

Crise e Oportunidade

Os meios de comunicação não cansam de mostrar e comentar a crise, em todos os níveis e em todas as áreas. Ela é política e alimenta a crise econômica, ao mesmo tempo em que é econômica e alimenta a crise política! O Produto Interno Bruto (PIB) parou de crescer, ou melhor: certamente cairá nos dois próximos anos. A produção industrial tem caído, o que significa desemprego, menos circulação de dinheiro e, e como consequência menor “renda” em quase todos os setores. A estabilidade política, tão necessária para a estabilidade econômica, está cada vez mais crítica e os principais atores mostram cada vez menos competência para reverter o quadro geral.

A fotografia da crise, tanto a econômica como a política, gera uma falta de esperança como há muito não se via. É nessa hora, no entanto, que a volta aos clássicos pode fornecer inspiração para se explicar as dificuldades. Na crise como na guerra, “é necessário ter várias rotas para que se possa recuar, e nas quais se possam defender em caso de um novo ataque... para mais adiante poder atacar” (Napoleão Bonaparte). Diferente da maioria dos generais da sua época, Napoleão planejava o processo de retirada na eventualidade de uma derrota. Ora, isso o fazia diferente de todos os outros e, hoje, é considerado um dos grandes estrategistas que o mundo conheceu. O grande estrategista, ontem como hoje, deve ter a capacidade de “ler a realidade” e desenhar as suas ações de acordo com essa realidade. A crise por que passamos exige postura semelhante e a questão que precisa ser posta nesse momento é: o que fazer? Quais as rotas de fuga que podem ser usadas?

Como primeira providência é encarar os fatos como eles são e não pensar que os governos, tanto o federal como estadual, vão tirar algum “coelho da cartola”! A crise está aí e ficará aí por pelo menos dois anos. Uma segunda providência é transformar a crise em oportunidade de mudança para melhor. Normalmente os indivíduos e organizações costumam se acomodar quando os ventos são favoráveis e os resultados satisfatórios. Bem, agora não é esse o caso! É preciso que as organizações repensem seus negócios e redesenhem seus processos e atividades no sentido de “agregar” mais valor para os *stakeholders* da organização. Isto tem nome e se chama “reengenharia”! Na última década do século passado a reengenharia foi amaldiçoada, pois alguns pensaram, equivocadamente, que ela era sinônimo de demissão, redução de salários, banco de horas e outros artifícios do gênero. NÃO! A reengenharia não é nada disso e o que ela se propõe é muito simples. É perguntar: “porque fazemos os processos e atividades do jeito que fazemos?; será que não existe outra forma de fazer, utilizando menos esforço e atingindo melhores resultados”? é isso que deve ser questionado e pensado. Existe alguma forma ou solução mágica que possa ser usada para superar a crise? Existe é uma bela oportunidade de pensar na forma como fazemos nossas atividades e uma belíssima oportunidade de se dar um passo na direção do posicionamento mais adequado das nossas organizações. Coloquem uma interrogação (?) em todas as suas atividades, como por exemplo: porque eu mostro esse produto e não aquele outro?; porque meu horário de funcionamento é esse e não aquele?; porque meus funcionários usam uniforme e cabelo preso?; porque uso cartão de crédito com pagamento em seis vezes?; porque meu ponto de equilíbrio é R\$ x e não outro? Etc, etc. Fazer perguntar é caminhar em direção as alternativas para se superar a crise e sair dela melhor do que quando entramos, (que já faz um ano!). Napoleão diria: “recuar de forma organizada, reagrupar e depois

avançar!”. A única coisa que os gestores não devem e não podem fazer é “ficar esperando a crise passar”.