



PALAVRA DO CONSULTOR
NEW VALUE – NOVO VALOR
NV CONSULTORIA E TREINAMENTOS
EM SISTEMAS DA QUALIDADE

A gerando valor à sua empresa

Ano 2006 – Edição 10

Santo André, fevereiro.

Quem está ganhando em sua organização?

Temos notado que algumas questões estratégicas, de responsabilidade da direção, são tratadas com muita dificuldade por alguns empresários e gestores. Talvez por ainda demonstrarem falta de foco e entendimento sobre alguns princípios de gestão.

Ao definir o compromisso da Qualidade na organização, incluindo MISSÃO, VISÃO DE FUTURO e VALORES ORGANIZACIONAIS, se faz necessário que esses requisitos de gestão, sejam suficientemente entendidos e incorporados pelas partes envolvidas. Com o objetivo de serem percebidos nas práticas da organização e não simplesmente estabelecidos para atender a vontade do empresário ou mesmo por uma obrigação relacionada à modernidade administrativa.

O maior problema que se observa nesta definição, está diretamente ligada à cultura da organização. Geralmente há uma distorção na visão do empresário e de seus colaboradores na relação ganha-ganha; ou seja, quem ganha o que?

Vale a pena lembrar que o saudoso comandante Rolim, talvez o maior empresário dos últimos tempos do país e que deixou uma lição das mais eficazes em relação à empresa de Qualidade, definiu como primeiro mandamento da TAM, "Nada substitui o lucro". Sem contestar esta verdade, é preciso ter muito cuidado de como este valor estará se relacionando com os demais valores da organização, evitando conflito entre os mesmos e liderar as pessoas para que hajam considerando sempre o atendimento à MISSÃO da organização e que se sintam parte integrante deste compromisso.

Para maior entendimento, temos como exemplo uma situação ocorrida recentemente; entre várias que nos deparamos no dia a dia.

Adquiri um veículo, em uma concessionária representante da empresa fabricante, e ao atingir os 15.000 Km levei-o para a revisão programada pela garantia de fabricação.

O compromisso da concessionária para com a Qualidade estava claramente estampado no setor de atendimento, que foi percebido na prática, pela enorme atenção oferecida pelo consultor técnico envolvido.

Após o atendimento, fui surpreendido com a oferta de um veículo

para me transportar, que já estava com o motorista a postos. Até aquele momento, minha impressão era acreditar que o compromisso com a satisfação dos clientes não era apenas um texto bem redigido naquele quadro exposto na parede, no qual evidenciava a satisfação de seus colaboradores como outro valor organizacional.

Ao ser transportado pelo motorista, que já não demonstrou a mesma atenção comigo, notei o rádio ligado sem nenhuma consulta se me importava com o estilo de música ou programa que estava sendo ouvido e que tinha a marca de outra empresa automobilística concorrente.

Indaguei ao motorista: Sua empresa colocou um rádio que faz propaganda do concorrente?

A resposta foi a seguinte: "Quem disse que este rádio é da empresa? É meu instalei porque o dono não está preocupado em que eu tenha rádio para ouvir". Conclui nas entrelinhas que, para o motorista, a empresa não está nem aí para ele e que a única preocupação deles é agradar o cliente e ganhar dinheiro e que sua única responsabilidade é dirigir o veículo e transportar os clientes.

Considerando as relações de gestão relacionadas ao Ganha-ganha, como uma empresa pode valorizar a satisfação dos clientes se não valoriza a satisfação das pessoas envolvidas com a organização? Em contra partida, como a empresa pode transmitir segurança e confiabilidade a seus clientes, se seus colaboradores não estão motivados e comprometidos com os valores da organização?

Situações como esta, podem ser transformadas de forma positiva, quando a organização considerar as seguintes regras:

1. Definir o compromisso da Qualidade de forma honesta com os princípios da organização e considerando as partes envolvidas.
2. Ouvir os colaboradores, mantendo-os motivados e comprometidos com esses princípios de gestão.
3. Estar envolvido pessoalmente nos processos de melhoria e manter o compromisso com o cliente em todos os "Momentos da Verdade".
4. Considerar o relacionamento com clientes e fornecedores na mesma intensidade de importância.

Administre as pessoas de sua organização e veja: Quem está ganhando e quem está perdendo nessa disputa de mercado?

Jaão Carlos de Noronha

Diretor/ Consultor NV

INDICAMOS:

1. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL

OBJETIVO: Envolver todos os colaboradores da organização na reflexão sobre os principais pontos/ações apresentadas na pesquisa de clima organizacional e/ ou pesquisa de satisfação de clientes, considerando o que é real e aplicável para a situação atual vivida na empresa; direcionar as ações definidas e realizáveis, comprometendo pessoas/ responsáveis e prazos para suas efetivações.

Princípio da Qualidade: Envolvimento das Pessoas e Melhoria Contínua.

FALE CONOSCO: nvconsultsg@terra.com.br