

## Como reinventar processos para criar valor para o cliente

EMANUEL FELIPE BUSSMANN BRANGER

IESB - IESB METROPOLITANA, LONDRINA - PR

**INTRODUÇÃO:** Todo o aparato proporcionado pela era industrial, com sistemas organizacionais burocráticos e hierárquicos precisava dar lugar a uma organização mais ágil para se manter competitiva e mais do que isso, se manter "viva", a reengenharia surgiu para corrigir esses problemas. Baseando-se nesta observação, a área empresarial tem apresentado um interesse acentuado sobre a mudança organizacional, e vem desenvolvendo e aprimorando abordagens e metodologias. De modo para recompensar os clientes com produtos de maior qualidade, e serviços mais eficientes e rápidos usando a tecnologia da informação. A constante reavaliação da sua estrutura, processos e mecanismos de controle torna a organização cada vez mais autocrítica e competitiva, características indispensáveis para enfrentar as crescentes complexidades atuais.

**OBJETIVO:** O trabalho tem como objetivo analisar a reengenharia através de etapas. Além disso aborda as questões de mudança organizacional visa buscando a necessidade de criar valor ao cliente de forma maximizante.

**METODOLOGIA:** Trata-se de uma pesquisa bibliográfica fundamentada em autores como: Peter Drucker e Charles Handy, bem como em dados obtidos em artigos, reportagens e pesquisas, na qual buscou resgatar as opiniões para a qual os autores convergem. Baseia-se no estudo realizado no ano de 1996 com 200 empresas americanas para originar o relatório da Systems Reengineering Economics destacava o fato de estas empresas gastarem anualmente um montante maior que 52 bilhões de dólares com reestruturação organizacional. (DRUCKER Peter, 2003.) destaca o problema de que a maioria das organizações não é projetada, mas apenas cresce. Porém, nem todas se adaptam igualmente bem ao meio em que crescem.

**RESULTADOS E DISCUSSÃO:** A discussão visa entender os processos da reengenharia, com uma nova metodologia e criando valor ao cliente. A sobrevivência de uma organização é afetada pela sua capacidade de aprendizagem, a qual se apresenta como o único modo de colocar a organização à frente das concorrentes. Desta maneira, aprender mais rápido e melhor do que seus concorrentes é fundamental, apesar de a informação e de o conhecimento poderem vazar ou serem copiados por outras organizações. O estudo dos processos de uma organização de forma sistematizada pode abrir as suas portas não apenas para a inovação e mudança, mas para novos modelos organizacionais mais leves e fluidos. A constante reavaliação da sua estrutura, processos e mecanismos de controle torna a organização cada vez mais autocrítica e competitiva, características indispensáveis para enfrentar as crescentes complexidades atuais.

**CONCLUSÃO:** Diante dos dados, verificou-se: Dois pontos fortes estão por trás do crescente poder das empresas orientadas para o valor nos mercados de bens de consumo. O primeiro é uma extraordinária vantagem em custos, adquirida através da reengenharia e execução sem falhas de sua estratégia. O segundo ponto forte das empresas orientadas para o valor é uma mudança na percepção dos clientes sobre a qualidade que elas oferecem.

**Palavras-chave:** reengenharia; processos; clientes

[emanuel@prkch.com.br](mailto:emanuel@prkch.com.br)