

DICAS DE GESTÃO

O foco da gestão empresarial no futuro

Oceano Zacharias

Quando Peter Drucker cunhou sua célebre frase sustentando que “Os fatores tradicionais de produção não mais garantem vantagem competitiva a uma nação em particular. Ao invés disso, o gerenciamento tornou-se o fator decisivo de produção. Ele estava, na verdade, antecipando o futuro caminho do sucesso para as empresas. Até a década passada muito do sucesso das organizações devia-se aos recursos materiais que ela possuía – inclusive máquinas e equipamentos, que os concorrentes levavam anos para ter similares.

Agora já estamos presenciando a instantaneidade com que uma nova tecnologia migra de uma empresa para outra, de um país para outro. Gerenciar a empresa passa a ser o fator decisivo. Agora a questão é: por qual caminho? Ou melhor: qual o caminho? O futuro da gestão de negócios será para as empresas que souberem tomar as decisões de forma rápida e correta, preparadas para céleres adaptações às necessidades e exigências do seu mercado – a dimensão tempo será o diferencial.

O tempo passou a ser um estigma. A velocidade com que novos produtos são lançados, a frenética obsolescência, a Internet, o celular, o volume de novas informações a cada hora, a rapidez de se deslocar pelos países do mundo, a localização instantânea pelo GPS, enfim, a globalização tem nos deixado com a estranha sensação que o tempo é sempre curto e nunca o temos de forma suficiente. O tempo tornou-se um dos mais escassos recursos – e se assim é agora, pior ficará. Portanto não mais fará sentido executar atividades na empresa desprovidas de uma profunda análise de como, onde e quanto estas atividades impactam no desperdício deste finito recurso – o tempo.

Trazer a dimensão tempo para dentro da organização é o mesmo que preparar a empresa para a guerra: cada atividade deve estar contaminada pela preocupação com o atendimento a prazos, redução dos lead-times, eliminação de retrabalhos, eliminação de desperdícios, etc. não apenas pelo custo intrínseco do material desperdiçado, mas pelo tempo desprezado e nunca mais recuperado – isto para todos os departamentos, sejam os produtivos ou os transacionais. Decisões não podem mais ser tomadas somente com análise econômico-financeiro, pois agora o tempo será um componente a mais desta decisão. O tempo passará a ser a base para a competitividade.

Mas (e sempre há um mas!) a dimensão tempo tem uma peculiaridade especial: somente o ser humano sente, mede, sofre, planeja, ansia e, portanto, o conhece. As pessoas estarão felizes quando perceberem que seu tempo dentro da empresa em que trabalha lhe é recompensador. E aqui está a base da nova Gestão Empresarial: o ser humano.

Refiro-me a uma estrutura efetivamente voltada ao crescimento: não há prédio que se edifique se a sustentação for frágil. Hoje, como nunca, a autosustentação de uma empresa depende das pessoas que a compõem. Esta é a essência da estratégia da Responsabilidade Social Corporativa.

Na medida em que a organização criar mecanismos para que seus funcionários e colaboradores cresçam profissionalmente – e, assim progredindo, evoluam

como pessoas, com a contrapartida de que a evolução profissional beneficiará a organização, solidifica-se assim uma estrutura que se auto-sustenta.

Oceano Zacharias é físico, estatístico, engenheiro de produção formado pela Escola Politécnica da USP, e diretor da Quality® Consultoria -

www.quality.eng.br

