

SKU – 050.118

GESTÃO DE MUDANÇAS III Para o Quê Mudar



Após a fase introspectiva de “onde estou” e “o que mudar”, por meio de planilhas de questionamentos e BSC, podemos rever nossos sonhos, nossos propósitos de vida, objetivos de nossas profissões e negócios. É o momento de aplicar os dons que Deus nos deu, levantar a cabeça, olhar para frente e agir.

Empresas que já tem, ou empreendimentos que precisam ter, sua Carta de Princípios devem confrontar-se com o novo normal e rever Missão, Visão e Valores para enfrentar a nova realidade. É oportuno rever conceitos:

Missão é o motivo de a sua empresa existir. É o propósito é sua razão de ser. Missão costuma ser bastante inspiradora e também com a possibilidade de mudança ao longo do tempo e amadurecimento da empresa. É comum encontrarmos estruturas com “Contribuir para ... por meio de ... mais fortes”. Vejamos alguns exemplos:

A NATURA, considerada como a empresa do setor mais admirada pelo público em geral, tem como missão: “criar e comercializar produtos e serviços que promovam o bem estar”.

A NIKE: “Vender artigos esportivos, buscando inovação tecnológica proporcionando conforto para seus clientes”.

A TOYOTA: “Ser a empresa de maior credibilidade do mercado de movimentação de materiais, oferecendo as melhores soluções aos nossos clientes”.

Com o fundador de seu negócio e equipe de pessoas chave elabore a sua missão exclusiva, iniciando sua frase com um verbo no infinitivo.

Visão de uma empresa é a definição de onde você quer chegar! A visão mostra os objetivos, o que faz você continuar trabalhando, continuar correndo mesmo que o cenário seja bem difícil. A visão deixa claro para todos os parceiros o que você sonha. A partir disso fica fácil que todos sonhem juntos e construam estratégias para chegar nesse objetivo maior. É o caminho que irá nortear as ações estratégicas da empresa.

Vejamos alguns exemplos:

APPLE: Mudar o mundo através da tecnologia

DISNEY: Criar um mundo onde todos possam se sentir crianças

GRUPO PÃO de AÇUCAR: Ampliar a participação no mercado brasileiro de varejo e tornar-se a empresa mais admirada

Valores são as coisas em que você acredita; são o conjunto de princípios orientadores e crenças fundamentais que ajudam um grupo de pessoas a trabalhar em equipe e trabalhar em direção a um objetivo comum. Um conjunto de princípios éticos que formam o seu código de conduta e estofo moral de uma empresa. Eles são exclusivos, sustentam a visão da organização e evoluem ao longo do tempo. Frequentemente incluem Integridade, Honestidade, Transparência, Criatividade, Equilíbrio e Humanismo.

Valores é ainda a filosofia que rege o modo de agir da companhia e devem respeitados enquanto a empresa busca cumprir sua missão e atingir os objetivos de sua visão. Como “regras do jogo”, valores são inegociáveis, ou seja, não devem ser abertas exceções sobre sua aplicação, mas refletidos nos comportamentos, nas atitudes e nas decisões de todos os setores da companhia. Eles devem nortear o relacionamento da chefia com os funcionários, as relações entre os trabalhadores e ainda seu comprometimento com os clientes e a sociedade como um todo.

Como exemplos temos:

Avon: Confiança, Respeito, Crença, Humildade, Integridade.

Cacau Show: Ética, respeito e honestidade; Compromisso com o crescimento e resultados; Incentivo e reconhecimento ao desenvolvimento individual; Prática da inovação; Cuidado consigo mesmo, com os outros e com os detalhes.

Nestlé: Aperfeiçoamento das relações com clientes, fornecedores e consumidores; Qualidade e melhoria contínua dos produtos e serviços para satisfação dos consumidores; Compromisso, valorização e envolvimento dos Recursos Humanos; Compromisso com a verdade; Comportamento ético; Todos esses exemplos de empresas.

Vamos à prática! Empresas iniciantes e as que buscam orientações “para o quê mudar” podem se inspirar nas empresas internacionais de sucesso acima exemplificadas para estabelecer sua carta de princípios.

Definidos missão, visão e valores, vislumbrar seu novo cenário, pensar grande e estrategicamente, refazer seus planos para satisfazer clientes e ser melhor que os seus concorrentes, enfim, reconstruir seu futuro.

Um bom auxílio para esta fase encontra-se em Dynamic Production Strategy (Estratégia de Produção Dinâmica), um capítulo do livro O Trabalho – Mais Resultados com Menos Esforço/Custo encontrado em www.fullmann.com.br

No próximo artigo detalharemos o passo “Como Mudar”.

Informações do Autor

Claudiney Fullmann

Engenheiro Industrial formado pela FEI, pós-graduado no BTE de Paris, especializado na Europa, nos Estados Unidos e no Japão em Qualidade, Produtividade e Desenvolvimento de Executivos, PhD pela Florida Christian University em Business Administration, Conselheiro de Administração pelo IBGC. Professor da FEI, MAUÁ, PDG, FGV, HSM, BSP e convidado do INSPER.

Profissional com ampla vivência nas áreas industrial e administrativa, em renomadas empresas nacionais e multinacionais, destacando-se: Gerente Industrial da Tèlèmècanique, Gerente de Engenharia Industrial das Indústrias Villares – Elevadores Atlas, Gerente de Sistemas de Movimento do Metrô de São Paulo, Diretor de Expansões e Diretor de Coordenação de Projetos da Dedini, Vice-Presidente e Gerente Geral da General Electric do Brasil – Divisão de Equipamentos Pesados, Fundador e Presidente da Educator Consultoria e Editora. Foi um dos 400 líderes da equipe mundial de Jack Welch e membro de conselhos de administração da empresa ETS – Electronic Test Systems e do Hospital Carlos Chagas. Ao longo de sua carreira tem se mantido atualizado nos campos acadêmicos e empresariais, dedicando-se a programas de educação continuada no Brasil e no exterior, por meio de cursos, seminários e congressos, tanto como participante, quanto como palestrante. Dedicou-se à produtividade, planejamento estratégico, desenvolvimento de pessoas e mentoria. Palestrante e Consultor em Estratégias Empresariais, mentor de executivos (francês, espanhol e inglês). Organizador e chefe de Missões de Estudo à Europa, aos Estados Unidos, ao Japão e à Coreia. Autor dos livros “O Trabalho – Mais Resultado com Menos Esforço/Custo – Os passos para a Produtividade” e “Produção Dinâmica na Logística – O Fluxo de Satisfação do Cliente”. Tradutor e editor de vários livros de sucesso como o best sellers “A Meta”, O Motor da Liderança, Gente – O Fator Humano, Controle seu Destino antes que Alguém o Faça, Mexendo com a Cabeça de seu Cliente, entre outros.

fullmann@aeducator.com.br

Direitos Autorais

O conteúdo deste artigo é de inteira propriedade do “Autor”, e seus respectivos direitos autorais são protegidos pela Lei 9.610 de 19.02.1998. Qualquer uso, divulgação, cópia ou disseminação de todo ou parte deste material sem a citação da fonte, são expressamente proibidos.

Responsabilidades Autorais

Adicionalmente além dos direitos da posse do conteúdo, também incide sobre o “Autor” os deveres e responsabilidades sobre sua criação de conteúdo. Este artigo é de inteira responsabilidade do

“Autor” e pode não refletir necessariamente a linha educacional, conceitual, ideológica ou programática da SBTB – Sociedade Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento.

Key Words deste Artigo (em ordem alfabética)

- Dynamic Production Strategy
- Gestão de Mudanças
- Missão
- Valores
- Visão

