

João Luiz Gabassi

Liderando com Entusiasmo

João Luiz Gabassi

Liderando com Entusiasmo



Rio de Janeiro
2ª edição - reimpressão
2012

© by João Luiz Gabassi

2008, Hama Editora Ltda.
Avenida das Américas, 5001/309 - Barra da Tijuca
Rio de Janeiro - RJ - CEP 22631-004
Telefax: (21) 2431-2112
Todos os direitos reservados.

Direção editorial: Rosângela Feitosa
Revisão: Rita de Cassia Carelli
Capa e programação visual: Hama Editora
Ilustrações: Uri Adriano
Impressão e acabamento: Gráfica Singular Digital

CATALOGAÇÃO NA FONTE

G112l Gabassi, João Luiz
Liderando com entusiasmo / João Luiz Gabassi. – 2 ed. (reimpressão)
– Rio de Janeiro : Hama , 2010.
96 p. ; 21cm.

ISBN 978-85-86962-20-2

1. Motivação - Administração. I. Liderando com Entusiasmo.

CDD - 658.8342

Creio em Deus
Seu nome é Jesus Cristo
A Bíblia é sua palavra
Ao Senhor toda a glória!

A minha família: esposa, filho, pais, irmão, tios, sobrinhos, avó,
primos, cunhados (há controvérsias) e a todos que estão a caminho
(será que tem nora no pedaço?).

Aos amigos. Sem eles a vida não tem graça.

Aos irmãos na fé, ô povo feliz.

Aos colegas de trabalho e companheiros do mercado.

Aos alunos e professores, não sei quem me ensina mais.

Agradecimentos especiais:

Guilherme de Castro Ramos Júnior, minha gratidão.

Wanira Salles, pelo apoio.

Rosangela Feitosa, Jorge Vieira e todo o povo
da Hama Editora, gente do bem!

Ao pessoal da Inforshop e da Assembléia de Deus de Osasco!

Sumário

Prefácio 11

Apresentação 13

Capítulo 1 – A rotina da liderança

Olha o leão! 19

Levou bala 21

A tartaruga imprudente 23

Gestão por resultados 25

Nunca era com ele! 27

O bebê camelo 29

Ovos e bacon 31

Uma visão especial 33

Sabendo pedir 35

O cientista 37

Deus capacita os escolhidos 39

Capítulo 2 – A fé move os líderes

O segredo do candelabro 43

Status 45

Entusiasmo	47
Haja Luz	51
A luz, outra vez.	53
Essencial	55
Liberdade.	57
Alto ajuda	59

Capítulo 3 – Estratégias para a liderança

Visão, missão e paixão	65
A matriz de BCG.	67
Missionários corporativos	71
O mix de marketing e a gestão de pessoas.	77
SWOT	81
A linha do tempo.	85
Administração clicentrista	87
Qualidade e mudanças	89
Indicação de leitura	91
Sobre o autor	93
Outras obras do autor	95

Prefácio

O professor João Luiz Gabassi é um entusiasta profissional. Ele sabe como ninguém identificar o momento e o tom certo para aplicar seus conhecimentos com muita alegria, o que provoca um efeito contagiante. Neste segundo livro, que a Hama Editora tem o prazer de produzir, Gabassi mostra com muita propriedade as várias facetas de um verdadeiro líder. No primeiro capítulo, o autor evidencia a simplicidade do aprendizado que o convívio diário e as relações pessoais e profissionais nos possibilitam, ressaltando sua enorme capacidade de perceber este processo e de não abrir mão de sua fé. Aliás, a prática e testemunho da fé, por vezes deixados de lado no mundo dos negócios, também são encarados com muita simplicidade e paixão. À fé, Gabassi dedica todo um capítulo. Ele também divide com seus leitores seu conhecimento acadêmico: uma série de esquemas e ferramentas gerenciais que podem facilitar

para o líder a mensuração de sua atuação profissional, no último capítulo desta obra. Deixo-os em muito boa companhia. A partir de agora, Gabassi irá conduzi-los ao caminho da liderança e do entusiasmo. Como ele mesmo costuma dizer, no mais “só alegria”!.

Rosângela Feitosa

Apresentação

Conheci o Gabassi há alguns anos em uma das edições da feira de negócios OfficePaper Brasil.

Organizando o simpósio do evento, procurava um palestrante que vivenciasse o mercado distribuidor e varejista brasileiro, focando a administração do varejo de papelarias, tema de interesse de expositores e visitantes da feira.

Indicado por profissionais e amigos do setor, foi uma agradável surpresa descobrir o professor, jornalista, publicitário, competente gestor estratégico e grande líder, capaz de influenciar e inspirar pessoas.

Através dos anos e do trabalho nas feiras, minha admiração pelo profissional e pelo ser humano foi crescendo. O profissional, pelas palestras, aulas e livros; e o homem, por ser simples e transparente como a obra que irão conhecer

e aprender por meio de crônicas interessantes, com mensagens claras e objetivas.

A palavra entusiasmo, que mereceu uma crônica especial, vem do grego e significa “ter Deus dentro de si”. O entusiasmo é nossa principal fonte de energia psíquica e motivacional, gera soluções e faz com que as pessoas acreditem na capacidade de fazer as coisas acontecerem e os desafios fiquem mais fáceis.

O profissional entusiasmado motiva o ambiente e é extremamente valorizado pelas empresas com políticas participativas na organização, podendo se transformar em um perfeito líder, que, além do alto astral, é influenciador e cultiva a colaboração dos outros com relacionamentos produtivos.

Cada vez mais o exercício da liderança está localizado dentro e fora das paredes das empresas, porque um verdadeiro líder dá exemplos de comportamento e trabalho e é estimulador do talento dos outros, seja dentro da organização, da família, com os amigos, sendo honesto consigo mesmo e justo.

Liderar com entusiasmo é ser flexível, empático e conceitual, é enxergar oportunidades, revolucionar, ser otimista, prosperar nas crises, deixar que outros assumam, é valorizar e conservar pessoas, buscar o comprometimento, questionar, buscar o intangível. Fora outras características típicas de bons líderes, executivos e negociadores.

Fácil? Claro que não. Mas uma das formas de aprendizado é viver com paixão e entusiasmo, é a busca do co-

nhecimento. Estamos passando por mudanças cruciais, e o conhecimento é um recurso poderoso para a elevação dos patamares de competitividade nas nossas vidas e nas nossas organizações.

Este livro recicla, ensina, nos dá lições de sinceridade e simplicidade, como deve ser toda comunicação competente. É um passo importante que está sendo dado por meio desta obra que oferece recursos para que profissionais utilizem ferramentas de aperfeiçoamento. Sinto-me muito honrada em participar deste projeto, principalmente sendo o autor pessoa que admiro e respeito.

Wanira Salles (Franca Feiras)

1

A rotina da liderança

Olha o leão!



Eles caçavam na África.

Descuidaram-se. Perderam-se.

Sozinhos e com fome, pararam para comer algo. Distráidos, não viram o leão que se aproximava. Quando o notaram, saíram correndo. O felino quase os alcançava quando um deles gritou:

– Ei! você não está com medo? O leão está quase nos alcançando.

– Não estou com medo, não tenho que correr mais que ele. Só preciso correr mais que você!

Era verdade, o Leão só poderia pegar um dos dois!

Líder, saia na frente e mantenha-se na frente. Vença o leão da inveja, da intriga, da preguiça. As grandes marcas saíram na frente e se ainda estão lá é porque cuidam para que não sejam alcançadas.

Não olhe para trás. Corra contra você mesmo. Tenha um alvo, tenha um foco. Seja rápido e seguro. Leve sua equipe com você. Se eles correrem no seu ritmo, o Leão vai pegar alguém, mas não será de sua equipe.

Agora, aqui vão algumas dicas extras. Se for caçar, não abandone o grupo. Se for descansar, não fique longe das armas e nem relaxe a vigilância. Mantenha sua equipe informada e preparada e esteja atento às mudanças no mercado.

Qualidade e agilidade. Sempre.

Levou bala

Esta aconteceu na garagem do condomínio onde moro.

O Adriano, um cara muito legal, estava com um tremendo problema. Imaginem que o Rodrigo, seu filhão de quase dois anos (hoje tem cinco) não queria sair do carro.

Insistir era pior, o show poderia acordar todo o bairro do Rio Pequeno.

– Gabassi, por favor, você que tem mais experiência, pode me ajudar?

Esta é a maneira mais gentil de se referir a um idoso, valorize sua experiência.

Foi então que entrei em ação. Fui até o console do meu carro e apanhei uma deliciosa bala de cereja. Apontei-a em direção ao prateado carro de meu vizinho e a balancei dentro do ângulo de visão do pequeno Rodrigo.

Ele fez aquela carinha de feliz – aquela mesma que vejo ao espelho quando minha esposa avisa que o almoço está

à mesa – e já fez sinal de sair do veículo. O pai, todo feliz, o recebeu de braços abertos. No colo do pai, o garoto se aproximou e recebeu a deliciosa prenda.

Você tem passado por isto? Você já teve a missão de comunicar a um colaborador que ele precisará mudar? De cargo? De local de trabalho? Ou qualquer outra mudança? Pretende fazê-lo? É bom mostrar-lhe o quanto você confia nele nesta “nova função”.

Lembre-se de que nem só de salário vivem os nossos colaboradores, mas também de reconhecimento profissional e tudo o mais, não é mesmo? Sobre este tudo o mais, continue folheando este despretenhoso livresco. Quem sabe algo novo surgirá para você?

Vai uma balinha aí?

Nota do autor - Adriano hoje é um bom amigo, ele, sua esposa Roberta e o Rodrigo (que sempre conta piadas quando estamos juntos) estudam a Palavra conosco periodicamente.

A tartaruga imprudente



Li esta história numa revista de bordo da TAM. Revista infantil, claro.

A esta altura, você já deve ter notado que este autor é apenas um menino crescido.

O fato é que a tartaruga e a lesma estiveram na cadeia, prestando esclarecimentos.

– Mas, Dona Tartaruga, como foi que a senhora conseguiu atropelar a Dona Lesma?

– Não sei, Doutor, não sei, foi tudo tão rápido...

Líder, você já deve ter ouvido todos os tipos de desculpas de uma pessoa que falhou:

– O tempo que me foi dado foi insuficiente para realizar a tarefa.

– Faltou verba.

– O comprador não soube escolher o fornecedor que entregou produto de má qualidade ou fora do prazo.

– Não sei o que deu errado. Seguimos exatamente as recomendações recebidas, mas algo não saiu como esperado.

– Atrasei porque o trânsito de Capivari está cada vez mais difícil...

Seja lá qual for a desculpa apresentada, aja com cautela. Verifique se existe verdade. Não julgue sem ouvir. Mantenha a calma. Afinal de contas, se deram carteira de habilitação para a Dona Tartaruga, então, tudo é possível...

Só não é possível você continuar achando que a não obtenção dos resultados foi falta de sorte. Afinal, foi tudo tão rápido...

Gestão por resultados

Os dois partiram desta para melhor e chegaram aos portões celestiais na mesma hora.

Ambos tinham o mesmo nome. Como eu não posso garantir que esta história não é verídica, vou omitir os nomes verdadeiros.

– Manoel dos Santos. Confere. Pode entrar. Eis aqui sua capa carmesim incrustada de brilhantes e sua mitra dourada.

Era a vez do próximo. Também Manoel do Santos.

– Manoel dos Santos. Coincidência. Mesmo nome, mesma hora. Vamos lá. Está aqui.

Confere. Pode entrar. Eis aqui sua capinha de couro e seu bonezinho.

– Irmão Pedro, ó santo porteiro, creio que estamos diante de um grande engano por aqui. Eu sou sim Manoel dos Santos, mas eu sou o pregador, lembra? Este outro Manoel, que me antecedeu, ele é que é o taxista...

– Deixe-me ver. Está tudo certo. Está estranhando os galardões diferenciados? Vou explicar. Aqui no Céu, implantamos a gestão por resultados.

Veja só. Quando você pregava, todos dormiam. Outros iam embora. E não voltavam.

Já este taxista aqui, quando dirigia, todos diziam: “Meu Deus!”

Líder, em vez de implicar com os horários (mas sem relaxar, hein?) ou com o jeitão dos teus colaboradores, que tal mirar nos resultados?

Será que pelo fato de um colega de trabalho estar (aparentemente) sempre brincando significa que não leva o trabalho a sério? Por outro lado, fique de olho naqueles que só falam. Atitudes sempre falam mais alto que promessas.

Espere um jogo terminar. Talvez aquele que parecia menos interessado no jogo é quem fará o gol da vitória. Mas não esqueça: não espere o campeonato acabar. Eu escrevi: o jogo.

Nunca era com ele!

Esta história aconteceu numa pequenina comunidade cristã.

O pastor vivia incomodado com um de seus membros. O santarrão, sempre que ouvia uma mensagem, sabia exatamente com quem Deus estava falando.

Quando o pregador falava sobre a importância de não dever nada para ninguém, que tinha de ser bom pagador, ele já dizia: “Olha, a mensagem hoje falou com aquela irmã. Eita! Caloteira.

Se o texto falasse sobre a importância de ser comedido, lá vinha ele apontando: “Hoje, a palavra foi direta para aquele rapaz. Ô! Bicho fofoqueiro.”

Não tinha jeito, os exemplos nunca eram para si. Sempre a “dura” era para alguém que ele, por sua “experiência”, sabia muito bem como identificar.

A oportunidade de pegá-lo no pulo surgiu. Estava chovendo torrencialmente, e somente os dois estavam na

igreja: o pastor e o porta-voz da santidade. Foi quando o dirigente da igreja teve a idéia de ir logo pregando, afinal, só ele estava na platéia. Desta vez, teria de entender que também precisava se consertar.

Ao terminar de expor a Palavra, o pregador dirige-se ao “repórter” e lhe pergunta como foi seu sermão.

– Muito bom, pastor, muito bom.

Inclusive, hoje, entendi o significado daquele texto bíblico que diz que a Palavra de Deus é como uma espada de dois gumes. Corta tanto quem ouve como quem a prega. Veja que coisa interessante. Desta vez, querido pastor, Deus usou-o para falar consigo mesmo...

Líder, você já deve ter identificado os sabichões e santarões de sua equipe. Portanto, não mande recados, fale com a pessoa isoladamente e trate do assunto de forma específica. Se tiver de corrigir alguém, não fale de coletivamente, seja valente e, acima de tudo, honesto e coerente.

Olhos nos olhos. Sempre. Com amor, mas com firmeza.

O bebê camelo

Ele estava inconformado. Hoje, a verdade teria de aparecer.

– Mamãe, por que nós temos estas duas corcovas nas costas?

– Meu querido, nós, camelos, temos de atravessar grandes distâncias no deserto. Desta forma, Papai do Céu nos deu estas corcovas. Nós bebemos mais água que todos os outros animais e a reservamos nelas, entendeu?

– E por que temos estes cílios tão compridos?

– Filhinho, é simples, venta muito no deserto, e como nossos olhos são muito grandes, este tipo de cílio impede que a areia os irrite!

– Sim, mamãe. Mas por que temos pernas tão longas?

– Também devido às condições do deserto. Pernas curtas seriam impróprias para nossas caminhadas.

– Tudo bem, tudo bem, se corcovas, cílios compridos e pernas longas são feitos para o deserto, então,

me explique o que é que nós estamos fazendo aqui neste zoológico?

Líder, note bem:

1 – Tem identificado os pontos fortes de cada um dos seus combatentes?

2 – Está preparado para responder, a qualquer momento, quais são as razões da visão e qual é a missão de sua companhia?

3 – Tem certeza de que você escalou os jogadores para a posição correta?

Até o Pelé uma vez jogou no gol. Acontece que o goleiro foi expulso, e como não era mais possível fazer alterações, o craque teve de ir para a meta.

Mas foi só uma vez, viu?

Ovos e bacon

Vamos lá. Esta é bastante conhecida.

Para diferenciarmos envolvimento de comprometimento, vamos usar como exemplo um hábito alimentar do americano em seu café da manhã: ovos e bacon.

Quem está envolvido e quem está comprometido?

A galinha apenas fornece o ovo – lá em Salto nós dizemos que ela “deixa cair”.

O porquinho, todo comprometido, dá a vida por este desjejum.

Viu que legal?

Líder, não trabalhe com envolvidos. Não vale a pena (ou as penas?). Trabalhe com comprometidos. Selecione-os, identifique-os, motive-os e recompense-os.

Importante: não chame descompromissados de galinhas, nem os comprometidos de porquinhos. Esta é apenas uma ilustração. Nada a ver com pessoas de

comportamento “amoroso” duvidoso e nem com a torcida do Palmeiras. Mais importante: Salto é minha grande paixão. Mas não é Salto de Itu. É a cidade de Salto, perto de Itu, viu?

Uma visão especial

Os dois estavam no mesmo quarto. Um deles não podia sequer virar-se para o companheiro, uma situação difícil. O outro, deitado na cama próximo da janela, era muito agradável. Como não podia virar-se, ele ia descrevendo o cenário lá de fora.

A beleza do lago, dos cisnes. Os casais passeando, crianças brincando. Detalhes que iam fazendo com que os dias passassem mais felizes.

Até que um dia a enfermeira chegou e encontrou o paciente da janela morto. Um dia triste.

Seu amigo foi transferido para o lado da janela. Mais alguns dias se passaram, e ele já pôde se virar. Mas, estranhamente, a vista da janela dava para um muro de tijolos.

Chamando a enfermeira e indagando sobre o amigo e a paisagem que ele descrevia, ela contou que ele era cego. Um cego que tinha uma visão diferenciada.

Líder, as pessoas precisam ouvir a narrativa de sua visão de futuro. Isto lhes fará bem. Fale e compartilhe seus sonhos.

Lidere com paixão!

Sabendo pedir

Um dia um monge pediu óleo para plantar sua mudinha de oliveira. Depois, pediu ao Senhor chuvas brandas, para que ela pudesse desenvolver-se. Deus mandou a chuva branda.

Em seguida, ele pediu Sol, mas um solzinho ameno, para que não a maltratasse. Assim fez o Senhor.

Em seguida, julgando que sua plantinha precisava robustecer-se, pediu um pouco de neve. Deus mandou a neve. Mas, no dia seguinte, a plantinha estava morta.

Contou sua experiência a outro monge que lhe disse:

– Veja minha oliveira, como está mais linda a cada dia. Não peço nada a Deus, deixo que Ele mande o que ela precisa, só cuido dela.

Líder, muitas vezes nós queremos fazer tudo com as nossas mãos.

*Deixemos que o Senhor cuide de nossa equipe, apenas
sejamos exemplo e aprendamos a cuidar daqueles a quem o
Senhor nos confiou!*

O cientista

Um cientista vivia trancado em seu laboratório procurando respostas para os problemas do mundo. Certo dia, seu filho de sete anos invadiu sua sala decidido a ajudá-lo. Impaciente, o cientista pediu que o filho fosse brincar em outro lugar, no entanto, sem sucesso. Então procurou algum objeto que pudesse entreter a curiosidade do menino, logo encontrando o mapa-múndi impresso na página de uma revista. Recortou o mapa em vários pedaços, pegou um rolo de fita adesiva e entregou tudo ao filho, dizendo:

– Você gosta de quebra-cabeças? Então vou lhe dar o mundo todo quebrado para você consertar. Veja se consegue fazer tudo direitinho.

Calculou que a criança levaria dias para recompor o mapa. Porém, algumas horas depois, ouviu a voz do filho:

– Pai, pai, já fiz tudo. Consegui terminar tudinho!

Incrédulo, o cientista levantou os olhos de suas anotações, certo de que veria um mapa sem sentido. Mas, para

sua surpresa, o mapa estava completo, com tudo em seus devidos lugares.

– Você não sabia como era o mundo, meu filho. Como conseguiu?

– Pai , eu não sabia como era o mundo, tentei consertare não consegui.

Mas quando você tirou o papel da revista para recortar, eu vi que, do outro lado, havia a figura de um homem, então me lembrei disso, virei os recortes e comecei a consertar o homem que eu sabia como era. Quando consegui consertar o homem, virei a folha e vi que havia consertado o mundo.

Líder, trabalhemos com o coração de nosso povo.

Corações felizes podem consertar o mundo!

Deus capacita os escolhidos

Conta certa lenda que estavam duas crianças patinando num lago congelado. Era uma tarde nublada e fria, e as crianças brincavam despreocupadas. De repente, o gelo se quebrou e uma delas caiu, ficando presa na fenda que se formou. A outra, vendo seu amiguinho preso e congelando, tirou um dos patins e começou a golpear o gelo com todas as suas forças, conseguindo por fim quebrá-lo e libertar o amigo.

Quando os bombeiros chegaram e viram o que havia acontecido, perguntaram ao menino:

– Como você conseguiu fazer isso? É impossível que tenha conseguido quebrar o gelo sendo tão pequeno e com mãos tão frágeis!

Nesse instante, um ancião que passava pelo local comentou:

– Eu sei como ele conseguiu.

Todos perguntaram:

– Pode nos dizer como?

– É simples – respondeu o velho.

– Não havia ninguém ao seu redor para lhe dizer que não seria capaz. Deus nos fez perfeitos e não escolhe os capacitados. Ele capacita os escolhidos. Fazer ou não fazer algo só depende

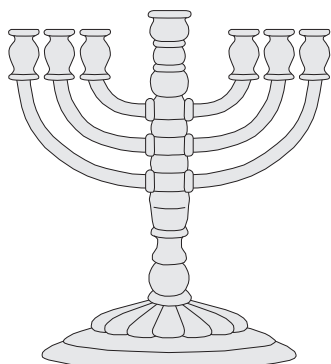
de nossa vontade e perseverança.

Líder, encoraje sempre. O impossível é apenas algo que ainda não foi feito!

2

A fé move os líderes

O segredo do candelabro



Esta é a menorá. O candelabro judaico.

Ele tem sete braços: um deles central e mais três em cada um dos lados. Cada um dos braços possui uma tigelinha onde o azeite é colocado. Uma vez aceso, torna-se objeto de iluminação.

O primeiro deles foi feito seguindo as instruções que Deus deu a Moisés. A menorá era feita de ouro e rica em detalhes decorativos. Em 1948, com a proclamação do Estado de Israel, voltou a ser símbolo nacional.

Para os cristãos, ela também tem significado espiritual. A luz simboliza a presença de Deus. O azeite representa o Espírito Santo. E o candelabro, Jesus.*

Note que todas as suas hastes dependem da haste principal, a central.

Líder, quando ligados Nele, vemos a importância do significado da presença de Deus e das características do Espírito Santo passando por nossas vidas.

Que nossos colaboradores nos vejam como a haste central, que entendam que, apesar de termos funções diferentes, nós somos um. Quando unidos somos fortes. Nele somos vencedores. Mais que vencedores. Inspire sua equipe. Seja como o candelabro: ilumine!

*A luz da menorá simboliza a presença de Deus (no hebraico Shekinah). Yeshua (Jesus) é o candeeiro, pois Ele é a luz do mundo. E o número sete indica a perfeição do seu ofício de iluminador. “A luz verdadeira que ilumina a todos os homens, estava vindo ao mundo.” (João 1: 9)

Status

Você sabe o que é status?

É comprar algo de que você não precisa, com um dinheiro que você não tem, para mostrar-se como uma pessoa que você não é e agradar a uma pessoa que não gosta de você.

Isto é status. Será que vale a pena? Veja abaixo parte de uma poesia que escrevi sobre ser ou não ser.

Ser luz. Só para iluminar um caminho escuro.

Ser sorriso. Para arrancar outro sorriso de um rosto carrancudo.

Ser irmão, mesmo sendo filho único.

Ser pai, ainda que não genitor.

Ser paz, só para ver a cara decepcionada da contenda.

Ser sim, mesmo que a desculpa da falta de tempo diga não.

Ser ninguém, só para que Ele cresça...

Isto, para mim, é ter status.

Ser para os homens o que Ele foi para nós. Ser líder é aprender com o Mestre. É vê-lo pregando para a samaritana no poço de Jacó (e há palestrantes que escolhem o tamanho do auditório...). É vê-lo lavando os pés de seus discípulos. É ensinar reis e pescadores com o mesmo carinho.

Você pode lembrar-se de Sua palavra: “Pai, perdoa, pois não sabem o que fazem”. Talvez seja impossível para você.

Líder, talvez você esteja com a caneta na mão agora para assinar uma demissão. Será que você já converteu com quem tinha a incumbência de treinar esta pessoa que não está dando resultados?

Será que você não é esta pessoa?

Se você gostou da poesia, peça-a por e-mail que a enviarei na íntegra.

Entusiasmo

Esta é uma das palavras mais lindas que conheço.

Sua etimologia é incrivelmente bela. Vejamos. En, nesta palavra, chega através do latim In, prefixo que pode ter muitas funções, mas aqui significa no interior, em. Depois, temos o já conhecido Theo, do grego, Deus.

Agora vem uma palavra que mereceria um livro (eu conheço alguns bons sobre o assunto): hagiastos, que pronuncia-se “raguiasmós”. Esta palavra é a que se encontra na Bíblia para definir santidade.

Bom, então, entusiasmo seria “Deus santificando nosso interior”. Nesta altura do campeonato, muitos entusiastas do ateísmo já estarão odiando a palavra...

Vamos falar de entusiasmo a partir desta origem tão especial. Não vou definir Deus aqui. Também não vou me furtar de revelar em quem creio. Creio em Deus. Seu nome é Jesus Cristo. A Bíblia é Sua palavra.

Agora que já matou sua curiosidade sobre minha fé, tente acompanhar meu pensamento.

Hagiasmos, que nos chega pela Bíblia traduzida como santo, é uma palavra que, no sentido original, significa manter-se afastado de. Como ser santo? Mantendo-se afastado do mal. (Só faltava agora você me perguntar o que é o mal).

Todos nós temos o bom senso implantado por esta Semente Divina em nossos corações.

Bom, se todos nós fomos por Ele criados, temos a obrigação de difundir esta satisfação. Eu, por exemplo, faço isso usando um típico cumprimento: “Só alegria!”

Lembre-se de que você pode estar triste, mas é feliz. Faz parte de nossa missão aqui na Terra ser entusiasmado. Afinal, é Ele quem santifica nosso coração.

Mas, voltando ao hagiasmos, ao manter-se afastado do mal, pensemos em como agradar a Deus.

Existem duas formas de fazer isso.

Uma é, como sugere esta palavra em pauta, ficando longe daqueles que você percebe que não querem fazer a coisa certa, a outra é aproximar-se de Deus estando ao lado daqueles que você sabe que querem fazer a coisa certa.

Viu como é simples? Então, ser entusiasmado é estar do lado do bem. Não importa qual seja a sua profissão, esteja do lado do bem.

Viva para servir. Conhece a frase “quem não vive para servir não serve para viver”?

As pessoas gostam de estar ao lado dos entusiasmados.

As pessoas querem seguir os entusiasmados. Permitir que o maior de todos os líderes more em nosso coração e a todos contagie é, portanto, a raiz de qualquer princípio de liderança.

Certa vez, Jesus lavou o pé de seus discípulos. Constantemente, Ele os chamava para si e fazia-os lembrar qual era o caminho e, principalmente, qual era a direção. Os amava tanto que morreu por eles.

Líder, sua missão é liderar com entusiasmo. O bom líder não destrói seus adversários. Ele os transforma em aliados.

Haja Luz

Não tente ler estas linhas na velocidade da luz. A luz é o princípio da Criação.

A primeira palavra da Palavra foi “Haja Luz”. E houve.

A Terra estava imersa no caos. Nas trevas. A grande nuvem que se levantara após o desastre havia impedido que os raios solares aqui chegassem.

Primeiramente, as plantas, sem poderem realizar a fotossíntese (fabricação do alimento pela luz) foram, aos poucos, morrendo. Os herbívoros, sem alimento, tiveram igual destino. Os grandes carnívoros também se foram, na sequência de maldição. E a Terra ficou sem forma e vazia.

Em meio às comemorações do mal, uma voz ecoou no Universo:

– Haja Luz.

E houve.

A vida retornou. O homem, enfim, chegou. Seus erros

o distanciaram do Pai. Seu coração, aos poucos, foi ficando sem forma. E vazio.

Outra vez as trevas... Outra vez, a velha solução:

– Haja Luz!

E houve.

Luz que reflete.

A Lua, tão formosa, não tem luz própria. Como brilha tanto? Reflete a luz do Sol.

Refita. E reflita. Brilhe como a lua.

Alexandre, o Grande, construiu um farol. Sua luz guiou os navegantes desde a Ilha de Pharos (de onde nos vem a palavra “farol”).

Não se pode esconder uma cidade edificada na montanha. Sua luz a denuncia. Seja esta cidade.

Lâmpada para os meus pés é tua palavra, e luz para o meu caminho. (Salmo 119:105).

Líder, seja farol também. Os caminhos do mar são incertos. Ele é o caminho certo. Seja luz. Luz que refrata. Que entra pelo cérebro. Que mora no coração. Refração e reflexão.

Liderar é ser luz. Que haja luz em sua vida e em sua equipe.

A luz, outra vez

Ouvi esta história quando tinha dezessete anos, numa escola bíblica dominical, ensinada pelo líder Abner Grangeiro. Que saudades...

O rei estava preocupado. Quando seus filhos mais velhos nasceram, não tiveram o cuidado de identificar quem foi o primogênito. Desta forma, os gêmeos não podiam ser distinguidos quanto à idade.

Agora, com os dois em plena juventude, o rei precisava decidir para qual deles iria sua coroa. Sucessão é coisa séria. Pelo menos deveria ser...

Os sábios propuseram uma disputa.

Havia uma pequena sala no palácio. Seria dada a cada um dos príncipes apenas uma moeda. Aquele que, usando apenas aquela moeda, conseguisse “encher” a sala, com qualquer coisa, seria declarado o herdeiro oficial do trono.

Os rapazes eram muito diferentes, apesar da semelhança física. Um deles procurou os amigos, que lhe de-

ram grande idéia. Saíram pelo campo e encontraram um vassalo que, imediatamente, lhes deu palha suficiente para encher a saleta.

Os sábios estavam para declará-lo vencedor quando chegou o outro irmão que pediu para que retirassem a palha.

Fechou a porta e apagou a luz. Colocou uma pequena vela no chão, acendeu-a, e ela iluminou todo o ambiente.

Havia pequenos espaços entre um tufo e outro de palha, mas não havia naquela saleta um só lugar que a luz da vela não iluminasse.

Este foi declarado o vencedor.

Seu segredo? Antes de procurar seus amigos, procurou Seu amigo, o Pai da sabedoria, o Amigo do andar de cima, o Amigo certo das horas incertas.

Líder, talvez a resposta que você procura esteja no andar de cima.

Essencial

Quem sabe o que é essencial?
Todo aquele que conheceu a essência.
A flor, para a abelha.
As linhas, para o poeta.
O beijo. Não um beijo, mas, sim, o beijo.
Falar com as estrelas.
Lançar Nele nossas ansiedades.
Essência é óleo fino.
Destilado. Submisso.
Conceituação universal.
Separem a existência.
Retirem o particular e o concreto.
Essência e existência coincidem.
Plena e eterna.
Natureza própria.
Apesar dos pesares, sempre presente.
Ser verdadeiro.

O mais alto grau da qualidade.
Razão de ser. Ou de não ser.
Identidade. Distintivo.
Olhar no fundo dos olhos.
Não para procurar verdades.
Mas para mostrar a sua verdade.
Por isso, amar é essencial.
Deixa suspirar.
Deixa acelerar.
Navio que chega ao porto.
Porto respeito. Porto solidão.
Saber esperar.
Saber em quem esperar.
Esperar Dele é normal.
Esperar Nele é essencial.

Líder, oh, líder, aprenda a esperar.

Não tome decisões quando estiver nervoso.

Dê tempo ao tempo.

Dê tempo ao Senhor do tempo.

Liberdade

Tão alta, apregoai-a!
Andar em liberdade, buscar os Teus preceitos.
Ele restaura os contritos de coração
E proclama liberdade aos cativos.
Liberdade é herança dos príncipes...
A verdadeira liberdade vem tão-somente de Tuas
mãos...

Liberta-nos da servidão da corrupção,
Para a glória dos filhos de Deus.
O Senhor é Espírito e onde está o Espírito do Senhor,
Aí há liberdade!
Firma-nos em Tua liberdade,
E não nos permita voltar ao jugo da servidão!
Fomos chamados à liberdade.
Servimos uns aos outros pelo amor...
A liberdade é a lei perfeita.
Aquele que para isso atenta,

Persevera,
Não se esquece e faz a obra,
Será bem-aventurado em seus feitos...
Aquele que Lhe der ouvidos habitará em segurança,
E estará livre do temor do mal!
Se, pois, o Filho vos libertar, verdadeiramente sereis
livres...

*Amigo líder, não se esqueça de que você não é o dono
dos seus colaboradores. Você é seu exemplo. Dê liberdade.
Não feche a porta de tua sala constantemente. Não feche o
teu ouvido. Ouça. Não prenda, liberte!*

Alto ajuda

Engano seu. Dessa vez eu não errei...

É alto ajuda mesmo. Nada contra a autoajuda.

Acontece que quanto mais penso que sou, menos sou...

Já Ele, quanto menos pensamos que é, mais é...

Estava pensando em ser feliz. Descobri que às vezes sou alegre.

Descobri que a alegria está para a felicidade assim como a paixão está para o amor.

Alegria e paixão que, embora finitas, eternizam cada momento.

Fazem a diferença entre viver e sobreviver.

Assim como existem dois viveres...

Viver aqui e viver lá.

Lá está o meu tesouro.

Lá onde não há choro.

Por isso, preciso da Alto ajuda.

Porque sem Ele eu não poderia.
Sem Ele eu não saberia.
Deus de amor.
Deus de felicidade.
Por isso, prefiro o nós.
Ele e eu.
Sem Ele, sou sem pavio.
Com Ele, sou navio.
Sem Ele, sou explosão.
Com Ele, sou mansidão.
Sozinho vivo sozinho.
Com Ele, muitos irmãos.
O Senhor é a força de seu povo.
Fortaleza para o consagrado.
Uma rocha na hora da angústia.
Elevo meus olhos para os montes...
De onde me virá o socorro?
Socorro bem presente.
Socorro sempre presente.
Contrição e compunção.
Motivo para o sorriso.
Razão para a esperança.
Os dias têm sido difíceis, mas sem Ele...
Ah... Alto Ajuda...
Não acredito em duende.
Nem em varinha de condão.
Mas tenho acreditado no meu eu.
E, em mim, tenho escorregado, e caído.

Não sou forte como pensava.
Mesmo assim, a Doce Mão tem me sustentado.
Com Ele, gratidão...

Líder, há momentos em que você tem que dar um bom exemplo de base espiritual.

Neste momento, um comportamento contrito, compungido, cheio de fé e de esperança pode levar a equipe ao sucesso.

Busque você também a alto ajuda...

3

Estratégias para a liderança

Visão, missão e paixão

Tenho ministrado cursos por todo o Brasil sobre este assunto. Percebo confusão em diferenciar visão e missão.

Lecionei Administração Mercadológica (o nome bonito que eles dão ao marketing) na Universidade de Santo Amaro, em São Paulo, a convite do grande amigo e mestre Luciano Crocco. Na ocasião, fizemos exercício com os alunos, e gostaria de passar isto para o amigo leitor.

Missão é o que você faz e como você faz.

Pensem numa pizzaria que faz entregas em domicílio. “Nossa missão é entregar pizzas sempre gostosas e quentinhas”. Pronto.

Visão é onde queremos chegar. “Nossa visão é ser reconhecida como a melhor pizzaria da região”. Já deu pano para a manga? Pois é.

Nesta hora, todo mundo quer dar seu palpite. Mas esta é a parte gostosa da coisa.

Nos cursos que ministro, sempre procuro fazer com que a missão e a visão da companhia sejam definidas pelos colaboradores. Desta forma, eles vão lutar para fazer valer o que eles próprios definiram.

Então, vejamos. Visão é a imagem do futuro que produz paixão (Hybels, 2002). Amo esta frase. Pense no seu amanhã. Se você não estiver apaixonado por seu amanhã, precisa renascer.

Um homem não morre quando deixa de viver e sim quando deixa de amar, já disse Charlie Chaplin. Sidnei Dutra, meu reitor na Unisa, dizia: “Visão é sonho!”

Você pode voltar no tempo e pensar em Santos Dumont. Nosso mineirinho famoso dizia a seus amigos que o homem poderia voar. Foi chamado de louco! Mas ele voou. Você também pode voar.

Se visão é sonho, estratégia é o conjunto de ações que vão transformar seu sonho em realidade.

Líder, sonhe alto. Mas não sonhe sozinho. Leve sua equipe consigo. Deixe seus objetivos claros.

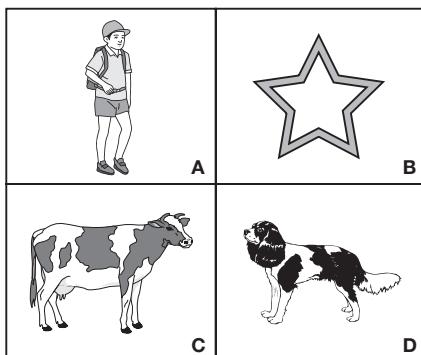
Todos gostam de seguir um líder apaixonado. Se não está apaixonado por seu sonho, como os que te seguem se apaixonarão? Conquiste cada vitória com paixão. Comece cada vitória com paixão. Sua missão é ter visão. E sua visão tem de ter paixão. Do contrário, você jamais será um líder. Um chefe, talvez, no máximo. O que é muito pouco, não acha?

A matriz de BCG

A matriz de crescimento e participação, mais conhecida como matriz BCG, foi desenvolvida em 1967 pelo Boston Consulting Group (BCG) e relaciona a taxa de crescimento de mercado com a participação de mercado da empresa. (Write, Kroll e Parnell, 2000).

A proposta da matriz é que as unidades empresariais, localizadas nos quatro quadrantes identificados, estarão em posições diferentes de fluxo de caixa, sendo, portanto, administradas de maneira diferente, o que resulta em algumas implicações no que se refere à construção do portfólio geral da empresa (Porter, 1980).

Vejamos o quadro.



A – Menino prodígio

Também apresentado em alguns quadros como a criança problema ou ponto de interrogação. Trata-se do produto, negócio ou serviço recém-lançado.

Não sabemos ainda qual sucesso alcançará, mas é nosso filho, desejamos que tenha um belo crescimento, se fortaleça, que venha a se tornar uma estrela (nosso próximo quadro). Note que, nesta fase, todos os investimentos são necessários. Aqui, normalmente, já foram feitas todas as pesquisas necessárias antes de lançá-lo, e tais produtos entram com grandes chances de darem certo, pois estão inseridos em mercados que crescem rapidamente, apesar de serem ainda negócios com pequena participação.

Neste momento, eles não geram recursos, pelo contrário, necessitam de grande injeção de recursos nos mesmos.

B – Estrela

Que bom, o produto, negócio ou serviço virou uma estrela! O sonho de todos nós. O menino cresceu. Fortaleceu-se e agora é a grande estrela da família, o nosso orgulho.

Significa que ele agora está num mercado com alta taxa de crescimento e já está com grande participação no mercado. Embora ainda seja motivo de injeção de recursos para continuar crescendo e para fortalecimento da marca, ele já é capaz de gerar alta quantidade de recursos.

C – Vaca leiteira

Esta é a melhor parte do negócio. O produto ou serviço está vendendo tanto, fazendo tanto sucesso, que já garante a sobrevivência da empresa. Aqui, o perfil é de alta participação, mas num mercado estabilizado, com baixo crescimento.

Este produto ou serviço é grande gerador de fluxo de caixa. Seus recursos devem ser utilizados para o lançamento de novos meninos prodígios.

D – O cachorrinho

Alguns autores o apresentam como o abacaxi e outros chamam-no de animal de estimação ou ainda de vira-latas.

Bem, apesar de todo o sentimento envolvido com este “filho”, é hora de encarar a realidade: ele nunca virará uma estrela, só trará problemas. A sua própria existência pode pôr em cheque a confiança em nossa empresa, diminuir a confiança em nossa marca.

Se os clientes o comprarem será por pena ou insistência de nossos representantes, e eles estarão sempre lá em suas prateleiras lembrando-lhes que nem tudo que produzimos é bom. Normalmente, o lançamento deste produto não foi planejado, não foi feita pesquisa de mercado.

Conheço empresários que empregaram o bom recurso de suas vacas leiteiras de forma desordenada, entrando em outros mercados, perdendo o foco, e sempre dizendo: “Eu acredito neste negócio”, ou ainda, “Este produto é tão bom”. Bom o suficiente para levá-los à falência. Não tenha pena. Uma vez identificado, livre-se de seu cachorrinho.

Este quadro também pode ser usado para medir suas atitudes. Idealmente, as empresas devem ter como orientação estratégica a seleção dos pontos de interrogação (meninos prodígio) que venham a se tornar estrelas e, posteriormente, vacas leiteiras, garantindo, assim, o equilíbrio financeiro da empresa. Da mesma forma, devem tentar retirar os abacaxis (cachorrinhos) de seu mix de produtos. (Write, Kroll, e Parnell, 2000; Paker, 2001; Porter, 1980).

Líder, agora, vamos pensar no resultado de suas ações. O que é que você vem fazendo que todos gostam e que, ao longo do tempo, vem se tornando a sua mais admirável característica? Não é difícil de identificar, pois todos fazem questão de apontar este seu jeito de liderar gostoso, aberto, franco, transparente e motivador. Porém, se as pessoas já não o admiram, se não querem segui-lo, não mude as pessoas. Jogue sua atitude de cachorrinho no lixo e recomece. Mude você enquanto há tempo.

Missionários corporativos

PM	NPM
PT	NPT

Este quadro tem sido usado em minha palestra Missionários Corporativos por todo o Brasil. É sempre engraçado observar como as pessoas ficam olhando umas para as outras, apontando fulanos, beltranos e sicranos, e nunca pensam que as lições aqui são para serem absorvidas para elas mesmas (confira o artigo “Nunca era com ele”). Vamos lá.

A legenda é a seguinte:

P = Producente

NP = Não Producente

T = Terrorista

M = Missionário

Já reparou que a maior parte de suas horas úteis (há quem diga que as horas de sono são úteis também, mas eu as excludo para esse modesto cálculo), você passa envolvido com seu trabalho? Trabalhando, indo para o trabalho, voltando do trabalho, falando de trabalho ou pensando no trabalho.

Já ouviu esta expressão: essa empresa aqui é uma grande família! Bobagem! Família é sua família. O lugar onde você trabalha não é sua família. É onde você ganha o pão para sua família. Por isso, é tão importante.

Se você, ao ler este livro, estiver empregado, agradeça a Deus por sua empresa, pois tenho certeza de que muitos gostariam de acordar na segunda-feira e ir para o trabalho, em vez de estarem em filas de emprego ou em porta de empresa, normalmente fechadas... Mas vamos lá. Analise comigo.

Se não é nossa família, o local de trabalho é estranho à nossa primeira pátria, o nosso lar. Portanto, quando estamos laborando, ou somos missionários ou somos terroristas.

Há quem seja turista em pátria estranha, mas não é o caso deste estudo.

1º quadro: PM – Producente Missionário

O Producente Missionário é aquele funcionário-padrão, o sonho de todo empresário. Não importa o que ele faz. Ele realmente produz. Seja qual for sua função, ele a fará com maestria. É organizado, justo, competente, assíduo e pontual.

Mas, além de produtor, ele também é Missionário.

Isso mesmo. Parece que veio ao mundo para servir, lembre-se de que se você não vive para servir, também não serve para viver. Preocupa-se com o bem-estar do próximo e de todos em geral. É amigo, confidente e conselheiro. Sempre bem-humorado, sem ser inconveniente.

Sempre disposto a cooperar, o missionário agrega valor à equipe e contribui para manter o bom clima organizacional. É o bom perfume do ambiente. Não é de fato um sonho bom? Producente e Missionário. Viva o PM!

2º quadro: NPM – Não Producente Missionário

Este, normalmente, é uma figura. Ele nunca consegue fazer direito o que lhe pedimos. Quando consegue, o faz fora do prazo. Chega atrasado, falta muito, brinca demais, acha graça em tudo, mas não produz. Nós o ensinamos muitas vezes, mas ele teima em dizer que não consegue. Tenta, tenta e não termina nunca...

Então, por que o mantemos na equipe?

Porque ele é gente boa demais. Todos o amam. É mascote do grupo. Às vezes, não é nem falante, nem engraçado. Pelo contrário, pode ser do tipo caladão. Mas precisa do trabalho.

Vive pedindo perdão e agradecendo. Como não amar uma criaturinha assim? Como faz bem para o povo, nós o identificamos como missionário. Mas, como não consegue fazer o trabalho, trata-se de não produtor. Não Producente Missionário.

3º quadro: PT – Producente Terrorista

Assim como o PM não significa Polícia Militar nem

Prefeitura Municipal, que fique claro aqui que PT não é o Partido dos Trabalhadores.

PT é o Producente Terrorista. Muito parecido com o PM, quando o assunto é o P.

Resultados? Com ele mesmo. Metas? Atinge todas.

Só que, digamos que devido à sua personalidade forte, ele é terrorista.

Trabalho de equipe? Nem pensar. Sempre mal-humorado. Você o cumprimenta: “Bom dia”. Ele finge que não escuta, resmunga algum som estranho, ou lhe pergunta: “Bom dia, por quê?”

Fofoqueiro, agressivo, arrogante. Alguns têm o pavio curto.

Não é respeitado. É temido. Muitas vezes, nós ouvimos assim: “Mas ele atinge as metas, é importante para a companhia. Será?”

4º quadro: NPT – Não Producente Terrorista

Uma das maiores dificuldades do empresário é explicar por que um sujeito destes continua na companhia. Talvez por isso nunca ninguém explique.

O NPT, Não Producente Terrorista, além de não fazer nada ou de fazer tudo errado, ainda prejudica o bom ambiente de trabalho sendo o terror da companhia.

Por que ele tem de fazer parte da equipe então?

Vou lhe apresentar quatro alternativas:

A - Por pena?

B - Por que é parente de alguém “importante”?

C - Por que está namorando alguém “importante”?

D - Por que seu líder é cego?

Se você respondeu a qualquer uma (ou mais) das alternativas propostas, então, sua companhia estará em perigo.

Sei que você deve ter rido ao ler sobre o NPM e o NPT. Ou, quem sabe, chorado? Mas já parou para pensar como seus colaboradores veem você?

Será que você não é aquele líder cuja competência todos reconhecem, mas que não tem habilidade no trato com as pessoas? Será que você até já foi assim, paciente e conselheiro, mas que, por motivos de ordem pessoal, se tornou inconveniente?

Será que você não tem se escondido dentro da corporação, não conseguindo produzir, mas, como está sob a proteção de alguém importante, acaba se mantendo no cargo?

Será que a falta de desafios profissionais te deixaram desinteressado ou acomodado?

Será que você, líder, não pensa em plano de carreira e não se preocupa com o plano de carreira de seus colaboradores?

Será que você sabe fazer a coisa certa, mas como ninguém a faz, então...

Bom, se você se viu em qualquer um destes “serás”, meus parabéns.

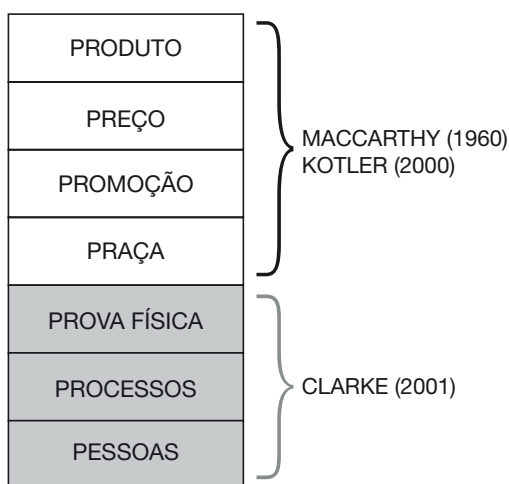
O bom líder não é aquele que vê somente os pontos fracos dos outros, mas, sobretudo, aquele que reconhece seus próprios erros e parte para a mudança. Para sua mudança.

Teve alguma ideia?

Clarke (2001) afirmou que, se você tiver uma moeda, e eu tiver uma moeda, e trocarmos nossas moedas, você continuará tendo uma moeda, e eu ainda terei uma moeda. Mas, se você tiver uma ideia, e eu tiver uma ideia, e trocarmos nossas ideias, então, você e eu passaremos a ter duas ideias cada um.

Líder, pense nisso. Reveja o quadro. Seja PM. Transforme o NP e o T em P e M.

O mix de marketing e a gestão de pessoas



O professor Jorge José Elias, em artigo enviado para o site da Facecap (Faculdade Cenecista de Capivari), afirma que para atender às necessidades das empresas, as mesmas podem recorrer ao marketing, que é um sistema de gestão que olha para o mercado.

Dentro do marketing, existe um modelo que as empresas podem seguir, ou seja, o modelo dos quatro “Ps”: Produto, Promoção, Praça e Preço.

Proposto por E. Jerome McCarthy em 1960, o modelo expressa o seguinte raciocínio: as empresas produzem um determinado produto, este é alvo de uma promoção que tem por objetivo comunicar, informar ao consumidor sua disponibilidade em uma dada praça (ponto de venda ou local) a um determinado preço. Também conhecido como composto de marketing ou mix de marketing, os quatro “Ps” transformaram-se num instrumento de suma importância para os profissionais de marketing e para as empresas em geral.

Note bem: as empresas são dirigidas por pessoas. Os produtos são feitos por elas. Quem comunica e informa aos consumidores (que são pessoas) também são pessoas. “Produto é algo que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer uma necessidade ou desejo” (Kotler, 2000, p. 416). Os produtos podem ser tangíveis (físico, podem ser tocados) e intangíveis (são os serviços, não podem ser tocados) para organizações e para consumidores.

No mesmo livro, Kotler afirma que a venda pessoal é a comunicação feita de pessoa a pessoa, gerando resposta imediata. Trata-se da atuação da força de vendas. Portanto, ela depende muito da atuação dos vendedores, para que a empresa alcance o sucesso. Na venda pessoal, são apresentadas pelo pessoal de vendas todas as informações do produto. Ou seja, conforme o próprio nome sugere, a venda pessoal baseia-se no contato pessoal. Para Clarke (2001),

em decorrência das características especiais dos serviços, costuma-se acrescentar mais três “Ps” a esse mix, objetivando descrever com mais profundidade a oferta de negócios: Provas físicas, Processos e Pessoas.

5º P – Provas Físicas: consistem na existência de instalações de serviço e no resultado concreto que se poderá obter a partir do serviço.

6º P – Processos: relacionados à maneira como o serviço é realmente prestado e tem relação com o tempo.

7º P – Pessoas: sim, pessoas.

Este é o sétimo e mais importante da lista dos sete “Ps”. As pessoas constituem um componente integral do fornecimento de um produto ou serviço. A qualidade deles será percebida pelos clientes. Os níveis de competência e comprometimento serão fatores importantes para o sucesso de qualquer empreendimento.

Líder, portanto, mais do que tudo, cabe a você treinar e preparar sua equipe para fazer o melhor, você é tão bom quanto as pessoas que contrata, Ray Kroc disse certa vez.

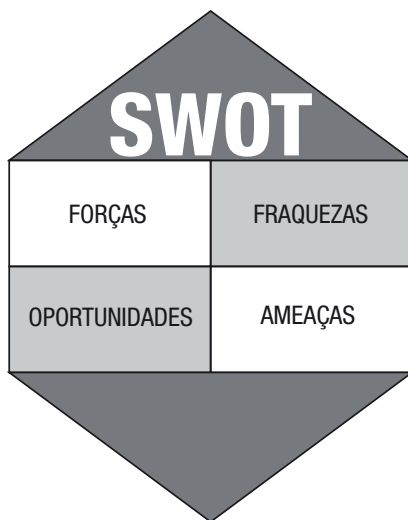
Em 1961, Kroc comprou dos irmãos McDonald os direitos exclusivos da rede homônima. Transformou-a em uma instituição americana e entidade global. Kroc não entendia nada de hambúrgueres. Kroc gostava e entendia de gente.

Líder, seja refletido no sorriso de seu povo. Distribua riqueza. Elogie. Compartilhe. Seja respeitado por ser gente. Por gostar de gente.

Lembro-me das palavras de meu professor de Marketing do curso de pós-graduação em Gestão Estratégica do Instituto A Vez do Mestre, no Rio de Janeiro, Mário Luiz, grande incentivador de nosso trabalho: "Marketing tem apenas três "Ps": pessoas, pessoas e pessoas!"

Vamos liderá-las?

SWOT



Este é o conhecido trabalho de SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças). Segundo Ghemawat (2000), a SWOT começou a ser desenvolvida nos anos 60, nas escolas americanas de administração. O objetivo inicial era focalizar a combinação das “forças e fraquezas” de uma

organização com as “oportunidades e ameaças” provenientes do mercado.

A ideia da análise SWOT já era utilizada há mais de três mil anos por Sun Tzu: “Concentre-se nos pontos fortes, reconheça as fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se contra as ameaças”.

Note que, na primeira linha, onde estão forças e fraquezas, estamos falando de nosso ambiente interno.

Em 2006, assisti a uma palestra na abertura de uma Feira Escolar, organizada por Wanira Salles, da Francal. A palestrante, Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues (Magazine Luiza), disse que sempre fazia um exercício com seus líderes que deveriam responder a três perguntas:

1 – O que estamos fazendo de bom e que deveríamos continuar a fazer?

2 – O que não estamos fazendo de bom e que deveríamos fazer?

3 – O que estamos fazendo de ruim e que deveríamos parar de fazer?

Isto nada mais é do que um exercício parcial de SWOT. Uma empresa, por menor que seja, deve sempre fazê-lo com seus colaboradores. Veja a primeira parte do conselho de Sun Tzu: “Concentre-se nos pontos fortes e reconheça suas fraquezas”.

O verdadeiro líder não é aquele que sabe tudo, mas é aquele que procura saber tudo somando as opiniões e o conhecimento de todos. Pode ser que aquilo que você julga ser um ponto forte, para sua equipe, seja a sua pior característica.

Quando você fizer este exercício com sua personalidade, descobrirá seus pontos fortes e suas fraquezas. Cuidado para não ser arrogante em suas atitudes, pois seus pontos fortes poderão ser desconsiderados e até ridicularizados. Mas saiba também reconhecer seus limites e mudar sempre que necessário.

A segunda linha do acrônimo SWOT é feita através de análises externas. As oportunidades e ameaças estão fora da companhia. É preciso estar atento ao mercado, ao governo, aos clientes, fornecedores e concorrentes.

Líder, é muito importante que você aproveite o lado positivo de suas características pessoais para agarrar as oportunidades que estão pipocando a sua volta e tentar reduzir o risco de ser alcançado por prováveis ameaças.

Nestas horas, bons amigos são muito importantes. Eles têm o poder de nos avisar e alertar sobre perigos iminentes. Talvez este amigo esteja ao seu lado agora e seja, por exemplo, seu cônjuge. Costumamos não dar ouvidos àqueles que estão muito próximos e valorizar mais a opinião de gente que apareceu de paraquedas em nossas vidas. Cuidado. Na hora da tribulação, esta gente some.

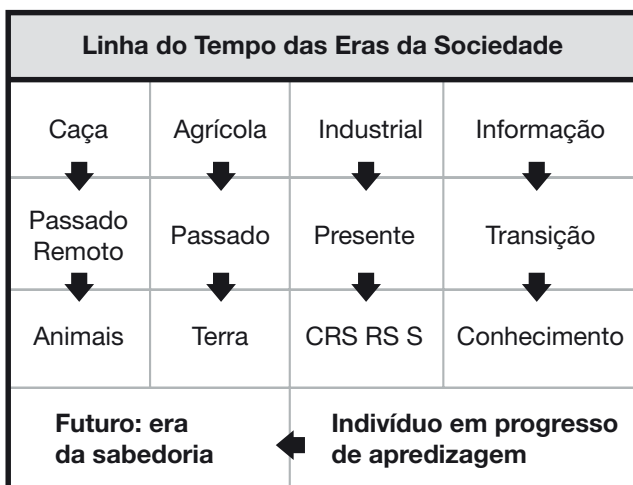
Líder, seja forte, seja valente, seja corajoso, mas ouça aqueles a quem Deus te confiou. Afinal, é para a felicidade e o conforto deles que você se dedica tanto. Se não for, reveja seus valores. Nenhum sucesso compensa o fracasso no lar.

Lembro quando disse esta frase em 2005, na primeira vez que palestrei num congresso da Brasil Escolar, em São

Paulo, o presidente da instituição, Alfonso Theiss, pôs-se em pé e, emocionado, fez com que eu repetisse a frase. Respeitando aquele momento de inspiração, vou repeti-la aqui também: “Nenhum sucesso compensa o fracasso no lar”.

Para ficar craque na análise de SWOT, que tal realizá-la primeiramente com sua família?

A linha do tempo



Esta é a linha do tempo no que se refere à informação e ao conhecimento. Observe que o mundo hoje é o mundo da informação. Posso dizer que é o mundo das marcas.

Grandes marcas nada fabricam. Terceirizam tudo.

Já se ganhou dinheiro caçando, pescando. Já se ganhou dinheiro com a terra. Também já se ganhou dinheiro pro-

duzindo. Hoje, se ganha dinheiro administrando a marca. Focando no cliente. Indivíduos em processo de aprendizagem caminham para a era da sabedoria.

Da mesma forma que o mundo está em constante processo de transformação, você também precisa rever seus conceitos. Frases de efeito que outrora motivaram, hoje, são motivos de chacota entre os colaboradores. Rever para não morrer. Há quanto tempo você não senta numa cadeira de faculdade? Há quanto tempo você não assiste a uma palestra ou lê um livro de gestão?

Certa vez, estive num jardim temático em Santo Antônio do Pinhal, na Serra da Mantiqueira, interior de São Paulo. Entre um jardim e outro, a guia ia contando suas histórias através de flores e pássaros.

Lá pelas tantas, ela soltou uma:

– Este musgo aqui foi um dos primeiros seres vivos a surgirem na Terra e deu origem à vida humana.

– Eita! eu disse, mas então este aqui é muito burro, pois continua sendo musgo, não evoluiu.

Líder, não podia perder a piada. Mas creio que você entendeu o recado.

Administração clicentrista



Esta é uma das lâminas de um curso que ministro por todo o Brasil denominado Vendas Consultivas. Neste curso, vendedores aprendem se divertindo com vídeos e histórias. Observe que, na administração clicentrista, o cliente é o centro de tudo.

Tudo é importante numa companhia: produção, mar-

keting, vendas, finanças, administração, etc. Mas nada, absolutamente nada, deve ser mais prioritário do que o foco no cliente.

Todos na companhia devem ler esta cartilha diariamente.

Lembro-me das palavras do professor Madia: “O primeiro axioma do marketing é ‘o cliente sempre tem razão’. O segundo axioma é: quando o cliente não tiver razão, prevalece o primeiro axioma”.

Esta vai, sobretudo, para líderes de vendas. Quantas vezes um vendedor chega com uma proposta aparentemente prejudicial à sua companhia? Uma troca de produtos, um frete a pagar, ou qualquer outro prejuízo aparente.

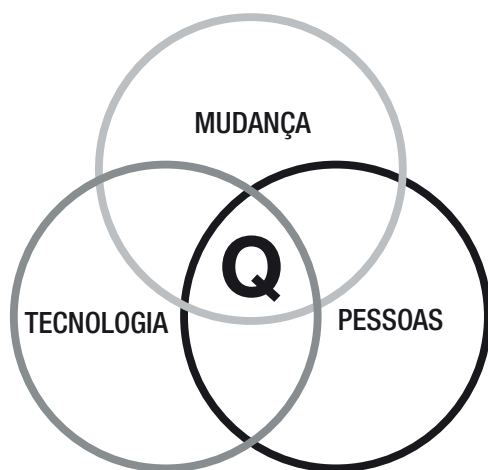
Neste momento, você deve analisar o cliente e não o caso em si. Peça um relatório ao vendedor e veja quanto este cliente já comprou e quanto você tem lucrado com o mesmo. Agora, imagine o quanto você ainda poderá lucrar. Deduza o prejuízo iminente. Então? Qual o resultado?

Cliente é cliente.

Líder, agora pense em nossos clientes internos. Talvez, a atitude de um colaborador não esteja adequada e, até mais que isso, esteja sendo inconveniente e até insuportável. Analise da mesma forma que a anterior.

Com quanto ele já colaborou e com quanto ele ainda pode colaborar se você, em vez de humilhá-lo perante os demais ou, ainda pior, demiti-lo, restaurá-lo e reintegrá-lo ao grupo, conduzindo-o ao caminho e visão da equipe? Difícil? Se fosse fácil todos seriam líderes...

Qualidade e mudanças



Este é o quadro da qualidade. Faz parte de uma palestra minha sobre “Gestão da Mudança”. Observe que o Q da qualidade está no centro da figura. Nós só teremos qualidade em nossos processos quando a gestão da mudança estiver alinhada com a área de tecnologia e com a gestão de pessoas.

Em outubro de 2007, ministrei um curso chamado Missionários Corporativos num evento da Print Label, em Alphaville, São Paulo. Neste dia, pedi que todos os presentes fizessem uma frase que contivesse as palavras “qualidade” e “clientes”. Muitas frases foram boas. Mas a frase de uma moça que trabalhava na produção da companhia, chamada Dalvany, foi a grande vencedora: “Qualidade: processos perfeitos, clientes satisfeitos”.

Como ter processos perfeitos? Trabalhando estes três segmentos: pessoas, tecnologia e mudança. Não há nada que seja tão bom que não possa ser melhorado.

A tecnologia tem de trabalhar para o homem. O homem tem de trabalhar para a mudança. A soma disso tudo se chama qualidade, que nossos clientes, internos e externos, percebem e sem a qual estaremos condenados à falência.

Líder, seja um agente da mudança. Ou você muda, ou mudam você.

De lugar. Para o lado de fora...

Indicação de leitura

CLARKE, Greg. Marketing de Serviços e Resultados. São Paulo: Editora Futura, 2001.

GHEMAWAT, Pankaj. A estratégia e o cenário dos negócios. Textos e Casos. Porto Alegre: Bookman, 2000.

PORTER, M. E. Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Nova Iorque: The Fine Press, 1980.

SUN T'ZU. A Arte da Guerra. Porto Alegre: Editora L&PM, 2004

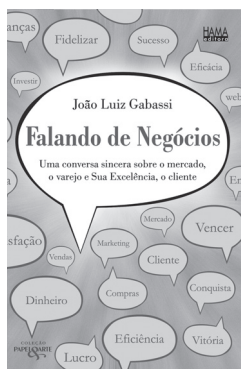
WRITE, Peter; KROLL, Mark J.; PARNELL, John. Administração Estratégica: conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.



Sobre o autor

Além de jornalista, formado pela Faculdade Casper Líbero, João Luiz Gabassi é publicitário, educador e fez pós-graduação em Marketing na UBS – Unisa Business School – e em Gestão Estratégica pelo Instituto A Vez do Mestre da Universidade Cândido Mendes. Lecionou Administração Mercadológica na Universidade de Santo Amaro (São Paulo) e Gerência Comercial no MBA de Administração de Marketing da Universidade Veiga de Almeida (Rio de Janeiro). É consultor de marketing e palestrante. Atualmente, ocupa o cargo de gerente de marketing da Inforshop Suprimentos. jonygabassi@hotmail.com

Outras obras do autor



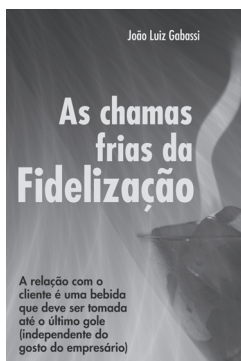
Neste livro, o professor João Luiz Gabassi compila com maestria seus artigos sobre o mundo dos negócios, não como um mero comentarista, mas com a opinião cristalizada pela larga experiência vivida no mercado distribuidor e varejista brasileiro.

Preço: R\$ 22,90

Páginas: 96

Formato: 14 x 21cm

ISBN: 978.85.86962.05.9



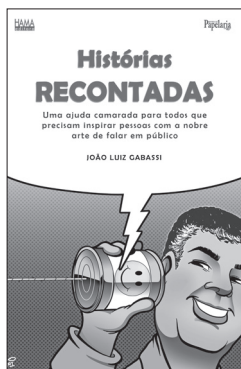
João Luiz Gabassi dá importantes dicas para o lojistas que querem conquistar e fidelizar o seu cliente. De fácil leitura e com linguagem clara, esta obra dá o passo-a-passo para quem não quer apenas vender e sim fazer do consumidor final o seu melhor amigo.

Preço: R\$ 22,90

Páginas: 96

Formato: 14 x 21cm

ISBN: 978.85.869.62.11.0



Histórias Recontadas é uma bela seleção de “pílulas de sabedoria” que Gabassi tem escutado e presenciado em sua trajetória profissional e de vida. Aqui ele compartilha casos que são, no mínimo, estimulantes para um cotidiano mais sereno, sábio e feliz.

Preço: R\$ 15,00

Páginas: 80

Formato: 14 x 21cm

ISBN: 978-85-86962-22-6

Compre pelo site www.hamaeditora.com.br

