



ABCDI



O que vem por aí: Parte I

Ninguém resiste a retrospectivas de final de ano e eu não vou fugir da tradição, mas tentarei ser bastante objetivo, para que possamos nos debruçar rapidamente sobre 2008, que já vem por aí, com tudo.

Ao reler o artigo que escrevi nos estertores de 2006, comentando as metas estabelecidas para este ano que se encerra, vejo com satisfação que alcançamos os nossos objetivos, ou pelo menos os principais. Realizamos o I Curso de Imersão em Gestão Empresarial, negociamos modelos de contratos de manutenção com as principais empresas de equipamentos e que se encontram disponíveis no nosso site, divulgamos pesquisa de satisfação com os contratos de manutenção a partir da opinião das nossas associadas, criamos os módulos de assessoria administrativa facilmente acessáveis e, no Congresso Brasileiro em Salvador, lançamos o Guia de como comprar um equipamento de Diagnóstico por Imagem, do qual participaram grandes nomes da nossa especialidade. Acredito que obtivemos bons resultados.

Por outro lado, em alguns pontos precisamos ainda melhorar muito. Precisamos que as informações referentes ao nosso mercado fluam com maior vigor e nisto estamos ainda muito longe do ideal. A informação é a principal ferramenta de que dispomos para planejar os nossos próximos movimentos, traçar uma estratégia de médio e longo prazo, corrigir o rumo, o curso dos nossos negócios, estabelecer metas realistas, navegar com um olho nas cartas náuticas e outro no GPS.

Estamos falando de informações referentes ao tamanho do nosso mercado, taxas de crescimento, custos e capacidade operacional, distribuição geográfica de modalidades de equipamentos e assim por diante. Frequentemente nos procuram para obter este tipo de informação que não está disponível, pois quem deveria gerá-la, não o faz.

No próximo ano vamos trabalhar para coletar, organizar e divulgar com precisão a maior quantidade de dados relativos ao nosso setor. Para isto será indispensável a contribuição de todos os participantes do mercado, como clínicas, fabricantes de equipamentos, distribuidores de insumos e assim por diante. Desta forma, acreditamos que será possível desenhar um panorama mais fidedigno do que nos espera no futuro e criar o saudável hábito de compartilhar a informação.

Aliás, já somos especialistas nesta área, quando nos esmeramos em divulgar os resultados das nossas pesquisas científicas ou das casuísticas dos nossos serviços. Por outro lado, parece que quando chega o momento de informar indicadores de performance ou características operacionais da nossa empresa nos tornamos muito reservados. O que parece lógico, para preservar a segurança do negócio. Mas isto é realmente necessário? Existe a informação estratégica para o crescimento de cada empresa e esta deve ser guardada a sete chaves. Mas há outros dados que se compartilhados podem ajudar a desenhar com maior precisão o mercado no qual estamos inseridos. E se não dispomos de referências setoriais, como saber se estamos sendo competitivos? Querem um exemplo? Ao prever, para o nosso negócio, uma taxa de crescimento de 10% para o próximo ano, estamos sendo conservadores? Otimistas? Podemos confiar nesta previsão? Com que previsão está trabalhando o setor? Da qualidade desta previsão dependerá o sucesso do nosso planejamento estratégico e da pertinência dos nossos futuros investimentos. Quanto mais farta a informação, maior a força do mercado; quanto mais robusto for o mercado, mais saudáveis serão os que o compõe.

Resumindo, para 2008 a missão deveria ser compartilhar a informação. Nós todos só temos a ganhar.

Dr. Giuseppe D'Ippolito é diretor-presidente da ABCDI