

CENÁRIO

Qual seu foco? Pessoas, resultados ou processos?

Pesquisa mostra que 58,6% dos executivos latino-americanos privilegiam a produção no cotidiano de trabalho, percentual que sobe para 67% no Brasil, que é líder na região

» ANA PAULA SILVEIRA

Na hora de trabalhar, qual é seu foco? Resultados, pessoas ou processos? A partir deste questionamento, a consultoria de recrutamento Michael Page realizou uma pesquisa para identificar e traçar o perfil dos profissionais de média e alta gerência na América Latina. Os dados mostram que 58,6% dos executivos da região priorizam a produção no cotidiano de trabalho.

“O nosso objetivo, a partir desta análise, é mostrar como está o cenário e atuação das empresas na América Latina e no Brasil e entender quais são as prioridades desses profissionais e sua forma de agir no mercado”, diz o gerente de finanças e mercado financeiro da Michael Page, Alberto Lopes.

O estudo mostra ainda que 24,4% dos entrevistados admitem direcionar a atuação mais em pessoas e recursos humanos, enquanto 17% têm o perfil atrelado a processos e metodologias. O levantamento foi feito com 1.423 profissionais de média e alta gerência na América Latina, especificamente dos mercados argentino, chileno, mexicano, colombiano e brasileiro, no período de dezembro de 2013 a janeiro de 2014.

Outro cenário

Segundo Lopes, ter uma postura e foco em resultados não é problema. “Esta é uma maneira de agir diante da transformação em que vive a região dos países que compõem a América Latina. O Brasil, que está em plena reestruturação econômica e social, é um exemplo claro disso”, afirma.

Dos cinco países estudados,



DIVULGAÇÃO



Na verdade, é preciso um direcionamento, tanto em resultados, como gestão e planejamento. Cada item deve ter o mesmo peso e a mesma medida na hora de se planejar o foco das empresas, principalmente as brasileiras, que ainda precisam buscar mercados para se consolidarem à nível global.”

Felippe Lara
Diretor da Flow

o maior foco dos executivos está nos resultados conquistados no cotidiano das atividades empresariais. O Brasil figura como o líder, com 67%, seguido da Colômbia com 61%, Argentina (58%), México (56%) e Chile (51%). Segundo o gerente, a análise é de que em terras brasileiras muitas empresas estão passando por um processo de profissionalização, diante do antigo mode-

lo em que tinham como base negócios familiares. “O Brasil está amadurecendo muito rapidamente, por isso a ansia por resultados e imediatismo. Neste cenário, percebemos outros fatores que colaboram para essa tendência, como a abertura de capital das companhias”, diz.

Lopes ainda destaca que, enquanto na América Latina a prioridade são os resultados, em países da Europa a preocupação é com os processos. “Em mercados já consolidados como o europeu, percebemos que a diretoria dos profissionais está voltada processo e as pessoas, ou seja, a gestão com planejamento de metas”, afirma.

O levantamento também revela que, em segundo lugar no foco dos profissionais latino-americanos, estão as pessoas. O Chile foi o líder, com 33% dos executivos chilenos escolhendo o tema, seguido pelo México (27%), Colômbia (25%), Argentina (21%) e Brasil (16%). “Mesmo tendo o resultado como diretriz, ainda existe uma preocupação com a gestão de pessoas. Ainda é pouco, mas percebemos que está crescendo”, avalia o gerente da Michael Page.

Em relação à importância do foco em processos para os profissionais, o estudo mostra a Argentina na liderança na América Latina, com 21%, seguida por Chile (16%), Brasil e México (17%) e Colômbia (14%).

Perigos

Diretor da Flow, consultoria de recrutamento de executivos, Felippe Lara acredita que o fato do perfil do profissional brasileiro ser focado em resultados não representa nenhuma problema para as organizações, mas ele traz também de carona algumas armadilhas. “Ter uma excessiva preocupação com resultados pode ser um problema, pois pode significar a quebra de itens como ética e responsabilidade, ou mesmo a entrega de materiais incompletos e com deficiências”, afirma.

Segundo Lara, este é um dos

principais motivos pelos quais as empresas brasileiras não se tornam globalizadas. “Falta planejamento. O Brasil é famoso por abrir mão de planejar e isso pode afetar efetivamente o desempenho financeiro das empresas”, afirma o executivo. No Brasil, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), poucas empresas sobrevivem muitos anos. Cerca de 24% delas fecham no primeiro ano de vida. “A tomada de decisão é realizada a curto e não a longo prazo. Por isso, as organizações muitas vezes não tem um prazo de validade maior”, acrescenta.

Um dado preocupante, como destaca Lara, está relacionada ao item pessoas, em que o Brasil apresentou a menor porcentagem na pesquisa, com 16%. “Esse número é um problema, pois mostra que não existe muita preocupação com gestão de pessoas”, afirma. Ele ainda completa que a falta de interesse na área está associada à falta de treinamento e qualificação de profissionais no ambiente corporativo, o que prejudica a conquista de novos mercados.

Ainda segundo o diretor da FLOW, a prioridade desses profissionais deve estar pautada no equilíbrio de metas. “Na verdade é preciso um direcionamento, tanto em resultados, como gestão e planejamento. Cada item deve ter o mesmo peso e a mesma medida na hora de se planejar o foco das empresas, principalmente as brasileiras, que ainda precisam buscar mercados para se consolidarem à nível global”, ensina. Lara afirma

Competição

Para organizações como a Vivante, filial brasileira da multinacional francesa Dalkia e que atua nas áreas de manufatura e gestão de utilidades, ter foco em resultados traduz um perfil diferenciado diante de um mercado competitivo como o atual, avalia o diretor regional norte da companhia, Wagner Lamarca.

“Compreender como cada decisão está relacionada com o resultado e reorganizar os processos com foco na produção proporciona ganhos em eficiência e em desempenho”, avalia o executivo da Vivante. “Sem dúvida, esta capacidade é hoje um diferencial muito valorizado pela empresa. Nosso mercado está cada vez mais agressivo, em que a eficiência, aliada à qualidade dos serviços, são fatores críticos para a obtenção de sucesso. Afinal de contas, somos uma empresa dedicada a eficiência”, resume.



RECADO

"Pode-se ser mais sabido do que outro qualquer, mas não do que todos os demais."

La Rochefoucauld

O carnaval da língua

A língua adoooooooooora carnaval. Coberta de plumas e paetês ou de cara lavada, pula nos salões, desfila nas passarelas, solta a voz em sambas e marchinhas. Resgata, com jeitinho verde-amarelo, as saturnais romanas — festas que celebravam a volta da primavera. A estação simboliza o renascer da natureza depois do rigor do inverno.

Era período pra lá de alegre. Os servidores públicos entravam em recesso. Os tribunais fechavam as portas. Nenhum criminoso podia ser punido. Libertavam-se os escravos pra assistir aos festejos. As famílias ofereciam banquetes. Ai, invertiam-se as posições sociais.

Os serviços davam ordens aos senhores. Os senhores lhes serviam iguarias à mesa. Todos se mascaravam pra ficar mais à vontade. Há quem diga que as máscaras nasceram nessas celebrações. Verdade ou fantasia, um fato é indiscutível. A língua amou a indumentária. Usa-a às claras. Não raro cria senhora confusão. Ela não está nem aí pros falantes. Esbalda-se entre fantasias, máscaras e badulaques.

Mascaradas

Vamos combinar? A máscara disfarça. Dá a impressão de que o mascarado é outra criatura. Não é. Lá atrás permanece o original. Na língua também há seres com duas faces. Apesar da fantasia, ambas são uma. Há duplicidade na concordância, na regência, na pronúncia, na colocação dos termos no período. A grafia não fica atrás.

Quatorze ou catorze? Tanto faz. Porcentagem ou porcentagem? As duas. Ouro ou oiro, louro por loiro? Você escolhe. Cota ou quota? Ambas. Camionete ou caminhonete? A que você preferir. Diabete ou diabetes? Não faz diferença. Caminhante ou caminhão? Uma e outra põem o pé na estrada. Algumas chegam ao exagero. Têm três caras. É o caso de enfarte, enfarto ou infarto. Ninguém pode com elas.

Caras lavadas

Olho vivo, folião! As palavras têm várias leis. Uma delas: quanto mais confusão, melhor. Em bom português: a enganação corre solta. Muitas fingem ter duas grafias. Mas não têm. Vale o exemplo de cinquenta. Desavisados pra lá de confiantes escrevem “cincoenta”. Bobeiam. A trissílabo, morta de rir, sai por aí cantando: “Enganei o bobo na casca do ovo”. Que Deus nos proteja!

Quer mais? A carta de jogar se chama curinga (não coringa). O lugar onde se bebem umas e outras, boteco (não vale buteco). A fruta pretinha e doce, 100% nacional, jaboticaba (jaboticaba dá indigestão). O roedor esperto, camundongo (não camondongo). Da tábua vem tabuada. Nada de taboada, por favor.

Vira-latas

Na língua como na folia, existe o bloco dos vira-latas. Os sem-pedree escrevem-se com a inicial minúscula. É o caso de carnaval, momo, quarta-feira de cinzas, quaresma. O plural? Carnavais, momos, quarta-feiras de cinzas, quaresmas.

Ser sábio

“Há sete qualidades que identificam o sábio: ele não diz em primeiro lugar a sua opinião quando na presença de uma pessoa mais importante; nunca interrompe a quem fala; não responde prematuramente nem sem reflexão; formula perguntas e respostas cabíveis no caso; discute os assuntos pela ordem e um só de cada vez; quando ignora um assunto, admite sua ignorância; e reconhece haver errado quando errou.” (Do Talmude)

LEITOR PERGUNTA

Em qual das frases a concordância do verbo acompanhar está correta?

- Como jogar fora objetos que nos acompanharam por toda a vida?
- Como jogar fora objetos que nos acompanhou por toda a vida?

JOÃO SANTOS, BELO HORIZONTE

O período tem duas orações. Uma: como jogar fora objetos. A outra: que nos acompanharam por toda a vida. O verbo concorda com o sujeito. O sujeito de acompanhar é o pronome relativo que. Ele se chama relativo porque se relaciona ao nome antecedente. No caso, objetos. O número contagia o pronome. Compare: Como jogar fora objeto que nos acompanhou por toda a vida? Como jogar fora objetos que nos acompanharam por toda a vida?

Real Astoria
ENTRE UM NEGÓCIO E OUTRO, REAL ASTORIA.
A vista deslumbrante e o cardápio requintado do nosso buffet executivo favorecem o sucesso de qualquer negócio.

Av. República Nestor Martin, 1 - Bixángo | Tel: (21) 2414-2393 | 2513-5142 | 2513-2392
realastoria.com.br