

Quanto valem R\$ 100,00?

Como dito na edição passada da *Linha Direta*, os resultados de uma negociação sofrem influência de percepções. Imagine que você esteja em uma relojoaria de luxo adquirindo um relógio de determinado modelo e marca por, digamos, R\$ 200,00. Mas, no momento em que você está pronto a fechar o negócio com o vendedor, um amigo seu entra na relojoaria e pergunta o que você está comprando. Após explicar que está prestes a realizar uma bela compra, ele lhe informa que esse mesmo relógio (do mesmo modelo e da mesma marca) que você está querendo comprar está sendo vendido numa outra relojoaria, também de luxo (que está situada só a uns cinco quarteirões dali) por apenas R\$ 100,00, porque está acontecendo uma promoção especial. Você iria à outra loja comprar o relógio? Estou certo que SIM, tendo em vista que o outro relógio é da mesma marca, do mesmo modelo, a loja também é de luxo e o preço é a metade!

Agora, imagine outra situação: você está comprando um automóvel Mercedes Benz zero quilômetro numa concessionária autorizada por, digamos, R\$ 150.000,00. Mas, no momento em que você vai fechar o negócio com o vendedor, um amigo seu entra na concessionária, cumprimenta-o e pergunta o que você está comprando. Depois de relatar para seu amigo que você está prestes a comprar o veículo por R\$ 150.000,00, ele lhe informa que esse mesmo Mercedes Benz (também zero quilômetro, do mesmo modelo, mesmo ano e com os mesmos acessórios) está sendo vendido numa outra concessionária autorizada, também de bom nível, situada só a uns cinco quarteirões dali, por R\$149.900,00. Você iria à outra concessionária comprar o automóvel? Eu estou certo que NÃO, porque não compensa andar cinco quarteirões, perder mais tempo para iniciar uma nova negociação com outro vendedor de automóvel por apenas R\$ 100,00.

Não é exatamente assim que as pessoas se comportam? Todavia, os R\$ 100,00 do relógio são iguais aos R\$ 100,00 do automóvel, mas as pessoas percebem isso de maneiras diferentes. Para uma situação (compra do relógio), os R\$ 100,00 valem, e muito! Já para a outra (compra do automóvel), os mesmos R\$ 100,00 são percebidos de forma diferente e, por isso, não apresentam nenhuma relevância, ou não significam nada. Por isso, é importante considerar o investimento de tempo e energia no processo de negociação para a realização de todo o seu ciclo. A construção da relação duradoura obtida através da conquista do respeito e da percepção da satisfação das mútuas necessidades é o objetivo fundamental da negociação. ■



Carlos Pessoa

Professor e especialista em
Negociação e Gestão Estratégica
www.carlospessoa.com.br