



O FIM DO LÍDER PROTAGONISTA

por GUSTAVO REIS*

Em meu primeiro artigo publicado na coluna Inovação da ABRADIT News abordei a importância das pessoas no processo de inovação. É com talentos focados no cliente e comprometidos com os objetivos dos negócios que se inicia uma transformação.

Os líderes têm papel singular neste processo. Não pela posição em si. Tampouco pela natural atribuição de dar o tom, de ditar o ritmo e de traçar a rota. Talentos são atraídos por um conjunto de atributos que vão além da remuneração e do pacote de benefícios tradicionais. Buscam gestores humanos, capazes de criar ambientes saudáveis e abertos à inovação. Valorizam o crescimento tanto quanto a flexibilidade nas jornadas de trabalho. Querem remuneração variável atrelado aos resultados e, ao mesmo tempo, ter o sentimento que trabalham em uma empresa de propósito.

Os talentos precisam acreditar nos líderes. Converso com muitas pessoas em meu dia-a-dia

como executivo e professor e o que mais escuto é o descasamento entre líderes e equipes. Quem está no topo constantemente fala da acidez, da imperatividade, da inquietude e da eventual ausência de comprometimento. Da outra ponta, a reclamação reside na velocidade de transformação, no conhecimento das plataformas digitais e no estilo de gestão, muitas vezes baseado em fundamentos antigos.

E, não se engane: não se trata de um conflito geracional. A conversa é mais profunda. Em recente matéria publicada pelo jornal Valor Econômico (<https://globo/2C866rI>), a Panorama Search, rede de consultorias global, entrevistou mais de 600 executivos na América Latina para identificar suas competências e habilidades em relação a transformação digital, um dos tópicos mais comuns ao se falar de inovação. E os resultados são preocupantes.

Se comparado com gestores de países vizinhos, os executivos brasileiros estão realizando as

mudanças de forma lenta. Listam como dificuldades a ausência de comportamento digital das corporações, a rigidez das tradicionais estruturas organizacionais e incapacidade de ter uma proposta de valor para atração de pessoas – o que faria sentido, não fosse o fato que são justamente esses mesmos líderes os responsáveis pela criação e manutenção da cultura, definição de estruturas e criação de valor.

Os líderes precisam mudar a forma de pensar e atuar. Precisam trocar o “ego-sistema” pelo ecossistema e aportar mais do que conhecimento técnico e operacional adquiridos ao longo dos anos de experiência. Precisam entender que quem foca na coletividade tem mais chances de se destacar. Não me refiro a atuação em uma rede social, mas a um pensamento moderno de crescimento realmente sustentável, envolvendo investidores, colaboradores, clientes e fornecedores, com impacto real em toda a cadeia.

No que tange a formatação de times inovadores, o desafio historicamente tem passado pela identificação das pessoas com os *skills* corretos, com boa formação e de capacidade de entrega comprovada. Mais recentemente, impulsionados por drásticas mudanças na forma de consumo, questões como estruturas organizacionais fluídas e verticalizadas, diversidade e pluralidade dos perfis, alinhamento cultural, autogestão e adaptabilidade entraram na agenda dos executivos.

Para exemplificar, podemos olhar para o papel do profissional de Marketing. A função que predominantemente focava no desenvolvimento de estratégias de comunicação, táticas de mídia, na definição das mensagens prioritárias e na escolha dos veículos de comunicação mais adequados para um determinado público-alvo tem se alterado por conta de novos comportamentos dos consumidores. Os líderes

dessa indústria agora se debruçam no desenvolvimento de times multifuncionais que trazem um leque de habilidades específicas (como Data Science, Analytics, Growth Hacking e AI) para engajar o consumidor em todos os canais e, tendo a tecnologia como pano de fundo, buscam agilidade e estruturas fluídas para dar escala à entrega.

Adicionalmente, assumiram a responsabilidade de ser o hub de interações com os consumidores e de experiência em toda a empresa, com uma visão 360°. Ao seguir neste caminho, abandonam as hierarquias tradicionais, de forma que a autoridade fica difusa, sendo mais resultado da capacidade de compartilhamento de ideias e de conhecimento do que do tamanho da sala, dos anos trabalhados ou do tempo de casa.

Este é o fim do líder protagonista.
Será que estamos preparados?



Gustavo Reis é Head de Marketing & Digital na Tecnisa e professor no Insper, ESPM e FIAP

Graduado em Publicidade e Propaganda e Mestre em Comunicação Social e Práticas de consumo pela ESPM. Possui especializações em General Management em Harvard Business School e Digital Innovation na Stanford University, nos Estados Unidos. Possui mais de 20 anos de experiência e desde 2012 tem como desafio liderar as ações de Marketing e digital da TECNISA, uma das maiores e mais inovadoras empresas de capital aberto do país.

ARCTIC COMMANDER

RECOVERY / RECYCLE / RECHARGE MACHINE

Equipado com a mais recente tecnologia, todos os modelos vêm de fábrica com central de comando interativa com tela de toque colorido de 8”.

A interface gráfica possibilitará a navegação através de todas as funções e recursos com a maior facilidade.

O Arctic Commander incorpora um poderoso tablet baseado em Windows, facilitando bastante a atualização de banco de dados e software. A capacidade Wi-Fi permite comunicação interativa em tempo real.

Para facilitar o trabalho do técnico normalmente sempre ocupado, as máquinas do Arctic Commander fornecem recursos aprimorados, como luz indicadora visual de processo, calculadora de conversão na placa e verificação de autodiagnóstico.



COMMANDER3000-EP
R134a & HYBRID

CONSUMÍVEIS DISPONÍVEL PARA COMMANDER



ÓLEO PARA COMPRESSOR

Máxima proteção com excelente estabilidade térmica e oxidativa. Tolerante à umidade. OEM aprovado.

92709-46-32

PAG 46 Oil 950ml (garrafa de 32 oz)



ÓLEO PARA COMPRESSOR A/C HÍBRIDO

Para uso com R134a. Lubrificante sintético especificamente criado para compressores de ar condicionado híbridos elétricos. Fornece excelente lubrificação e proteção do compressor.

92707

Conteúdo líquido 210 ml (7 oz.)



Mastercool®
"World Class Quality"

TELEFONE: (11) 4407 4017 • FAX: (11) 4407 4019

WWW.MASTERCOOL.COM.BR

EMAIL: VENDASEPOVENDAS@MASTERCOOL.COM