

Veículo: Negócios Minas Gerais

Data: Junho/2009

Seção: Economia & Finanças

Link: http://www.revistanegocios.com.br/ver_noticias.asp?tp=1&cat=2&nt=1271

Cliente: Siegen



Canais

Mercado
Reportagem de Capa
Arquitetura
Paisagismo
Condomínios

Serviços

Quem Somos
Agenda de Eventos
Anuncie
Assinaturas
Cadastre-se
Cotações
Entrevistas
Expediente
Fale conosco
Login

Newsletter

**QUER FICAR
INFORMADO?**

Assine a
newsletter
da Negócios.

INSCREVA-SE JÁ
EM NOSSO CURSO ONLINE DE

GERÊNCIA
FINANCEIRA NA PRÁTICA



Últimas notícias

Economia & Finanças

Crise: um furacão ou apenas um vento forte?

Por Fábio Bartolozzi Astrauskas e Rogério Silveira Monteiro (*)

As empresas, em tempo de crise, passam por reestruturações e mudanças, muitas vezes, drásticas. Nesse cenário, há também um impulso rápido e errôneo: o de que "esconder" a verdade pode ser melhor para todos. É como se o não falar da crise fizesse com que ela sumisse ou diminuísse. Ledo engano. É nesse momento crucial que a empresa precisa agir com a maior transparência possível. Transparência com os fornecedores, clientes, empregados, acionistas e, em especial, com os consultores, que precisam saber da real situação da empresa para estudarem e indicarem a melhor opção.

Espera-se que a solução mais apropriada para empresa no seu contexto específico seja sustentada pelo conhecimento geral de todos os envolvidos nesse processo. Nossa experiência mostra que, dessa forma, você consegue uma participação maior. Quando você mostra que a empresa está realmente em crise, e que não vai sair dessa situação negociando individualmente, consegue fazer com que as pessoas fiquem dispostas a colaborar.

É importante deixar claro que não se deve mostrar apenas o problema, mas as alternativas para solucioná-lo. Deve-se elaborar um plano de ação e colocar patamares de negociação que estabeleçam balizadores de possibilidade de negociação, de acordo com a característica de cada um. Se você não fixa condições e não mostra o projeto, torna-se muito difícil levar essa situação sem ter conflitos muito grandes ao longo de todo o processo e sem deixar o sentimento de insegurança aflorar de forma intensa. Quando se estabelece as regras logo no início, a empresa se posiciona e a chance de conflito é menor.

São os conflitos que podem acabar com o "sonho de tranquilidade" nessa fase. Cada público busca o melhor para si. Nessa busca, cabe aos condutores e aos próprios interessados encontrarem uma solução que seja ótima para o grupo, mesmo que cada um deva abrir mão de alguma coisa.

Para fechar esse panorama, a empresa precisa pensar na possibilidade de uma recuperação judicial, o que poderá garantir que ela esteja protegida, durante algum tempo, dos principais motivos de pressão, que são as ações, os pedidos de falência, entre outros.

É assim, com transparência, administração de conflitos e recuperação judicial, que a empresa vai ganhar fôlego e energia para seguir em frente e passar pela crise com uma certa "estabilidade". Sim, porque mesmo em tempos difíceis, é possível sair de uma situação de desespero para uma situação de aprendizagem e organização. Anos de estudo e consultoria nos fizeram ver que a crise pode virar um furacão ou apenas um vento forte que, apesar da força, não abala as estruturas do que foi planejado sob bases sólidas e sustentáveis.

(*) **Fábio Bartolozzi Astrauskas**, sócio da consultoria Siegen (www.siegen.com.br). Membro do IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. Na área acadêmica, foi professor adjunto do Centro Universitário FMU, na Faculdade de Economia entre 1993 e 1999.

Rogério Silveira Monteiro, sócio da consultoria Siegen (www.siegen.com.br). Na área acadêmica, foi professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie entre 2006 e 2008 e é membro pesquisador do Núcleo de Gestão Baseada em Valores (Mack Gva) desta universidade.



Edição do mês

- O futuro já chegou
- A natureza personalizada
- Ousadia e inovação em moradia
- Criar é sinônimo de otimização e qualidade

Enquete

Quais assuntos você gostaria de ler, aqui, na Negócios Minas?

- Apresentação de empresas regionais;
- Formação profissional;
- Gestão da pequena empresa;
- Turismo regional.

Votar