

Identidade de valores



©1

A preocupação das empresas com a melhoria de desempenho tem produzido vários estudos sobre o assunto. Neles, começa a aparecer uma constante característica na relação dos profissionais com as companhias onde trabalham: a necessidade de haver uma identidade de valores. Vamos ver como isso funciona.

Seus princípios foram transmitidos pelos seus pais, pelas escolas em que você estudou e pelos amigos com quem conviveu. Passam de geração para geração e são compartilhados por contemporâneos. Eles revelam a maneira como você lida com as coisas da vida e faz julgamentos. Só que tem um algo a mais. Os valores precisam ser exercitados. É a prática que os diferencia de uma simples crença. Você pode dizer que na sua família edu-

A prática diferencia um valor de uma crença

cação é um valor. Minha pergunta seguinte será: conte uma história que comprove isso. E você me falará que seu pai se sacrificou para que os irmãos dele, mais novos estudassem. Pronto. Temos realmente um bom exemplo. Aproveite um momento de reflexão e liste seus valores fundamentais. Para cada um deles você deve resgar-

tar uma história ou um momento em que o valor prevaleceu em sua atitude ou julgamento.

A tal identidade de princípios entre você e a empresa em que trabalha (ou quer trabalhar) é uma adequação de ambos. Palavras sempre presentes nas cartas de valores das empresas — qualidade, respeito ao cliente, transparência, respeito ao colaborador — têm de encontrar eco na conduta dos funcionários no dia a dia. Só assim eles poderão ser verdadeiramente aceitos e praticados.

Na minha profissão, encontro profissionais infelizes ou insatisfeitos. Nesses casos, a análise da identidade de valores tem ajudado a explicar o que está acontecendo. Muitas vezes, a companhia tem um discurso, mas não o pratica nem tem histórias que o comprove. Ou ainda, os exemplos são muito antiquados. Isso provoca a tal falta de identidade e uma sensação de desconforto.

O fato de você não se sentir bem no seu emprego pode estar associado exatamente a essa falta de identificação de valores. Pense a respeito e compare aquilo em que você acredita e pratica com os princípios da empresa em que você trabalha. ●



Luiz Carlos Cabrera é professor da Eaesp-FGV, diretor da Amrop Panelli Motta Cabrera e membro do Advisory Board da Amrop International

©2