

# Mundo

## Corporativo

20

SUA REVISTA DE NEGÓCIOS E CARREIRA

**Unimed**


Publicação da Unimed de Londrina

# Memorando

As confraternizações de fim de ano nas empresas chegaram. Amigo-secreto, comida e bebida à vontade e quem já participou de uma festa dessas no trabalho sabe bem como é: tem sempre alguém que vai além da conta, se excede e dá vexame. O Mundo Corporativo ouviu um consultor de etiqueta e comportamento sobre o assunto e traz dicas para evitar momentos embaraçosos e aquelas gafes memoráveis que podem, inclusive, comprometer o relacionamento profissional.

Associar a marca à inovação e ter acesso a novas experiências comerciais são alguns dos motivos que estão levando empresas a investirem no Second Life, o mais badalado site de relacionamento que simula a vida real. A Sercomtel é a empresa londrinense pioneira pela iniciativa de criar uma loja no ambiente

virtual, fazendo dela um novo canal de comunicação com os clientes.

Esta edição traz ainda o reflexo que a ampliação do Catuaí Shopping Center trará à economia de Londrina, gerando mais impostos, postos de trabalho e consumidores.

Outro assunto é o papel das lideranças em momentos difíceis, de turbulências no mercado, numa entrevista com o consultor Eugenio Mussak.

Destacamos ainda os prêmios recebidos pela Unimed de Londrina em 2007, que consagram todo o trabalho de comunicação e marketing da cooperativa no sentido de conferir à marca um lugar de destaque na lembrança e no coração do consumidor.

Boa leitura!

VEJA NESTA EDIÇÃO

### Benchmarking



Expansão à vista: Catuaí Shopping Center cresce acima da média nacional de shopping centers

p8

### Vida Executiva

Festa da empresa: saiba como se comportar nas confraternizações de final de ano da firma

p2



### Assessoria

No mundo dos negócios, os líderes empresariais podem fazer a diferença em situações de crise

p10



# Gerenciando conflitos

## QUANDO AS COISAS NÃO ANDAM BEM NA EMPRESA, UMA LIDERANÇA FORTE E CONSISTENTE PODE EVITAR O CAOS

O verdadeiro valor de um ser humano não é como ele se comporta em momentos de conforto e conveniência, mas como ele se comporta em momentos de adversidade, em tempos controversos e de desafios’.

A frase dita por um dos maiores líderes mundiais, Martin Luther King, se transportada para o mundo dos negócios, explica bem como os líderes empresariais podem fazer a diferença em situações de crise na empresa.

‘Diante de um conflito, as pessoas costumam agir de duas maneiras: ou fazem do fato um aprendizado e uma **oportunidade de crescimento**, ou sucumbem, ficando desmotivados a ponto de ‘abandonarem o barco’. Líderes que fraquejam não

conseguem driblar os problemas, o que afeta o desempenho de toda a equipe. Por isso, quando uma empresa passa por uma situação frágil, de turbulências no mercado, uma liderança forte e consistente é fundamental’, acredita o professor e consultor nas áreas de Liderança, Desenvolvimento Humano e Profissional, Eugenio Mussak.

Mussak lembra que o líder, além de conduzir ações, tem a capacidade de influenciar comportamentos e é isso que o diferencia do chefe. Ou seja, o chefe manda, o líder influencia. ‘A liderança é

“ A LEGITIMIDADE DO PODER DO LÍDER VEM QUANDO ELE ESTABELECE O CONTROLE DA SITUAÇÃO.”

um tipo importante de poder, por isso é perigosa quando emana de uma pessoa com visão distorcida do seu papel como representante. A força da liderança, na hora do caos, está em evitar que ele

### OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO

O Grupo Pão de Açúcar foi fundado pela família Diniz. A empresa quase foi à bancarrota no final dos anos oitenta por cair nas ‘armadilhas’ dos grupos familiares que crescem demais e se perdem com a falta de planejamento. O herdeiro, Abílio Diniz, foi chamado pelo pai para retomar as rédeas da companhia, promovendo mudanças duras. De 40 mil funcionários, o grupo passou para 18 mil. De 500 lojas, ficaram apenas 212. Toda a diretoria executiva foi cortada. A redução de custos garantiu o pagamento de passivos e sua retomada, ainda que lentamente. A empresa abriu seu capital para ampliar o número de investidores e fechou sociedade com um grupo francês, que lhe garantiu caixa para novas aquisições. Diniz é identificado como o homem que ajudou a criar e recriar a marca Pão de Açúcar, que hoje disputa a liderança do setor varejista no país.



**Eugenio Mussak**

Professor e consultor nas áreas de Liderança, Desenvolvimento Humano e Profissional