

A Imagem do Empresariado Brasileiro

Qual é a Imagem do Empresário Brasileiro Perante os Consumidores? Por Que Muitos Enxergam de Forma Negativa? Qual é a Realidade Empresarial Brasileira? Nas sociedades pré-industriais o principal meio de acumular riqueza era retirar a mão de alguém ou obrigar alguém (escravos, servos, etc.) a criá-la e entregá-la a seus donos. Somente com a Revolução Industrial alguns homens conseguiram tornar possível a criação de novas formas de riqueza (como minas e terras de carvão) por meio de seus próprios esforços. Durante o século 19 representantes da velha aristocracia tratavam os novos líderes nos negócios com desprezo, pois era normal um comerciante aumentar seu dízimo e depois fugir. Ou seja, havia caloteiros por toda a classe empresarial no Brasil. A falta de pagamento de dívidas era vista como um ato imoral e, em algumas cidades, isso passou a ser punido publicamente. Muitas feiras livres e mercados dispunham de um "pelourinho" e uma "carreta" – tipo de cadeira usada para amarrar as pessoas e golpeá-las – a fim de punir os devedores. O propósito não era apenas vingar-se e infligir dor a quem duvidava da credibilidade, mas havia um forte empenho em se fazer da punição um espetáculo público e, dos empresários, um exemplo negativo. Dessa forma, o governo reafirmava sua virtude econômica, expunha os defeitos morais do empresariado e censurava pública e vendicamente a população uma imagem que jamais correspondeu à realidade; incorruptível. Dessa forma, a imagem dos empresários brasileiros – proposta pelo governo através dos meios de comunicação – invadiu o nosso ambiente visual e o executivo que emerge destas imagens ostenta boa saúde física, mental e uma completa ausência de responsabilidades sobre o seu negócio. Em função disso, é muito comum as pessoas associarem a figura do empresário a riqueza, vida fácil, corrupção e falcata. Mas o autêntico executivo vive de imagens semi-animadas, feiticismo ou ninfas, pois, na verdade, os empresários brasileiros enfrentam a maior carga tributária do mundo e por causa disso são obrigados a "matar um dragão" todos os dias de suas vidas. Sendo assim, o empresário deve tentar diminuir o impacto negativo da sua figura, começando por projetar uma imagem profissional sustentada pelos exemplos dos empresários éticos. Ou seja, responsabilidade, determinação, magnetismo, humildade, naturalidade, competências emocionais e disponibilidade para ouvir seus empregados. Hoje, a empresa precisa saber o que ela representa e de acordo com que princípios operará. O comportamento organizacional baseado em valores deixou de ser uma opção filosófica e se transformou num requisito fundamental para sobrevivência da organização. Ser estes os atributos que farão parte da sua marca de executivo ético de sucesso. Portanto, o empresário deve afastar-se da ideia de ganhar poder no escritório, inclinando-se para trás ou rodando na cadeira quando está ouvindo um funcionário. Ele deve construir uma imagem de credibilidade recorrendo diariamente ao espelho de corpo inteiro, vestindo-se sem exageros para o sucesso e vendo a si mesmo profissionalizar-se. Deve arrumar sua área de trabalho, refletindo nela a sua imagem de marca. Colocar diariamente um ar acessível e se dedicar a atitudes positivas como a escuta ativa e o aconselhamento pessoal às pessoas da empresa. Assim que ele – empresário – formar uma imagem clara da sua missão e de seus valores, a empresa passa a ter uma sólida base para avaliar suas práticas de administração e harmonizá-las com a missão e os valores que ele definiu.

Sobre o Autor

Professor, consultor e palestrante. Articulista do Jornal do Comércio (RJ) e co-autor do livro: "Trabalho e Vida Pessoal - 50 Contos Seleccionados" (Ed. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001). Por mais de 20 anos treinou equipes de Atendentes, Supervisores e Gerentes de Vendas, Marketing e Administração em várias empresas multinacionais de bens de consumo e de serviços. Elaborou o curso de "Gestão Empresarial" e atualmente ministra palestras e treinamentos "in Company" nas áreas de Marketing, Administração, Técnicas de Atendimento ao Cliente, Secretariado e Recursos Humanos. Graduado em Administração de Empresas, especialista em Marketing e Gestão Empresarial, com MBA em Marketing no Mercado Globalizado e complementação pedagógica. Contatos: jcsc_sc@click21.com.br ou jcss_sc@yahoo.com.br (21) 2233-1762 / (21) 9348-4170 / www.profigestao.blogspot.com <http://br.linkedin.com/pub/julio-cesar-s-santos/25/544/1b8> <https://profiles.google.com/u/0/professorjulio59/about?hl=pt-BR&tab=wh>