

# Liderança nas Relações Comerciais

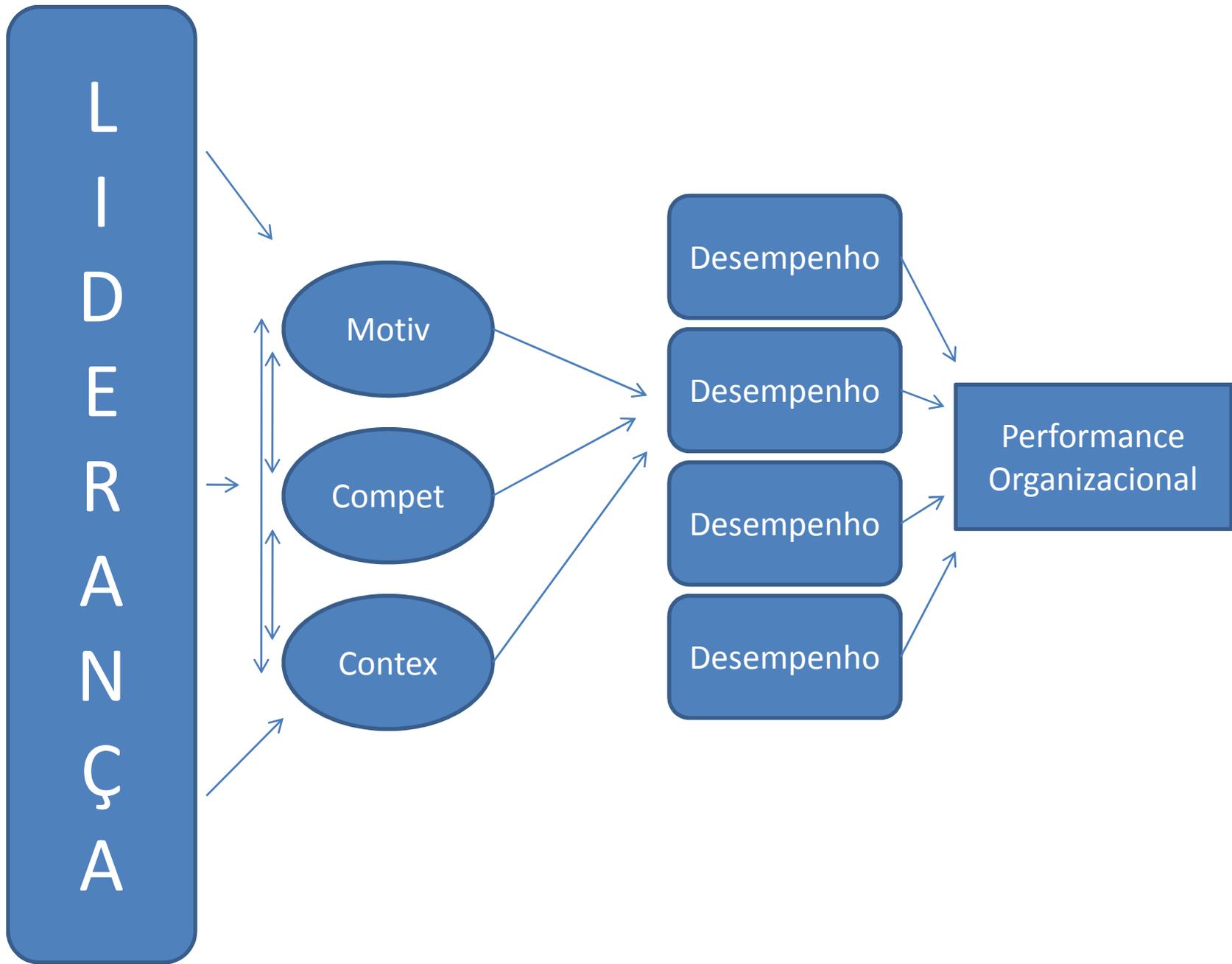
Nuno Rebelo dos Santos

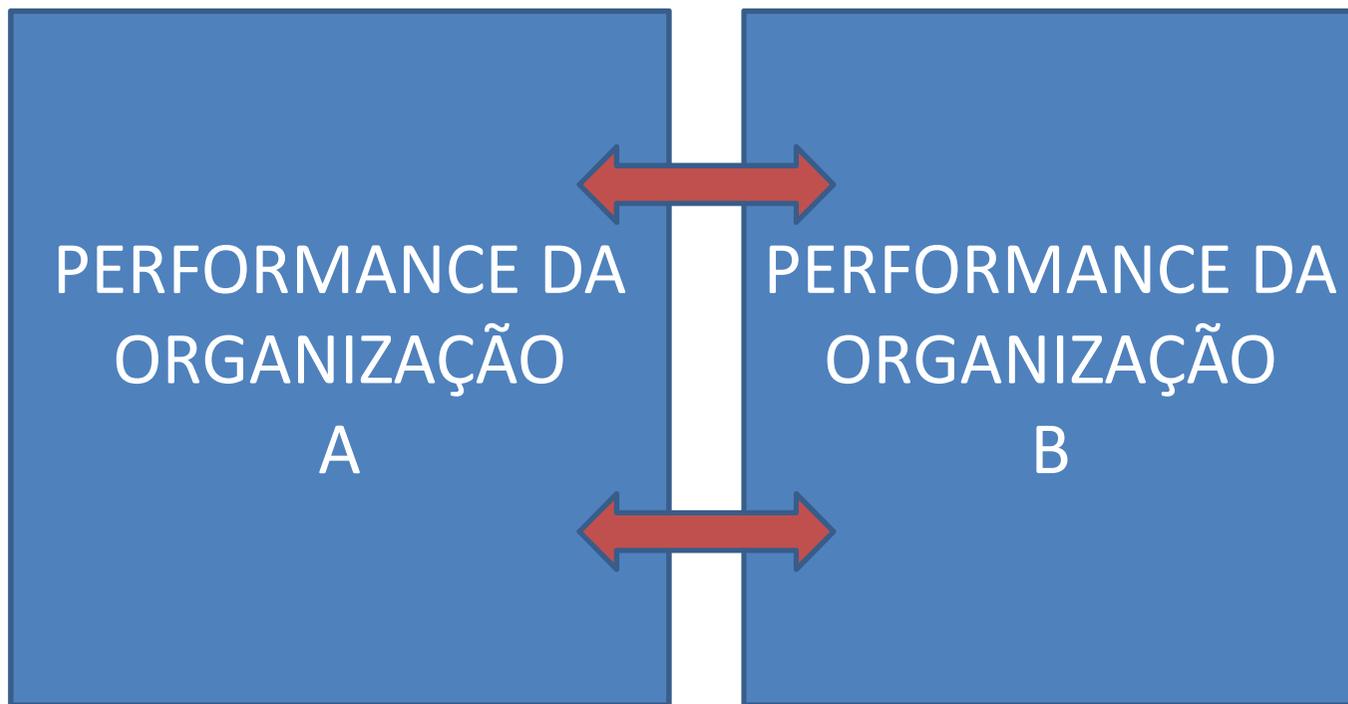
- Uma empresa é uma comunidade de trabalho que visa a criação de valor

# Liderança

- A arte de fazer com que algo aconteça quando envolve a participação de várias pessoas

- O valor é a tradução da performance organizacional e contém conceitos como desenvolvimento, satisfação de necessidades, retribuição, sustentabilidade e harmonia com o sistema social mais amplo em que a empresa se insere





# Liderança nas Relações Comerciais

- Processo de influência social que promove o alcance de objetivos aceites como válidos pelos diversos interlocutores que participam numa relação comercial (uma comunidade de criação de valor)

# Interlocutores de uma relação comercial

- São uma comunidade de criação de valor porque promovem a alocação de recursos onde eles são necessários, fazendo funcionar a sociedade como sistema cooperativo, através do desenvolvimento de uma relação de complementaridade e mutuamente construtiva

# Liderança de uma relação comercial

- Processo de influência social que promove a criação de recursos e a sua alocação equilibrada ativando sinergias entre os membros

## Valores que estão na base da relação

- Estamos aqui para cada um ganhar o máximo que puder
- Estamos aqui para em conjunto criar valor para todos
- Se fizermos uma trapaça desde que ninguém descubra, e que ganhemos um bom dinheiro com isso, tanto melhor
- ...

## Aspectos relevantes a considerar visando uma negociação integrativa

- Entendimento do que é valorizado por cada parte
- Procura de soluções mutuamente construtivas visando desenvolver relacionamentos de longo prazo, terreno fértil para a prosperidade compartilhada
- Se uma solução não interessa a uma das partes, então não interessa a nenhuma

## Compreensão do valor criado por cada parte e pelas sinergias geradas

- Demonstrar a contribuição própria e procurar ativamente a contribuição dos diversos participantes
- Construir um caminho em que as diversas contribuições se sinergizam na criação de soluções novas visando a satisfação das necessidades dos diversos participantes

## Normas da relação (como funciona o relacionamento)

- Qual a estrutura do relacionamento? Como comunicam, com que regularidade, onde, etc.

## Qualidade da relação

- Em que ponto se situa a relação quanto a:
  - proximidade/distância
  - igualdade/diferença
  - humor, seriedade
  - confiança/desconfiança
  - solidariedade/egoísmo
  - etc

## Agenda da relação

- Determinação dos assuntos que merecem ser assunto de diálogo na interação.

## Enquadramento da relação

- Entendimento sobre como a relação se enquadra nas redes estruturais e relacionais das respectivas organizações
  - É um apêndice necessário?
  - É uma base nuclear da criação de valor?

## Conhecimento Relevante

- Determinação do conhecimento relevante para a interação comercial
- Interpretação dos eventos de maneira que sirva os propósitos de criação de valor compartilhado

# Liderança como processo distribuído

- A influência social é exercida por quem é capaz de a exercer e por isso pode estar mais ou menos concentrada numa pessoa