

ProjetoPack®

em revista

Tecnologia, Design e Gestão de Embalagens Flexíveis e Rótulos

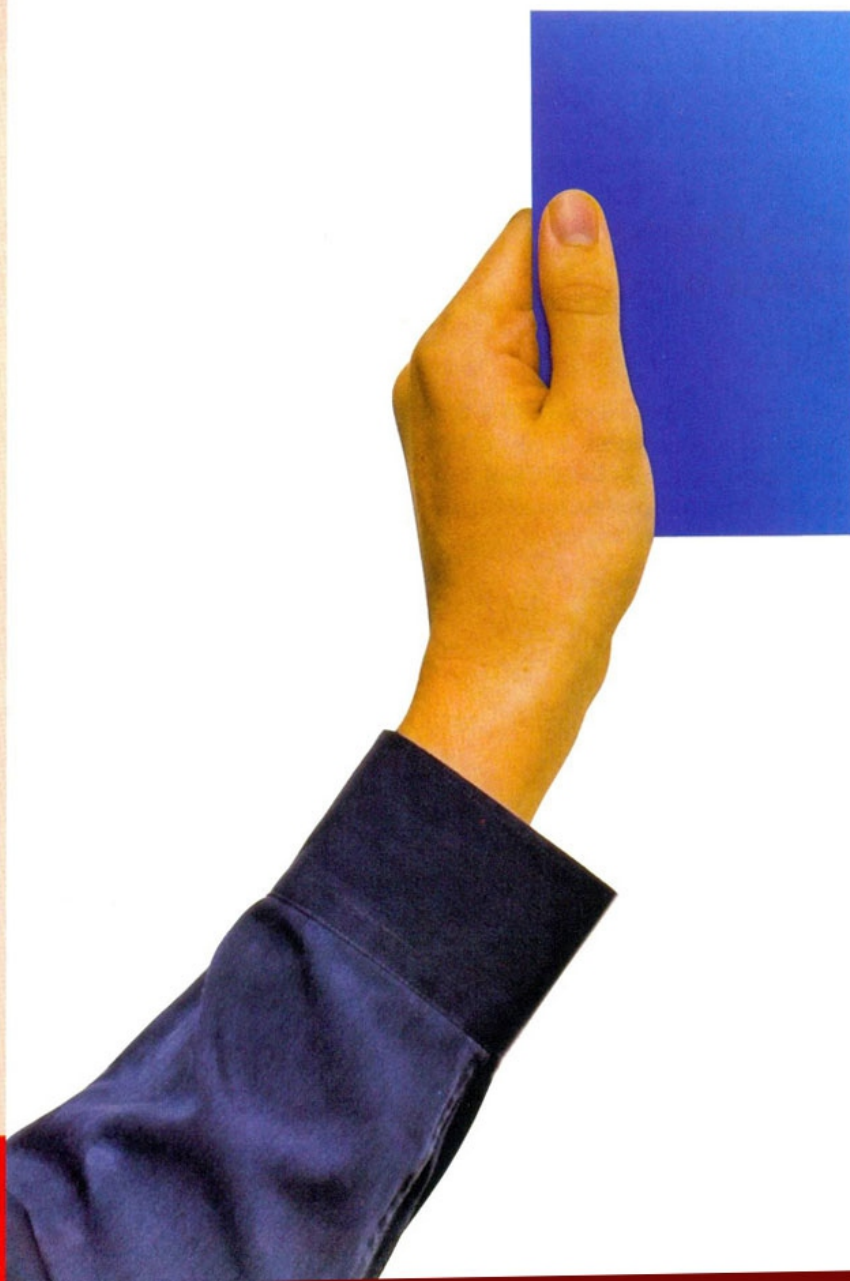
Como vender mais através do design de embalagens

- Briefing para design de embalagens • Tintas flexográficas com cura por feixe de elétrons
- Impacto Pós-EMBALA Nordeste • Insumos que valorizam o visual
- 10 dicas de como contratar um estúdio de criação
- A valorização da criatividade e inovação aplicada ao negócio • Notícias de mercado

Cartão Azul:

Um símbolo de comprometimento

Um case de sucesso



“Vivemos numa sociedade espantosamente **dinâmica e instável**. **As empresas com maiores chances de crescer** ou mesmo de sobreviver num futuro próximo são as que **investirem no capital humano**. Contar com **profissionais talentosos e comprometidos** são os objetivos de todas elas.”

Comportamento

Vivemos numa sociedade espantosamente dinâmica e instável. As empresas com maiores chances de crescer ou mesmo de sobreviver num futuro próximo são as que investirem no capital humano. Contar com profissionais talentosos e comprometidos são os objetivos de todas elas.

Mas ai começam os problemas... Onde estão estes profissionais?

Numa empresa com 300 colaboradores, podemos contar nos dedos aqueles que verdadeiramente pensam no todo e não em si mesmos, os que realmente estão comprometidos com a missão da empresa. Tente marcar uma reunião para discutir problemas faltando meia hora para o final do expediente ou, entre numa loja prestes a fechar, certamente terá uma surpresa com o atendimento que receberá.

Mas por que isso?

É impossível achar um culpado, mas sem sombra de dúvida, esta geração que está chegando ao mercado de trabalho é fruto de uma sociedade em mudança, onde pais e governos não souberam impor limites e muito menos respeito e, para ajudar, os fazem dependentes dificultando o seu ingresso ao mercado de trabalho. Tudo isso só contribui para o amadurecimento tardio tanto profissional como pessoal.

No meio de tantas dificuldades surgem grandes idéias e muitas vezes, sem esperar e sem planejar. É o caso do **“Cartão azul”**. O cartão azul foi aderido por uma empresa de logística em Cubatão-SP, que trabalhava (via treinamento) o comprometimento de sua equipe, mostrando que a empresa só seria forte se todos os setores fossem fortes, trabalhassem os feudos e assim por diante.

Em uma destas sessões de treinamento, havia uma dinâmica onde as pessoas eram separadas em quatro grupos, sendo que a cada um destes eram dados dois cartões, um azul e outro vermelho. O ambiente criado era o de um Cassino e de acordo com

a cor dos cartões levantados (na hora solicitada) o grupo poderia ganhar ou perder dinheiro, sendo que o cartão vermelho possuía o poder de “tirar” dinheiro do azul. Depois de várias rodadas com praticamente todos os grupos devendo à “Banca”, começou a ficar claro que a única maneira de ganhar era se unir e parar de tentar se destacar sobre os outros. Ou seja, era só “todos” levantarem os cartões azuis para que todos ganhassem.

No meio da discussão gerada são trazidos à tona os problemas enfrentados por eles no dia-a-dia. Neste momento, um dos participantes sugeriu usar o cartão azul (simbolicamente) para apresentar aos seus companheiros de trabalho toda vez que estes lhe levantassem alguma dificuldade, que poderia ser facilmente resolvida.

A idéia empolgou o treinador, que prontamente entregou cartões azuis a todos os participantes, para que usassem no dia-a-dia da empresa. A repercussão foi grande, e a prática de recorrer aos cartões azuis a cada problema começou a se tornar comum.

Quando era apresentado o cartão?

Sempre que alguém ou algum setor não respondia as necessidades de pronto atendimento era mostrado pelo solicitante o cartão, e ao mesmo tempo, dizia-se que a empresa dependia do esforço de todos.

Neste vários anos de consultor nunca vi uma idéia tão simples trazer tantos resultados, pois a adesão de todos ao programa do cartão azul foi imediata e conseguiu unir a todos. Além dos ganhos obtidos no desempenho da empresa, os colaboradores também se beneficiaram muito da prática, pois é muito bom termos, além de colegas de trabalho, parceiros nos objetivos.

O ser humano é muito complexo. Diversos caminhos podem levar ao mesmo resultado, mas o primeiro passo para qualquer gestor é tentar buscar os verdadeiros comprometidos, e quando achar, conseguir segura-los na empresa. Existe uma frase muito antiga, mas muito interessante: “Para se fazer um bife a cavalo, a galinha colaborou, mas o boi se comprometeu”.

Pense nisso..., olhe ao seu redor e veja com quantos você verdadeiramente pode contar! 