



Má gestão eleva em 60% o risco de estresse e favorece Burnout

Pesquisa revela que ambientes mal geridos ampliam os riscos de esgotamento emocional, comprometendo o bem-estar e o desempenho das equipes

Robert Kroschke, CANVA

Personas submetidas a más práticas de gestão têm quase 60% mais chances de vivenciar altos níveis de estresse em comparação com aquelas inseridas em ambientes bem conduzidos. O dado é da Gallup, que também aponta que 41% dos profissionais entrevistados relataram sentir muito estresse. Para Patrícia Ansarah, CEO do Instituto Internacional de Segurança Psicológica (IISP) e coordenadora do 3º Summit Internacional de Segurança Psicológica, o problema vai além da tensão cotidiana e pode evoluir para quadros mais graves, como a síndrome de burnout.

O estudo destaca, ainda, que 15% da força de trabalho global é composta por funcionários que se opõem, de forma consciente, aos objetivos da organização. Esse grupo costuma apresentar menor índice de bem-estar, relata se sentir menos respeitado e vivencia menos momentos de satisfação ao longo do dia. Entre eles, mais da metade (54%) afirmou ter enfrentado níveis elevados de estresse no dia anterior.

“Esses sinais, entre outros, precisam ser levados em consideração. Nem sempre o burnout chega com alarde. Às vezes, ele se instala em silêncio. No início, é apenas um cansaço que parece normal. Depois, surgem a insônia, a irritabilidade, a sensação de que nada faz sentido e, quando nos damos conta, já não somos mais os mesmos”, comenta Patrícia.

Diante desse cenário, ela orienta que o primeiro passo é reconhecer o problema, seja em si mesmo ou na equipe, prestando atenção a sinais físicos, emocionais e comportamentais. “O esgotamento emocional, por exemplo, não surge de repente. Ele se acumula em pequenas negligências diárias. Ig-



norar esses sinais pode comprometer não só a saúde mental do colaborador, mas também afetar a qualidade das relações e o desempenho no trabalho”, alerta.

Nesse contexto, o estudo da Gallup estima que a falta de engajamento no ambiente corporativo gera um prejuízo de aproximadamente 8,9 trilhões de dólares à economia global.

Entre os principais alertas estão sintomas físicos e emocionais que, muitas vezes, passam despercebidos na rotina. Transpiração excessiva, insônia persistente, alterações bruscas de peso, taquicardia, ansiedade constante, irritabilidade, sensação prolongada de desesperança, perda de vontade de viver, oscilações de energia e lapsos frequentes de memória são alguns indícios que merecem atenção.

A seguir, quatro pontos que podem ser observados quando o assunto é esgotamento emocional no ambiente de trabalho:

- Estabelecimento de limites entre vida pessoal e profissional. Desconectar-se fora do expediente é essencial para a recuperação mental e emocional;
- Buscar apoio emocional. Conversar com profissionais de saúde mental pode ajudar a lidar com sentimentos de sobrecarga;
- Observação do corpo e da mente. Sintomas físicos e alterações no humor são sinais importantes que não devem ser ignorados;
- Ambiente de confiança e escuta. A segurança psicológica começa quando há espaço para falar sem medo de retaliações ou julgamentos.

Nem sempre o burnout chega com alarde. Às vezes, ele se instala em silêncio. No início, é apenas um cansaço que parece normal

Por que a estabilidade pode ser o começo do fim das empresas

Dagoberto Trento (*)

Ichak Adizes, renomado consultor e especialista em gestão empresarial, reconhecido mundialmente e agraciado com 14 doutorados honorários pelas suas contribuições, é o autor da Teoria do Ciclo de Vida das Organizações. Nela, o professor destaca que as empresas passam por fases semelhantes às de um ser humano: infância, adolescência, plenitude, estabilidade e envelhecimento. Entre a infância empresarial e o colapso, há o ápice: a Plenitude, o ponto em que energia empreendedora e maturidade gerencial se encontram para criar resultados consistentes e sustentáveis. O objetivo é se manter aqui. O que não é nada fácil.

Mas Adizes faz um alerta incômodo: logo após a plenitude vem a estabilidade, e ela é o início do envelhecimento. É o momento em que a organização se sente confortável demais, perde a tensão criativa e começa a declinar. Em um mundo em constante transformação, “estabilidade” é, na verdade, uma forma elegante de dizer “o começo do fim”.

Plenitude é inquietude - Segundo Adizes, estar na plenitude é viver em alerta inovador permanente. É ter disciplina e processos sólidos, mas sem perder a capacidade de correr riscos calculados e explorar novos caminhos. Não se trata de viver em crise, mas de nunca confundir bons resultados com um destino final.

As empresas que permanecem na plenitude são as que reinventam a si mesmas antes que o mercado as obrigue. Amazon, Apple e Microsoft entendem isso há anos, cada uma criando novos negócios mesmo no auge, como a Amazon Web Services, os devices da Apple e o salto da Microsoft no Azure e na inteligência artificial. No Brasil, há exemplos igualmente impactantes:

- **Grupo Energisa:** gigante do setor elétrico, percebeu que poderia usar seu conhecimento e base de clientes para criar um negócio completamente novo: a Voltz, sua fintech de serviços financeiros, com potencial de atender mais de 1 milhão de brasileiros. Um caso claro de Oceano Azul: entrar em um mercado distinto do core, mas com alto potencial de sinergia.
- **iFood:** nascido como delivery, expandiu para pagamentos, logística e até desenvolvimento de novas tecnologias de mobilidade urbana. Em vez de ser apenas um “aplicativo de entrega”, passou a ser uma plataforma multifuncional, abrindo frentes que competem em espaços ainda pouco explorados.
- **Tramontina:** tendo como seu primeiro produto escalável o canivete Santa Bárbara na década de 1930, gradativamente ao longo dos anos ampliou seu portfólio para eletrodomésticos, móveis para áreas externas, churrasqueiras premium e soluções de jardinagem, sempre mantendo a coerência estratégica. Um movimento alinhado ao conceito de ‘A Estratégia do Oceano Azul’: criar novos espaços de mercado a partir de competências já dominadas, evitando a competição apenas por preço e mantendo-se relevante e inovadora mesmo como empresa madura.

Esses casos traduzem um dos princípios centrais do livro A Estratégia do Oceano Azul, de W. Chan Kim e Renée Mauborgne: “a melhor maneira de vencer a concorrência é parar de tentar

vencê-la”. Criar mercados onde não há competição direta é, muitas vezes, o que mantém a empresa na plenitude.

A Inovação precisa inovar - No passado, mudanças no ambiente de negócios levavam décadas. Hoje, ciclos inteiros podem ocorrer em poucos meses. Novos problemas sociais, da transição energética à inclusão digital, pedem novas respostas. E respostas novas raramente vêm de velhas receitas.

Para permanecer na plenitude, empresas precisam incorporar a inovação como competência central, e não como um apêndice de marketing. Modelos como inovação aberta, venture building corporativo e programas de intraempreendedorismo permitem que organizações explorem novas avenidas de crescimento enquanto fortalecem o core.

Inovadores reais x inovadores de palco - Em um mundo onde as mudanças já não se arrastam por décadas, mas se sucedem em ciclos cada vez mais curtos e impactantes, sob incerteza, com instabilidade política, instabilidade econômica e insegurança jurídica, permanecer na plenitude é uma questão de sobrevivência competitiva para o curto e o longo prazo.

Aqui entra a responsabilidade das estruturas de inovação das empresas: é necessário parar de lamentar o momento instável, as mudanças que se sucederam e assumir um posicionamento claro: garantir tração para as estratégias de negócios no presente, enquanto constroem novos caminhos para o futuro. Afinal, é por esse, e quem sabe só esse, motivo que as estruturas de inovação existem.

Momentos de turbulência não pedem o abandono da competência inovadora, mas sim ajustes para torná-la ainda mais relevante. É nesse cenário que se destacam os verdadeiros líderes de inovação corporativos, líderes e equipes capazes de articular com os pares, dominar o negócio em que atuam (não só as técnicas de inovação), atuar nos bastidores, buscar alternativas diferentes, explorar novos caminhos, sujar a mão na graxa e criar cenários inéditos para manter a empresa relevante, conquistar mercados, atrair clientes e encantar consumidores.

Esses momentos, ainda que desafiadores, funcionam como um filtro natural do mercado: afastam os incapazes e promovem os capacitados, fortalecendo as organizações que têm coragem de inovar quando outros se retraem. E esse ajuste já está se consumando. O palco diminuiu.

Plenitude é movimento - Estar na plenitude não é estar no topo o tempo todo, é estar no ponto exato de construir o próximo grande ciclo vitorioso. Em tempos de mudança acelerada, o risco não está em errar ao inovar, mas em acreditar que já se conquistou o suficiente.

O que o professor Adizes tenta nos mostrar é que, empresas podem não morrer de velhice, mas de acomodação. Estabilidade. E no jogo competitivo de hoje, só sobrevive quem transforma a plenitude em combustível para a próxima curva de crescimento. Ou seja: se você dominar o seu negócio e for capaz de surpreender a si mesmo através das suas inovações, não será surpreendido pelo mercado.

(*) Sócio diretor da Innoscience.



ANOS

Celebramos 22 anos de história, criatividade e compromisso com a comunicação que transforma marcas e conecta pessoas.

Agradecemos a todos os colaboradores, clientes e parceiros que fazem parte dessa trajetória.



Soluções em
Publicidade Financeira e
Marketing Corporativo

elipse
publicidade