



Engessar a Administração

Luís Sérgio Lico

Todos falam e poucos sentem. Vemos o ocaso dos modelos macroeconômicos baseados na redução do custeio e aumento de margens, mas ninguém ainda reflete sobre o que diz. Ser competitivo, nas próximas décadas significará produzir melhor e, para isto, será preciso ir além do velho bordão de “menos por mais”. Vamos precisar inserir as organizações em padrões de excelência, considerar no planejamento, uma estratégia metodológica 360 graus, ou seja, ir além dos modelos de produtos e serviços: quem estiver na empresa será qualificado como imprescindível ao organismo e estimulado para resultados. Isto significa valorizar o humano em um modelo sustentável de desenvolvimento e buscar níveis de rentabilidade e vantagem competitiva transparentes. O grande diferencial é aliar a modernidade tecnológica com uma ampla capacitação profissional e pedagógica, sem esquecer os valores e cidadania. Não haverá espaço para todos e somente os melhores permanecerão.

Temos bons motivos para responder, positivamente, a estas questões, antes que sua voracidade ameace a sobrevivência das empresas, anule mais talentos ou permita aos *especialistas* desancar o discurso ético e obrigar os empreendedores a correr por "soluções de mercado", como é discurso comum às colunas dos semanários. Organizações que esquecem sua identidade perdem a força, e são vaporizadas pela mão invisível das leis conjunturais. O modelo de gestão deve ser lógico e eficiente, mas não se pode correr o risco de tornar funcionário, quem deveria ser formador. O estabelecimento de zonas de conforto, planificação conceitual ou o excesso de normatividade e ingerências pode engessar a administração. Se a falta de resultados ou sua diacronia é combatida pelos gestores, falta ainda avaliar não o fato, mas a qualidade das estruturas de sistemas que estão gerando este modelo. A gestão, no Brasil é mais personalista que técnica e, este panorama é difícil de mudar. Consume-se muita receita de pajés estrangeiros, mas aqui os caciques ainda não sabem nem liderar, sem oprimir com o ego. Temos que tropicalizar nossas soluções, sem eufemismos.

As melhores práticas de gestão consideram acertado inovar constantemente, aliando apoio intelectual e pragmático para gerar novas infra-estruturas, ou seja: Faz tempo que precisamos abandonar paradigmas, mas sem aderir a antíteses. Mas, isto não quer dizer que, se estivermos sem ter o que fazer se deva inovar, antes do café. Falar é fácil. Motivar é fácil. Planejar é fácil. O difícil é manter a atitude e as competências frente aos desafios diários, oferecendo soluções realistas e satisfatórias. Chega de blá-blá-blá: Devemos ter a impertinência de propor caminhos que passem pela renovação e ampla sustentabilidade, que sejam voltadas para a empresa, o colaborador, o cliente e a construção de alternativas rentáveis de comercialização, sem destruir valores.

Precisamos atender as expectativas e necessidades, mas primeiro temos que saber quais são estas demandas em específico! De que adianta a maior tecnologia em um gravador de DVD se ele não permite que eu mude de canal enquanto eu gravo um programa? Entenderam o detalhe precioso? De que adianta a oferta irresistível, se o serviço é de baixa confiabilidade? Por que devo comprar *combos*, se eu pagaria até mais para não ter que explicar o porquê de recusar a oferta ou ter opções? Por isso é importante, além da construção de espaços imagéticos, físicos ou virtuais, a construção do profissional, de uma organização e de uma ética que subsuma estas especialidades, hoje em decadência e favoreça uma cultura de excelência. Este é o novo cenário que temos a frente. Ficará para trás a época de “sequestrar” o cliente. Doravante, teremos que conquistá-lo e mantê-lo.