

A síndrome do “não fazer”: quebre a inércia e extraia o que seus gestores tem de melhor

*Fernando De Cesare Kolya

É comum no seu negócio que ideias para novos produtos e serviços ou mudanças em rotinas internas sejam propostas, mas demorem anos para acontecer, ou simplesmente não saiam do papel? Se a resposta for sim, você já deve ter percebido os efeitos desta estagnação, que são bastante sintomáticos:

- 1) durante anos a empresa oferece os mesmo produtos e serviços e opera da mesma maneira, como se tivesse encontrado a formula de sucesso;
- 2) a equipe reclama sempre das mesmas dificuldades da operação;
- 3) os sócios acham que a equipe não faz aquilo que deve fazer;
- 4) há uma desmotivação geral e um ciclo vicioso de “não propor, não iniciar, não implantar uma nova ideia” porque sabe-se que em pouco tempo ela é deixada de lado.

Dois importantes fatores de competitividade para um Agrodistribuidor são: a capacidade de inovação em produtos e serviços e o desenvolvimento de rotinas internas do negócio que levam a uma maior eficiência em tudo que faz e de uma maneira única. Como consultor, percebo que muitos dos nossos trabalhos dão certo por que conseguimos colocar em andamento projetos que alteram de maneira significativa a rotina das empresas, tornando-a mais eficiente e criando algumas pequenas inovações no negócio. Como resultado, os sintomas são amenizados.

Os projetos só dão certo por que cada profissional expressa o que tem de melhor em prol da empresa. Isso tem um efeito muito bom, por várias razões: o colaborar sente-se valorizado pois pode conduzir atividades que melhoram o ambiente da empresa de maneira significativa; há necessidade de integração maior entre as áreas e isso aproxima os profissionais de cada departamento; é uma oportunidade de “destravar” alguns nós que as vezes perduram por anos; a liderança pode observar com mais detalhe o desempenho de seus gestores.

Mas afinal, como fazer essa mágica acontecer? Sugerimos que os Agrodistribuidores criem o hábito de delegar pequenos projetos para sua equipe executar e que acompanhem o andamento destes projetos em reuniões mensais. Dê um nome para essa reunião e crie regras para que ela aconteça (nada de celular, cada gestor tem 15 minutos para apresentar suas ideias etc.). Ao fazer isso, estamos dando a importância que merecem as ideias, cria-se um ambiente adequado para debate-las, é evidenciada a importância que a direção da empresa dá àquele momento e os gestores são incentivados a expor suas opiniões em prol da empresa.

O efeito destas reuniões, com o tempo, é a motivação dos gestores, que sentem que podem contribuir de outras maneiras para o crescimento da empresa. A liderança fica mais segura em delegar para sua equipe e isso a libera para atividades mais estratégicas. A criação de rotinas internas únicas pode levar a uma maior taxa de inovação e que, por outro lado, a inovação pode consolidar boas práticas internas. Assim, os dois fatores estão intimamente ligados.

Faça este teste, se proponha a quebrar a síndrome do “não propor, não iniciar, não implantar” e estabeleça reuniões com a equipe para discutir e apresentar o andamento dos projetos internos. Veja no artigo [“Como fazer as ideias e planos do Agrodistribuidor acontecer? Conceitos básicos de gestão por projetos \(parte I\)”](#), como construir estes projetos e engajar a sua equipe!



***Fernando de Cesare Kolya**

E-mail: fkolya@markestrat.org

Atuação na área de estratégia de canais de distribuição, planejamento estratégico e governança familiar.

Mestre em Administração (FEA-USP), é Engenheiro Agrônomo pela ESALQ/USP.

