

Paradigmas do BSC

Escrito por Evaldo Garcia Reinas
Qui, 30 de Julho de 2009 16:57

Muito tem se falado á respeito do BSC-Balanced Scorecard, porém poucas ações estão sendo tomadas no sentido de estabelecer o contexto brasileiro para efetivação desta poderosa ferramenta, que possui a principal cracterística de que todas as ações possíveis podem ser realizadas à partir de uma situação atual.

Outros preocupam-se em implementar o BSC como se o mesmo fosse mais um programa disponível e que faz parte da moda.

Realmente, se analisarmos os motivos que levaram seus protagonistas, Profs. Kaplan e Norton, a emergir com o BSC, podemos dizer que não só está na moda como ficará permentemente na moda, pois esta ferramenta orienta à empresa que crie suas próprias forças á partir de suas capacidades contextualizadas no Planejamento Estratégico(PE). Aliás não existe relação do BSC sem um PE devidamente formatado às esferas do contexto empresarial em que se encontra.

Paradigmas do BSC

Escrito por Evaldo Garcia Reinas
Qui, 30 de Julho de 2009 16:57

Outro paradigma, é o de que a ferramenta só tem utilidade nas grandes empresas. Tenho participado de diversas iniciativas de aplicação em pequenas empresas, com sucesso. O que muda é forma de interação, uma vez que as MPE's não possuem estrutura de departamentos e pessoal, o que até facilita o entendimento sobre ações, o que melhora a capacidade de entendimento do empresário de seu negócio. Auxilia a fazer muito daquilo que não foi adequadamente pesquisado e conhecido quando da abertura do empreendimento.

Hoje tem-se aplicado esta ferramenta ao serviço público. Desafio dos mais louvados devido á característica desta atividade. Também para entidades sem fins lucrativos.

As questões de voluntariados e de estabilidade afetam consideravelmente o desempenho da organização, uma vez que existem interesses diversos e pouca visão do final como "CLIENTE". Palavra com tendências de se relacionar este ao capitalismo empresarial que toma todas as formas para trazer o cliente até sua empresa ou produto. O

Oras, o que esperamos dos contribuintes e das comunidades? Que sintam vinculos estabelecidos entre um e outro para: escolher o melhor estado ou cidade a morar, sentir-se tocado a ajudar esta ou aquela organização não governamental (ONG), participar de movimentos, etc.

O conceito de clientes parece palavra pesada mas uma coisa é certa: as pessoas não querem utilizar porque sabem o que ela significa. Não seria este exatamente o motivo para usá-la? Evitaria muito daquilo que consideramos burocrático para entender de outra forma o que a palavra já significa por sí só.

Para nós, consultores, devemos reaprender que as coisas só evoluem a partir de cada um em comparação a si mesmo e não aos outros, tanto para cima como para baixo.

Paradigmas do BSC

Escrito por Evaldo Garcia Reinas
Qui, 30 de Julho de 2009 16:57

O BSC permite este entendimento.

É como aquela estória do grupo que estava perdido na floresta e só andava em círculos e um dos componentes pegou um papel qualquer, desenhou uma ilha e um caminho, e fez logo um barulho para dizer que havia encontrado um mapa. Diante da necessidade do grupo todos foram segui-lo sem questionamentos. Ao deixarem a floresta para trás, um dos colegas perguntou onde ele havia encontrado o mapa. Ao relatar ele deixou claro que é melhor ter um caminho a seguir do que não ter nada, porque posso ir melhorando à medida que avanço, por isso sempre digo em minhas palestras: " fazer errado é melhor do que pensar que está fazendo certo".

Onde entra o BSC neste caso? exatamente em seu papel principal. Melhorar a partir de meu próprio contexto. esse é o caminho.