

# Estilos de liderança: qual é o seu?

Diferentes personalidades, experiências e vivências profissionais formam estilos variados de liderança, todos passíveis de adaptações, conforme o ambiente proposto

**R**enata Motone, Coordenadora de RH da Luandre, consultoria que atende 200 das 500 maiores empresas brasileiras, tem contato com gestores de todos os perfis, clientes ou candidatos. Para ela, o mais importante é que o profissional se conheça e saiba se adaptar às diferentes situações. "Por mais democrático que um profissional procure ser no ambiente de trabalho, há ocasiões em que será cobrado por mais posicionamento". Você sabe reconhecer o seu estilo de liderança?



- 1) **Autoritário** - O tal chefe tradicional tem como principais características a centralização do poder e o individualismo. Este perfil geralmente resulta em um certo medo do crescimento de seus colaboradores, pois acredita que sua posição está sempre em risco. Está preocupado com processos, em atingir o objetivo a qualquer custo, utilizando somente de suas estratégias, sem ouvir a equipe. Consequentemente, acaba não conseguindo desenvolver a equipe, por medo de perder o controle.
- 2) **Democrático** - O líder democrático estimula a colaboração de seu time por meio de reuniões, brainstorms e constantes feedbacks. É aquela pessoa comunicativa e que demonstra confiança nos seus liderados. A gestão é inclusiva, consciente e racional, porém, não deve deixar que o gosto pelo consenso o segure na hora de tomar decisões importantes.
- 3) **Coercitivo** - Este perfil é também conhecido como o "chefe exigente", que busca excelência e não admite erros. O lado ruim é que costuma monopolizar decisões e intimidar, por ser crítico em excesso. É muito comum que entregue as tarefas para a sua equipe e cobre um bom resultado no prazo previsto, mas sem fornecer suporte. Administra a equipe com rigidez e cobrança, deixando os liderados em nível de atenção e stress máximo.
- 4) **Marcador de ritmo** - O líder marcador de ritmo busca alto desempenho e quer extrair isso da equipe por meio do exemplo. O típico workaholic, que trabalha até tarde e "põe a mão na massa", dificilmente deixando o time em apuros por apenas ter delegado. Este é um profissional de peso em qualquer empresa, admirado por ser extremamente engajado, ou seja, importantíssimo na obtenção e manutenção de resultados, mas que pode ser mal compreendido

por exigir demais dos funcionários e distorcer o nível de responsabilidade de cada um.

- 5) **Paternal** - Preza pelo bom relacionamento. É um gestor que proporciona um bom ambiente de trabalho, além de ser excelente em resolver conflitos. Contudo, deixa-se levar demais pela emoção mesmo quando erros precisam ser apontados em prol de um bom resultado.
- 6) **Treinador** - Preocupado com o relacionamento, mas neste caso é com o desenvolvimento profissional de cada um de sua equipe, por isso, entende que uma de suas principais funções é levar conhecimento. Este líder consegue "diagnosticar" os pontos fortes e fracos dos seus colaboradores, criando um plano de ação para orientá-los a fim de que possam melhorar seus respectivos desempenhos. O ponto fraco é a crença de que um treinamento pode ser mais valioso do que uma conversa franca. Às vezes, o desempenho é fraco por falta de empenho e não conhecimento e o funcionário precisa ser alertado sobre.
- 7) **Centralizador** - O líder centralizador é uma figura muito comum nas organizações. Na prática, ele sempre toma decisões sem consultar a equipe e tem dificuldades em delegar as atividades operacionais, o que garante a ele mais trabalho, mais transtornos e menos colaboração de seu time. Mas, há algo de positivo neste tipo de liderança: ela é ótima para equipes jovens e imaturas, que precisam de constante supervisão.
- 8) **Liberal** - Acredita que a equipe tem conhecimento e ferramenta suficiente para trabalhar sozinha, além de concordar com todas as sugestões, sem se preocupar muito com o resultado.
- 9) **Inspirador** - O líder inspirador é o profissional que serve de exemplo. Ele é conhecido e admirado por sua competência, por seu carisma e é um grande motivador. Ele não precisa dar muitas ordens para exercer sua influência. É alguém que age com ética e procura ser o mais justo possível, além de ser muito bom em delegar tarefas. Seu estilo de liderar, porém, pode gerar conflito com outras figuras dentro do negócio e profissionais questionadores e de personalidade forte. Com esta turma, ele vai ter de usar de diplomacia para não gerar conflitos.
- 10) **Visionário** - Está sempre de olho no futuro e gosta de criar planos e projetos para um futuro mais distante. Por ser, em geral, muito intuitivo, tem facilidade em encontrar talentos para a empresa. A única questão é que pode deixar tarefas do dia a dia, que considere bobas ou repetitivas, de lado nesta busca pelo sucesso futuro. Neste caso, é bom sempre lembrar de dedicar um tempo, mesmo que menor, a elas.

Fonte e mais informações: (www.luandre.com.br).



## Um panorama do comércio online no Brasil

Thiago Mazeto (\*)

O e-commerce brasileiro tem atravessado bravamente o cenário de crise que o Brasil vem enfrentando há alguns anos. De acordo com dados da Tray, unidade de e-commerce da Locaweb, em 2017 o comércio eletrônico faturou 32,67% a mais que em 2016. Para 2018, a expectativa de um aumento gira em torno de 38%.

Dentro deste cenário cada vez mais promissor, alguns pontos têm se solidificado ano a ano e, com isso, tornam-se referência quando falamos em e-commerce. Destaco abaixo os quatro que analisei mais a fundo:

- Épocas com maior volume de vendas - Com a consolidação do comércio eletrônico no Brasil, hoje a melhor época para os lojistas online é a Black Friday, que ocorre sempre na última sexta-feira de novembro. Para se ter noção, de acordo com o Ebit, na última edição do "evento" no Brasil foram mais de R\$ 2,1 bi arrecadados em apenas dois dias (quinta e sexta-feira), uma alta de 10,3% em relação a 2016. O número de pedidos cresceu 14%, de 3,3 milhões para 3,76 milhões.

O Natal fica em segundo lugar. Apesar de ter um faturamento nominal mais alto - R\$ 8,7 bi, em 2017 -, considera-se um período de vendas de quase 40 dias antes dos dois da Black Friday. Outras datas que têm feito a cabeça dos brasileiros são o Dia dos Pais, R\$ 1,94 bilhão em faturamento na edição 2017, o Dia das Mães com R\$ 2,11 bi neste ano, e o Dia dos Namorados, que levou cerca de R\$ 1,7 bilhão para as lojas virtuais em 2017. Apesar deste ano a data ter sido impactada pela paralisação dos caminhoneiros, ainda continua sendo uma das mais fortes do comércio eletrônico.

- Segmentos de compra mais procurados - Quando se pensa no que o consumidor online mais procura na internet, um segmento sai em disparada: vestuário. O setor foi o responsável por atrair cerca de 35% dos compradores digitais em 2017. É um número tão alto que faz com que, pelo menos, um terço dos e-commer-



ces nacionais seja especializado em roupas, sapatos e acessórios.

Entretanto, não é só de moda que vive o consumidor brasileiro. Do total de consumidores online, 27% se interessam por ingressos para shows, teatro, cinema e eventos esportivos, enquanto por livros 27%, celulares 24% e produtos eletrônicos também 24%. Artigos para casa ficam com 24% da fatia e remédios ou produtos para saúde, 22%.

- Formas de pagamento mais utilizadas - Apesar de encontrarmos algumas mudanças no comportamento dos consumidores online, a verdade é que na hora de fazer o pagamento, o cartão de crédito continua sendo a forma preferida da maioria. Pelo menos 65% opta por essa forma na hora de fechar a compra, que ainda costuma ser dividida, em média, em até 5 parcelas.

O boleto bancário é o segundo favorito, sendo adotado por 53% dos consumidores, que, na pesquisa do Ebit, poderiam escolher mais de uma opção e, por isso, a soma dá mais de 100%. Este formato ganha alguns pontos extras com o público, uma vez que costuma vir acompanhado por algum desconto na hora da compra. Em terceiro e quarto lugar ficam o cartão de débito

e a parcela única no cartão de crédito. Outras formas mais modernas, como PayPal, Moip e PagSeguro, ficaram com a preferência de 31% dos entrevistados, enquanto apenas 9% utilizaram o vale presente em suas últimas compras.

- Locais onde são feitas as compras - Desde 2016, o smartphone se consolidou como a principal porta de entrada dos brasileiros na Internet. Segundo relatório publicado em 2017 pela Agência Brasil, 92,1% dos domicílios brasileiros conectados à Internet utilizavam as pequenas telas para navegação, enquanto 70,1% davam preferência para os computadores, o que também reflete nas compras online.

De acordo com dados da Tray, em 2017 o tráfego via dispositivos mobile foi responsável por 29,34% da navegação total das lojas, enquanto o número de vendas por este canal cresceu 34% em comparação a 2016. Para 2018, a previsão é que chegue aos 40%. Uma porcentagem que tende a crescer ainda mais nos próximos anos, principalmente por conta do barateamento dos aparelhos mobile e expansão do acesso à internet.

(\*) - É head de varejo da Tray, unidade de e-commerce da Locaweb.

## Certo e errado: quem nunca foi castrado por regras de moda?

Márcia Jorge (\*)

*Quem não se lembra lá nos anos 80 e 90 de uma revista jovem que tinha a seção "certo e errado", com fotos de pessoas na rua, dizendo o motivo pelo qual elas acertaram ou erraram na roupa e porque...?*

**Q**uem nunca viu um livro desses de moda e estilo que ensina a "parecer" mais magra, disfarçar seus "terríveis" defeitos físicos (nessas palavras mesmo) por meio das roupas? Quem nunca ouviu algo do tipo: "se você está acima do seu peso ideal deve evitar listras horizontais", "se você usa óculos jamais deve ter franja", "guarde sua roupa brilhante para uma ocasião noturna", "quem tem quadril largo deve usar sempre partes de baixo escuras...? E blablabla....

Todos nós, em algum momento da vida, uns mais outros menos, já estivemos expostos a essas regras aprisionantes. Eu mesma sempre fui bombardeada porque adorava ler revistas femininas, porque amo moda, e quando finalmente me formei consultora de imagem e personal stylist, levei mais alguns tiros: "tenta evitar calças justas, você tem muito quadril..." - disse uma delas.

A outra: "de acordo com sua coloração pessoal, JAMAIS use amarelo, verde, laranja ou dourado, senão parecerá pálida e doente." Neste dia eu estava feliz da vida com um casaco verde limão e continuei com ele. Gostar da peça e me sentir linda com ela era muito mais do que aquele bando de frustradas me julgando através de regras generalistas.

O tempo passou, conclui uma bateria de cursos e me tornei uma maravilhosa replicadora dessas regras: atendi mulheres, homens e empresas, mas aquilo doía meu coração, eu não gostava de proibir as pessoas das coisas, me proibir, então por anos atendi apenas clientes de fotos e filmes porque desenvolvi verdadeira repulsa por falar disso.

Era uma brincadeira em que a regra principal era não brincar. Um jogo que para mostrar, deve-

ria esconder. O ato de se vestir, de escolher suas roupas, de se expressar através da moda é algo que deve ser prazeroso e não uma forma de castração ou algo que mine o seu amor-próprio. Se te faz feliz, se gostou, então pode! O espelho é seu amigo.

Sentiu-se bem? Leva! Há problemas demais por aí e por isso você não precisa entrar em conflito com o seu corpo ou com aquela peça que tanto amou. A primeira pessoa que precisa ser agradada na hora de se vestir é VOCÊ, e a oferta de opções que temos hoje nos dá uma liberdade infinita! Existe coisa melhor que encontrar seu estilo e ficar loucamente apaixonado por si próprio?

Reforço que um profissional pode sim dar boas alternativas, aprimorar e promover autoconhecimento, o que é totalmente diferente de entupir a cabeça dos clientes com essas regras limitantes. Incurtir o gosto pessoal nele, é pura violência. Está provado que esses programas de televisão, daqueles que jogam toda a roupa fora e não respeitam se quer o valor emocional das peças, não funcionam: em menos de um mês, a pessoa volta para o seu estilo base e pior, se arrepende por ter participado e chora a saudade da peça perdida.

Não se brinca com isso. Nota-se que ali, o que menos importa é a essência, a vontade e as demandas dos participantes.

Sinta-se livre para se amar e experimentar as suas várias versões. Regras funcionaram lá atrás para vender livros, revistas e cursos, eram outros tempos e absolutamente ninguém tem o direito de te impor sob a farsa de "eu sei o que é melhor para você".

Você é único demais para caber em caixas de gente que nasceu com pernas curtas, muito busto, sem bumbum, idade avançada, blablabla.

Hoje, quando alguém vem me perguntar se pode ou não pode algo na moda, respondo o seguinte: "o que não pode é ser infeliz!"

(\*) - Formada em Marketing e Psicologia, pela Universidade Mackenzie, atua como Consultora de Moda, Palestrante e Stylist e sua maior realização é ver as milhares de pessoas que já atendeu de bem com a própria imagem (@marcita973).

## Majoria dos casais não dá acesso a detalhes financeiros um do outro

Nada demonstra melhor a frase "o que é meu é seu" em um casamento do que abrir uma conta conjunta no banco, especialmente se um dos cônjuges recebe muito mais do que o outro. No entanto, de acordo com pesquisa realizada na Inglaterra com mil pessoas comissionadas pela empresa Prudential, grande parte dos casais atualmente guardam segredos um do outro quando o assunto é finanças.

Segundo o estudo, mais de 50% dos entrevistados disse não saber o salário do cônjuge e um número similar afirma esconder a existência de cartões de créditos e empréstimos pessoais. O estudo revela uma mudança no comportamento entre casais. Nos anos 1970 e 1980, contas conjuntas passaram a ser cada vez mais comuns com a entrada das mulheres no mercado de trabalho. Agora, é possível que os casais, apesar de dividirem vários aspectos de suas vidas, prefiram manter certa independência quando o assunto é dinheiro.

"As mulheres do século XX conquistaram suas autonomias, investiram em suas formações acadêmicas e, assim, alcançaram sua independência. Elas exercem profissões que eram de exclusividade dos homens, como nas áreas da Informática e das Engenharias. Para muitas delas a própria maternidade foi protelada para após as realizações profissionais",

explica o psicólogo do Centro Universitário Internacional Uninter, Ivo Carraro.

O estudo mostra que os homens que revelaram esconder dinheiro tinham mais propensão de fazê-lo para realizar gastos pessoais com entretenimento e saídas sem a parceira, enquanto mulheres alegaram que faziam reservas, em sua maioria, para casos de haver um rompimento no relacionamento, como um fundo de reserva. Outra explicação do especialista é que o conceito de amor também mudou. "No século XXI, as pessoas pensam que já são completas por si só. As disfunções conjugais ocorrem com mais frequência, daí a individualidade financeira apontada nos estudos dos casais".

Uma nova pesquisa realizada pela empresa britânica de seguros de vida, Direct Line Life Insurance, mostra que um a cada cinco britânicos, tem um parceiro que não sabe detalhes financeiros sobre valores de pensão relacionados à aposentadoria. Ainda, quase uma pessoa casada em cada cinco nega ao parceiro acesso a poupanças, aumentando para 28% quando considerado pessoas em uniões estáveis como um todo. O estudo mostra que 16% das pessoas casadas não dão acesso a detalhes de cartão de crédito os seus companheiros, número que sobe a 27% quando considerado casais em uniões estáveis (Uninter).