

## Excelência na gestão atrai os pequenos

Competitividade – Fundação Nacional da Qualidade espera 75 mil inscrições para premiação em 2009

28/05/2009 – Valor – Especial Pequenas Empresas – Ediane Tiago – São Paulo

Ser competitivo significa empreender esforços para melhorar a gestão dos negócios e adequá-los à sustentabilidade. As ações para o desenvolvimento de companhias perenes e sustentáveis entram no discurso de qualquer empresário. A boa notícia é que aumenta a busca por qualificação e por processos capazes de içar as pequenas e médias empresas neste novo cenário de mercado. Como reflexo, a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ) vê aumentar o número de interessados na conquista do Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas (MPE Brasil), iniciativa conjunta da Gerdau, Petrobras, Sebrae, FNQ e Movimento Brasil Competitivo (MBC).

Em 2004, quando teve início, a premiação nacional angariou 19,5 mil inscrições; a edição de 2008, cujo prêmio foi distribuído neste ano, recebeu 53 mil inscrições. Agora, a fundação espera 75 mil participantes em 2009 e até 100 mil em 2010. “O interesse é contínuo e consistente. As companhias de menor porte realmente entendem a importância desse reconhecimento”, afirma Luiz Ernesto Gemignani, presidente do conselho curador da fundação.

Para concorrer ao prêmio, as inscritas são avaliadas em itens como empreendedorismo, estrutura do sistema de gestão, responsabilidade socioambiental, gestão de pessoas, processos e resultados alcançados nos ciclos avaliados. Ao se inscrevem, têm acesso a um questionário de autoavaliação, que deve ser completado para que a empresa se mantenha na disputa. A pesquisa funciona como filtro e permite a montagem de casos consistentes para o ciclo de avaliação dos jurados. “As companhias querem saber como estão posicionadas e tentam responder toda a pesquisa”, informa Gemignani.

Segundo ele, quem não consegue finalizar o questionário tende a refletir sobre as falhas e tentar novamente a participação. “Muitos empresários nunca pararam para pensar de forma estruturada em seus negócios. A pesquisa exige isto”, afirma.



Junto com o número de inscrições, cresce também o volume de questionários completos. Em 2004, foram 3.612 concorrentes ao prêmio, em 2008 o número ultrapassou 8 mil. “Ao responder a pesquisa, o empresário tem acesso à consultoria online e gratuita. Enviamos para ele um relatório com os melhores pontos e as falhas de negócio. Dessa forma, ele consegue aprimorar a gestão para a próxima edição”, conta Luiz Ernesto Gemignani.

Para o Sebrae, a pesquisa, além de atuar no planejamento e na organização dos participantes, é uma ferramenta para adquirir informações e direcionar as próprias ações da entidade. Com o resultado, o Sebrae sabe quais são as falhas mais comuns nas empresas e identifica que tipos de serviços (consultoria) e treinamentos têm de estar disponíveis em cada praça. “As avaliações são espelhos das empresas de pequeno porte no Brasil e nos dão informações valiosíssimas sobre o estágio de competitividade do segmento”, afirma Enio Pinto, gerente da unidade de atendimento individual do Sebrae Nacional.

Ele afirma que o prêmio é só a cereja do bolo e uma forma de educar as empresas pelo exemplo. “Os ganhos vão além do troféu. As iniciativas vencedoras servem de inspiração para muitos e motivam os empresários a buscar cada vez mais capacitação. Enxergo uma quebra de paradigma importante: as micro e pequenas empresas estão se especializando.”

A especialização traz ganhos para toda a cadeia de negócios e é fundamental para criar setores fortes, competitivo e com negócios sustentáveis. Esta visão é o que motiva empresas como a Gerdau a investirem em iniciativas que premiam e qualificam os pequenos. José Paulo Martins, diretor do Instituto Gerdau, acredita que, em uma economia aberta e global, as empresas precisam trabalhar unidas para garantir

mercado. “Não há competitividade se o fornecedor não oferecer qualidade em serviços ou em matéria-prima. Grandes indústrias precisam de fornecedores qualificados”, declara Martins.

Outra questão está ligada ao papel das grandes empresas nas regiões onde atuam. O impacto social é grande e o bom desempenho das companhias de pequeno porte exerce pressão positiva nas comunidades próximas aos grandes pólos industriais. “Manter uma boa rede de fornecedores é vital para qualquer negócio. Por isso, a qualificação tem se tornado cada vez mais importante”, comenta Martins. A Gerdau mantém também um programa de desenvolvimento de fornecedores, no qual ajuda seus parceiros a se organizarem e melhorarem processos em busca de competitividade.

Ações como a promovida pelo grupo do MPE Brasil servem de inspiração para todos os segmentos da economia. A Vivo Empresas criou um programa voltado para a excelência e certificação dos seus representantes e canais de vendas em todo o Brasil. A qualificação é vital para a operadora, que depende do trabalho de empresas de pequeno porte na venda de produtos e serviços.

Pelo Programa Parceiro Vivo Corporativo, as pequenas empresas são avaliadas pelo desempenho comercial, qualidade no atendimento ao cliente e estrutura. A partir daí, a Vivo certifica e reconhece as melhores por meio de um prêmio. O objetivo é rever o modelo de negócios atual e propõe uma nova relação comercial, remunerando de forma diferenciada quem estiver qualificado. “Vivemos um momento no qual a qualidade do atendimento ao cliente nos diferenciará no mercado. Contamos com nossos parceiros para mantermos a liderança e aprimoramos cada vez mais nossos serviços”, declara Roberto Lima, presidente da Vivo.

Francisco Ferreira Araújo, sócio da Sidus Telecom, revenda de celulares da cidade de Belém, (PA), acredita que o apoio de grandes empresas, entidades como Sebrae e a FNQ é fundamental para a estruturação dos negócios de menor porte.

A Sidus foi fundada há seis meses e teve apoio da operadora que representa em tópicos como planejamento, gestão e estrutura do negócio. Também obteve vantagens no treinamento de seus 17 funcionários, que foram preparados pela Vivo. Com o curso, eles passaram a conhecer o mercado de telecomunicações, as soluções disponíveis e as funcionalidades dos aparelhos que vão comercializar. “Sem isto seria difícil começar. Estou estruturado, acredito no modelo de alta especialização e logo vou concorrer a prêmios”, avisa Araújo.