

Temas de palestras por **Alfredo Behrens**

www.alfredobehrens.com

<http://br.linkedin.com/in/alfredobehrens>

+55 11 38280554

+55 11 91339779

ab@alfredobehrens.com



Para um trailer sobre o estilo de Alfredo Behrens de apresentar, em português, inglês, e espanhol, [clique aqui](#)

Para apresentações em inglês sobre gestão e liderança ilustradas com escolas de samba [clique aqui](#)

Para algumas referencias sobre as palestras [clique aqui](#)

Para um exemplo recente do formato das suas apresentações, [clique aqui.](#)

Alfredo Behrens obteve graus acadêmicos, lecionou ou publicou nestas instituições de ensino



PRINCETON
UNIVERSITY



Stanford
University



UNIVERSITY OF
CAMBRIDGE

Alfredo Behrens alcançou o grau de PhD pela universidade de Cambridge. Em parte pelo conhecimento e a convicção professados, em parte pelo estilo de se comunicar, Alfredo Behrens tem sido distinguido como um dos melhores comunicadores em instituições como o Harvard Business School Publishing, o London Business School, o Banco Mundial, no MBA do Insper, e no Mestrado da FIA, São Paulo. Alfredo Behrens já deu mais de 500 palestras em mais de 40 países; desde palestras para 1000 executivos, para a associação de executivos de recursos humanos da Índia (NHRD), ou para 500 clientes e executivos da Duke Energy, Também deu webinars para 400 executivos, contratado pela CLC Human Resources, ou palestras para 30 altos diretores da TimeWarner para as Américas, ou workshops como para diretores do Board para as Américas do Banco Volkswagen ou do Board mundial da farmacêutica GSK.



Alfredo Behrens (1951) é economista com Ph.D. pela Universidade de Cambridge. É Professor de Liderança e Gestão Intercultural no Mestrado da FIA, São Paulo, e leciona sobre formação de líderes para Harvard Business School corporate learning. Seus pontos de vista com frequência aparecem no âmbito da [Harvard Business Review](#), do [Financial Times](#), [The Economist](#), [Clarín](#), [America Economia](#) e diversas publicações brasileiras. Lecionou ou foi consultor para as universidades de Princeton, London Business School, Imperial College, de Califórnia em Berkeley, Florida State University, Insper São Paulo e PUC-RJ. Em 2011 o Dr. Behrens publicou o livro Fuzilar Heróis e Premiar Covardes pela Beí, São Paulo; livro considerado “fascinante e inovador” por Suzy Welch, antiga

Editora Chefe da Harvard Business Review. Este livro aparecerá publicado em inglês pela Anthem Press em 2017. Em 2009 publicou Culture and Management in the Americas pela [Stanford University Press](#), sendo que uma versão anterior (2007) pela Saraiva foi considerada com o melhor livro brasileiro de negócios pela Época Negócios. O Dr. Behrens têm ampla experiência em aconselhar – para liderança ou assuntos estratégicos - acionistas de empresas, bancos, governos, sindicatos e organizações paraestatais. Foi economista do Banco Mundial e colaborador do CNEM-London Business School pelo qual realizou trabalhos que resultaram na publicação do livro [The Software Industry in Emerging Markets: Origins and Dynamics](#), pela editora Elgar em 2005. Integra o quadro editorial do Journal Thunderbird International Business Review, Foi distinguido com os prêmios Banco Boa Vista; McNamara pelo Banco Mundial; Hewlett pela Universidade de Princeton e o Jean Monet pela European University, Fiesole, Italia; pela Sociedade Brasileira de Meteorologia e por diversas turmas de alunos.

Áreas de expertise - 2017, alicerçadas em publicações:

Pessoas

- Liderança
- Estilos de pensar e de liderar
- Recrutamento, retenção de talentos

Internacionais

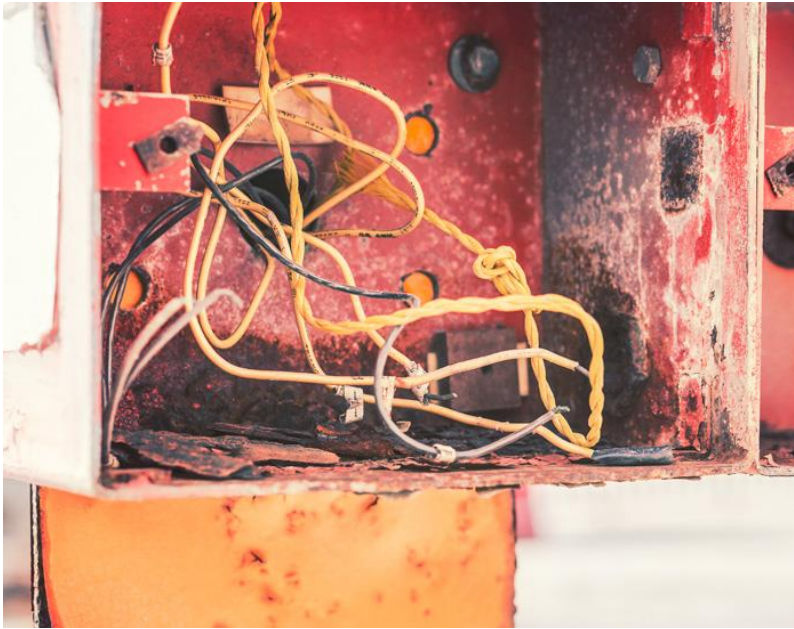
- Culturas nacionais e gestão
- Mentalidade Global
- Negociação intercultural

Operações

- Estratégia
- Intraemprededorismo
- Integrando Oferta e Demanda, incluindo parceiros
- Ética nos negócios
- Inovação
- Indústrias do Conhecimento
- Controlar sem socavar a colaboração
- Responsabilidade corporativa

Tópicos e conteúdo das palestras

- **Gambiarras e estratégias num ciclo recessivo**



Uma gambiarra pode servir à empresa durante um curto período recessivo. Mas não serve durante um ciclo recessivo, após o qual o mercado será outro. Nestas situações ofereço uma palestra curta e informada sobre a situação específica do mercado interno e o internacional para o setor e acompanho um workshop para assistir na construção de um novo comportamento.

Na área médica tenho facilitado reuniões de executivos sobre as suas alternativas. Um longo período de bonança prepara mal para uma longa recessão; gera uma visão de túnel, receosa do acúmulo de más notícias. Uma pessoa de fora, preparada, ajuda a estruturar uma visão mais realista e a construir um novo leque de possibilidades.

- **Liderança intercultural**



Perdemos quando a globalização tira o holofote dos nossos líderes, que são os mais eficazes para liderar brasileiros. O líder estrangeirizado adquiriu seus truques motivacionais em outro lugar e frustra o trabalhador brasileiro que coloca mais ênfase na relação pessoal, no afeto, na lealdade que oferece em troca de proteção e reconhecimento. Entender as diferenças ajuda a compreender porque uma escola de samba alcança seu alto nível de engajamento e a MultiX (fictício) não consegue sequer que um operário alerte para um erro de manufatura que ameaçou a vida de centenas de brasileiros em março de 2013 (real). Ou que levou a um recall e multa de grave em 2014. Busquemos inspiração na nossa história, literatura,

cinema, esportes e rituais para recuperar o entendimento ofuscado por cinco décadas de escolas de negócios preguiçosas. Palestra baseada em livro de Alfredo Behrens: "Culture and Management in the Americas" Stanford University Press, 2009.

- **Recuperando o orgulho de ser brasileiro**

**Harvard
Business
Review**

INTERNATIONAL BUSINESS

What Corporations Can Learn From a 4,000-Person Parade Extravaganza (Seriously)

by **Alfredo Behrens**

Às empresas os empregados querem chegar tarde, sair cedo delas, e gostam de pedir licença médica quando não estão doentes. Mas, numa escola de samba os mesmos indivíduos trabalham até doentes, e não recebem por isso.

Na raiz da diferença de engajamento entre uma escola de samba e uma empresa está o segredo de uma gestão de pessoas eficaz e de menor custo.

Há diferenças desde a forma de recrutar e selecionar pessoas para os cargos até a forma de premiar desempenho, de liderar e de aposentar.

Sem incorporar estes ensinamentos as empresas arriscam continuar a sofrer da falta de engajamento que leva à baixa produtividade com alta rotatividade e um clima organizacional insatisfatório.

- **Cultura e gestão: Como melhorar a nossa produtividade.**



Porque será que a América Latina é a região do mundo com maior índice de homicídios? Por que no Brasil mata-se violentamente por ano um número de brasileiros comparável ao da Índia e da China somadas? O que a exclusão social tem a ver com isso? Porque a gestão convencional é como é? Porque essa gestão surgiu onde surgiu e nunca conseguiu níveis de produtividade semelhantes alhures? Visto o Brasil e a América Latina, o que pode-se esperar que aconteça na Índia, China ou na África nas próximas três décadas. Como melhorar o nosso desempenho e exportar gestão para outros países em desenvolvimento?

- **Vendas e operações: um casamento no inferno**

O que fazer para não divorciar as partes



O descasamento das iniciativas de vendas com as de operações gera custos, morde margem, irrita os clientes e desmoraliza os vendedores. Integrar melhor os lados de oferta e demanda na empresa podera representar uma oportunidade significativa para alcançar uma maior eficiência e criação de valor.

O processo pode demorar uma década mas se é para começar esta palestra mostra o caminho das pedras.

- **Estilos nacionais de pensar e liderar**

Harvard
Business
Review

INTERNATIONAL BUSINESS

Coyotes vs. Road Runners: Managing in the Americas

by Alfredo Behrens

O Coiote só sabe que quer pegar o Papa-léguas. O Papa-léguas, só sabe escapar. Será? Veja no Harvard Business Review pesquisa do Alfredo Behrens, abrangendo MBAs em quarenta países.

Tem mais, a pesquisa sugere que as pessoas acreditam que o Papa-léguas sabe mais coisas do que aparenta.

Quem torce pelo Papa-léguas ve obsessão no Coiote, enquanto que os que torcem pelo Coiote veem foco nele. “Os Papa-léguas” acreditam também que o Papa-léguas não perde tempo com burocracia enquanto que o Coiote seria bom para Comptroller, para à área jurídica ou de vendas.



Tem ainda quem ache que todos nasceríamos Coiotes e alguns morreríamos Papa-léguas, sabendo escapar com um sorriso ganhador.

Porque as pessoas percebem tanto em personagens de cómicas? O pior é que algumas empresas levaram anos para descobrir o mesmo.

Aprenda com as cómicas, é mais rápido e divertido, e profundamente significativo. Esta palestra divertida poderá mudar sua forma de encarar liderança e administração, para maior felicidade dos seu empregados e, naturalmente, da produtividade deles.

- **Para aumentar o engajamento e a produtividade**



Por que mesmo Diretores chegam tarde às reuniões marcadas pelos chefes deles?

Por que é que tantos empregados chegam tarde no trabalho, vão embora tão cedo quanto possível e até pedem licença médica quando não estão doentes?

Pode haver muitas razões mas sintonizar a gestão com a cultura nacional pode ser a mais importante delas. Isto seria o que explica o altíssimo nível de engajamento tanto nas escolas de samba no Brasil quanto entre dabbawalas na Índia. Ambos o Brasil quanto a Índia tem em comum culturas coletivistas.

Nesta palestra explico a natureza das culturas e a forma de gerir e liderar pessoas nelas.

- **Consequências de fuzilar heróis para premiar covardes.**



Um século de lições organizacionais esquecidas, da Argentina até o México, contadas por dois cavalheiros que viram tudo e que explicam as razões do triunfo e das derrotas organizacionais. Estas lições são orientadas a explicar como inspirar e dirigir organizações para tirar o melhor dos seus colaboradores, ao tempo que oferecer a realização pessoal que almejam. Os colaboradores podem ser inquietos, incômodos; rebeldes até, mas tendem a ser os mais criativos e no longo prazo, serão o sustento da competitividade da organização.

● Mentalidade Global

Ao longo do século 20 o Brasil se fechou sobre si próprio. Em consequência temos relativamente poucos brasileiros cosmopolitas, o que reduz, entre nós, a disponibilidade de executivos com competências globais, reduzindo a nossa competitividade global.



Pior, a escassez é tão grande que nem se sabe onde procurá-los e como reconhecê-los. O que seja a mentalidade global? Que componentes dela é mais fácil desenvolver? Como desenvolvê-la?

Alfredo Behrens é licenciado pelo Global Management Development Institute para desenvolver palestras nestes tópicos.

- **Negociação intercultural**



Negociar é muito mais do que barganhar, há livros escritos sobre as diferenças; mas como negociar através de hiatos culturais como os interpostos entre brasileiros e chineses? Como programar estratégias de negociação win-win com parceiros cujas organizações políticas têm nomes como “Intransigente” ou mesmo “Radical”; ou com parceiros cujo emblema nacional reza “Pela razão ou pela força”? E nós, somos tão flexíveis quanto acreditamos ser?

● Intraempreendedorismo



Deslocando o foco do empreendedor para seu ambiente podemos orientar melhor as decisões dele: Qual é mesmo seu mercado? Como poderá vender? Como poderá receber? Qual é a importância do cluster no negócio?

Mesmo uma boa ideia como a AdeS, que misturou suco de fruta ao leite de soja e criou um mercado de \$1 bilhão/ano, sofreu ao implantar a primeira fábrica no meio do nada: faltava eletricidade, operários especializados, a manutenção era difícil. E o cliente? Se estiver no exterior ele relutará em comprar sua solução tecnológica, como

é o software. Mas a comprará se estiver embutida num produto que não relutará em comprar do Brasil: música esportes, commodities, moda, commodities. É conveniente procurar a solução empreendedora vendendo a quem já vende.

Em tempo, AdeS, começou uma década após a “vaca mecânica” brasileira, já se perguntou porque esse invento gerou apenas um rebanho de vacas mecânicas enquanto que AdeS - inventada no Tucumán, Argentina - é hoje o gigante que é?

Por que Coca-Cola comprou AdeS da Unilever por meio bilhão de dólares, se a vaca mecânica foi inventada por um cientista brasileiro que tinha trabalhando com soja na Coca-Cola duas décadas atrás? O que a Coca-Cola não viu na época e que foi também ignorado pela meia dúzia de concorrentes da AdeS, que apareceram apenas quando a AdeS tinha vingado?

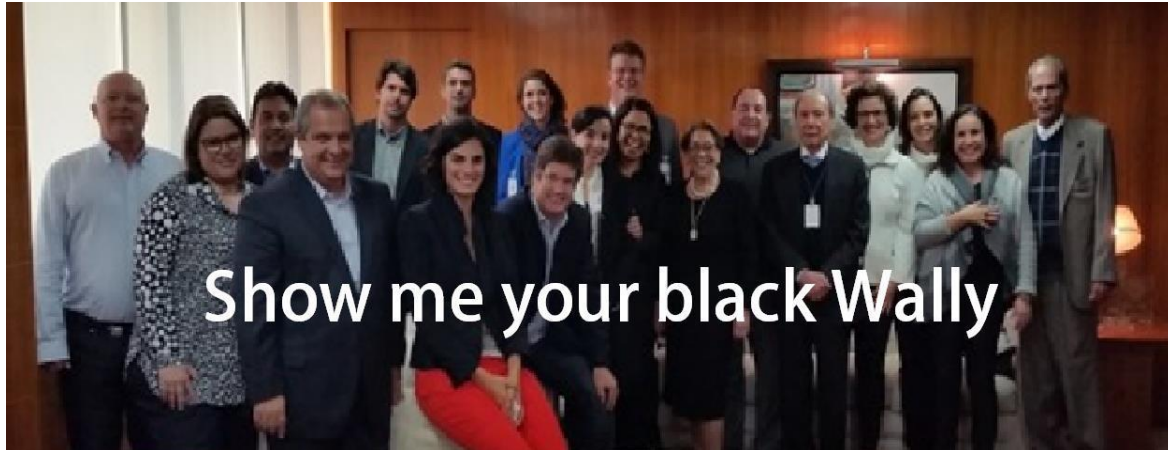
Também se perguntou porque AdeS deu no desastre de manufatura em março de 2013? Ou porque acontece o rompimento da barragem da mineradora Samarco em 2015?

● Inovação e organizações amordaçadas

Vem em diversos tamanhos, há a tecnológica, na qual nos damos mal porque divorciamos a pesquisa dos negócios. Vide a Vaca Mecânica, que em três décadas apenas gerou um rebanho de vacas que produzem um leite de soja pelo qual ninguém salvo o governo quer pagar. Compare com o caso da AdeS, que adicionando suco de frutas ao leite de soja em apenas duas décadas criou um mercado próximo do bilhão de dólares por ano. Mas também há inovação de processos, de modelos de negócios. Porque inovamos tão pouco e quando o fazemos atolamos as vacas? Discutamos as soluções.

Resultados de uma pesquisa indicam que mesmo entre nós, tão simpáticos, os colaboradores preferem não falar. Quem não fala não diz, quando pressionado diz apenas o óbvio. Quem perde é a inovação, até de processos. Entender a razão deste problema ajuda a compreender porque uma escola de samba alcança seu alto nível de engajamento e MultiX (fictício) não consegue sequer que um operário alerte para um erro de manufatura que ameaçou a vida de centenas de brasileiros em março de 2013 (real); e que ainda em 2014 incorreu num erro de rotulação que motivou uma pesada multa pela Anvisa. Mas há boas razões para acreditar que entre brasileiros seria mais fácil falar. Como conseguir que os nossos colaboradores expressem o que sentem para contribuir a ganhar dos que não sabem como oferecer essa possibilidade?

- **Recrutamento corporativo com inclusão social**



O recrutamento das corporações despreza talentos e pouco contribui para aliviar a tensão social que ameaça solapar a sociedade brasileira. Descubra como recrutar talentos contribuindo à inclusão social e à sustentabilidade de veras.

- **Retenção de talentos**

Tem pessoas que empresa nenhuma ia querer perder, mas porque fazem tão pouco por rete-las? Recrutar sem reter é como procurar encher de água uma pia sem o tampo; é possível, mas é um desperdício. O que funciona no Brasil? O que é mais necessário? Palestra baseada em pesquisa abrangendo mais de 300 mil empregados.

- **A volta da Inquisição: a denúncia anônima**

O brasileiro poderá ter baixa escolaridade mas é orientado à colaboração. Justos os brasileiros fazem milagres com alegria. Mas, instale uma atmosfera de medo e destruirá a eficácia do trabalho em equipe. Palestra baseada no artigo publicado na Thunderbird International Business Review em 2015.