Uma estratégia de comunicação unificada para supply chain

Alexandre Novakoski

Gerente de canais da Seal Telecom, especializada em comunicação presencial e remota

Nas últimas décadas, tem-se assistido a inúmeros processos de modernização das empresas desde as pequenas até as multinacionais — principalmente no que diz respeito ao gerenciamento de suas cadeias de suprimentos. Um dos motivos que impulsionaram tal fenômeno no mundo corporativo é o grau de complexidade que o termo supply chain acabou por adquirir, evoluindo substancialmente em diferentes aspectos. Não é mais novidade dizer que qualquer pessoa envolvida na cadeia de suprimentos pode checar eletronicamente qual o status de cada pedido, além de planejar detalhadamente e em tempo real a distribuição dos produtos e serviços para cada grupo de consumidores.

Entretanto, tal evolução carrega inexoravelmente consigo uma maior necessidade de comunicação interpessoal capaz de criar uma verdadeira sinergia entre fornecedores e compradores, bem como entre todos os departamentos envolvidos, como por exemplo, Pesquisa e Desenvolvimento, Marketing, Finanças e Produção.

Independente do porte que ostentam, as corporações começam a enxergar que a gestão inadequada de todo o fluxo de informações e de conhecimento que giram em torno delas pode trazer conseqüências pra lá de desastrosas. Foi-se o tempo em que a dificuldade restringia-se tão-somente à obtenção de dados. A pergunta que ultimamente tem tirado o sono de muitos empresários é como elaborar uma estratégia muito bem engendrada que consiga render à empresa uma vantagem competitiva em meio a tantos concorrentes.

Considerando-se a infinidade de nuances e condições que permeiam o tema, me parece óbvio constatar que não há uma única resposta ao questionamento acima. Contudo, certamente uma das iniciativas que já vêm colhendo bons frutos no País desde que empresários brasileiros decidiram implantá-la é o novo conceito de comunicação unificada.

A comunicação unificada nada mais é que um conjunto integrado de sistemas (mensagens instantâneas, conferências por voz, mobilidade, videoconferência, estados de presença) capaz de convergir dados, voz e imagem de forma a eliminar boa parte dos processos de comunicação, reduzindo etapas muitas vezes desnecessárias e burocráticas, o que ajuda a imprimir agilidade e eficiência nas tomadas de decisão, além de diminuir consideravelmente despesas corporativas.

Mas o grande trunfo deste novo sistema de comunicação repousa no fato de que seus usuários possuem total liberdade para optar, dentre todos os canais de troca de informação disponíveis, quais os mais indicados para cada finalidade. Podem, inclusive, se valerem de canais simultâneos de diálogos, o que evita possíveis engessamentos nesses processos de intercâmbio de dados. A intenção é adequar o ambiente de trabalho a uma tecnologia que, acima de tudo, incentive a conectividade e a automação de processos.

Se um grupo de empresários que lida diretamente com supply chain for indagado de qual o melhor cenário para conduzir suas empresas, é bem provável que dez entre dez dirão algo similar à maximização da sincronia entre a oferta e a demanda, de modo a evitar acúmulo de estoques com o conseqüente prejuízo financeiro. E é justamente neste contexto que a comunicação unificada tem parcela colaborativa. Ignorá-la passa ser uma decisão que suplanta o caráter meramente tático de uma corporação e assume contornos perigosos que podem levá-la a sucumbir diante da concorrência.

Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 10 set. 2008, Seudinheiro, p. B-18.

A utilização dos artigos do arquivo para fins educacionais.