

CARRERAS

Como aplicar o conceito de liderança

O executivo tem que conhecer o mercado e estar próximo dos clientes e da equipe

CAROLINA SANCHEZ MIRANDA
São Paulo

Liderar é a principal atribuição e talvez o maior desafio dos executivos. O conceito clássico de que liderar é influenciar positivamente as pessoas e levá-las a atingir os objetivos da companhia é conhecido de todos. O que ainda se procura são maneiras de colocá-lo em prática. É nessa linha que Luis Paulo Luppa, empresário e autor do best-seller "O Vendedor Pit Bull", lança, pela Editora Landscape, seu mais novo livro: "A Essência da Liderança de Resultados". O objetivo de Luppa é mostrar a aplicação do conceito de liderança definido por James C. Hunter em "O Monge e o Executivo". Editora Sextante, um dos livros sobre liderança mais vendidos em todo o mundo.

Luppa chama de liderança de resultados aquela que coloca em prática as teorias. "O líder de resultados faz acontecer com pessoas e processos", diz. Para ele, ótimos gerentes podem ser péssimos líderes.

"Planejar, organizar, administrar, resolver problemas, controlar e informar é muito, mas muito diferente de inspirar e influenciar", afirma.

Para isso, Luppa recomenda que, antes de mais nada, o executivo conheça profundamente o mercado.

Além disso, é preciso estar próximo dos clientes e da equipe. "Praticar liderança é estar no epicentro constantemente. Se envolver em tudo e com todos, sempre", comenta.

De acordo com o autor, a construção de uma equipe que efetivamente faz acontecer é a essência da liderança de resultado. Para Luppa, o relacionamento está acima de tudo e de todos. Afinal, como liderar sem cooperação? "Os líderes que conseguem atingir seus resultados, construindo equipes fortes para atuar num mercado altamente competitivo, são aqueles que avaliam os problemas e buscam oportunidades visando identificar alguma parte do todo, que com certeza pode e deve ser positiva", diz.

A postura positivista é defendida pelo autor em toda a obra. "O líder de resultados só pensa no problema como uma chance de superar mais um obstáculo e continuar em busca dos objetivos", afirma em trecho do livro. "É alguém que exalta a confiança, facilita qualquer processo para ouvir com extrema atenção novas ideias e para cada uma delas estabelece uma forma de avaliação. A liderança decorre da articulação dessas três dimensões no mesmo hábito.

"Alguém que pensa apenas em si e age por interesse próprio já quebrou o princípio maior da liderança. Faz o mesmo quem só pensa no entorno e esquece dos interesses e propósitos da organização ou os seus próprios, explica. "A efetividade da liderança depende da capacidade de ler o ambiente e decidir como agir, articulando essas três dimensões", ressalta Santos.

O professor alerta, no entanto, que mesmo sendo um líder



executivo da Fundação Dom Cabral e coordenador do Núcleo de Desenvolvimento de Liderança, diz acreditar que o resultado é uma consequência da liderança efetiva. "Uma liderança é efetiva quando ela de fato agrega um tipo de valor para quem está en-



tinho as suas tarefas. O autor afirma que o líder de resultados tem que oferecer todo suporte possível e necessário; efetivamente capacitar as pessoas; gerar um ambiente criativo; assegurar a fidelidade das informações (compreensão total da comunicação); prever problemas; aumentar a tolerância ao estresse; incentivar a postura de correr riscos; tornar o ambiente seguro para que todos aprendam com os erros; dar uma atenção especial, principalmente, àqueles que discordam; ser positivo e também bem-humorado.

Com tantas regras a seguir, a tarefa de liderar pode parecer impossível de ser realizada sem deslizes. De fato, isso é verdade. O professor da Fundação Dom Cabral e autor de "A Essência da Liderança de Resultados" admitem que o líder está arriscado a errar. "O conhecimento que o líder tem de si mesmo, da organização em que atua e da sociedade em que vive, e, sobretudo, a consciência de que existe um limite nessas três dimensões, são importantes para a eficiência da liderança. Liderar não é tudo e não sabe tudo", diz Santos, Fundação Dom Cabral.

Como uma recomendação final, podemos extrair do novo livro de Luppa a indicação do uso de algumas ferramentas disponíveis que não foram absolutamente nada e fazem toda a diferença: disciplina, atitude, conhecimento, motivação, foco e força de trabalho.

EMPREENDA

É preciso competência para ter sorte

Ricardo Bellino*



Qual a fórmula do sucesso? Será que existe uma receita de profissional bem-sucedido? Esse tema alimenta a literatura empresarial há décadas e deu origem a uma infinidade de artigos, teorias, livros, métodos... Eu próprio tenho incursionado pela área, por meio dos quatro livros que escrevi, das palestras que realizei e também no espaço destinado a esta coluna.

Com base nessa experiência, o que posso dizer é que sim, existem "ingredientes" em comum que despontam nas biografias de todas as pessoas bem-sucedidas e que podem ser apontados como fatores que as levaram ao sucesso. A experiência também me mostrou que é sempre proveitoso entender quais são esses fatores e a forma como se combinam e agem de maneira a produzir resultados positivos.

Eles não deixam de ser um interessante parâmetro a partir do qual podemos tentar compreender o que estamos fazendo ou o que não estamos fazendo para atingir nossos objetivos. Contudo, ver nesse conjunto de "ingredientes" uma fórmula com por cento garantida é arriscado. Afinal, nas mãos de um cozinheiro

inábil, até mesmo uma receita de ovo frito pode dar errado.

Essas considerações me vieram à mente quando conversei com meu amigo J. Hawilla, em uma entrevista que irá ao ar neste sábado pela Band News FM. Ao fundar a Traffic, J. Hawilla trocou a carreira de radialista por uma meteórica trajetória empresarial. Hoje, a Traffic é a maior empresa de marketing esportivo da América do Sul, expandindo por áreas de negócios que vão de produtoras de vídeo e redes de televisão e de jomais à venda dos direitos de transmissão de campeonatos de futebol.

Quando perguntei a J. Hawilla o segredo do seu sucesso, ele o atribuiu a três fatores: ambição, competência e sorte. Os dois primeiros fatores foram por ele definidos da seguinte forma: "Ambição é ter determinação, espírito de luta, vontade, desejo. E a competência também vem, em grande parte, disso. Vem da vontade de aprender, de querer fazer, de realizar. Para empreender é preciso competência, e a competência se faz com a ambição."

Porém, o que acontece quando um dos ingredientes é um fator tão imponderável quanto a sorte? Podemos descobrir como desenvolver competências e estimular a ambição saudável, mas como aprender a ter sorte? A questão não é tão óbvia quanto parece. Tudo depende da manei-

ra como se vê a sorte. J. Hawilla a definiu muito bem quando me disse: "Se você tiver ambição e competência, você terá sorte, pois ela acompanha naturalmente essas outras duas qualidades. Esses dois fatores é que trazem a sorte".

A opinião de Hawilla vai ao encontro da que expressei em meu livro "Três Minutos para o Sucesso", publicado no Brasil no ano passado e que em breve será lançado também nos Estados Unidos e no Japão. No livro, o assunto é resumido na seguinte frase: muitas pessoas pensam que ter talento é uma questão de sorte; poucas, no entanto, pensam que a sorte possa ser questão de talento.

SADIM A INVEJA MATA

Para o Sadim, a inveja, que ele nunca admite nutrir, é uma de suas principais forças motrizes. O sucesso alheio o ofende e ele passa a ver o outro como um "usurpador", alguém que obteve algo que, "por direito" deveria ser dele. Em vez de pensar: "Se ele conseguiu, eu também posso conseguir", Sadim pensa: "Se eu não consegui, ele também não vai conseguir".

"Sócio-fundador e dealmaker da Trump Realty Brazil e fundador do Inemp, o Instituto do Empreendedor. Palestrante, autor de livros, apresenta o programa Empreenda com Ricardo Bellino, na Band News FM

REI SADIM (O ANTI-MIDAS), EM: O AMIGO DA ONÇA

FIQUEI FELIZ AO SABER DE SUA PROMOÇÃO. FOI UMA CONQUISTA E TANTO!



AGORA VOCÊ VAI TRABALHAR 16 HORAS POR DIA, MANEJA! MAS VAI TER FÉRIAS. VAI ENGORDAR DE TANTO COMER PIZZA FREIA NOS SERVÍOS.



MAS VAI TER UMA FLAQUEZA DE GERENTE NA SUA MESA. PARABÉNS, VOCÊ CHEGOU LÁ!



REGISTRO

EDUCAÇÃO CONTINUADA

NA FGV

A Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) está com inscrições abertas para o Programa de Educação Continuada (GVPec), que neste primeiro semestre oferece 110 cursos, sendo 80 semestrais e 30 de curta duração. Os interessados podem fazer as inscrições até 9 de março. Dentro da área de Entrenamento, a FGV-FAESP lança o curso Gestão de Empreendimentos no Mercado de Entretenimento Infantil. Informações: tel: (11) 3281-7777 ou www.fgvsp.br/pec2006.

INSCRIÇÕES PARA CURSOS A DISTÂNCIA

A Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (Fipecaf) está com as inscrições abertas para cursos a distância de curta duração, com início em abril. Entre os cursos oferecidos estão: Avaliação de Empresas, Contabilidade para Não Contadores, Governança Corporativa, entre outros. A programação é composta de aulas virtuais, chat de voz, exercícios práticos, dinâmicas de grupo e textos. Inscrições no site www.fipecafi.com.br/inlearning.

MOVIMENTO

Y&R PROMOVE CARDOSO

A agência de publicidade Y&R, pertencente ao grupo Newcomm, promoveu o redator Roberto Cardoso Jr. a diretor de criação da Y & R de São Caetano do Sul, que atende exclusivamente as Casas Bahia. Cardoso está há seis anos na Y&R.



R. Cardoso Jr.

MENDES ASSUME DIREÇÃO DA AON CORPORATION

Guilherme Mendes, 33 anos, é o novo diretor da filial do Aon Corporation, um dos líderes mundiais em soluções integradas de seguros para empresas e pessoas, em Campinas (SP). No novo cargo, ele pretende acelerar o crescimento registrado pela empresa nos últimos anos. Mendes está no grupo Aon há 4 anos, atuando no seg-

mento de produtos financeiros da filial Aon no Rio de Janeiro. Os principais clientes da Aon na região de Campinas são dos segmentos automotivo, eletroeletrônico e metalurgia.

WYETH PHARMA CONTRATA WALTER RICCI

Walter Ricci é o novo contratado da Wyeth Pharma. Ricci ocupará o cargo de gerente de demanda da linha hospitalar do laboratório e será responsável pela força de vendas nas áreas de transplantes e antiinfec-



Walter Ricci

ção. Formado em Relações Públicas, Ricci possui mais de 20 anos de experiência na indústria farmacêutica tendo passado por grandes empresas como Merck Sharp & Dohme, Pharmacia e Roche.

Danielle Branco
Gerente de Negócios
A Danielle Branco empresa consolidada há mais de 17 anos no mercado de fomento mercantil em fase de expansão contratada para sua sede em São Paulo-SP. Gerentes de Negócios. Preparando-se ao Diretor Comercial, suas principais atribuições são: prospecção de oportunidades de negócios através de prospecção visando avançada de vendas. • Desenvolvimento de carreira. • Pré e pós-venda. Buscamos um profissional com boa formação e que esteja atuando no mercado financeiro (análise de crédito, análise de risco, análise de crédito, preferencialmente com atuação em bancos comerciais de pequeno e médio porte e com carreira ativa (pessoa jurídica) foco no médio marketing). Bom relacionamento interpessoal, voltado para resultados e com alta liderança são requisitos essenciais para esse cargo. Favor enviar CV para daniellebranco.com.br ou para o endereço: Rua Flórida, 1821 - 1º andar - Brooklin - Cep: 04565-001 - São Paulo-SP - Código da Vaga: 0N-200066 - informar pretensão salarial.

Danielle Branco
Diretor Comercial
A Danielle Branco empresa consolidada há mais de 17 anos no mercado de fomento mercantil em fase de expansão contratada para sua sede em São Paulo-SP. Diretor Comercial. Reportando-se ao Presidente, suas principais atribuições são: • Desenvolvimento de estratégias comerciais vencedoras e focadas nas necessidades dos diferentes clientes. • Identificação de oportunidades de negócios visando avançada das vendas. • Gerenciamento de toda a equipe comercial. Buscamos um profissional com boa formação e que seja oriundo do mercado financeiro (análise de crédito, análise de risco, análise de crédito, preferencialmente com atuação em bancos comerciais de pequeno e médio porte e com carreira ativa (pessoa jurídica) foco no médio marketing). São necessárias diferenciada capacidade analítica, liderança e habilidade em grandes negociações e que seja totalmente voltado para resultados. Favor enviar CV para daniellebranco.com.br ou para o endereço: Rua Flórida, 1821 - 1º andar - Brooklin - Cep: 04565-001 - São Paulo-SP - Código da Vaga: 0N-200066 - informar pretensão salarial.

SHINTORI
新島
O SHINTORI MUDA AGORA
SHINTORI
ALMOÇO EXECUTIVO
MÚSICA AO VIVO
NAS NOTAS DE 4 E 4 PERNAS
3283-2455
ALAMEDA CAMPINAS 600