimento com base em evidências científicas sólidas. (BANDLER, 1986)

2.2.3. Técnica de rapport

A técnica de rapport é uma habilidade de comunicação e relacionamento utilizada na Programação Neurolinguística e em muitos outros contextos para estabelecer uma conexão positiva com outras pessoas. O objetivo do rapport é criar um ambiente de confiança, respeito e entendimento mútuo, o que pode ser útil em várias situações, como negociações, vendas, coaching, terapia, relações interpessoais e muito mais.

Aqui estão algumas técnicas e dicas para desenvolver o rapport:

- a) Estabeleça contato visual: Mantenha contato visual com a outra pessoa, mas evite parecer invasivo. O contato visual demonstra interesse e atenção.
- b) Espelhamento: Isso envolve imitar sutilmente a linguagem corporal, gestos, tom de

voz e até mesmo a linguagem verbal da outra pessoa. O objetivo é criar uma sensação de afinidade e familiaridade.

c) Escuta ativa: Demonstre interesse genuíno pelo que a outra pessoa está dizendo. Faça perguntas abertas para aprofundar a conversa e mostrar que você está ouvindo com atenção.

d) Validação: Reconheça os sentimentos e perspectivas da outra pessoa, mesmo que você não concorde totalmente. Validar os sentimentos de alguém mostra empatia.

e) Respeito pelo espaço pessoal: Respeite o espaço pessoal da outra pessoa. Fique a uma distância apropriada e evite invadir o espaço dela.

f) Empatia: Tente entender o mundo e as emoções da outra pessoa a partir da perspectiva dela. Isso ajuda a criar uma conexão emocional.

g) Uso eficaz da linguagem: Use uma linguagem positiva, evite críticas desnecessárias e seja cuidadoso com suas palavras para não ofender ou alienar a outra pessoa.

h) Interesses em comum: Descubra interesses ou tópicos comuns que vocês compartilham, pois isso pode criar um terreno comum para a conversa.

i) Sorria: Um sorriso genuíno é uma maneira poderosa de demonstrar simpatia e amizade.

A técnica rapport não se trata de manipulação, mas de criar um ambiente de comunicação saudável e produtiva. Também é importante que sua abordagem seja autêntica, pois as pessoas geralmente podem detectar tentativas falsas de estabelecer rapport. Praticar essas técnicas pode melhorar significativamente suas habilidades de relacionamento e comunicação. (ROBERTI, FITZPATRICK, BANDLER, 2019).

2.3. CULTURAS DOS PAÍSES

O choque cultural pode ser entendido como a sensação de desconforto e desorientação que surge quando uma pessoa é exposta a uma cultura diferente daquela com a qual está familiarizada. Esse choque ocorre devido ao esforço e à ansiedade resultante do contato com uma nova cultura, assim como a sensação de perda, confusão e impotência ao perceber que as informações culturais e as regras sociais previamente conhecidas não são mais aplicáveis. É uma experiência que pode causar um sentimento de deslocamento e dificuldade em se adaptar ao novo ambiente cultural. (Oberg,1954)

A teoria da Divergência Cultural de Trompenaars, proposta por Fons Trompenaars, analisa as diferenças culturais em relação a valores e crenças. Essa teoria identifica seis dimensões principais que refletem as preferências e orientações culturais distintas. Essas dimensões incluem o grau de individualismo ou coletivismo, a maneira como as culturas lidam com a hierarquia social, a percepção e valorização do tempo, a tolerância à incerteza, a ênfase em características associadas aos gêneros masculino ou feminino, e a relação com o ambiente natural.

Essas dimensões proporcionam insights sobre as diferenças culturais entre sociedades e como elas afetam o comportamento e as interações humanas. A teoria de Trompenaars sobre a Divergência Cultural é aplicável em diversos contextos, como negócios internacionais, comunicação intercultural e gestão multicultural. Ela contribui para uma melhor compreensão da diversidade cultural e ajuda a orientar a adaptação e o entendimento em ambientes multiculturais. (Trompenaars, 1994).

Uma abordagem reconhecida internacionalmente para compreender as diferenças culturais em todo o mundo. Essa teoria identifica cinco dimensões culturais que ajudam a descrever e comparar os valores e comportamentos em diferentes sociedades.

- a) A primeira dimensão é o Individualismo versus Coletivismo, que diz respeito à importância atribuída aos interesses individuais versus o bem-estar do grupo. Culturas individualistas enfatizam a autonomia e a conquista pessoal, enquanto culturas coletivistas valorizam a harmonia e a interdependência do grupo.
- b) A segunda dimensão é a Distância Hierárquica, que se relaciona com a maneira como as culturas lidam com a desigualdade de poder e status social. Culturas com alta distância hierárquica aceitam hierarquias rígidas, enquanto culturas com baixa distância hierárquica buscam maior igualdade e participação.

- c) A terceira dimensão é a Evitação de Incerteza, que diz respeito à tolerância à ambiguidade e à incerteza. Culturas com alta evitação de incerteza buscam regras, estabilidade e segurança, enquanto culturas com baixa evitação de incerteza são mais propensas a lidar com a mudança e a ambiguidade.
- d) A quarta dimensão é a Masculinidade versus Feminilidade, que se relaciona à valorização de características tradicionalmente associadas aos gêneros masculino e feminino. Culturas masculinas valorizam a competitividade e o foco em resultados, enquanto culturas femininas valorizam a cooperação e o cuidado.
- e) A quinta dimensão é a Orientação de Longo Prazo versus Orientação de Curto Prazo, que envolve a importância atribuída a valores orientados para o futuro ou para o passado e o presente. Culturas com orientação de longo prazo valorizam a perseverança, a poupança e a adaptação, enquanto culturas com orientação de curto prazo valorizam a tradição, o respeito às normas e a estabilidade.
- f) A sexta dimensão é a Indulgência versus Restrição, esta dimensão trata da forma como as sociedades lidam com a gratificação de seus desejos e impulsos. Culturas indulgentes valorizam a diversão e o prazer, enquanto culturas restritivas valorizam a supressão de gratificações e regulamentações sociais mais rígidas.

Essas dimensões culturais proporcionam uma estrutura para compreender as diferenças culturais e como elas influenciam atitudes, comportamentos e práticas de negócios em contextos internacionais. A teoria da Dimensão Cultural de Hofstede é amplamente aplicada em estudos interculturais e na gestão de negócios globais, auxiliando na adaptação e na comunicação intercultural. (Hofstede,1978)

“Certamente, as escolhas de embalagem e design podem desempenhar um papel crucial nas vendas de um produto em diferentes países. Por exemplo, a cor branca deve ser evitada nas embalagens destinadas à China, já que, para os chineses, essa cor está associada ao luto. Além disso, em países muçulmanos, o uso da cor branca pode ser inadequado por razões religiosas. Da mesma forma, cores como vermelho e preto podem ter conotações negativas em algumas nações africanas, sendo associadas à feitiçaria e morte.

Os símbolos também devem ser escolhidos com cuidado. Na cultura muçulmana, a representação de porcos é proibida por motivos religiosos, e a imagem do cão, embora considerado o melhor amigo do homem em muitas culturas, deve ser evitada em países árabes, onde é visto como um animal maldito. Na Índia, a vaca é considerada sagrada, portanto, qualquer representação inadequada desse animal pode ser altamente ofensiva.

Além das cores e símbolos, números também podem apresentar desafios. Por exemplo, o número 13 é considerado azarento em várias culturas, incluindo algumas sociedades ocidentais, como os norte-americanos, que muitas vezes evitam o 13º andar em seus edifícios. No Japão, o

número 4 é evitado, pois soa semelhante à palavra para "morte" em japonês. Por outro lado, o número 7 pode ser considerado auspicioso em algumas culturas e desfavorável em outras.” (Ratti,2011).

2.3.1. Cultura latina

A cultura latina refere-se à cultura dos países que foram influenciados pelas línguas românicas, que descendem do latim. Estes países incluem a maioria dos países da América do Sul, América Central e México, bem como parte da Europa, como Espanha, Portugal, França, Itália e Romênia. A cultura latina é rica e diversificada, com características distintas em cada país e região. (Dussel, 1997).

"Acredito que os estudos culturais podem evitar o risco de se tornarem uma nova ortodoxia fascinada por seu poder inovador e avanços em muitas instituições acadêmicas, desde que enfrentemos os pontos cegos teóricos, trabalhemos as inconsistências epistemológicas que surgiram ao movê los nas fronteiras entre disciplinas e culturas, e evitemos 'resolver' essas incertezas com ecletismos apressados ou ensaios de ocasião aos quais somos impelidos pelas condições atuais da produção 'corporativa' de conhecimento e sua disseminação mercadológica" (CANCLINI, 2008).

Neste trecho, o autor expressa preocupações sobre o rumo que os estudos culturais podem tomar, alertando para a necessidade de abordar questões teóricas não resolvidas, enfrentar inconsistências epistemológicas e resistir à tentação de adotar soluções simplistas ou ensaios superficiais para lidar com as incertezas. Ele destaca a importância de uma abordagem rigorosa e reflexiva na pesquisa cultural para evitar a superficialidade e o oportunismo que podem surgir no contexto acadêmico atual.

"Uma das principais questões negativas observadas está relacionada à condução de pesquisas empíricas de recepção com amostras de audiência muito restritas, frequentemente sem a aplicação de medidas epistemológicas e metodológicas adequadas para contribuir efetivamente para a teorização sobre o processo de recepção. Embora não seja esperado que pesquisas qualitativas realizem generalizações estatísticas, é fundamental que cada estudo específico cumpra critérios de "suficiência comparativa" e forneça insights que possam informar e reformular a teoria, especialmente dentro do contexto latino-americano. Infelizmente, apenas um número limitado de Estudos de Recepção atende a esses requisitos. A formulação de hipóteses e o desenvolvimento de novas teorias continuam sendo características cruciais que distinguem os Estudos de Recepção desde suas origens" (OROZCO, 2003).

Martín-Barbero (2004) argumenta que há um equívoco ao considerar a comunicação a partir da cultura, pois isso supostamente levaria os pesquisadores a abandonar o domínio teórico específico da Comunicação. Ele ressalta que abordar a comunicação sob a ótica da cultura é, na verdade, uma maneira de contestar o "pensamento instrumental" que tem prevalecido no campo da Comunicação desde o seu surgimento. Ao explorar a comunicação a partir do contexto cultural, o que ocorre é uma redefinição dos limites que tradicionalmente têm delineado o campo, criando assim um novo conjunto de problemas a serem investigados. No entanto, Martín-Barbero critica a falta de clareza em relação ao que significa pensar a comunicação fora dos "limites que demarcam o campo", sem que isso signifique necessariamente "sair do âmbito teórico específico da comunicação" (MARTÍN-BARBERO, 2004).

2.3.2. Cultura norte americana

A cultura norte-americana é incrivelmente diversa e foi moldada por uma variedade de influências, incluindo tradições europeias, africanas, nativas americanas e outras culturas imigrantes de todo o mundo. Os Estados Unidos são conhecidos por sua diversidade cultural, com uma população composta por uma variedade de grupos étnicos, religiosos e culturais.

O inglês é a língua predominante falada nos Estados Unidos, mas devido à diversidade étnica, você encontrará uma ampla variedade de idiomas falados em comunidades imigrantes.

A influência de outras culturas também é notável na comida norte-americana, com restaurantes que servem cozinha mexicana, chinesa, italiana, japonesa, entre outras.

Os Estados Unidos são conhecidos por sua liberdade religiosa e abrigam uma variedade de religiões, incluindo cristianismo, judaísmo, islamismo, hinduísmo e budismo, entre outros. A cultura norte-americana é diversificada e continua a evoluir à medida que novas influências e tradições são incorporadas. Essa diversidade é uma das características marcantes da cultura dos Estados Unidos. (Peixoto, Venancio, Lessa, 1937).

“Os Estados Unidos têm uma forte tradição de patriotismo e orgulho nacional. A bandeira americana é um símbolo poderoso da nação, e datas como o Dia da Independência são celebradas com grande entusiasmo em todo o país. O hino nacional, também é uma expressão do fervor patriótico norte-americano.” (Datesman, 2014)

“A cultura popular dos Estados Unidos tem uma influência global significativa, especialmente na música, cinema, televisão e tecnologia. Hollywood é conhecida como a capital mundial do cinema, produzindo uma enorme quantidade de filmes que são assistidos

por pessoas em todo o mundo. Além disso, a música americana, incluindo gêneros como jazz, rock, hip-hop e pop, tem uma audiência internacional massiva.” (Datesman,2014)

2.3.3 Cultura asiática

A cultura asiática é incrivelmente diversa e rica, compreendendo uma vasta gama de tradições, línguas, religiões, costumes e práticas. Ela é influenciada por milhares de anos de história e é moldada por uma variedade de civilizações antigas e contemporâneas.

A Ásia é lar de uma ampla diversidade linguística. Países como China, Índia, Japão e Coreia têm suas próprias línguas distintas, cada uma com suas próprias variações regionais. Cada país asiático tem suas próprias formas de expressão artística, desde as danças clássicas da Índia até a cerimônia do chá no Japão.

É o berço de várias religiões importantes, como o Hinduísmo na Índia, o Budismo na China e no Japão, o Islamismo no Oriente Médio e partes do Sudeste Asiático, e várias tradições religiosas locais em diferentes regiões.

Cada país tem sua própria culinária distintiva, com uma ampla variedade de ingredientes, métodos de preparo e sabores. Sushi no Japão, Dim Sum na China, Curry na Índia e Nasi Goreng na Indonésia. Na filosofia a Ásia possui várias filosofias antigas, como o Taoísmo e o Confucionismo na China, que tiveram um impacto significativo na cultura global. Além disso, práticas como yoga e meditação têm raízes profundas em tradições asiáticas.

A riqueza e a complexidade da cultura asiática continuam a fascinar e encantar pessoas ao redor do mundo, tornando-a uma parte fundamental do mosaico cultural global. (Gernet, Jacques, Folch Fornesa, Dolors, 2005)

2.3.4 Cultura europeia

A cultura europeia é incrivelmente rica e diversificada, sendo o berço de muitas das tradições, artes e ideias que moldaram o mundo moderno. Com uma história que remonta a milhares de anos, a Europa é o lar de uma miríade de culturas, línguas e estilos de vida únicos.

A Europa é conhecida por suas contribuições significativas para a arte, com nomes renomados como Leonardo da Vinci, Michelangelo, Vincent van Gogh e Pablo Picasso, que influenciaram profundamente a cena artística global. Além disso, a literatura europeia é vasta e variada, com escritores como William Shakespeare, Dante Alighieri, Jane Austen e Fyodor Dostoevsky, cujas obras continuam a ser estudadas e apreciadas em todo o mundo.

A música europeia também desempenhou um papel fundamental na evolução da música ocidental, com compositores clássicos como Johann Sebastian Bach, Wolfgang Amadeus Mozart, Ludwig van Beethoven e Johann Strauss II, cujas composições ainda são executadas em salas de concerto em todo o mundo. Além disso, a Europa é conhecida por seus festivais de música contemporânea e cenários de clubes noturnos, que atraem fãs de música eletrônica, rock, pop e outros gêneros.

A culinária europeia é extremamente variada, com cada país e região tendo suas próprias especialidades gastronômicas. Desde a pasta italiana até os croissants franceses, passando pelos salsichões alemães e pelos pratos de frutos do mar espanhóis, a Europa oferece uma ampla gama de sabores para os amantes da comida.

Em sua filosofia, a Europa tem uma longa tradição de pensamento filosófico e científico, com filósofos como Sócrates, Platão, Immanuel Kant e Friedrich Nietzsche, que moldaram a forma como entendemos o mundo. No campo da ciência, cientistas europeus fizeram descobertas pioneiras em diversas áreas, desde a física até a biologia, contribuindo significativamente para o avanço do conhecimento humano.

A cultura europeia é caracterizada por sua diversidade, sofisticação artística e histórica, e sua influência global continua a ser significativa nos dias de hoje. (Burke, 2010)

2.3.5 Cultura africana

A cultura africana é extremamente diversificada, com cada país, região e etnia contribuindo para a rica tapeçaria cultural do continente. A África possui uma história rica e complexa, que inclui civilizações antigas, tradições orais, arte, música, dança e uma variedade de línguas. África é o berço de algumas das civilizações mais antigas do mundo e tem uma influência significativa sobre as culturas globais.

É lar de uma grande variedade de grupos étnicos, cada um com suas próprias línguas, crenças, danças, música e arte distintas frequentemente abrigam uma multiplicidade de grupos étnicos, resultando em uma riqueza cultural inigualável.

A música africana é pulsante e variada, abrangendo uma ampla gama de estilos, desde tambores tribais e instrumentos de cordas. A dança africana também desempenha um papel fundamental nas celebrações culturais, com movimentos graciosos e ritmados. Numa questão religiosa possui, várias religiões indígenas, incluindo o animismo e cultos aos ancestrais. Além disso, o continente foi influenciado por religiões estrangeiras como o cristianismo e o islamismo, criando uma rica tapeçaria de crenças espirituais.

Pratos típicos incluem uma variedade de grãos, carnes, peixes, vegetais e frutas, muitas vezes temperados com uma gama de especiarias. Cada região tem suas especialidades culinárias únicas, refletindo os recursos locais e as tradições culinárias. A tradição oral é uma parte importante da cultura africana, transmitindo histórias, mitos, lendas e conhecimentos de geração em geração. Através de contadores de histórias habilidosos, as comunidades africanas preservam sua história e sabedoria.

A África possui contribuições para a humanidade de imenso valor, desde a matemática até a medicina. Civilizações antigas, como a de Mali e do Egito, fizeram contribuições significativas para a ciência, arquitetura e astronomia. (Ojo-Ade, 1995)

2.3.6 Cultura oceânica

A cultura oceânica é tão vasta e diversificada quanto os próprios oceanos que cercam as ilhas do Pacífico. Este vasto território abrange uma infinidade de grupos culturais, línguas, tradições e modos de vida únicos, contribuindo para a riqueza e complexidade da herança oceânica. Abrangem uma variedade de grupos étnicos, cada um com suas próprias línguas, crenças espirituais, práticas rituais e formas de organização social. Desde os maoris na Nova Zelândia até os nativos havaianos no Havaí, essas comunidades têm tradições distintas e valores fundamentais. (Linnekin, 1992)

Os povos oceânicos têm uma rica tradição de navegação e exploração marítima. Antes da chegada dos europeus, eles já dominavam as técnicas de navegação estelar e conheciam as correntes oceânicas, permitindo-lhes explorar vastas áreas do oceano Pacífico e estabelecer redes complexas de trocas e interações. A arte oceânica é famosa por suas esculturas em madeira, conchas, ossos e pedras, bem como por suas intrincadas tatuagens corporais. Cada comunidade tem suas próprias formas de arte, muitas vezes incorporando símbolos e padrões significativos para sua identidade cultural. (A.Pawley, R. Attenborough, J. Golson, R. Hide, 2005)

A espiritualidade oceânica está profundamente ligada à natureza e ao mar. Possuem suas próprias divindades, mitos e rituais relacionados à terra e aos elementos naturais. A conexão espiritual com o oceano é significativa, considerando o papel central que ele desempenha na vida dessas comunidades. As comunidades oceânicas historicamente dependiam da pesca, agricultura e coleta para subsistência.

A Oceânica é um tesouro de diversidade, conhecimento e espiritualidade, representando uma parte do patrimônio cultural do mundo. Suas tradições continuam a inspirar e encantar pessoas. (Linnekin, 1992).

2.3.7 Cultura do oriente médio

“O Islã não foi apenas difundido pelos árabes; outros grupos étnicos da região também se tornaram parte dos impérios muçulmanos, buscando legitimidade política por meio dessa religião. Inicialmente, os turcos do Império Seljúcida se destacaram, seguidos pelos curdos da dinastia Aiúbida, conhecida pelo império de Saladin. Posteriormente, os mongóis e, por fim, os turcos do Império Otomano também desempenharam papéis significativos. Durante esse período, outros grupos étnicos muçulmanos, como os persas no Irã sob a dinastia xiita dos Safávidas, também alcançaram o poder.”(LAPIDUS, 1988; LINDHOLM, 2002).

“Durante a Dinastia Seljúcida, a Europa, em nome do cristianismo, respondeu às perdas políticas e religiosas iniciando as Cruzadas, ocorridas entre o final do século XI e o século XIII. Os Aiúbidas retomaram Jerusalém e expandiram seu domínio para outras áreas. Em seguida, o Império Mongol surgiu, conquistando vastas terras, desde a Coreia e a China até a Romênia e a Sérvia, passando por regiões como Irã, norte do Iraque, Síria, Cáucaso e Turquia. Importante notar que o Império Mongol se converteu ao Islã durante suas expansões, após o contato com o Oriente Médio. Por fim, o Império Otomano dominou a região do Oriente Médio por um longo período, expandindo-se desde o norte da Argélia até a Arábia Saudita, incluindo países como Tunísia, Líbia, Israel, Líbano, Jordânia, Grécia, Balcãs, Iraque, Kuwait, Iêmen e partes do Irã.” (LAPIDUS, 1988).

“Em decorrência desse histórico de ocupações, é fundamental compreender que o Oriente Médio não é exclusivamente composto por árabes muçulmanos, mas também abriga diversas minorias étnicas e religiosas. Essas comunidades disputam espaço político na região, o que complica ainda mais o cenário político local. Além disso, é importante notar que o norte da África já fazia parte tanto do Mediterrâneo quanto do Oriente Médio. Nesse contexto, o termo "pertencimento" refere-se ao conceito antropológico de ligação social, indicando a afiliação de um indivíduo a uma comunidade e a possibilidade de ter múltiplas formas de lealdade.” (SCHIOCCHET, 2011).

“Inicialmente, a Grã-Bretanha fez tentativas para proteger o reino de Hussein do controle de Ibn Saud, que era um aliado britânico. Entretanto, a partir de 1925, a Irmandade da Pureza havia conquistado todo o território correspondente à atual Arábia Saudita. A Irmandade

também buscou expandir suas fronteiras para áreas sob o domínio britânico no Iraque e na Jordânia. No entanto, o diplomata habilidoso Ibn Saud, também conhecido como Abdul Aziz, negociou um acordo com os britânicos. Como resultado, os britânicos acabaram por eliminar a Irmandade da Pureza e legitimar o reinado de Abdul Aziz sobre o que se tornou então a Arábia Saudita.” (FROMKIN, 2009).

Nos anos 1960, na Península Arábica, ocorreram eventos significativos. Em 1960, foram realizadas prospecções de petróleo, e em 1962, a região dos Emirados Árabes começou a exportar petróleo. Nesse mesmo ano, o Iêmen passou por transformações importantes, tornando-se uma República sob um governo socialista. O monarca Muhammad al-Badr foi deposto, o domínio britânico foi reduzido apenas ao sul do território, e o Iêmen do Norte foi estabelecido. Somente em 1967, o território que permanecia sob controle britânico tornou-se o Iêmen do Sul, adotando um governo comunista em 1970 (HOURANI, 1991).

2.4 PSICOLOGIA

A psicologia é uma disciplina ampla e dinâmica que contribui para uma melhor compreensão do comportamento humano, aprimoramento do bem-estar mental e desenvolvimento de estratégias para lidar com desafios pessoais e sociais. Ela desempenha um papel fundamental em nossa compreensão do que nos faz humanos. (TEIXEIRA, 2019)

Foucault (1990) observa que ao longo dos últimos 100 anos, a psicologia estabeleceu novas relações com diversas práticas, incluindo educação, medicina mental e organização de grupos. Essas práticas tornaram-se o alicerce racional e científico sobre o qual a psicologia se fundamenta. Além disso, a psicologia passou a investigar questões originadas dessas práticas, como o problema do sucesso ou fracasso escolar, a adaptação do indivíduo às condições de trabalho e as relações entre o paciente e a sociedade. É interessante notar que, devido a essa ligação constante com a prática e às trocas recíprocas, a psicologia no século XX assemelha-se às ciências naturais.

“A psicologia ocupa uma posição interdisciplinar, sobrepondo-se a outras ciências sociais, especialmente à sociologia. Enquanto os sociólogos se concentram em estudar grupos, processos grupais e forças sociais que moldam o comportamento humano, os psicólogos sociais direcionam sua atenção para as influências que os grupos e a sociedade exercem sobre os indivíduos. A ênfase central da psicologia recai sobre o ser humano como um indivíduo único, explorando a complexidade dos processos mentais e comportamentais em nível pessoal. A interseção entre psicologia e biologia é evidente. Os psicólogos fisiologistas, também

conhecidos como psico biólogos, investigam as conexões entre o comportamento e o funcionamento mental com a biologia. Eles estudam os papéis desempenhados pelo cérebro e pelo sistema nervoso em funções como memória, linguagem, sono, atenção, movimento, percepção, fome, sexo, raiva e alegria. Além disso, esses especialistas analisam doenças e lesões cerebrais, assim como os métodos de tratamento associados a essas condições. A colaboração entre a psicologia e a biologia permite uma compreensão mais profunda das bases biológicas dos comportamentos humanos e das condições mentais.” (Davidoff, 2001)

Watson (1913) decidiu elevar a psicologia ao status de uma ciência "respeitável". Para alcançar esse objetivo, ele advogou que os psicólogos deveriam adotar métodos objetivos e concentrar-se no estudo de comportamentos observáveis. Em 1912, Watson, uma figura proeminente e perspicaz, começou a dar palestras e escrever para divulgar suas ideias, dando origem ao movimento conhecido como behaviorismo. Esse movimento atraiu numerosos seguidores e, de uma maneira ou de outra, dominou o campo da psicologia por três décadas, desde a década de 1930 até os anos 1960. Atualmente, ainda exerce uma influência significativa sobre o campo da psicologia.

Freud (1905) não tentou exercer influência direta sobre a psicologia acadêmica; seu principal objetivo era ajudar as pessoas que sofriam de problemas neuróticos. Ao tratar desses problemas, Freud percebeu que a abordagem médica tradicional, que se concentrava nos sintomas físicos dos pacientes, não era eficaz. Muitos de seus colegas estavam utilizando a hipnose para tentar ajudar pacientes neuróticos, encorajando-os a expressar seus problemas durante um estado de transe hipnótico. Freud também experimentou a hipnose por um tempo, mas logo descobriu suas limitações. Nem todos os pacientes conseguiam entrar em transe, e mesmo quando conseguiam, as melhorias eram apenas temporárias.

Gradualmente, Freud desenvolveu um novo método conhecido como associação livre. Nesse procedimento, os pacientes eram encorajados a relaxar em um divã e a falar livremente sobre qualquer pensamento ou sentimento que viesse à mente, sem censura. Além disso, os pacientes eram incentivados a compartilhar seus sonhos. Freud analisava cuidadosamente todo o material que emergia durante essas sessões, em busca de desejos, medos, conflitos, impulsos e memórias que estavam além da consciência do paciente. Embora inicialmente tenha sido um desafio, essa abordagem revelou-se mais eficaz do que Freud esperava, permitindo que ele explorasse o mundo interior dos pacientes de maneira mais profunda. Essa técnica acabou se tornando a base para a psicanálise, a teoria e método que Freud desenvolveu para compreender a mente humana em níveis mais profundos.

“Freud desenvolveu suas ideias sobre personalidade e tratamento com base em milhares de horas dedicadas cuidadosamente, tanto como ouvinte atento durante as sessões de análise, quanto por meio de sua própria auto-observação. Além disso, ele foi influenciado por conceitos populares em biologia e filosofia que estavam em voga durante sua época. Essas influências, aliadas à sua vasta experiência clínica e às observações detalhadas feitas ao longo de sua carreira, foram cruciais para a formação das teorias psicanalíticas de Freud sobre a personalidade e o tratamento psicológico.” (Sulloway, 1979).

2.4.1 Psicologia organizacional

No estudo de Bernal (2010), é discutido o significado do trabalho na sociedade contemporânea, que teve suas raízes com o surgimento do capitalismo no século XVIII. O autor destaca o trabalho como uma condição vital para a sobrevivência do indivíduo, especialmente após a revolução industrial, que transformou significativamente a sociedade. A chegada da tecnologia moderna levou as pessoas a se adaptarem a esse novo estilo de vida, moldando gradualmente o mundo em que vivemos.

Bernal (2010) examina a relação entre o indivíduo moderno e seu trabalho, considerando a subjetividade que surge dessa interação. O trabalho não apenas transforma o homem, mas também é fundamental para sua constituição como ser humano, influenciando e sendo influenciado pela sociedade. O autor observa como o trabalho tornou-se um aspecto central da vida pública, criando laços sociais e moldando as interações humanas no ambiente de trabalho.

Ao longo do tempo, as dinâmicas do trabalho evoluíram, chegando à era da democracia social entre os séculos XIX e XX. Nesse período, os interesses dos trabalhadores estavam voltados para um ambiente de trabalho humanizado e justo, com melhorias nas condições laborais. Essa busca por um trabalho digno reflete não apenas a necessidade de subsistência, mas também a aspiração por uma sociedade mais equitativa e justa.

Malvezzi (2010) enfoca a Psicologia como uma disciplina voltada para a compreensão do aspecto psíquico do indivíduo, buscando torná-lo consciente de suas ações para melhorar sua qualidade de vida. Essa perspectiva implica em uma abordagem que visa promover a consciência das emoções, pensamentos e comportamentos, visando uma maior compreensão de si mesmo e, por conseguinte, uma vida mais equilibrada.

Quanto à relação da Psicologia com as organizações no contexto da modernidade, Guimarães (2008) destaca o papel do psicólogo na qualificação profissional. Isso envolve não apenas a adequação dos trabalhadores aos seus cargos, mas também o desenvolvimento de suas

habilidades. Essa abordagem visa aprimorar as competências dos trabalhadores, permitindo que eles se adaptem eficientemente aos desafios do ambiente de trabalho em constante transformação.

Em relação à busca pela modernização no Brasil, juntamente com a ascensão do capitalismo, Guimarães (2008) discute os objetivos das práticas do psicólogo nesse contexto. Estas práticas visam a maximização da produção, a racionalização do trabalho e a implementação dos princípios da administração científica. Em outras palavras, o papel do psicólogo é crucial para otimizar a produção, tornar os processos de trabalho mais eficientes e eficazes, alinhando-os com os princípios da gestão científica.

“A Psicologia inicialmente voltada à indústria atuava com o treinamento de pessoal, voltando-se para aspectos da visão taylorista que tinha como base achar o homem certo para o lugar certo visando lucro e produção.” (ARGIMON, BOAZ, ROSA, DALDON, WENDI, 2007).

“Dentro desse cenário, uma contribuição contemporânea significativa é a Psicologia Positiva, que se dedica a explorar o comportamento humano no ambiente de trabalho. Essa abordagem concentra-se em desenvolver habilidades com base nas qualidades intrínsecas do indivíduo, promovendo uma ligação mais estreita entre o trabalhador e suas atividades laborais.” (COGO, 2011).

Bastos, Yamamoto e Rodrigues citados por Zanelli (2004) exploram como os psicólogos que atuam na área organizacional e do trabalho, enfrentam os desafios na relação entre organização e sociedade. Eles tiveram que se adaptar às transformações no mundo laboral, abandonando a abordagem meramente mecânica do trabalho e passando a considerar aspectos como as interações no ambiente de trabalho, as dinâmicas de equipe e a saúde mental dos colaboradores. Isso levanta uma reflexão sobre o papel do psicólogo como promotor da saúde, embora na prática, isso apresente uma contradição. As organizações esperam altos níveis de produtividade e qualidade, mas muitas vezes não se preocupam com o significado do trabalho para os indivíduos. Assim, os psicólogos precisam capacitar os trabalhadores para alcançar resultados positivos, mesmo diante das limitações encontradas.

Santiago e Ramos (2009) observam que as organizações estão adotando novas políticas de recursos humanos que enfatizam a remuneração e o desenvolvimento pessoal, incentivando a iniciativa individual. Estas estratégias impactam na autonomia dos funcionários, no processo de recrutamento e seleção, bem como na segurança no trabalho. As organizações tentam atrair os trabalhadores oferecendo liberdade, mas simultaneamente exigem resultados excelentes em prazos curtos. A pressão do mercado de trabalho cria uma competição dentro dos grupos

laborais, tornando necessário que os psicólogos adotem estratégias para lidar com o sofrimento mental dos indivíduos.

Bastos, Yamamoto e Rodrigues (2013) abordam a importância do compromisso ético e social na prática do psicólogo no contexto das organizações de trabalho. Eles exploram os desafios enfrentados na prática profissional, considerando o compromisso social inerente à psicologia. Quando um psicólogo opta por atuar no ambiente corporativo, estabelece uma ligação entre os interesses da organização e as necessidades dos colaboradores, mesmo diante da crescente mecanização das organizações.

Segundo Tosi e Batomé (2003), o psicólogo colabora ativamente com a equipe de Recursos Humanos, sendo uma das atividades predominantes nesse contexto o recrutamento e seleção. Nesse processo, é essencial a cooperação, pois o psicólogo utiliza técnicas específicas que requerem um entendimento aprofundado das estratégias adotadas pela empresa para serem aplicadas de maneira eficaz.

Conforme apontado por Silva e Merlo (2007), é fundamental considerar a subjetividade dos psicólogos que trabalham no ambiente corporativo, destacando a questão da identidade profissional do psicólogo. Tradicionalmente, a psicologia é vista como uma profissão liberal; no entanto, ao ingressar no setor privado, o psicólogo torna-se um assalariado. Nesse contexto, sua liberdade profissional fica restrita pelas diretrizes da organização, mesmo quando atua na posição de consultor.

2.4.2 Psicologia cultural

A Psicologia Cultural é um ramo da psicologia que estuda como as influências culturais moldam o pensamento, comportamento e emoções das pessoas. Ela explora como valores, crenças, tradições e normas culturais afetam a mente humana e influenciam questões como identidade, adaptação, comunicação e resolução de problemas.

A psicologia cultural é um ramo da psicologia que se dedica ao estudo das influências culturais sobre o comportamento humano, os processos cognitivos e emocionais. Ela busca compreender como as normas, valores, tradições e práticas culturais moldam a mente e o comportamento das pessoas em diferentes contextos culturais ao redor do mundo.

Neste campo, os psicólogos culturais exploram as diferenças e semelhanças entre grupos culturais, examinando como a cultura afeta a percepção, o pensamento, as emoções, a linguagem e a interação social. Eles também investigam como as experiências culturais moldam

a identidade individual e coletiva, influenciando as crenças, atitudes e comportamentos das pessoas dentro de suas comunidades.

Um dos principais objetivos da psicologia cultural é promover a compreensão e a aceitação da diversidade cultural. Ela desafia as visões etnocêntricas e reconhece a importância de levar em consideração a cultura ao analisar e interpretar o comportamento humano. Ao entender as diferentes perspectivas culturais, os psicólogos culturais podem ajudar a evitar estereótipos e preconceitos, promovendo a comunicação intercultural e a colaboração entre grupos diversos.

A psicologia cultural também é aplicada em diversas áreas, como a psicologia clínica, a psicoterapia e a psicologia organizacional. Por exemplo, terapeutas culturais consideram as influências culturais ao tratar pacientes de diferentes origens étnicas e culturais, adaptando suas abordagens terapêuticas para serem culturalmente sensíveis e eficazes.

A psicologia cultural desempenha um papel importante na compreensão da complexidade do comportamento humano em contextos culturais diversos, promovendo o respeito pelas diferenças e a construção de sociedades mais inclusivas e harmoniosas. (Valsiner, 2012)

2.4.3 Psicologia entre os gêneros

“Durante o período em que frequentam o ensino médio, as adolescentes costumam se destacar em testes que envolvem habilidades linguísticas, demonstrando um melhor desempenho do que os adolescentes em tarefas que exigem rapidez e precisão na execução. Por outro lado, os adolescentes nessa faixa etária apresentam uma vantagem quando se trata de habilidades de raciocínio mecânico e visualização de relações espaciais entre objetos.” (Vandenberg e Kuse, 1979; Witkin e Goodenough, 1981). Esse padrão de habilidades diferenciais entre os gêneros é observado durante o ensino secundário, evidenciando variações nas aptidões cognitivas entre meninos e meninas nessa fase da educação.

“Da mesma forma, observa-se que os homens geralmente apresentam habilidades superiores em raciocínio matemático em comparação com as mulheres, embora essa diferença não seja tão pronunciada em cálculos e operações aritméticas.” (Benbow e Stanley, 1983; Marshall, 1984).

“Há duas discrepâncias adicionais que merecem destaque. Em comparação com as mulheres, os homens têm uma tendência maior para alcançar pontuações mais altas em testes

de inteligência geral na fase adulta e apresentam um desempenho ligeiramente superior em avaliações mentais (Samuel, 1980; Schaie et al., 1973; Matarazzo, 1972).

No entanto, para equilibrar esse cenário, é importante mencionar que há uma maior incidência de homens em comparação com mulheres que sofrem de deficiências de aprendizagem significativas (Petersen e Wittig, 1979; Maccoby e Jacklin, 1974). Estas variações nas habilidades cognitivas entre os gêneros ressaltam a complexidade das diferenças individuais e enfatizam a importância de considerar uma variedade de fatores ao avaliar as capacidades cognitivas de homens e mulheres.

“Apesar de um considerável número de pesquisadores confirmar essas diferenças de gênero, sua abrangência e relevância ainda permanecem pouco claras. Quando examinamos grupos diversos em termos de idade, gerações e culturas, sempre surgem exceções a esses padrões. Por exemplo, há evidências de que as habilidades cognitivas das gerações mais recentes de meninas e meninos nos Estados Unidos estão convergindo, indicando uma diminuição dessas discrepâncias.” (Freed, 1983, Rosenthal e Rubin, 1982; Tobias, 1980).

“Outro ponto de confusão em relação às diferenças de gênero na inteligência medida é a magnitude dessas disparidades. A variabilidade atribuída ao sexo representa apenas de 1% a 5% das variações observadas nos testes mentais.”(Hyde, 1981)

“Para muitos pesquisadores, essas diferenças são consideradas de importância prática insignificante, embora haja divergências de opiniões, pois alguns discordam dessa visão” (Rosenthal e Rubin, 1982).

A controvérsia mais intensa gira em torno da origem das disparidades de gênero na inteligência. Alguns estudiosos argumentam que essas diferenças são tão pequenas e inconsistentes que não faz sentido especular sobre elas (Caplan et al, 1985; Fairweather, 1976). No entanto, apesar da incerteza, as especulações e pesquisas sobre o tema continuam. Até o momento, seria prematuro optar entre explicações de base genética ou ambiental para qualquer capacidade cognitiva específica.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo será apresentada a metodologia de pesquisa utilizada para o estudo e desenvolvimento deste trabalho de conclusão. O intuito é a realização do método científico e indutivo.

Kant cita sobre o método indutivo, “O conhecimento é construído a partir de conceitos a priori e que a razão desempenha um papel fundamental na formulação de juízos universais.” Kant, (KANT, 1997, p.36).

De acordo com a citação de Immanuel Kant “ O conhecimento é obtido com conceitos da razão como a experiência com questões da realidade. ”

3.1 DELINEAMENTO

No delineamento da pesquisa, utilizaremos de natureza científica e indutiva, primordialmente enfatizar um estudo do assunto pelo modo científico buscando aprimorar as hipóteses com um entendimento de forma clara e abrangente, explorando as relações culturais, da mesma forma buscar a compreensão do estudo com pesquisas exploratórias e análises de dados, certificando o estudo e minando questões não especificadas anteriormente na finalização do trabalho.

O intuito do método científico e quantitativo é sistematizar o comportamento para obter conhecimento confiável e objetivo sobre o tema da pesquisa. Será realizada uma observação sistemática, formulada em hipóteses para coleta de dados e análises nas interpretações dos resultados, resultando em conclusões baseadas em evidências. Por intermédio de visitas a empresas com profissionais que negociam com o exterior e profissionais externos, o estudo busca a compreensão e o processo da realização do tema desse trabalho, a pesquisa bibliográfica gerando a criação de hipóteses que podem gerar grande avanços na conclusão do trabalho, enriquecendo a pesquisa e mais assertividade no objetivo final.

3.2 PARTICIPANTES DO ESTUDO

Os participantes da pesquisa de estudo e do tema problema apresentado neste trabalho será feita com profissionais do comércio e psicólogos especializados de acordo com a natureza da pesquisa.

Na pesquisa quantitativa, serão realizadas entrevistas com profissionais diretamente relacionados do ramo das negociações internacionais, desde pessoas autônomas a empresas multinacionais. Será elaborada uma entrevista de profundo interesse nas formas como são realizadas as negociações com a cultura exterior.

Para o desenvolvimento da pesquisa científica será feito um estudo com os profissionais da psicologia, estruturando e realizando demonstrações com os profissionais do comércio internacional informados acima.

Enfim, com as entrevistas e as demonstrações da pesquisa será possível realizar a observação conclusiva da tese desse trabalho, se tornando informações úteis e valiosas para a conclusão deste trabalho.

3.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Há diversas maneiras de coletar dados que são utilizados conforme o que precisa ser obtido de informações. Para um melhor entendimento da pesquisa quantitativa a forma de entrevista em profundidade será realizada de forma presencial ou on-line síncrona, entre o entrevistador e o entrevistado, na qual as questões serão formuladas e previamente desenvolvidas para forma o objetivo de coletar informações baseada nas respostas adversas entre os entrevistados, no entanto as perguntas serão as mesmas.

E para a pesquisa científica, será realizada pesquisa com os profissionais da psicologia, na qual será feita uma junção das técnicas conhecidas e aplicada nos mesmos entrevistados, gerando maior assertividade no estudo desse trabalho e gerando uma melhor conclusão.

Destarte, o processo de coleta de dados é realizado unicamente pelo pesquisador, que determina quais os tipos de questionário se adaptam com a sua necessidade de informações do tema proposto, podendo ser realizadas perguntas abertas ou fechadas. As questões de respostas abertas, possibilitam aos entrevistados dizer o que realmente pensam sobre o estudo do trabalho, nessa etapa as respostas serão discursivas. Já as perguntas fechadas, serão realizadas com restrição das respostas, não sendo provável a inserção de complemento na descrição pelo respondente.

3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS

No estudo serão usadas técnicas de análise em forma de dados objetivos e específicos por intermédio da pesquisa quantitativa, coligando correlações e tendência central nas respostas. As perguntas foram realizadas de forma presencial e on-line síncrono e dadas uma cópia para os entrevistados que tenham relações de negociações com os países de seu convívio, tornando a pesquisa bem abrangente e imparcial. Será feita uma lista dos membros envolvidos nessa pesquisa com o intuito de recolher e analisar as respostas e suas teorias e experiências,

argumentando e explorando a problematização elaborada neste trabalho. Com a intermediação das respostas mais objetivas perante a visão geral dos participantes desse estudo.

No que diz respeito à pesquisa científica, será elaborada uma pesquisa com os profissionais de psicologia com o conhecimento do tema abordado para a realização de uma junção das técnicas de negociação com o intuito de ser aplicada com os profissionais do comércio internacional. Sendo assim ter uma prévia análise do conteúdo já pesquisado com relação a problemática desta pesquisa, com objetivos oriundos da entrevista direta com os participantes.

Nas entrevistas com profundidade, serão apresentadas questões previamente elaboradas, podendo ser as respostas serem enviadas via e-mail ou manuscritas pela pesquisadora se a entrevista for presencial. A análise dos dados será realizada com o que cada participante responderá as perguntas determinadas, sendo vistas as semelhanças ou imparcialidade, onde tanto as igualdades e as diferenças serão apontadas e utilizadas na solução do problema abordado e a conclusão desse estudo.

4. ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

No decorrer da abordagem sobre os resultados gerados, será feito um cruzamento dos dados mais importantes na pesquisa qualitativa interligando com informações já apresentadas no referencial teórico deste trabalho, e uma análise das entrevistas realizadas com os profissionais da área de Comércio Internacional que estão diretamente focados em suas profissões observando pontos em comum e principais diferenças entre a opinião dos entrevistados.

Mais adiante, será realizada uma pesquisa quantitativa com os acadêmicos de comércio internacional, com o intuito de saber sobre esse assunto com os futuros profissionais da área.

No final, será feita uma análise geral interligando o referencial teórico, a pesquisa qualitativa e a pesquisa quantitativa.

4.1 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA QUALITATIVA

A análise dos dados inicialmente se dará através de entrevistas enriquecedoras com profissionais de empresas da área de negócios internacionais realizadas com 3 traders de diferentes empresas com vários ramos de produção para exportação e importação. As entrevistas foram realizadas presencialmente ou on-line síncrono. Foi feito um questionário de 7 perguntas bem abrangentes sobre o assunto deste trabalho.

Primeiramente, os entrevistados têm as respectivas idades de 24, 30, 48. Todos trabalham no comércio internacional. A primeira entrevista é uma trader do mercado da América Latina pela Tramontina; empresa localizada em Carlos Barbosa - RS, focada no ramo de cutelaria e demais utensílios de uso domésticos; possui várias experiências internacionais em países como Panamá, Guatemala, Costa Rica, Argentina e demais países.

O Segundo entrevistado, é trader pela empresa própria chamada Duarte Internacional; empresa localizada em Carlos Barbosa - RS, uma trading company que realiza as negociações pelas empresas contratantes; o mesmo possui experiência na área de 11 anos com visitas em mais de 54 países.

Na terceira entrevista foi realizada com um trader que trabalha pela empresa Plainview Assessoria Administrativa LTDA; empresa localizada na cidade de Nova Prata - RS, realiza serviços de assessorias para as empresas com o intuito de expandir para o mercado global; já foi expatriado para países como a China e México, possui mais de 20 anos de experiências na área de comércio internacional com início em 2003.

Dando início às entrevistas, foi questionado aos entrevistados se eles tem conhecimento sobre algumas das técnicas de negociações com base na psicologia. Foram discutidas diversas técnicas de negociação que se mostraram fundamentais para estabelecer acordos bem-

sucedidos, especialmente em contextos internacionais. Cada entrevistado compartilhou sua abordagem única e valiosa para lidar com negociações complexas e desafiadoras.

Entrevistada A destacou a importância de ter uma estratégia sólida ao negociar, adaptando-a às diferentes situações dos clientes. Ela enfatizou a necessidade de realizar uma análise comportamental detalhada, planejar cuidadosamente o processo de negociação e cultivar a empatia. Ela também mencionou a importância de acertar a abordagem, especialmente ao lidar com clientes no exterior, reconhecendo a diversidade cultural e comportamental que pode surgir nesses cenários.

Já o Entrevistado B enfatizou sua especialização em técnicas de persuasão e captação de clientes. Ele ressaltou que esse conhecimento específico lhe proporciona uma vantagem significativa ao negociar com clientes estrangeiros, aumentando sua probabilidade de sucesso. Sua habilidade em persuadir e atrair clientes desempenha um papel crucial em garantir negociações bem-sucedidas em um contexto internacional cada vez mais competitivo.

O Entrevistado C compartilhou sua abordagem, seguindo o método Harvard, que se baseia em sete princípios-chave: pessoas, interesses, opiniões, opções, legitimidade, critérios e comunicação. Ele explicou como esse método implica preparação meticulosa, envolvendo a seleção cuidadosa das pessoas certas nos momentos certos. Além disso, ele enfatizou a importância de considerar as diversas culturas e costumes presentes no ambiente de negociação. Integrar essas sensibilidades culturais em sua estratégia é vital para construir relacionamentos sólidos e alcançar acordos mutuamente benéficos em âmbitos internacionais.

Em uma análise geral sobre essa primeira questão, revelaram a diversidade de abordagens e técnicas utilizadas por profissionais habilidosos em negociações internacionais. Essas estratégias, que variam desde a análise comportamental até a aplicação de métodos estruturados como o método Harvard, demonstram a importância de adaptabilidade, empatia e compreensão cultural ao negociar em um mundo globalizado e multicultural.

Em questão mencionada, o método Harvard é conhecido como “Princípios da Negociação de Harvard”, é uma abordagem estruturada para negociações desenvolvida por professores da Harvard Law School, baseada em pesquisas e experiências práticas. Este método é amplamente utilizado em negociações empresariais, políticas e diplomáticas, bem como em diversos outros contextos. Esse método possui um contexto de 7 passos: Pessoas, Interesses, Negociação, Opções, Critérios, Legitimidade, Comunicação. O Método Harvard enfatiza a colaboração, a criatividade e a construção de relacionamentos positivos durante o processo de negociação. Ele é projetado para criar resultados que sejam aceitáveis e satisfatórios para todas as partes envolvidas, promovendo assim negociações mais eficazes e sustentáveis a longo prazo. Esses passos possuem muitas similaridades com algumas das técnicas que serão utilizadas neste trabalho.

- Pessoas: Concentre-se nas pessoas envolvidas na negociação. Entenda suas

perspectivas, preocupações, interesses e necessidades. Desenvolva empatia e construa um relacionamento de confiança.

- **Interesses:** Explore os interesses subjacentes de todas as partes envolvidas na negociação. Compreender os interesses reais ajuda a identificar soluções que atendam às necessidades de ambas as partes.
- **Opções:** Busque criar várias opções para um acordo mutuamente benéfico. Quanto mais alternativas você tiver, maior será a flexibilidade para encontrar uma solução que satisfaça todas as partes envolvidas.
- **Critérios:** Baseiam-se em critérios objetivos e justos ao avaliar propostas. Em vez de se concentrar apenas nas posições das partes, considere padrões de mercado, valores, princípios legais ou outras referências objetivas para fundamentar o acordo.
- **Legitimidade:** Construa a legitimidade de sua posição. Demonstre que suas propostas são fundamentadas em princípios justos, normas ou padrões reconhecidos. Isso aumenta a aceitação das partes envolvidas.
- **Comunicação:** Mantenha uma comunicação clara e aberta. Estabeleça canais de comunicação eficazes para garantir que todas as partes compreendam as informações, posições e propostas em discussão.
- **Compromisso:** Este último elemento refere-se à necessidade de as partes se comprometerem com o processo de negociação e com a busca de soluções mutuamente aceitáveis. O compromisso de todas as partes é essencial para alcançar um acordo duradouro.

Na segunda questão, foi solicitada a importância das técnicas de negociação em suas atividades diárias. Cada um dos entrevistados ressaltou aspectos específicos que ilustram como essas técnicas são fundamentais em suas rotinas profissionais.

Para a Entrevistada A, as técnicas de negociação são consideradas fundamentais no processo de fechamento de acordos. Ela destaca que essas estratégias são essenciais para garantir que as negociações sejam bem-sucedidas e que os acordos sejam alcançados de maneira satisfatória para todas as partes envolvidas. Sua visão enfatiza a importância de aplicar técnicas eficazes para assegurar resultados positivos.

O Entrevistado B, por sua vez, resalta que as técnicas de negociação são uma prática constante em seu trabalho. Ele destaca que essas técnicas são aplicadas em todas as negociações, independentemente de serem para atrair novos clientes ou para aumentar as vendas com clientes já existentes. Isso sublinha a abrangência e a aplicabilidade dessas estratégias em diversas situações comerciais, desde a aquisição até a retenção de clientes.

Para o Entrevistado C, as técnicas de negociação são consideradas essenciais para alcançar os melhores resultados possíveis. Sua resposta reflete a importância de empregar habilidades de negociação de forma eficaz, reconhecendo que essas técnicas desempenham um papel determinante no resultado final das negociações. A ênfase na essencialidade destas

técnicas ressalta sua relevância para alcançar metas e objetivos profissionais de maneira bem-sucedida.

Em conjunto, as respostas dos entrevistados destacam que as técnicas de negociação não são apenas ferramentas úteis, mas sim peças fundamentais no quebra-cabeça do sucesso profissional. Elas são vistas como instrumentos indispensáveis, permeando todas as etapas do processo de negociação e contribuindo significativamente para o alcance de acordos vantajosos e duradouros no mundo dos negócios.

Dando continuidade nas entrevistas, a terceira questão foi sobre o uso da psicologia nas negociações internacionais com base no embasamento dos outros países, ficou evidente que as percepções variam consideravelmente entre os entrevistados, refletindo a complexidade e a diversidade de estratégias adotadas por diferentes países e culturas no mundo dos negócios internacionais.

Para a entrevistada A, expressa uma visão oposta aos demais, indicando que não percebe a presença significativa da psicologia nas negociações internacionais. Sua resposta sugere uma perspectiva mais pragmática, enfocando talvez em aspectos mais tangíveis das negociações, como termos contratuais e aspectos comerciais, em vez de considerações psicológicas mais sutis.

Por outro lado, o Entrevistado B, revela que a presença da psicologia nas negociações internacionais é inegável e cada vez mais relevante. Ele observa que, em negociações de grande escala, a pressão psicológica desempenha um papel significativo. Segundo sua perspectiva, entender profundamente a neurolinguística é crucial, indicando que a habilidade de compreender as nuances psicológicas das negociações é essencial para alcançar o sucesso em contextos internacionais. Sua visão enfatiza a importância de abordagens psicológicas para entender as motivações, comportamentos e linguagem não verbal dos negociadores.

Finalmente, o Entrevistado C destaca a variabilidade cultural no uso da psicologia nas negociações internacionais. Ele observa que em algumas culturas a presença da psicologia é muito forte, indicando que fatores como etiqueta, hierarquia e sensibilidade cultural desempenham um papel central nas estratégias de negociação. No entanto, em outras culturas, a influência da psicologia nas negociações pode ser significativamente menor, com as partes se concentrando em outros aspectos do processo negocial.

Essas respostas ilustram que o uso da psicologia nas negociações internacionais é uma questão complexa e possui várias facetadas, influenciada por uma variedade de fatores, incluindo o contexto cultural, o tamanho das negociações e a abordagem específica adotada por cada negociador. A compreensão dessas nuances é crucial para os profissionais que desejam se envolver eficazmente no cenário internacional de negócios, destacando a importância da sensibilidade cultural e da adaptabilidade nas estratégias de negociação global.

A quarta questão pedida, foi uma visão de como as empresas dos entrevistados vêm aos negócios internacionais, perspectivas sobre o papel e a importância das negociações

internacionais para as empresas e profissionais envolvidos.

A Entrevistada A, destaca a importância fundamental das negociações internacionais tanto em sua carreira pessoal quanto para a empresa em que trabalha. Para ela, as negociações internacionais são a principal ferramenta de trabalho, indicando sua relevância direta para suas atividades profissionais diárias. Além disso, ela ressalta que, para a empresa, as negociações internacionais são essenciais para a expansão dos negócios e para o reconhecimento da marca em escala global. Sua visão destaca o papel estratégico das negociações internacionais na expansão e consolidação de uma marca internacionalmente reconhecida.

Para o Entrevistado B, cuja empresa opera exclusivamente no cenário internacional, as negociações internacionais são o núcleo essencial do seu negócio. Ele enfatiza que a empresa depende integralmente das negociações internacionais para sua subsistência, e, portanto, é imperativo ser especialista nesse campo. Isso inclui não apenas dominar as estratégias de negociação, mas também compreender profundamente as culturas de cada região e cliente. O respeito pela diversidade cultural é considerado fundamental para o sucesso nas negociações internacionais desta empresa.

Por fim, o Entrevistado C parece reforçar a ideia da diversidade cultural nas negociações internacionais, indicando que a presença e a importância das negociações variam significativamente entre diferentes culturas e regiões do mundo. Sua resposta destaca a complexidade das relações internacionais e a necessidade de compreender as nuances culturais ao negociar com diversas partes.

Em conjunto, essas respostas revelam a importância crítica das negociações internacionais tanto a nível pessoal quanto empresarial. Elas evidenciam que, para empresas globalizadas e profissionais que operam em um contexto internacional, a habilidade de negociar com sucesso em diferentes culturas não é apenas uma vantagem, mas uma necessidade fundamental para o crescimento e o reconhecimento em mercados globais cada vez mais interconectados.

Em sequência, para a quinta pergunta foi pedido em uma visão psíquica sobre os aspectos culturais nas negociações destaca a profunda influência que as diferenças culturais exercem sobre o comportamento das pessoas e, por consequência, sobre o processo de negociação. Os entrevistados oferecem insights sobre como a compreensão das nuances culturais é essencial para as negociações em contextos internacionais.

A Entrevistada A, ressalta a maneira como as culturas moldam as atitudes das pessoas durante as negociações. Ela destaca um exemplo interessante, mencionando países onde expressar um "não" direto é considerado rude ou inaceitável. Em vez de negar uma proposta, algumas culturas podem optar por adiar uma resposta, criando um desafio para os negociadores acostumados a uma comunicação direta. Essa observação realça a importância de entender as sutilezas culturais para interpretar as respostas durante as negociações.

O Entrevistado B oferece uma série de exemplos concretos de barreiras culturais que podem surgir nas negociações internacionais. Ele aponta para diferenças culturais específicas, como a relutância dos árabes em negociar com mulheres, os momentos de interrupção para a oração entre árabes e muçulmanos, a natureza reservada e formal dos russos, e as práticas únicas dos hindus. Estes exemplos ilustram como as crenças, tradições e valores culturais podem criar desafios únicos e complexos durante o processo de negociação.

Por fim, o Entrevistado C enfatiza a importância do conhecimento cultural para um resultado técnico bem-sucedido nas negociações. Ele destaca a necessidade de compreender detalhes técnicos específicos das leis locais, apontando um exemplo prático sobre a Incoterm CIF em alguns países africanos. Ao mencionar a responsabilidade sobre o frete e as possíveis surpresas desagradáveis, ele destaca como a falta de entendimento cultural pode levar a complicações financeiras e logísticas para os negociadores internacionais.

Analisando essas perspectivas, evidenciam a importância de uma compreensão profunda e sensível das diferenças culturais ao conduzir negociações internacionais. A capacidade de interpretar os sinais não verbais, compreender as normas sociais e respeitar as tradições culturais pode ser o diferencial entre o sucesso e o fracasso em um cenário global, onde a diversidade cultural é uma constante.

As observações dos entrevistados oferecem um vislumbre das complexidades culturais enfrentadas pelos negociadores em diferentes partes do mundo, desde o Oriente Médio até a África, passando pela Índia, Rússia e culturas latinas. Cada região traz consigo uma riqueza única de tradições, crenças e práticas que moldam profundamente a forma como os negócios são conduzidos.

No Oriente Médio, os entrevistados destacam a importância de compreender as sutilezas culturais, como a relutância em negociar com mulheres e as interrupções para orações que marcam a rotina diária em muitas nações árabes e muçulmanas. Essas práticas religiosas moldam os horários de trabalho e podem influenciar significativamente o ritmo e o timing das negociações.

Na Índia, uma nação rica em tradições e valores, os negociadores devem estar cientes das práticas únicas que definem os padrões de negociação. As nuances da comunicação indiana, que muitas vezes são indiretas e polidas, demandam uma compreensão profunda para evitar mal-entendidos e construir relações positivas.

No continente africano, questões aduaneiras e regulatórias variadas podem criar obstáculos inesperados para os negociadores internacionais. Cada país possui suas próprias leis e regulamentações, exigindo uma pesquisa aprofundada para evitar surpresas desagradáveis,

como o exemplo mencionado sobre a Incoterm CIF. A falta de conhecimento sobre essas leis locais pode levar a complicações logísticas e financeiras.

A visão dos russos para os negócios é frequentemente caracterizada por uma abordagem mais reservada e formal. Eles valorizam a seriedade e a objetividade nas negociações, esperando que os negociadores demonstrem conhecimento sólido sobre os assuntos discutidos. O entendimento dessa abordagem mais pragmática pode ajudar os negociadores a construir pontes com seus parceiros russos.

Por fim, a similaridade entre as culturas latinas é apontada como um fator interessante nas negociações internacionais. Países como Espanha, Itália e América Latina compartilham traços culturais comuns, como uma abordagem mais calorosa, foco nas relações pessoais e uma apreciação pela expressividade. Esses pontos em comum podem criar uma sensação de familiaridade e facilitar a comunicação entre as partes envolvidas.

Analisando todas as informações oferecidas nessa questão é correto afirmar que a compreensão dessas diferenças culturais é crucial para o sucesso das negociações internacionais. Ao reconhecer e respeitar as diferenças culturais, os negociadores podem construir relações mais sólidas, evitar mal-entendidos e criar um terreno fértil para acordos bem-sucedidos.

Prosseguindo com as entrevistas, a penúltima pergunta enfatiza a importância de se ter autoconhecimento e como isso ajuda nos aspectos psicológicos nos negócios. As respostas dos entrevistados destacam a importância do autoconhecimento e da inteligência emocional nas negociações, revelando como a compreensão dos aspectos psicológicos pode ser uma vantagem crucial no mundo dos negócios.

Para a Entrevistada A, seu autoconhecimento é evidente na capacidade rápida de adaptação e resposta, na habilidade de falar sob pressão e na análise perspicaz das situações. Além disso, ela menciona sua inteligência emocional, indicando uma habilidade crucial para entender e gerenciar suas próprias emoções e as emoções dos outros durante as negociações. Sua confiança e adaptabilidade sugerem um alto grau de autoconsciência e controle emocional.

O Entrevistado B, enfatiza a jornada pessoal de crescimento através das negociações. Ele percebe cada negociação como uma oportunidade de evolução pessoal, onde experiência e entendimento ajudam a alcançar um autoconhecimento mais profundo. A aprendizagem contínua e a busca pela excelência são consideradas motores poderosos para entender a própria personalidade, limites e potenciais.

O Entrevistado C, destaca a importância da experiência de longa data na negociação. Ele menciona a "frieza das decisões", indicando a capacidade de manter a calma e racionalidade

mesmo em situações de alta pressão. Sua resposta reflete um autoconhecimento desenvolvido ao longo dos anos, onde a prática e a formação contínua moldaram suas habilidades e decisões.

Essas respostas ilustram como o autoconhecimento, a inteligência emocional e a experiência são elementos vitais nas negociações. A compreensão de suas próprias emoções, limitações e habilidades não apenas ajuda os negociadores a enfrentar desafios com confiança, mas também lhes permite adaptar suas estratégias de negociação para diferentes situações e interlocutores. O autoconhecimento não é apenas uma ferramenta poderosa, mas uma jornada contínua de aprendizado e crescimento pessoal no mundo complexo e dinâmico das negociações. Isso gera uma visão maior para o mindset de cada pessoa.

O termo "mindset" refere-se ao conjunto de crenças, atitudes e mentalidade que uma pessoa possui, moldando sua percepção da realidade, suas habilidades e sua abordagem diante dos desafios. No contexto dos negócios, o mindset também desempenha um papel importante. Empreendedores com um mindset de crescimento estão mais propensos a assumir riscos calculados, a inovar e a enfrentar a concorrência de forma proativa. Eles veem os obstáculos como oportunidades para aprender e crescer, o que pode levar a soluções criativas e inovadoras para os desafios empresariais.

Além disso, o mindset também está ligado à mentalidade positiva e à autoconfiança. Indivíduos com um mindset de crescimento tendem a ter uma visão mais otimista da vida e acreditam que têm o poder de moldar seu próprio destino. Isso pode aumentar sua motivação para alcançar metas e superar obstáculos.

Para finalizar as entrevistas, a última questão foi focada num âmbito global sobre as áreas que poderiam ser aprimoradas no contexto dos negócios internacionais, destacando desafios específicos que os profissionais enfrentam ao lidar com transações globais.

A Entrevistada A, ressalta a necessidade de melhor acesso a dados e informações prévias sobre países e clientes específicos. Ela destaca a importância de ter informações detalhadas e acessíveis para encurtar os processos de negociação. A disponibilidade de dados relevantes e precisos pode permitir que as empresas tomem decisões mais informadas, adaptando suas estratégias de negociação de acordo com as particularidades de cada mercado internacional.

O Entrevistado B, destaca um desafio fundamental: a compreensão das diferenças culturais. Ele observa que muitos vendedores não conseguem reconhecer o impacto direto das diferenças culturais nos resultados das negociações. Embora essas diferenças possam gerar conflitos, ele também reconhece que são essas peculiaridades culturais que tornam cada negociação internacional única. A aceitação e compreensão das diversas culturas são

fundamentais para estabelecer relacionamentos positivos e bem-sucedidos em contextos globais.

O Entrevistado C, foca na questão logística, apontando que uma parcela significativa do tempo em uma exportação é consumida pelos processos logísticos. Ele destaca que, melhorando a eficiência logística, é possível aumentar a competitividade dos produtos nacionais nos mercados internacionais. Otimizar os processos logísticos não apenas economiza tempo, mas também reduz custos, tornando os produtos nacionais mais atraentes para os compradores internacionais.

Analisando as respostas dos entrevistados, fica evidente que as melhorias necessárias nos negócios internacionais estão intrinsecamente ligadas a três pilares fundamentais: acesso a informações detalhadas, compreensão cultural aprofundada e otimização dos processos logísticos. Esses elementos essenciais formam a espinha dorsal de uma estratégia bem-sucedida para empresas que buscam expandir sua presença global.

O acesso a informações detalhadas é crucial para que as empresas estejam armadas com dados precisos sobre mercados específicos, comportamento do consumidor e concorrência local. Informações detalhadas fornecem análises importantes que podem orientar as decisões estratégicas, desde a personalização de produtos até a definição de estratégias de marketing eficazes. Além disso, essas informações ajudam a antecipar tendências e mudanças no mercado internacional, permitindo uma adaptação ágil às demandas do consumidor global.

A compreensão cultural aprofundada é uma habilidade indispensável em negociações internacionais. O respeito e a compreensão das normas sociais, valores e tradições de diferentes culturas são essenciais para estabelecer conexões significativas com clientes e parceiros estrangeiros. A sensibilidade cultural não apenas evita mal-entendidos, mas também cria um ambiente de confiança e respeito mútuo, fundamentais para o sucesso a longo prazo nos mercados internacionais.

A otimização dos processos logísticos é outra área-chave que exige atenção cuidadosa. A eficiência na cadeia de suprimentos, transporte e distribuição é fundamental para reduzir custos, minimizar prazos de entrega e garantir a integridade dos produtos durante o transporte. Investir em tecnologia e estratégias logísticas inovadoras não apenas economiza tempo e recursos, mas também fortalece a reputação da empresa, proporcionando uma experiência positiva aos clientes internacionais.

Ao enfrentar esses desafios de maneira eficaz, as empresas não apenas fortalecem sua posição nos mercados internacionais, mas também estabelecem relações sólidas e sustentáveis com clientes e parceiros ao redor do mundo. A capacidade de integrar informações detalhadas,

compreensão cultural e eficiência logística não apenas impulsiona o crescimento global, mas também cria bases sólidas para uma presença internacional duradoura e bem-sucedida.

Em resumo, ao analisar as entrevistas dos homens (Entrevistados B e C) e das mulheres (Entrevistada A) sobre negociações internacionais, é possível observar algumas diferenças de perspectivas e ênfases em relação aos desafios e estratégias necessários para lidar com transações globais.

A Entrevistada A enfatiza a importância da adaptação, da análise comportamental detalhada e da empatia ao negociar internacionalmente. Ela destaca a necessidade de acertar a abordagem, especialmente ao lidar com clientes no exterior, reconhecendo a diversidade cultural e comportamental. Sua visão é mais centrada nas relações interpessoais e na sensibilidade cultural, indicando uma abordagem humanizada nas negociações.

Em contra visão, o Entrevistado B destaca suas habilidades em técnicas de persuasão e captação de clientes. Ele ressalta a importância de entender profundamente a neurolinguística e as diferenças psicológicas das negociações internacionais. Sua ênfase está na psicologia por trás das negociações, destacando a importância de compreender as motivações e comportamentos dos negociadores.

O Entrevistado C segue uma abordagem estruturada, que incorpora princípios-chave como pessoas, interesses, opções, critérios e comunicação. Ele também enfatiza a importância do conhecimento cultural específico das leis locais e das práticas de negociação em diferentes regiões. Sua perspectiva é mais focada na preparação meticulosa e na aplicação de metodologias estruturadas.

Comparando essas abordagens, pode-se notar que a Entrevistada A prioriza a compreensão emocional e cultural, enquanto o Entrevistado B se concentra mais na psicologia e nas técnicas persuasivas. O Entrevistado C, por sua vez, valoriza a preparação meticulosa e a integração das diferenças culturais em uma metodologia estruturada.

Essas diferenças de perspectivas podem ser atribuídas a uma variedade de fatores, incluindo experiências pessoais, treinamento profissional e contextos culturais específicos. Cada entrevistado traz uma abordagem única para o mundo das negociações internacionais, mostrando que não há uma única fórmula para o sucesso nesse campo diversificado e desafiador. Em última análise, a combinação de sensibilidade cultural, inteligência emocional e habilidades técnicas parece ser essencial para alcançar resultados positivos nas negociações internacionais, independentemente do gênero do negociador.

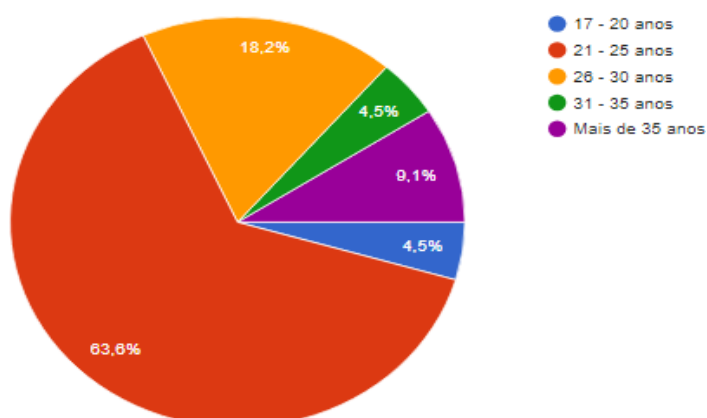
4.2 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA QUANTITATIVA

Para realizar a pesquisa quantitativa, foram aplicados questionários aos estudantes do curso de Comércio Internacional da Universidade de Caxias do Sul. O objetivo principal deste estudo foi avaliar em que medida os futuros profissionais da área ampliam seu conhecimento sobre o tema abordado neste trabalho e quanto consideram essa questão relevante para a profissão. O questionário consistiu em sete perguntas diretas, incluindo uma questão dissertativa. No total, obtivemos 30 questionários preenchidos e concluídos.

Inicialmente, buscamos entender a faixa etária dos estudantes para ganhar uma visão mais aprofundada sobre como os alunos entre 17 e 25 anos percebem o tema deste estudo em comparação com aqueles com mais de 25 anos. Observamos que a maioria esmagadora dos participantes tinha entre 21 e 25 anos, representando 63,6% do total. Os demais estudantes tinham idades superiores a 25 anos, sendo 18,20% na faixa etária de 26 a 30 anos, 4,5% entre 31 e 35 anos, e 13,7% com 35 anos ou mais.

É importante ressaltar que esse perfil demográfico dos participantes fornece uma base sólida para a análise dos resultados da pesquisa. Com uma maioria significativa de estudantes na faixa etária de 21 a 25 anos, podemos ter uma compreensão mais precisa de como essa faixa etária percebe o assunto em questão, permitindo comparações valiosas com as opiniões dos alunos mais velhos.

Figura 1. Faixa etária dos estudantes.



Fonte: Criado pela autora

Além disso, a segunda pergunta do questionário visou investigar se os estudantes já estavam inseridos no mercado de trabalho em suas respectivas áreas de estudo e, em caso

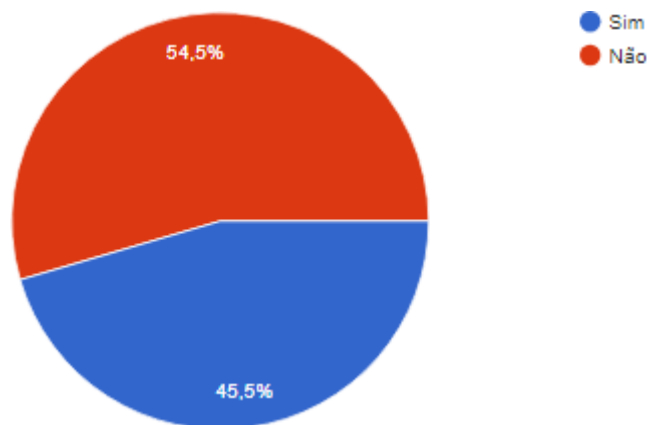
afirmativo, quais funções estavam desempenhando. Os resultados revelaram que aproximadamente 45,5% dos alunos já estavam empregados no campo do comércio internacional, enquanto os restantes 54,5% ainda não haviam ingressado no mercado de trabalho nessa área específica.

Entre os estudantes que já estavam trabalhando, muitos estavam envolvidos em atividades relacionadas à exportação e importação. Além disso, algumas pessoas estavam atuando em setores de vendas, especialmente em empresas de comércio exterior conhecidas como trading companies. Esse dado sugere uma conexão direta entre a formação acadêmica dos alunos e suas experiências profissionais, indicando uma forte ligação entre o curso de Comércio Internacional e as oportunidades de emprego prático nessa área.

Por outro lado, para os 54,5% dos estudantes que ainda não estavam trabalhando na área, questionou-se se tinham interesse em atuar nesse campo e, em caso afirmativo, quais funções gostariam de desempenhar. A maioria expressou um interesse significativo em trabalhar no setor de comércio internacional, e as funções mais desejadas incluíam aquelas relacionadas à exportação e importação. Além disso, muitos alunos manifestaram interesse em oportunidades de expatriação, bem como em se tornarem vendedores internacionais, conhecidos como traders.

Esses resultados destacam não apenas o interesse dos estudantes em ingressar no campo do comércio internacional, mas também fornecem insights valiosos sobre as áreas específicas dentro desse setor que despertam maior interesse entre os futuros profissionais da área.

Figura 2. Estudantes que atuam no campo do comércio internacional.



Fonte: Criado pela autora

O comércio internacional desempenha um papel fundamental na economia global, promovendo a interconexão de nações, o intercâmbio de bens, serviços e recursos, e desempenhando um papel significativo no desenvolvimento econômico de países em todo o mundo. Este fenômeno econômico envolve a compra, venda e troca de mercadorias e serviços entre diferentes países, resultando em uma rede complexa de transações que abrange continentes e culturas.

Existem várias razões pelas quais o comércio internacional é considerado crucial para as economias modernas. Em primeiro lugar, ele permite que os países explorem suas vantagens comparativas, produzindo e exportando produtos nos quais são mais eficientes, enquanto importam bens e serviços que podem ser produzidos com maior eficiência em outros lugares. Isso resulta em maior eficiência produtiva e em uma alocação mais eficiente dos recursos, contribuindo para o crescimento econômico.

Além disso, o comércio internacional é o principal fator de crescimento econômico ao expandir o acesso a mercados globais. Isso cria oportunidades para as empresas alcançarem novos clientes e mercados, estimulando o empreendedorismo, a inovação e a competitividade. À medida que as empresas se expandem globalmente, elas geram empregos, melhoram a produtividade e contribuem para o desenvolvimento tecnológico.

O comércio internacional também é uma ferramenta poderosa para a redução da pobreza e o aumento do padrão de vida. Ao possibilitar o acesso a uma variedade mais ampla de produtos a preços competitivos, o comércio beneficia os consumidores, permitindo-lhes adquirir uma variedade de bens e serviços a preços mais acessíveis. Além disso, o comércio internacional é um meio de transferência de conhecimento e tecnologia entre países, fortalecendo os laços econômicos e culturais.

No entanto, o comércio internacional não está isento de desafios e controvérsias. Questões relacionadas a barreiras comerciais, tarifas, normas sanitárias e fitossanitárias, propriedade intelectual e práticas comerciais desleais podem surgir e criar tensões entre as nações. O equilíbrio entre os benefícios e os riscos do comércio internacional é uma questão complexa que requer cooperação e negociações entre os países.

Para melhor entendimento sobre o comércio internacional, o mesmo desempenha um papel crucial na economia global, impulsionando o crescimento econômico, a inovação e o acesso a uma ampla gama de produtos e serviços. É uma força que molda o cenário econômico mundial e promove a interdependência entre as nações, tornando-se uma peça fundamental no quebra-cabeça da economia global.

Em seguida na pesquisa, a primeira questão mais objetiva e dissertativa para este trabalho, o intuito da questão foi para compreender o quanto os alunos conhecem os negócios internacionais.

Com base nas respostas obtidas, foi verificado que a visão sobre negócios internacionais, exige não apenas uma compreensão profunda dos produtos ou serviços negociados, mas também um conhecimento aprofundado das culturas e práticas comerciais específicas de cada mercado. Este cenário dinâmico requer estratégias de negociação adaptáveis e sensíveis às nuances culturais e aos riscos envolvidos. Neste contexto, este trabalho explora as complexidades dos negócios internacionais, destacando a importância de uma abordagem personalizada e bem informada para obter sucesso nas negociações.

Negociações internacionais são intrinsecamente complexas e desafiantes. Uma abordagem eficaz deve ser sensível às culturas envolvidas, compreendendo profundamente as práticas comerciais específicas a cada mercado e sendo proativa na gestão de riscos. Em última análise, o sucesso nas negociações internacionais reside na capacidade de adaptar estratégias de negociação à medida que se navega por uma paisagem comercial global em constante mudança, garantindo assim relações comerciais duradouras e mutuamente benéficas.

Negociar internacionalmente é verdadeiramente um jogo de interesses, onde o equilíbrio entre ganhos e perdas é crucial. A capacidade de ler as sutilezas culturais, adaptar estratégias de negociação e gerenciar riscos de forma inteligente é o que define os vencedores neste cenário global. Em última análise, uma compreensão profunda das nuances culturais e uma abordagem flexível para as estratégias e riscos são a chave para construir relacionamentos duradouros e bem-sucedidos no mundo dos negócios internacionais.

A riqueza de uma nação não é apenas determinada por recursos naturais ou fatores econômicos tradicionais, como defendido pela economia clássica. Na realidade, a prosperidade nacional é construída pela capacidade de inovação e atualização da indústria. Empresas alcançam vantagem competitiva devido à pressão de rivais fortes, fornecedores agressivos e clientes exigentes no mercado interno. Em um contexto global competitivo, as nações se tornam mais relevantes. A competição agora foca na criação e assimilação de conhecimento, intensificando o papel das nações. A vantagem competitiva é localizada, influenciada por valores, cultura, instituições e história. Cada país tem padrões distintos de competitividade, e o sucesso vem de um ambiente doméstico orientado para o futuro e desafiador.

Baseando esse conhecimento sobre os negócios e analisando as respostas obtidas, foi visto que há uma certa incerteza de parte dos estudantes sobre o que realmente é os negócios

internacionais. Segundo alguns relatos escritos, o conhecimento que muitos possuem sobre o assunto vem em relação às matérias aprendidas na universidade.

Com vista aos estudos falado sobre os estudantes, o ensino nas universidades sobre negócios internacionais desempenha um papel vital na preparação de estudantes para enfrentar os desafios complexos e dinâmicos do mundo dos negócios globalizado. À medida que as fronteiras se tornam cada vez mais permeáveis, as empresas necessitam de profissionais qualificados que compreendam não apenas as práticas de negócios, mas também as complexidades culturais, políticas e econômicas dos mercados internacionais. Os cursos de negócios internacionais oferecidos pelas universidades desempenham um papel crucial ao fornecer uma educação abrangente e interdisciplinar aos estudantes.

Em primeiro lugar, esses programas acadêmicos geralmente oferecem uma compreensão profunda dos princípios fundamentais dos negócios, incluindo finanças, marketing, gestão, logística e estratégia. No entanto, eles vão além, abordando questões específicas relacionadas ao comércio internacional, como acordos comerciais, políticas tarifárias, barreiras comerciais, regulamentações alfandegárias e práticas comerciais globais. Os estudantes aprendem a analisar e entender o ambiente econômico internacional, identificando oportunidades de mercado e riscos associados.

Além disso, os cursos que abrangem negócios internacionais focam na sensibilização cultural e na inteligência cultural, preparando os alunos para interagir eficazmente em contextos interculturais. A capacidade de compreender e respeitar as diferenças culturais é essencial para estabelecer relações de negócios bem-sucedidas em um cenário global diversificado.

Outro aspecto importante do ensino em negócios internacionais é a ênfase na ética e responsabilidade social corporativa. Os estudantes são incentivados a considerar o impacto social e ambiental de suas decisões de negócios, promovendo práticas sustentáveis e responsáveis em contextos internacionais.

Ademais, muitos programas de negócios internacionais oferecem oportunidades de estudo no exterior, estágios em empresas globais e colaborações com organizações internacionais, proporcionando aos alunos uma experiência prática e imersiva no mundo dos negócios internacionais.

Em um cenário econômico em constante mudança e globalização contínua, os cursos de negócios internacionais desempenham um papel essencial ao equipar os estudantes com habilidades práticas, conhecimento teórico e perspicácia cultural necessários para se destacar em um mercado global altamente competitivo. Ao investir no ensino de negócios internacionais, as universidades capacitam os futuros líderes empresariais a navegar com sucesso no intrincado

cenário dos negócios globais, impulsionando a inovação, o comércio internacional e o crescimento econômico em escala global.

Dando continuidade na pesquisa, na pergunta seguinte foi questionado se os alunos teriam conhecimento sobre algumas técnicas de negociações informadas para eles selecionarem.

A análise do gráfico revela padrões interessantes sobre as técnicas de negociação mais amplamente reconhecidas pelos entrevistados, bem como suas atitudes e abordagens em relação aos negócios. A técnica "perde/ganha" surge como a mais predominante, sendo reconhecida por uma maioria significativa de 68,2% dos entrevistados. Esse resultado sugere que essa abordagem é amplamente utilizada no dia-a-dia dos negócios, indicando uma mentalidade competitiva e ambiciosa entre os participantes. Os adeptos dessa técnica estão dispostos a assumir uma postura agressiva para alcançar seus objetivos, mesmo que isso signifique adotar estratégias que possam gerar conflitos e relacionamentos comerciais menos duradouros.

Em contraste, a técnica de "ancoragem" é reconhecida por 40,9% dos entrevistados. Esse resultado indica uma compreensão considerável sobre a importância da persuasão nas negociações. A ancoragem envolve influenciar as decisões da outra parte ao apresentar informações iniciais ou pontos de referência que moldam sua percepção. A popularidade dessa técnica sugere uma apreciação dos entrevistados pela sutileza e persuasão, buscando influenciar as negociações de maneira mais sutil e eficaz.

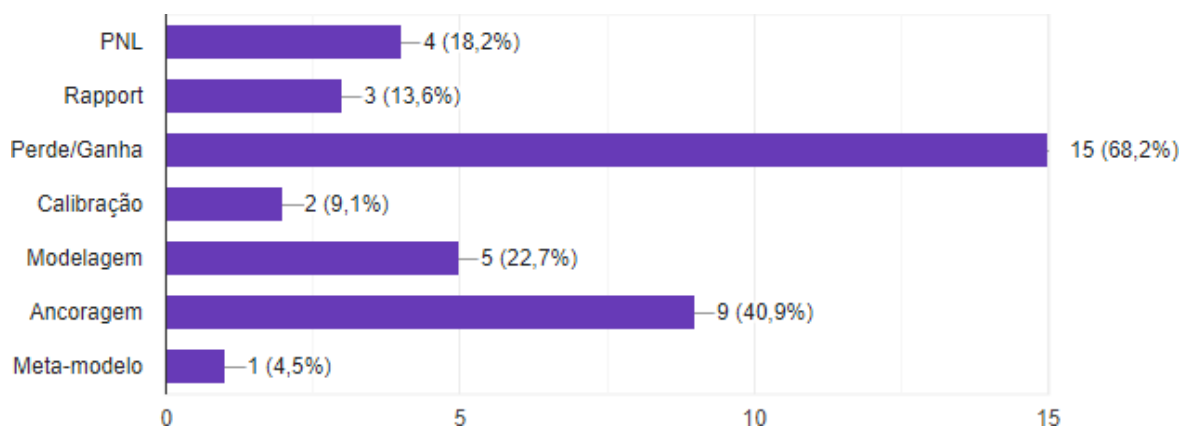
Além disso, 22,7% dos entrevistados demonstraram conhecimento em modelagem, indicando uma abordagem mais estratégica nas negociações. A modelagem envolve a criação de um modelo de comportamento ou estrutura de pensamento para entender melhor o outro lado e adaptar as estratégias de negociação de acordo. Esse grupo de entrevistados parece adotar uma abordagem mais calculada e planejada para suas interações comerciais, focando na compreensão profunda das dinâmicas envolvidas.

É interessante notar que técnicas como PNL (Programação Neurolinguística) e Rapport, embora essenciais para construir relacionamentos sólidos e facilitar a comunicação eficaz, são menos conhecidas entre os entrevistados, com uma taxa de reconhecimento de 18,2% e 13,6%, respectivamente. Isso pode indicar uma lacuna de conhecimento sobre a importância das habilidades interpessoais e da empatia nas negociações. A falta de compreensão dessas técnicas pode limitar a capacidade dos negociadores de estabelecer conexões significativas e de longo prazo com seus parceiros comerciais.

A análise do gráfico revela que, embora a abordagem "perde/ganha" seja amplamente reconhecida e possa ser popular no mundo dos negócios, existem outras técnicas igualmente

importantes, como ancoragem, modelagem, PNL e Rapport, que podem ser exploradas para aprimorar as habilidades de negociação. Uma compreensão equilibrada e aplicação dessas diversas técnicas pode levar a negociações mais eficazes, duradouras e mutuamente benéficas no cenário comercial.

Figura 3. Técnicas de negociações conhecidas.



Fonte: Criada pela Autora

Sobre as técnicas informadas para os estudantes é possível dar uma análise mais ampla sobre cada uma delas. Dando início as técnicas, iniciamos com a Programação Neurolinguística (PNL), é uma técnica que se baseia na influência da percepção do mundo no comportamento e nos resultados das pessoas. No contexto profissional, a PNL é uma ferramenta valiosa para a realização de ideias, a gestão de conflitos e o sucesso das partes envolvidas, especialmente para empresas que buscam alcançar metas específicas.

A comunicação eficaz é um pilar fundamental da PNL no ambiente profissional. Esta técnica visa melhorar tanto a comunicação verbal quanto a não verbal. Profissionais podem aprender a adaptar seus estilos de comunicação para estabelecer uma conexão mais profunda com os clientes, especialmente em negociações internacionais. Ao entender os diferentes estilos de comunicação das pessoas e ajustar a linguagem de acordo, é possível estabelecer e influenciar positivamente as ideias apresentadas pelas partes envolvidas.

No início de qualquer reunião, a comunicação pode ser um ponto crucial para evitar conflitos, especialmente considerando as diferenças culturais. Por exemplo, no Brasil, a entonação das palavras em português pode indicar emoções e atitudes diferentes. Um tom mais agudo pode expressar alegria ou exasperação, enquanto um tom grave pode denotar

irritabilidade ou calma. Por outro lado, no inglês americano, a entonação é mais constante, o que pode dificultar a interpretação das expressões durante as negociações. No caso do inglês indiano, influenciado pela língua hindu, os tons e nuances são mais semelhantes ao português, o que pode facilitar a comunicação e compreensão em negociações com indianos.

Além da linguagem verbal, a linguagem corporal desempenha um papel crucial. De acordo com Richard Bandler e John Grinder, criadores da PNL, o corpo fala tanto ou mais do que as palavras. Portanto, ao observar tanto a comunicação verbal quanto a não verbal em uma reunião de negócios internacional, é possível criar um ambiente propício para alcançar os objetivos desejados, controlando a atmosfera e garantindo uma colaboração eficaz entre as partes.

Além disso, a pesquisa contínua de Richard Bandler e John Grinder na Programação Neurolinguística integra-se com a técnica do Rapport. Este último é um termo usado para descrever uma relação empática e harmoniosa entre duas ou mais pessoas, caracterizada por confiança, mútua compreensão e comunicação eficaz. Essa habilidade é essencial em várias áreas da vida, incluindo negócios, vendas, terapia e interações sociais.

No contexto do Rapport, as pessoas estabelecem uma conexão emocional e mental, criando uma relação de confiança e respeito mútuo. Isso é alcançado quando as pessoas demonstram um genuíno interesse nas experiências, opiniões e sentimentos umas das outras. O Rapport é construído através de técnicas como espelhamento (sutil imitação dos gestos, linguagem corporal ou tom de voz da outra pessoa), escuta ativa (demonstração de interesse genuíno pelo que a outra pessoa está dizendo), empatia (compreensão e compartilhamento dos sentimentos da outra pessoa) e linguagem corporal positiva (postura aberta, contato visual e sorrisos).

Desenvolver um bom Rapport pode facilitar a comunicação, resolver conflitos de maneira eficaz, estabelecer relacionamentos profissionais sólidos e aprimorar as interações sociais em geral. Trata-se de uma habilidade valiosa para estabelecer conexões significativas e produtivas com os outros, sendo essencial para o sucesso em várias áreas da vida.

A terceira opção na pesquisa quantitativa desse trabalho foi a expressão "Perde/Ganha" que refere-se a uma mentalidade ou abordagem em que uma das partes envolvidas em uma situação sai perdendo enquanto a outra sai ganhando. É uma abordagem comum em muitos aspectos da vida, onde uma pessoa ou grupo obtém sucesso ou benefício à custa de outra pessoa ou grupo que sai em desvantagem. Esta mentalidade frequentemente leva a situações de competição extrema, onde o sucesso de um é diretamente proporcional à perda do outro.

Em contextos de negociação ou colaboração, uma mentalidade de Perde/Ganha pode resultar em desequilíbrios, ressentimentos e falta de cooperação a longo prazo. Em vez disso, é muitas vezes preferível adotar uma mentalidade de Ganha/Ganha, em que ambas as partes buscam soluções que beneficiem a todos, promovendo relações mais saudáveis e sustentáveis.

Nos negócios, uma mentalidade de Perde/Ganha pode ser vista em estratégias agressivas de competição, onde uma empresa ganha market share às custas de outras, levando à falência ou à redução de lucros dos concorrentes. Da mesma forma, em relações pessoais, uma mentalidade de Perde/Ganha pode surgir quando alguém busca ganhar vantagem manipulando ou prejudicando os outros.

Embora essa abordagem possa oferecer ganhos imediatos para um lado, ela geralmente resulta em ressentimentos, conflitos e relacionamentos prejudicados no longo prazo. Pessoas que se sentem constantemente derrotadas podem se sentir desmotivadas e desvalorizadas, o que pode levar a um ciclo de negatividade.

Em contraste, a abordagem de Ganha/Ganha, onde todas as partes envolvidas buscam soluções que beneficiem a todos, promove um ambiente mais saudável e colaborativo. Isso não apenas constrói relacionamentos mais fortes e positivos, mas também estabelece bases para o crescimento sustentável a longo prazo. Ao adotar uma mentalidade de Ganha/Ganha, as pessoas podem encontrar maneiras inovadoras de colaborar, resolver problemas e alcançar objetivos compartilhados, criando um ambiente mais equitativo e produtivo para todos os envolvidos.

Outra parte dos fundamentos da PNL é a Calibragem, que foi a quarta opção dada na pesquisa. É uma técnica fundamental na Programação Neurolinguística, envolve a habilidade de observar e interpretar tanto as pistas verbais quanto não verbais de uma pessoa, proporcionando insights sobre seus estados emocionais, pensamentos e comportamentos. É frequentemente descrita como a capacidade de "ler" as pessoas, ou seja, entender suas emoções e intenções através de expressões faciais, linguagem corporal, tom de voz e outros sinais não verbais.

Para calibrar eficazmente, é necessário estar plenamente presente e atento durante a interação, observando detalhes sutis, como mudanças na respiração, microexpressões faciais e gestos involuntários. Essas nuances revelam informações cruciais sobre o estado emocional da pessoa, proporcionando uma compreensão mais profunda. Ao calibrar com precisão, é possível adaptar a comunicação para estabelecer uma conexão empática e significativa com os outros. Por exemplo, durante uma negociação, ao calibrar as reações do interlocutor, é possível ajustar a abordagem para criar rapport, construir confiança e influenciar positivamente a conversa.

Além disso, a calibragem também é valiosa para compreender o próprio estado emocional e mental. Ao prestar atenção às sensações corporais e emoções pessoais, é possível ganhar insights sobre o estado interno, permitindo ajustes mais eficazes no comportamento e nos pensamentos.

Em uma visão geral, a calibragem na PNL é uma habilidade poderosa que proporciona uma leitura precisa das emoções e intenções, facilitando uma comunicação mais eficaz, o estabelecimento de relacionamentos sólidos e uma compreensão profunda dos estados internos.

Dando continuidade às opções postas na pesquisa, a próxima técnica se chama modelagem. É um processo fundamental que envolve estudar e simular os padrões de comportamento, habilidades e estratégias mentais de pessoas bem-sucedidas em uma determinada área. Esse método é utilizado para entender e replicar os processos mentais e comportamentais que levam ao sucesso.

Em visão na PNL, se inicia com a observação detalhada do comportamento da pessoa que está sendo estudada. Isso inclui não apenas o que ela faz, mas também como ela pensa, as emoções que experimenta e as crenças que possui. Num âmbito internacional esse é um ponto crucial para o sucesso nos negócios internacionais. A partir dessa observação, é visível identificar os padrões subjacentes que contribuem para o sucesso da pessoa.

Após a identificação dos padrões, o próximo passo é emular esses comportamentos e estratégias na própria vida. Isso envolve praticar e adotar conscientemente os pensamentos, crenças e ações da pessoa que está sendo modelada. A ideia é internalizar esses padrões a ponto de incorporá-los naturalmente no próprio comportamento, permitindo que a pessoa que está modelando alcance resultados semelhantes aos da pessoa estudada.

A modelagem na PNL não se limita apenas a pessoas, mas também pode ser aplicada a sistemas, processos organizacionais e até mesmo ações específicas em determinadas situações. Ao compreender e replicar eficazmente os padrões de sucesso, a modelagem na PNL se torna uma ferramenta para o desenvolvimento pessoal e profissional, permitindo que as pessoas alcancem metas, superem desafios e melhorem suas habilidades em diversas áreas da vida. É um processo dinâmico e adaptável que continua a evoluir à medida que novas informações são obtidas e novos insights são desenvolvidos, tornando-se uma abordagem valiosa para o aprendizado e crescimento contínuo.

A penúltima opção fornecida na pesquisa, foi o fundamento a ancoragem, essa uma técnica envolve associar uma resposta emocional ou mental específica a um estímulo ou gatilho. Essa técnica é baseada na ideia de que nosso cérebro pode criar conexões entre experiências e

emoções, permitindo que uma simples palavra, gesto ou situação desencadeia uma resposta emocional ou mental específica.

O processo de ancoragem envolve criar uma associação entre um estímulo externo e um estado interno desejado. Isso pode ser feito através de repetição e consistência. Por exemplo, imagine associar uma sensação de confiança a um toque específico no seu pulso. Cada vez que você experimenta uma situação em que precisa de confiança, esse toque no pulso é aplicado. Com o tempo, seu cérebro começa a associar o toque com a sensação de confiança, de modo que o simples gesto pode induzir automaticamente um estado de confiança.

As âncoras podem ser criadas utilizando vários estímulos, como palavras, imagens, gestos ou até mesmo cheiros. O processo de ancoragem envolve escolher o estímulo apropriado e aplicá-lo no momento em que uma pessoa está vivenciando um estado emocional ou mental desejado de forma intensa. Quando o estímulo é repetido várias vezes durante esse estado específico, ele se torna uma âncora que pode ser posteriormente ativada para evocar esse mesmo estado.

Em um patamar de negócios, é frequentemente usada para ajudar as pessoas a lidar com o estresse, melhorar a autoconfiança, gerenciar emoções negativas e melhorar o desempenho em diversas áreas da vida. Ao utilizar essa técnica, as pessoas podem criar gatilhos positivos para enfrentar desafios e alcançar seus objetivos, transformando padrões de comportamento limitantes em recursos poderosos para o sucesso profissional.

Como finalização das opções de técnicas de negociação fornecidas na pesquisa, a última parte a ser abordada é o Meta-modelo. O Meta-Modelo é tem como objetivo identificar e desafiar padrões de linguagem limitantes e imprecisos.

No desenvolvimento da pesquisa dos fundadores da PNL, Richard Bandler e John Grinder, foi relatado essa função como uma maneira de explorar e esclarecer a comunicação para obter informações mais precisas e úteis durante interações verbais. Essa metodologia, é baseada na ideia de que as palavras que usamos refletem nossos pensamentos e experiências, mas muitas vezes, durante a comunicação, as pessoas usam linguagem vaga, generalizações e distorções que podem obscurecer a verdadeira mensagem. O Meta-Modelo oferece uma série de perguntas específicas que ajudam a trazer clareza à linguagem, identificando imprecisões e criando uma compreensão mais profunda.

Ao aplicar o Meta-Modelo, é possível melhorar a qualidade da comunicação, identificando crenças limitantes, padrões de pensamento negativos e suposições imprecisas. Ao desafiar e corrigir esses padrões, a PNL usa o Meta-Modelo como uma ferramenta para

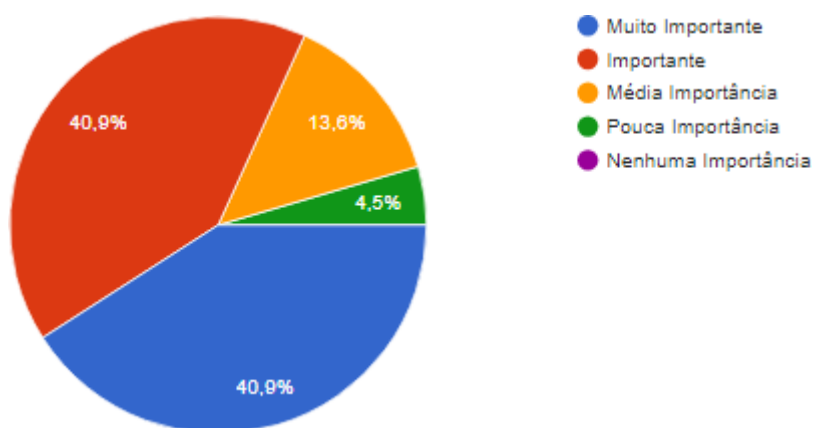
promover uma compreensão mais clara e eficaz durante interações verbais, ajudando as pessoas a se comunicarem de maneira mais precisa, autêntica e significativa.

Para finalizar, a última questão solicitada foi de o quão importante os estudantes acham que a psicologia é importante para os negócios internacionais. Na análise das respostas dos estudantes sobre a importância da psicologia nos negócios internacionais, destaca-se que 40,9% consideram a psicologia como de extrema importância, enquanto outros 40,9% a veem como importante, embora em segundo plano. Esses números refletem a significância atribuída pelos futuros profissionais à integração da psicologia, seja ela organizacional ou pessoal, no contexto dos negócios internacionais.

No entanto, é importante notar que uma parcela de 13,6% dos estudantes não percebe tanta relevância nessa interseção entre psicologia e negócios internacionais, e apenas 4,5% consideram essa relação como pouco importante. Embora haja divergências de opinião, a maioria expressiva reconhece o papel vital da psicologia nesse cenário, evidenciando a necessidade de compreender as nuances psicológicas para alcançar sucesso nas transações globais.

Esses dados ressaltam a complexidade da percepção dos estudantes sobre a importância da psicologia nos negócios internacionais e indicam a necessidade de uma abordagem educacional que enfatize a integração eficaz desses dois campos para preparar os futuros profissionais para os desafios do comércio internacional.

Figura 4. A importância da psicologia nos negócios.



Fonte: Criada pela autora

Analisando toda a questão deste trabalho, é correto afirmar que a importância que a psicologia tem nos dias de hoje e o por que dela ser tão fundamental para a área do comércio internacional e principalmente para os negócios internacionais.

Indubitavelmente, ao analisar profundamente a interseção entre psicologia e negócios internacionais, torna-se evidente a importância significativa que a psicologia desempenha nos dias de hoje nesse cenário. Mais do que nunca, a compreensão dos aspectos psicológicos é fundamental para o sucesso nas transações comerciais globais e, por extensão, para a área do comércio internacional como um todo.

A psicologia oferece visões cruciais sobre o comportamento humano, influenciando diretamente as tomadas de decisões e as interações nas negociações internacionais. As emoções, motivações e reações das pessoas envolvidas nos negócios internacionais desempenham um papel vital no processo de negociação. Compreender esses aspectos psicológicos permite aos profissionais antecipar comportamentos, adaptar estratégias e construir relacionamentos mais sólidos e eficazes.

Além disso, a psicologia proporciona uma compreensão mais profunda das diferenças culturais e das interações interculturais. Em um mundo globalizado, onde as fronteiras são cada vez mais tênues, a habilidade de navegar com sensibilidade através de diversas culturas é uma habilidade indispensável. A psicologia oferece as ferramentas para interpretar gestos, expressões faciais, comunicação não verbal e valores culturais, permitindo aos negociadores entender as perspectivas dos seus parceiros internacionais de negócios de uma maneira mais abrangente.

Ademais, a inteligência emocional, parte integrante da psicologia, é crucial nos negócios internacionais. Profissionais emocionalmente inteligentes podem gerenciar suas próprias emoções, bem como compreender e influenciar as emoções dos outros. Isso não apenas cria um ambiente de negociação mais harmonioso, mas também contribui para a resolução eficaz de conflitos e para a construção de parcerias duradouras.

Portanto, a psicologia é fundamental para os negócios internacionais porque fornece uma compreensão abrangente da complexidade humana e cultural. Ao integrar princípios psicológicos nas estratégias de negociação e no desenvolvimento de relações comerciais, os profissionais do comércio internacional estão bem equipados para enfrentar os desafios dinâmicos e multidimensionais do mercado global. Em resumo, a psicologia não é apenas uma disciplina acadêmica; é uma ferramenta prática e essencial para o sucesso nos negócios internacionais nos dias de hoje.

4.3 RESULTADOS

Diante das informações fornecidas pelas entrevistas com profissionais envolvidos em negociações internacionais, fica claro que o mundo dos negócios globalizados demanda muito mais do que simples transações comerciais. É um complexo jogo de interesses, onde o entendimento das diferenças culturais e a habilidade de adaptação são essenciais para o sucesso. A conclusão que se destaca é que, nas negociações internacionais, não basta apenas conhecer os produtos ou serviços negociados; é imperativo possuir um profundo conhecimento das culturas e práticas comerciais específicas de cada mercado, além de um alto conhecimento na psicologia no ramo dos negócios.

A adaptabilidade e sensibilidade às diferenças culturais tornaram-se os pilares fundamentais para estabelecer conexões significativas e duradouras nos negócios internacionais. As entrevistas revelaram a importância crucial da compreensão das diferenças culturais, indo desde questões de gênero e práticas religiosas, que podem influenciar significativamente o resultado das negociações.

Além disso, a abordagem personalizada e bem informada foi destacada como uma estratégia-chave. Negociações bem-sucedidas não são apenas sobre fechar acordos, mas também sobre construir relacionamentos mutuamente benéficos. Isso requer um entendimento profundo das práticas comerciais específicas a cada mercado e a capacidade de gerenciar riscos de forma inteligente.

No cenário global altamente competitivo, as nações também desempenham um papel crucial. Cada país possui padrões distintos de competitividade, influenciados por valores, cultura, instituições e história. Portanto, uma abordagem orientada com base em técnicas e experiências é fundamental para o sucesso das empresas em um contexto global.

Em suma, o sucesso nas negociações internacionais requer compreensão, uma abordagem flexível para as estratégias de negociação, e uma gestão inteligente dos riscos envolvidos. A capacidade de construir relacionamentos duradouros e mutuamente benéficos no mundo dos negócios internacionais depende da habilidade de navegar habilmente por essa paisagem comercial global em constante mudança. Aqueles que podem ler as sutilezas culturais e adaptar suas estratégias serão os verdadeiros vencedores nesse jogo complexo e desafiador de negociações internacionais.

Ao comparar essas abordagens, é possível perceber que não existe uma única fórmula para o sucesso nas negociações internacionais. Cada entrevistado trouxe uma visão única e

valiosa para o cenário das transações globais, destacando a diversidade de habilidades e conhecimentos necessários para enfrentar os desafios do mundo dos negócios internacionais.

Além das diferentes estratégias mencionadas pelos entrevistados, também foi evidente a importância do autoconhecimento, da inteligência emocional e da adaptação às diferenças culturais. A capacidade de entender suas próprias emoções, limitações e habilidades, juntamente com a habilidade de interpretar os sinais não verbais e respeitar as tradições culturais, foi apontada como fundamental para o sucesso nas negociações internacionais.

Em resumo, as entrevistas destacam a complexidade e a riqueza das negociações internacionais, bem como a necessidade de uma abordagem multifacetada que integre sensibilidade cultural, inteligência emocional, técnicas persuasivas e metodologias estruturadas. A compreensão profunda das diferenças culturais, aliada ao conhecimento técnico e à capacidade de adaptação, emerge como uma receita eficaz para enfrentar os desafios e alcançar resultados bem-sucedidos no mundo dos negócios internacionais.

Além disso, ao analisar a trajetória de profissionais iniciantes, intermediários e avançados no campo do comércio internacional, torna-se evidente que, ao longo do tempo, mesmo com base apenas em conhecimento teórico inicial, os especialistas nessa área estão destinados a aprimorar continuamente suas estratégias e táticas por meio da aplicação da psicologia.

Profissionais que estão dando os primeiros passos no comércio internacional frequentemente começam com uma compreensão teórica do processo. No entanto, à medida que ganham experiência, percebem a importância vital de incorporar aspectos psicológicos nas negociações. Isso não apenas melhora sua capacidade de compreender as motivações e necessidades das partes envolvidas, mas também lhes permite antecipar reações emocionais e tomar decisões mais informadas em momentos cruciais.

Para os intermediários, a experiência traz uma percepção mais aguçada das dinâmicas interculturais e da complexidade das interações humanas no cenário internacional. Eles aprendem a adaptar suas estratégias com base nas sutilezas das relações interpessoais e a usar técnicas psicológicas para construir laços mais fortes com seus parceiros de negócios. A psicologia torna-se uma ferramenta valiosa para entender as nuances da comunicação não verbal, sentimentos e emoções que permeiam as negociações internacionais.

Para os profissionais avançados, a aplicação da psicologia se torna uma segunda natureza. Eles desenvolvem uma profunda inteligência emocional, permitindo-lhes ler os sinais não ditos durante as negociações. Isso não apenas melhora sua capacidade de fechar acordos

mutuamente benéficos, mas também lhes confere uma vantagem estratégica ao antecipar movimentos dos concorrentes e reações dos clientes.

Assim, independentemente do nível de experiência, fica claro que a compreensão e aplicação da psicologia são cruciais para o sucesso contínuo no comércio internacional. O conhecimento teórico é apenas o ponto de partida; é a habilidade de navegar pelo complexo terreno das emoções humanas que diferencia os negociadores verdadeiramente eficazes. Ao integrar a psicologia em suas estratégias, os profissionais do comércio internacional estão preparados para enfrentar desafios de forma mais perspicaz, criando conexões significativas e alcançando resultados excepcionais em um cenário global em constante evolução.

5. CONCLUSÃO

O presente trabalho representa um esforço significativo para compreender a interseção entre negócios internacionais e psicologia em todas as suas dimensões. O objetivo central foi explorar como a psicologia influencia as tomadas de decisões nos negócios internacionais, destacando a importância dessa interligação para o sucesso das empresas no cenário global. Uma análise aprofundada revelou que a compreensão das questões de diversidade cultural desempenha um papel crucial nos negócios internacionais. Ao considerar as técnicas de negociação sugeridas por especialistas em psicologia, é possível aprimorar as habilidades necessárias para alcançar o sucesso no exterior, especialmente ao trabalhar o conceito de interculturalidade durante as negociações.

A pesquisa realizada envolveu entrevistas com traders ativos e experientes, resultando em percepções positivas e afirmativas sobre a aplicação de técnicas de Programação Neurolinguística e outras ideias provenientes da psicologia. Essas práticas mentais se revelaram fundamentais para alcançar objetivos de negociações bem-sucedidas. Além disso, a pesquisa ressaltou a importância vital de compreender e respeitar os aspectos culturais de cada país envolvido nas transações comerciais, proporcionando uma abordagem mais tranquila e bem-sucedida nos negócios globais.

No contexto atual, mais do que nunca, é essencial desenvolver não apenas habilidades técnicas, mas também um profundo autoconhecimento para lidar com as pressões inerentes ao mundo globalizado dos negócios. Os profissionais de comércio internacional precisam estar preparados para enfrentar desafios, se adaptar-se a diversas culturas e desenvolver habilidades de comunicação interpessoal. A aplicação de técnicas psicológicas, como a PNL, oferece uma vantagem significativa ao permitir que os negociadores compreendam melhor as necessidades e motivações das partes envolvidas, facilitando assim a construção de relacionamentos sólidos e bem-sucedidos nos mercados internacionais.

Além disso, a conscientização sobre a interação entre negócios internacionais e psicologia está moldando a maneira como os futuros profissionais percebem seu papel no cenário global. Eles reconhecem a importância de desenvolver habilidades emocionais sociais, juntamente com conhecimentos técnicos, para prosperar no ambiente altamente competitivo e diversificado do comércio internacional. Esta compreensão profunda da interseção entre psicologia e negócios internacionais está redefinindo a forma como as empresas abordam suas estratégias de expansão global, enfatizando a necessidade de uma abordagem holística e interdisciplinar para alcançar o sucesso sustentável nos mercados internacionais.

Nas complexas negociações internacionais, o conhecimento profundo das culturas e práticas comerciais específicas de cada mercado é vital, ao lado de uma sólida compreensão da psicologia aplicada aos negócios. A adaptabilidade e a sensibilidade às diferenças culturais são essenciais para estabelecer conexões duradouras. No cenário global competitivo, as nações desempenham papéis cruciais, e uma abordagem orientada por técnicas e experiências é fundamental.

Compreender as próprias emoções, interpretar sinais não verbais e respeitar tradições culturais são fundamentais para o sucesso nas negociações internacionais. Profissionais iniciantes, intermediários e avançados reconhecem a importância de incorporar aspectos psicológicos nas negociações. Para os intermediários, a experiência aguça a compreensão das dinâmicas interculturais, enquanto os profissionais avançados desenvolvem uma profunda inteligência emocional.

Para finalizar, a psicologia se torna uma ferramenta de extrema importância em todos os níveis de experiência, capacitando os negociadores a criar conexões significativas e obter resultados excepcionais em um cenário global em constante mudança.

REFERÊNCIAS

- American Ways: **An Introduction to American Culture**/ M. Datesman, E. N. Kearny, J. Crandall – 2014
- Aspectos da cultura norte-americana/A Peixoto, F Venâncio, F Venâncio Filho, G Lessa - 1937
- BASTOS, A.V.B. **Psicologia Organizacional e do Trabalho: Sua evolução, os desafios e os novos rumos**. Psicologia: Ciência e Profissão, 2007.
- BASTOS, Edu. A.M. **O que fazemos quando fazemos Psicologia do Trabalho?**, 2009.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**.
- Colonial Latin America" por Mark A. Burkholder e Lyman L. Johnson (sobre a história colonial da América Latina)
- Comércio internacional e câmbio / Bruno Ratti 2006 11º Edição - Livro
- CULTURA AFRICANA: **DO VELHO E DO NOVO**; OS ANOS 90/ Femi Ojo-Ade (1995)
- Cultura popular na Idade Moderna: Europa, 1500-1800/ Peter Burke (2010) e São Paulo,1997.
- Foucault, M. (1990). "**Psicologia de 1850 a 1950**." Revista Internacional de Filosofia, Nº 173.
- FROMKIN, D. A peace to end all peace. New York: Holt Paperbacks, 2009.
- Fundamentos da Psicologia Cultural / Jaan Valsiner (2012) – **Livro Gernet, Jacques, Folch Fornesa, Dolors**. (2005). O Mundo Chinês. Barcelona: Crítica.
- GUIMARÃES, Denise Alves. **Os Psicólogos nas Organizações e a Qualificação**
- HOURANI, A. The history of Arab peoples. **Cambridge: Harvard University Press**, 1991
- <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations?language=pt>
- [https://www.scirp.org/\(S\(lz5mqp453edsnp55rrgjct55\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1457807](https://www.scirp.org/(S(lz5mqp453edsnp55rrgjct55))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1457807)
- https://www.exeter.ac.uk/media/universityofexeter/internationalexeter/documents/iss/Dunning_IBR_2000.pdf

https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=W89fHCJZrcwC&oi=fnd∓pg=PR3&ots=aZwpPL3RSw&sig=Ecy8q-dsMFN25IMEt3rSbLLYhLM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/2504/1/M%C3%A1rcia%20Paulino%20Lepek%20Bez%20Fontana.pdf>

<http://www.fanap.br/Documentos/Volume%202002%20-%20N%C3%BAmero%202002%20-%20Janeiro%20a%20Julho%20de%202011.pdf#page=111> - Página 126, método Harvard

https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Ww8pAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=neg%C3%B3cios+internacionais&ots=zuisXkVC8z&sig=3al8Fm5Y1q-yNpILalNwm_W18BA#v=onepage&q=neg%C3%B3cios%20internacionais&f=false

Introdução à psicologia / **Linda L. Davidoff ; trad. Lenke Perez 2001 3º Edição** - Livro

LAPIDUS, I. M. **A history of islamic societies. Cambridge: Cambridge University Press, 1988**

MARTÍN-BARBERO, Jose. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.**

MISHIMA Yukio, Sese, Makiko e RUBIO, Carlos (2013) **A Ética do Samurai no Japão Moderno: Introdução ao Hagakure.**

Negócios internacionais : estratégia, gestão e novas realidades / S. Tamer Cavusgil, Gary Knight, John R. Riesenberger; trad. Sonia Midori Yamamoto e Leonardo Piamonte; rev. técnica Ricardo Pitelli de Britto – 2010

Oito ensaios - **Sobre cultura latino-americana e libertação/ E. Dussel – 1997**

OROZCO, Guillermo. La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. Guadalajara, México: **Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, 1997.**

Os nortes da bússola: **manual para conviver e negociar com culturas estrangeiras / Andréa Sebben, Fernando Dourado Filho 2º Edição – 2010**

Passados Papuas: Histórias Culturais, Linguísticas e Biológicas dos Povos de Língua Papuana/ A.Pawley, R. Attenborough, J. Golson, R. Hide (2005) Professional, 2008.

Psicologia/ A.Bock, M. TEIXEIRA (2019)

Resignificando : **programação neurolingüística e a transformação do significado** / 1986 – Livro

Sapos em príncipes: **programação neurolingüística** - 4. ed. / 1982 - Livro

SCHIOCCHET, L. Refugee lives: ritual and belonging in two palestinian refugee camps in Lebanon. 2011. Tese (Doutorado) – **Departamento de Antropologia da Boston University, Boston**, 2011

SILVA, P.C.; MERLO, A.R.C. **Prazer e Sofrimento de psicólogos no trabalho em empresas privadas**, 2007.

Sobre a Teoria e Política da Construção Cultural no Pacífico/J Linnekin - (1992)

Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa; tradução da introdução Gênese Andrade. 4 ed. 3. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de COGO, P. Fernandes. **Psicologia Positiva, uma Nova Ciência do Comportamento Humano no Trabalho**, 2011.

Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIOS

1. Você conhece algumas técnicas de negociações? Se sim, quais são?
2. Para você, qual a importância dessas técnicas no seu dia-a-dia?
3. Num âmbito internacional, você consegue notar a presença da psicologia sendo usada pelos outros países para a realização dos negócios?
4. Como você ou sua empresa veem as negociações internacionais?
5. Em uma visão psíquica, como você vê os aspectos culturais como influência nas negociações? Se tiver algum exemplo, pode citar?
6. Em relação ao autoconhecimento, como você vê seus aspectos psicológicos em uma negociação?
7. Numa visão geral dos negócios internacionais, você acha que seria necessário alguma melhoria? Se sim, quais?

Questionários

1. Qual a sua idade?

- 17 - 20 anos
- 21 - 25 anos
- 26 - 30 anos
- 31 - 35 anos
- Mais de 35 anos

2. Você trabalha com comércio internacional? *

- Sim
- Não

4. Você conhece alguma das técnicas de negociação abaixo? (Pode selecionar mais de uma)

- PNL
- Rapport
- Perde/Ganha
- Calibração
- Modelagem
- Ancoragem
- Meta-modelo

5. Na sua visão, qual a importância que você dá para a psicologia nos negócios internacionais?

- Muito Importante
- Importante
- Média Importância
- Pouca Importância
- Nenhuma Importância