

NOVO VISUAL

Hoje

CIESP

Diretoria Regional
de Campinas

**FERRAMENTAS
GERENCIAIS
PERMITEM AVALIAR
A PERFORMANCE
ECONÔMICA DE
EMPRESAS** pág. 06

CULTURA
OUVIDORIA
MARCA
PRESENÇA

pág. 04

QUALIDADE,
UM CONCEITO
QUE MUDOU

pág. 05

REDUZINDO
CUSTOS NO
COMÉRCIO
EXTERIOR

pág. 08

PODER DE
ESCOLHA
NAS MÃOS DO
CONSUMIDOR

pág. 11

EM SINTONIA
COM A
QUALIDADE
DO SÉCULO XXI

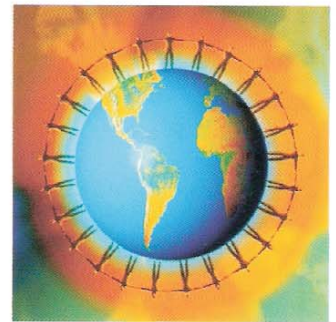
pág. 12

CIESP

REVISTA BIMESTRAL CIESP - CAMPINAS / Nº 60 - MAIO/2003

www.ciespcps.org.br

CIESP



Experiências que valem a pena conhecer...

Entrevista

Associated Spring do Brasil, multinacional americana do grupo Barnes Group, desde 1850, com mais de 2.600 funcionários em 08 países e matriz nos USA. No Brasil, há mais de 30 anos, com 350 funcionários, fornece produtos para mais de 50 países.

Lauro Osvsiany é graduado em Direito, atua há 17 anos em RH, Coordenador do GRHUS - Grupo de Recursos Humanos; Diretor Financeiro da AEDIC - Associação das Empresas do Distrito Industrial e membro do Sindipeças/Fiesp. Gerente de Recursos Humanos, tecnicamente reporta-se ao Diretor Mundial de RH - EUA e, no Brasil ao Diretor Geral.

DHO: Qual a importância de RH na empresa?

Lauro: Posso falar que o RH ocupa uma posição estratégica. Tem valor na hierarquia tanto quanto outras posições da empresa. Mostramos resultados e assim colaboramos com o crescimento da empresa por meio de uma atuação abrangente em todas as áreas.

DHO: O que falta na área de RH para ter essa importância que você tem hoje aqui?

Lauro: O RH precisa melhorar o marketing, divulgar melhor os seus resultados e se fazer mais presente perante a organização. O Brasil tem excelentes práticas de RH, até melhores que outros países. Precisamos sair de nosso "casulo"!

DHO: Quais são os projetos atuais?

Lauro: Saúde, Segurança, Educação são os destaques. A partir de fevereiro de 1999 iniciamos uma mudança radical na empresa, com a introdução dos conceitos de Segurança e Qualidade de Vida. Focamos Ergonomia, com Laudos Técnicos de cada posto de trabalho (hoje todas as cadeiras são ergonômicas) e criamos a Ginástica Laboral. Temos o Programa de Incentivo da Segurança, com premiação das áreas sem acidentes e com sistema de auditorias quinzenais e o Programa de redução do Absenteísmo, motivando a presença no ambiente de trabalho.

DHO: Quais são os resultados desse programa preventivo?

Lauro: Com 6 meses de programa a demanda no ambulatório médico diminuiu em 50% das queixas de dores musculares, braço, perna, etc. Houve ainda uma redução de 40% da utilização do plano de assistência médica externo (redução de custo como consequência).

Estamos há mais de 3 anos sem casos de LER/DORT e demais doenças do trabalho. Há mais de 5 anos sem reclamação trabalhista e há mais de 3 anos sem problemas sindicais (por questões relativas à saúde).

Em 1999 tínhamos 13 AT com afastamento, em 2001, tivemos apenas 1 caso. E no ano passado também um único caso de

Acidente de Trabalho com Afastamento. Nossa meta é zero acidente, sendo que atualmente estamos há quase 300 dias sem acidentes.

Hoje somos considerados a melhor empresa do grupo em Segurança e Qualidade de Vida mundialmente, sendo que em 1999 éramos a 2ª pior unidade do grupo.

DHO: Mas esta empresa tem produção com máquinas pesadas?

Lauro: Sim, produzimos molas e estampados de alta precisão e temos diversos tipos de máquinas, sendo que a nossa maior prensa tem 160T. Somos uma indústria metalúrgica, com produção de mais de 500 tipos de produtos.

DHO: Você falou de Educação, o que a empresa tem feito?

Lauro: Programa de Bolsa de Estudos para cursos Técnicos, Graduação, Pós-Graduação, MBA. Ainda, bolsa de estudos para cursos de nível superior para filhos de funcionários, até 27 anos, a qual é regida por uma entidade ligada à fundação do grupo, nos USA. Cursos de Idiomas e material didático estão contemplados nesse programa de educação, os quais são custeados 100% pela empresa. Estamos iniciando o Telecurso 2000 internamente, com uma sala com 35 alunos.

DHO: Por que a empresa considerou importante investir em Educação?

Lauro: Definimos em nosso planejamento estratégico que, em

EXPEDIENTE

Coordenação Editorial: Raquel Kussama, coordenadora do Grupo de Desenvolvimento Humano-Organizacional e Luis Antonio Roberto Corvini, subcoordenador do DHO. e-mail: rh@ciespcps.org.br

2006, todos os funcionários terão o 2º grau completo, os supervisores terão o nível superior completo e os gerentes pós / mestrado / doutorado / MBA.

DHO: Como as pessoas encaram as mudanças na empresa?

Lauro: Digo que existem 3 tipos de pessoas:

1. Abertas e que aceitam facilmente as mudanças;
2. As que entendem que é o melhor para todos e precisa ser mudado;
3. E as céticas: são as últimas a aderirem, representam em torno 10% da população da empresa, onde demanda um esforço extra por parte dos gestores.

Hoje temos um clima organizacional excelente. Há trabalho em equipe, cooperação,

ótimos resultados de qualidade e de produtividade e um relacionamento saudável entre colegas de trabalho, seja entre funcionários operacionais, na administração ou com as chefias. Em consequência disso, o nosso Turn Over é baixo, gira em torno de 2% ao ano, e o nosso absenteísmo em torno de 1,2% ano.

DHO: Quais são os projetos, de RH, mais importantes para a mudança cultural numa empresa?

Lauro: Considero três grandes projetos:

1. Valorização do funcionário: O colaborador deve ser ouvido e valorizado, ter participação ativa e não ser considerado apenas um número;

2. Desenvolvimento interno / externo: Melhoria de qualidade de vida e possibilidade de ascensão e de carreira do profissional na organização;

3. Ter condições de trabalho: Com a participação de todos os profissionais, criando o amadurecimento da gestão e das pessoas, sabendo os rumos que devem ser seguidos e conhecendo os resultados da organização.

Lauro, agradecemos pela sua contribuição aos associados do Ciesp-Campinas
Raquel Kussama, coordenadora do DHO

EMPRESAS FAMILIARES - ORGANIZAÇÕES ENXUTAS

O novo ambiente da economia mundial sugere novos requisitos para a gestão das empresas. As empresas têm que se moldar às novas exigências. As decisões requerem uma maior flexibilização e rapidez no gatilho quando se trata de decisões.

Baseado no autor inglês Charles Handy sugerimos uma adequação às empresas familiares brasileiras.

O conceito básico passa pelo núcleo central que é formado por dirigentes e principais colaboradores e suas equipes, com funções estratégicas com forte vinculação à empresa: direção, produção, vendas e finanças. Para esta equipe haverá evidentemente uma remuneração diferenciada, pela sua contribuição e maiores responsabilidades.

A estrutura do campo intermediário é formada por especialistas e consultores, que prestam serviços essenciais à

organização, porém com intermitência, que podem ter contratos flexíveis de prestação de serviço. Enquadram-se serviços de escritórios jurídicos, de contabilidade, informática, recursos humanos, tecnologia e qualidade.

Na estrutura denominada periferia estão localizadas todas as atividades consideradas auxiliares em relação ao negócio: Segurança, Limpeza e Secretaria. Estes conceitos não devem ser confundidos com Terceirização, que é uma das ferramentas utilizadas no processo de revisão do enfoque de organização de empresa.

Como benefícios desse tipo de estrutura podemos citar:

- Concentração nas atividades essenciais do negócio - menor necessidade de supervisão;
- Redução do Custo de Operação - diminuição dos encargos sociais; inexistência de equipes ociosas nas baixas de mercado; redução dos custos indiretos: alimentação,

transporte, admissão e demissão; menor custos de salas e equipamentos de escritório;

-Qualidade dos serviços prestados - utilização de especialistas; troca dos RH's improdutivos;

-Flexibilidade e mobilidade - aumento e redução das equipes de acordo com as necessidades; maior empregabilidade; ganhos progressivos.

Esse novo enfoque sugere estrutura e equipes enxutas e alta qualificação dessas equipes. A prática desta filosofia se insere no novo contexto da economia global, que exige flexibilidade, menores custos operacionais e foco nos negócios e atividades essenciais da empresa. As empresas familiares nacionais terão a ganhar com essa nova visão organizacional.

José Carlos Frias, Consultor de Empresas.

Patrocínio



Rebière Gelatinas Ltda.
Alimentícias, Farmacêuticas e Técnicas
Tel. (19) 3907-9000 Fax: (19) 3907-9010
e-mail: rebiere@rebiere.com.br
Site : www.rebiere.com.br

CULTURA OUVIDORIA MARCA PRESENÇA

Reconhecendo a exigência do mercado consumidor, implantar a Ouvidoria traz bons resultados

Quem não exige seus direitos? Direitos, que direitos? O mercado consumidor, cada vez mais exigente, conhece seus direitos. "Tapar buracos" não dá mais, deixar a Lei de Murphy ser aplicada nas empresas, tendo em mente o seguinte pensamento: "se algo der errado, aí a gente resolve!", hoje, isso se tornou impossível de ser aceito pelo mercado. As pessoas sabem o que querem e, seja o que for, sabem como classificar a qualidade e a satisfação com determinado serviço ou produto desejado, e dependendo do resultado não pensam uma vez para mudar ou continuar sendo clientes. Se por um lado há produtos e serviços semelhantes, por outro, ser diferente é um desafio diário!

Ouvidoria, com certeza, você já ouviu essa palavra. Acredite: ela funciona! Para falar mais sobre ela, o grupo de Desenvolvimento Humano-Organizacional (DHO) do CIESP-Campinas promoveu a palestra Ouvidoria: O Lado do Consumidor, ministrada pelo presidente da Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman, Edson Luiz Vismona, em 19 de março. "O objetivo do evento foi apresentar aos empresários a importância da Ouvidoria dentro das empresas. E lançar esse desafio para as empresas, principalmente as pequenas e médias. Uma cultura que está só começando!", afirmou Raquel Kussama, coordenadora do grupo.

De acordo com Vismona, o Estado de São Paulo foi o primeiro estado a ter uma Lei definindo os direitos dos usuários dos serviços públicos, com isso, os órgãos públicos e estaduais estão sendo obrigados a ter ouvidores. No caso das empresas, a Ouvidoria ainda não é uma obrigação. Sua implantação é questão de consciência da mudança positiva que ela é capaz de trazer. "A ação do Ouvidor, que representa o consumidor dentro da empresa, auxilia a melhoria da qualidade da organização e viabiliza soluções que, muitas vezes, não seriam possíveis se não tivéssemos esse contato tão próximo com o mercado." Atualmente, sistemas de relacionamento junto aos consumidores - por exemplo, o Contact Center - estão presentes em muitas empresas. Com esse fato, percebe-se, segundo o palestrante, que esses sistemas acabam distanciando os consumidores das empresas, pois eles não identificam mais com quem falar e se comunicam com máquinas. Ser ouvido pela empresa é mais que isso obter a resposta àquela exposição feita, quem não deseja? Por isso, o Ouvidor acaba sendo um pessoa tão importante. Ele tem nome, endereço e trabalha de forma personalizada na busca de soluções.

A Ouvidoria está após o Call Center, que também trabalha trazendo soluções às questões levantadas pelos consumidores, ou seja, o que não for



Júlia Clemente, Antonio Pires, Donaide Armani, Edson Vismona e Raquel Kussama

resolvido pelo Call Center será de responsabilidade da Ouvidoria. Para Vismona, o Call Center é a porta de entrada, por isso, é necessário sua existência e exercício dentro de uma organização e a Ouvidoria traz mais segurança ao consumidor, que com esse relacionamento direto acaba tendo um atendimento personalizado.

Segundo o palestrante, para iniciar um bom trabalho, o Ouvidor precisa de três requisitos fundamentais, são eles: ser apoiado pela alta administração, interagir e manter um bom relacionamento com todos os setores da empresa e ser pró-ativo. "Ele trabalha para que haja uma solução efetiva e eficiente para os problemas apresentados pelos consumidores, mas não é ele quem decide e sim encaminha soluções."

Complementando tudo o que foi apresentado, o ouvidor da CPFL Antonio Augusto Pires de Oliveira Filho falou sobre como a Ouvidoria tem colaborado para a melhoria da qualidade da empresa. Aproveitou também para frisar que o Ouvidor, além de representar o consumidor dentro da organização, tem que trabalhar sempre a favor da empresa, valorizando sua imagem e marca. "Com o auxílio da Ouvidoria foi possível melhorar processos na CPFL, o que resultou na redução da quantidade de falhas e reclamações de clientes, minimizando também os custos de retrabalho." Levando-se em conta que a CPFL tem um total de 3 milhões de clientes, dá para imaginar o quanto a empresa é beneficiada quando é feita uma mudança em seu processo resultante de uma sinalização dada pela Ouvidoria.

Concluindo: agir com soluções e preventivamente vale a pena! É o compromisso com o cliente em prática! ☰