



Luis Augusto da Costa Catembo

ID: UD5281BBA11272

ARTIGO

“It Learns as to Make”

FORMAT

My Life in Humpata, Huila, Angola



Humpata, 16 Junho de 2008

Indice

Introdução	3
A sua realidade	3
As Funções de gestão	4
Conclusões	12
Bibliografia	12

FORMAT



Introdução

O presente trabalho é um artigo a ser publicado num dos jornais em Angola ou na internet, na base dos estudos que estou realizando por intermédio da Atlantic, Internacional University, na especialidade de Estrategia empresarial, no grau de PhD.

Nesse consta a minha opinião sobre as pratica das funções de gestão por parte de algumas empresas do tipo barberarias e que necessitam deste aprendizado. É obvio que o conhecimento destas é muito mb aixá concluindo-se que existe na forma de trabalhar maioritariamente o imperismo.

A sua realidade

Na nossa província da Huila vivemos vários fenómenos empresariais, que necessitamos de apontar por forma a tentar aconselhar os empreendedores de como poderão alcançar as suas intenções já que na maior parte alguns não conhecem o que querem, outros sonham, mas não sabem como realizar pelo menos o real, não o ideal, e ainda outros sabem, mas por inoperância de aproveitamento dos recursos ao seu dispor não conseguem atingir.

Fidel Castro disse “ **PATRIA OU MORTE**”. Esta célebre frase serve também agora para o nosso mundo de negócios e com tanta realidade, que faz com que muitos dos nossos empresários na província morram pouco a pouco apenas reclamando e aclamando pelo apoio do Governo ou pela traição de forças dos empresários ilegais.

Sebastião Teixeira considera a Gestão como o “processo de se conseguir obter resultados – bens e serviços – com os esforços dos outros”. Significa que a gestão consiste na orientação e coordenação de pessoas, bem como também a afectação e controlo de recursos financeiros e materiais.

Este mundo em que vivemos é muito estranho, um mundo no qual os novos modelos suplantam rapidamente os velhos paradigmas. Se interpretarmos bem, este mundo nunca esteve tão perto um do outro ou seja uma “Aldeia Global”, tão atraente para os revolucionários. A linha divisória entre o sucesso e o falhanço passou a ser medida em meses, não em décadas

Se fizemos uma análise profunda sobre os clientes, sabemos que agora são cada vez mais exigentes. Querem produtos a baixo preço e exigem qualidade, porque o fenómeno globalização onde a concorrência dita as suas leis, provou-lhes que é possível viver melhor desde que se exija cada vez mais dos produtores e comerciantes. Hoje, você pode comprar os mais diversos produtos e serviços a fornecedores que nem sequer existiam há uma década atrás.

Quando estive num salão de beleza do Lubango ouvi vários comentários e cheguei a conclusão que os clientes – maioritariamente senhoras - já podem fazer comparações instantâneas e encontrar o produto mais barato e adequado. Digo isto porque a maior parte conhecia o preço praticado por cada um dos salões existentes no Lubango. No entanto, falando com a responsável do loja, esta apenas disse-me que “ o nosso preço é o melhor e o mais barato”. Isto não era real, porque desconhecia o que os outros faziam, por isso o salão estava quase vazio em pleno Sábado às 12horas.

Preço Cobrado em Kwanzas	200	250	300	400	500
Quantidade de Barberarias	7	4	2	2	3

Fig 1 Mapa de salões de Beleza Existentes no Lubango

3. As funções de gestão

As empresas vencedoras serão as que apostarem na inovação estratégica. Para tal terão de liderar uma revolução dentro do seu sector.

O pecado que muitas empresas cometem e daí não terem tido sucesso nos seus negócios ou descarrilem prende-se com a falta da aplicação das funções básicas de gestão nomeadamente: **Planeamento, Organização, Direcção e Controlo**. Estas funções demandam desde os tempos de *Taylor* ou de *Weber*. Das entrevistas realizadas com alguns proprietários destes salões de beleza sobre o conhecimento destas funções cifraram-se no seguinte:

Conhece e pratica	Pratica mais não conhece	Pratica às vezes	Desconhece
2	3	2	11

Fig 2 Tabela dos resultados da entrevista

Como vemos a falta do conhecimento até leva muitas empresas a vida morta, porque sabemos que conhecendo estas funções, toda empresa deve fazer com que se consiga objectivar o seguinte:

- Uma Gestão de mudança, que consistirá em planear o futuro da empresa e trabalhar para chegar lá, o que implicará desenvolver competências centrais que

Ihe permitirão ser competitiva, independentemente das circunstâncias conjunturais do mercado;

- Um programa de mudança porque senão estará condenado ao fracasso;
- Desenvolver procedimentos revolucionários onde cada uma sabe o que quer, quem faz, o quê e como fazer ou com quem fazer.
- Qualquer empresa pode vencer os ataques de “invasores”, com a preparação certa;
- Liderança adequada e até mesmo o início do exercício do *Coaching*;
- Efectuar o controlo de todas as actividades.

Alguma vez pensou que a máxima de Fidel Castro «Pátria ou Morte!» poderia ser, um dia, aplicada ao mundo dos negócios?

Quase todo empresário planifica até Dezembro de cada ano, onde irá gozar férias e até com quem vai. Tem sido hábito ir á Portugal ao Brasil. Por outro lado nenhuma pessoa em seu uso das suas faculdades mentais vai ao aeroporto apanhar qualquer avião para qualquer sítio. Para estas coisas nós planificamos a viagem, inclusive a hora que provavelmente queremos chegar ao nosso destino. Porque não fazemos isto para os nossos negócios?

A elaboração de um plano requer busca de informações sobre o ramo de actividade escolhido. O empreendimento pode estar voltado para o comércio, para os serviços ou para a indústria.

É preciso que haja planos para que a empresa tenha seus objectivos e para que se estabeleça a melhor maneira de os alcança. Além disso, os planos permitem que (1) a empresa consiga e aplique os recursos necessários para a consecução de seus objectivos, (2) os membros da organização executem actividades compatíveis com os objectivos e os métodos escolhidos e (3) o progresso feito rumo aos objectivos seja acompanhado e medido, para que se possam tomar medidas correctivas se o ritmo do progresso for insatisfatório.

A resposta de muitos empresários quando perguntámos porque é que o negócio está desta forma ou daquela, foi sempre ocultar-se nos empresários ilegais ou porque não foi fácil prever. Confundem planificar e prever. Prever significa esperar que as coisas aconteçam, como a chuva, o sol, etc. Planificar significa fazer com que as coisas aconteçam.

Na base desta expressão qualquer comerciante que opte por um plano, sabe muito bem que deve conhecer quais são as suas debilidades, forças, oportunidades e ameaças isto é, ele saberá responder as perguntas seguintes:

Qual é o meu negócio? Onde quero chegar? O que vendo? Para quem vendo? Que estratégias utilizarei? Como conquistarei mercado? Quais são os factores críticos de sucesso do meu negócio? Quanto vou gastar? Que retorno terei sobre meu investimento e quanto tempo necessário?

Se por cada negócio que fizer for analisando quantas vezes não fez estas perguntas a si mesmo e o que aconteceu ao negócio, certamente dar-me-á razão



que o seu insucesso começou na data que concebeu o negocio. Algumas empresas funcionam sem um plano durante muito tempo, até com sucesso. No entanto, essa é, sem dúvida, uma opção muito limitadora e bastante arriscada, porque nunca vai saber quanto, como está decorrer o negócio e mesmo até porque o produto poderia estar a acabar na prateleira.

O Plano, é um documento especial, único e vivo que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, método, metodologia e tactica para conquistar uma fatia do mercado e as projecções de despesas, receitas e resultados financeiros e operacionais.

A grande importância de ter um plano de curto, médio e longo prazos é que possibilita a diminuição da probabilidade de morte precoce das empresas, uma vez que uma parte dos riscos e situações operacionais adversas serão previstas no seu processo de elaboração, assim como a elaboração de planos de contingência. O plano ajuda a encontrar um caminho para o futuro da empresa.

Por agora saiba que, por cada dia que chegar ao fim ou terminar o seu trabalho, deve verificar no papel o que há para amanhã, depois de amanhã e por aí adiante, para ver se é possível modificar, porque os planos actuais são flexíveis, dinâmicos, e se não consegue acompanha a morte.

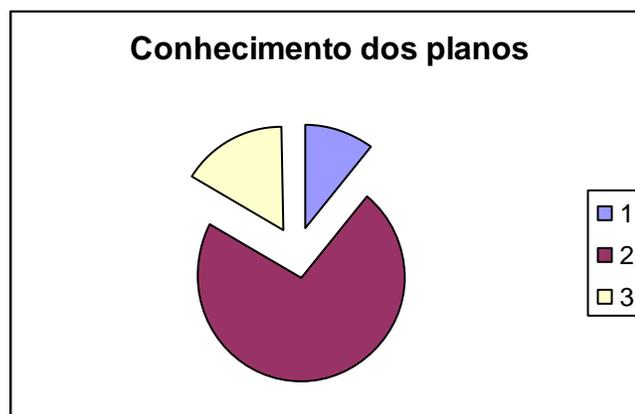


Fig. 3 grafico de conhecimento dos objectivos

Elaborado o plano devemos organizar para saber como vamos executá-lo, isto é, dizer que pessoa ou funcionário vai fazer o quê, como, quando e quanto, assegurando a pessoa certa para o lugar certo no sentido de cumprir os objectivos propostos.

Muitas das nossas empresas são muito deficitárias neste sentido. Aquelas que elaboram o plano depois não conseguem executar, porque não organizaram como deverão ser cumpridas as metas estabelecidas, os recursos necessários mormente, os humanos, os materiais e os financeiros.

Outro grande problema das empresas é como dirigir o que já foi estabelecido. Estamos a falar da motivação, liderança e comunicação. A motivação é essencial porque nos indica quanto as pessoas poderão fazer um determinado esforço para cumprir com os objectivos preconizados. Na nossa província a maioria das empresas mesmo as de médio porte, são do tipo familiar, isto é trabalham mais com suas famílias ou amigos, do que com pessoas

adequadas, profissionais capazes, o que de uma maneira geral é actualmente desaconselhável.

Por esta razão muita gente pensa que, o facto de dar um carro ao filho com quem trabalha, ele estará motivado para cumprir os seus objectivos. A motivação é envolvida por várias teorias que carecem do gestor uma análise profunda de forma a adequar o seu trabalho também ao trabalho da empresa. Não devemos só exigir, mas também nos esforçarmos por saber o que se passa com os outros. Quanto mais os colaboradores fazem o trabalho que deseja o gestor, mais ele fica motivado alcançando melhores resultados.

A liderança é a capacidade que o gestor tem de conseguir que os outros façam aquilo que o líder quer. Antes chamavam-se capatazes, depois chefes – supervisores, inspector, gerente, etc – e hoje líder. Muitos dos nossos gestores são chefes e não líderes. Existe uma diferença entre ambos os conceitos. Chefiar " é simplesmente, fazer um grupo funcionar para que sejam atingidos determinado objectivos. Enquanto, que o liderar, é mais do que isso, é a habilidade de exercer influência e ser influenciado pelo grupo, através de um processo de relações interpessoais adequadas para a consecução de um ou mais objectivos comuns a todos os participantes." (SENAC, 199, p.40). "Liderar é engajar-se em um acto que inicia uma estrutura nas interações como parte do processo de solucionar um problema mútuo." (Henfil apud **Penteado** ,1986, p.8).

CHEFE: tem a visão de que:	LÍDER: tem a visão de que
Administra recursos humanos	Lidera pessoas
Precisa ganhar sempre	Precisa ganhar mais do que perder
Tem todo o poder	Tem competência
Conflitos são aborrecidos	Conflitos são lições
Crises são riscos	Crises são oportunidades
Eu fiz isto porque apenas eu sei	Nós fizemos isto porque somos capazes
Pessoas trabalham por dinheiro	Pessoas trabalham também por dinheiro
Tem subordinados e chefes	Tem parceiros ou colaboradores

Outro aspecto a considerar, diz respeito aos tipos de liderança - *democrático, autocrático e liberal* -, que segundo **Uris** apud **Krause** (1981, p.76) podem ser estabelecidos através dos seguintes factores determinantes: necessidades humanas fundamentais dos indivíduos; modo de ser do grupo propriamente dito; situação e; personalidade do líder.

Quem não possui as características de líder, pode aprender a liderar. É que, para liderar, não bastam apenas as qualidades do líder, é necessário haver

uma situação onde o clima social e os objectivos passam a ser factores preponderantes. Todo líder precisa revolucionar-se a si mesmo primeiro e só depois os seus colaboradores.

A última função a ter em conta é o controlo que nos leva a comparar o que planificamos e o executado. A partir desta comparação realizámos várias correcções daquilo que está mal e melhorar de modo a que a empresa não morra. Nesta função podemos detectar os desvios havidos e apontar soluções. O controlo é feito constantemente e seguido porque ele nos transmite o *feedback* (retroacção)

O controlo é uma forma de balancear a revolução que está exercendo e verificando como está o seu negócio e como actuar para vencer os seus concorrentes.

Qualquer empresário que quiser prosperar deve e tem que seguir sistematicamente as funções de gestão. A morte ou a vida de algumas empresas dependem da forma como elas são geridas.

4. Conclusões



Ficou mais que provado que os empresários neste tipo de actividade, desconhecem a pratica da funções de gestão. É necessário que aprenda como fazer e o que significa cada uma das funções.

5. Bibliografia

1. SANTINI, Gustavo D. La empresa integrada competitividad para PyMEs y no tan PyMEs de producción y servicio / Edición: Ed. digital Buenos Aires; Libronauta, 2002
2. DIRECCION DE EMPRESAS Y LIDERAZGO
C.P. Gabriel Reyes Sahgun , A. Marco ConceptualL , Luis Garcia, DOCUMENTO

FORMAL