

TEMA

TOMADA DE DECISÃO, MODELO RACIONAL NA FORMAÇÃO DO GESTOR

RESUMO

Com o dinamismo do mercado e negócios na atualidade, o preparo na Tomada de Decisões tende a ser avidamente exigidas de forma rápida, pois a forma social que nos impera, torna o indivíduo responsável de alguma forma, por algum tipo de organização, seja ela doméstica, estatizada, privada, terceiro setor etc. Nesse momento entra a figura do Gestor, que por sua vez é responsável por essa Tomada de Decisão, sendo o mesmo, responsável pela condução dos negócios, seja qual for a sua área de atuação. O presente estudo tem como objetivo, verificar quais os caminhos que o Gestor deve tomar para essas Tomadas de Decisão. Sendo ela racional e que não envolva na sua totalidade a parte emocional. Fazendo que suas decisões sejam de base lógica, não afetando seus interesses pessoais, e sim envolvendo sua capacidade de Gerir, seja onde estiver como líder (responsável). Dando soluções a problemas de forma dinâmica, estabelecendo meios e capacitando futuros gestores. Como o Gestor deve agir nas suas Tomadas de decisão, não sendo sentimental e sim racional. Que possibilite um desenvolvimento em um ambiente institucional de forma equilibrada, e torne-se referência em Tomada de Decisão.

Palavra chave: Decisão; Modelo Racional; Gestor.

INTRODUÇÃO

A forma estabelecida a esse estudo como pesquisa são bibliografias de escritores renomados na área de Administração como Idalberto Chiavenato Gestão de pessoas(2004), Bateman Snell Administração Novo Cenário competitivo(2009), J.B Barney Administração Estratégica e Vantagem Competitiva(2007), Philip Kotler e Kevin Lane Keller Administração de marketing(2006) e Paulo Freire Educação e Mudança(1979).

Em meio ao mundo real com dados e informações (razão), muitas das vezes não temos como dizer ao contrário dos fatos que ocorrem, porém temos a relatar experiências, vivências diárias e fatos na tomada de decisão. Sendo essa tomada racional ou intuitiva, por meio de uma modelagem, método ou até mesmo uma visão pouco ortodoxa dos fatos que veremos.

Em uma visão empresarial, iremos seguir uma metodologia nesse campo do conhecimento, em relação a outros fatos como, por exemplo, uma Bolsa de Valores tem riscos maiores e em alguns momentos não premeditados.

Podemos deixar uma interrogação em nossas cabeças agimos por métodos ou intuição? O que dá certo? De fato temos que seguir a razão sempre em nossas vidas? E quanto à intuição ela pode falar mais alto, e se isso existe mesmo para uma tomada de decisão.

REVISÃO LITERARIA

Snell (2009) retrata o processo decisório como um caminho (método), que de forma a ser planejado, no sentido real da palavra que é aplainar para poder enxergar o caminho a ser percorrido e que se torne fácil em alcançar o objetivo desejado, para o gestor tomar sempre a melhor decisão no caminho escolhido.

Kotler e Keller(2006) ressaltam o caminho na tomada de decisão uma questão mais estratégica, traçando planos e elaborando modelos em vários caminhos, criando uma imagem para esse processo. Enquanto Chiavenato(2004) segue uma linha de pensamento pautado na visão do indivíduo (ser humano), dando a importância a quem é o real e maior responsável, sendo esse o protagonista nesse caminho na tomada de decisão.

Barney e Hesterley(2007) usam um método nenhum pouco ortodoxo, para a tomada de decisão, ressaltando a competição para dos indivíduos em um desenvolvimento nos métodos para melhoramento e aprimoramento na tomada de decisão, desses seguem uma visão mais estratégica e competitiva no processo a ser estudado.

Paulo Freire(1979) trata a formação do gestor, de maneira educacional no sentido de formação da troca no ensino aprendizagem, pois esse irá sentir a necessidade pelos novos caminhos e conhecimentos adquiridos. Sendo a formação educacional o melhor caminho para a tomada de decisão.

MODELO RACIONAL NA TOMADA DE DECISÃO

Em um modelo racional na visão administrativa, o caminho é o melhor meio a ser seguido para uma ação rápida na obtenção dos resultados, podemos acrescentar seis estágios na tomada de decisão, em um processo mais institucionalizado para facilitar o alcance dos objetivos segundo SNELL Administração Novo Cenário Competitivo pág. 74.

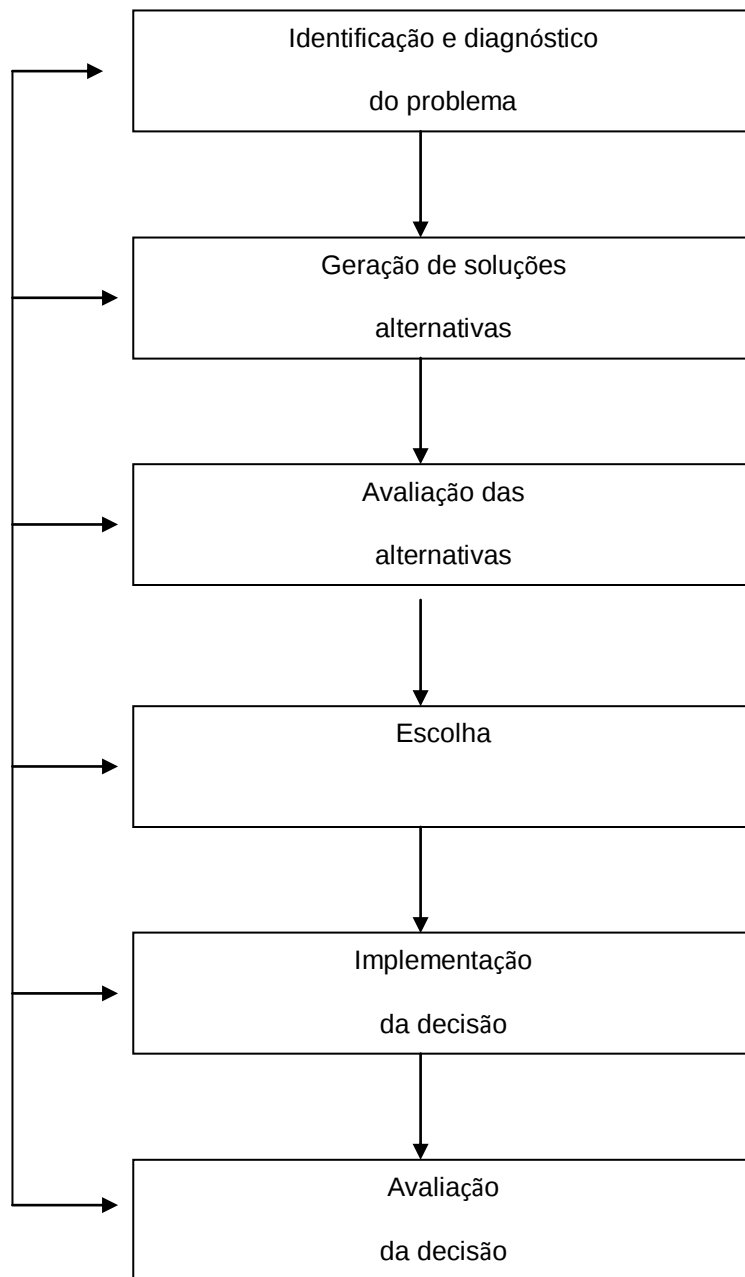


Figura 3.2 Os estágios da tomada de decisão. (Snell 2009)

Na visão de Kotler e Keller(2006) em todas as tomadas de decisão também existe uma metodologia para que se possam estabelecer os meios para que se chegue ao objetivo desejado. Essa mais especifica na visão de marketing estratégico que é faccioso em um raciocínio lógico, em comum ao caminho nas tomadas de decisão. Que segue ao raciocínio de Snell mais completo nesse caminho, gerando satisfação vislumbrando o objeto de desejo.

Essa tomada de decisão segue o seguinte caminho, segundo Kotler e Keller Administração de Marketing pág. 113:

1. Método Científico	A efetiva pesquisa de marketing utiliza os princípios do método científico: obsevação cuidadosa, formulação de hipótese, predição de testes.
2. Criatividade	Na melhor das hipóteses, a pesquisa de marketing desenvolve maneiras inovadoras de solucionar um problema: um fabricante de roupas para adolescentes deu câmara de vídeo a vários rapazes e depois utilizou as fitas para grupos de foco, com participantes recrutados em lanchonetes e nos demais locais freqüentados por adolescentes.
3. Métodos Múltiplos	

Tabela 4.3 As sete características da pesquisa de marketing. (Kotler 2006)

Provendo essa busca pelo desenvolvimento nas organizações os administradores acima citados vêem a tomada de decisão como um caminho para se obter o sucesso na natureza competitiva dos indivíduos. Atraindo maiores possibilidades para qualquer empreendimento dê certo, seguindo passos ou métodos que não comprometam suas visões integrando toda instituição com um só objetivo.

Existem muitos modelos que podemos confiar para facilitar a comunicação e o desenvolvimento das organizações, esses podem configurar informações e identificar as forças e fraquezas internas das próprias organizações.

E este modelo se enquadra e pode auxiliar no caminho da tomada de decisão dentro da organização. Temos como base o modelo “VRIO” que tem recursos para determinar o potencial competitivo da organização.

Segundo os autores Barney e Hesterly em Administração Estratégica e Vantagem Competitiva da Organização Pag. 66:” Os recursos e capacidades, permitem que uma empresa explore ou neutralize uma ameaça externa.”

A ferramenta existe para ser utilizada, se tem a possibilidade e com uma visão de aprimoramento e crescimento. Modelos como esse são valiosos, pois se estabelece como um facilitador na tomada de decisão.

Como em algumas empresas estão se utilizando de sistemas de suporte a decisão, na visão do marketing para um melhor caminho que auxilie seus gestores na melhor escolha na tomada de decisão.

Para um crescimento gradativo, e que se possa ter uma melhor coleta de informações, nesse caminho da tomada de decisão para os gestores na administração de marketing.

Esse é só mais um ponto citado na metodologia de tomada de decisão, pois todos nós temos como fator preponderante em nossas vidas. Os fatores externos têm grande influência na tomada de decisão, sejam políticos, econômicos, sentimentais etc. Independentemente do caminho a ser seguido, temos esse entre outros que podem ter grande influência as decisões.

A tomada de decisão tendo fatores externos ou internos, sempre sofrerá algum tipo de influência. Para uma empresa que busca vantagens competitivas ou crescimento organizado, toda e qualquer organização pode ser uma ameaça nesse caminhar.

Esse veículo nos remete com maior facilidade para que possamos atingir o nosso objetivo, traçando um paralelo com outros autores acima, esse complementa a capacidade do indivíduo nas organizações, e o coloca como centro nessa tomada de decisão. E com um cerne bem apurado, esse obtém o sucesso em toda e qualquer empreitada que possa se envolver e se comprometer.

A ação do gestor na tomada de decisão compreende todo e qualquer movimento posto em prática seja ela positiva ou negativa, pois afeta diretamente toda organização, seja na área financeira, logística ou em qualquer outro lugar dentro da organização.

É necessário que o gestor tenha experiência? Que use todos os artifícios necessários e reflita com clareza antes de qualquer tomada de decisão. Caso o gestor tome o caminho errado, por uma possível ingerência, acarretará no insucesso do seu empreendimento.

O gestor e sua tomada de decisão nas organizações geram mudanças sejam elas simples ou complexas. A todo o momento o responsável por essas mudanças é o gestor que vislumbra sempre um melhor caminho a ser seguido, se comprometendo com sua decisão e a colocando em prática.

De fato o gestor tende a ser um indivíduo prático, perspicaz e capaz assumir os riscos e a responsabilidade pelos seus atos, na arte em tomar novos rumos a um bem comum, sabe-se que o ato e a relação devem ser bem direcionados para o caminho de uma boa tomada de decisão.

Segundo Paulo Freire em Educação e Mudança pag. 32, 1979: “Quanto mais o homem é rebelde e indócio, tanto mais é criador, apesar de em nossa sociedade que o rebelde é um ser inadaptado.”

Esse é o papel do gestor na tomada de decisão, o de rebelde o ser transformador, o que cria e traça novos caminhos, que conduz, que vislumbra, que alavanca, que movimenta. O autor retrata o gestor do século vinte e um indócil, revolucionário e capaz de tomar decisões, em um sentido mais crítico na posição do gestor da atualidade.

Em um determinado momento o gestor é responsável por cada segmento da organização que geri, conhecendo tudo e a todos, tornando-se facilitador para um melhor aproveitamento em seu momento como responsável pelo empreendimento.

Dentro de qualquer processo temos vários pontos preponderantes e no caso deste estudo podemos ressaltar que na tomada de decisão, selecionaríamos dois em essencial que é a comunicação que se pressupõe as informações sendo bem interpretadas, para que se alcance seu objetivo nesse caminho que é a clareza desde sua saída até sua chegada sem nenhum ruído para que não haja problema. E principalmente o responsável por tudo que é o gestor, em todo caminho falamos em decisão para promover o protagonista desse assunto, que tem a competência para ser o comandante desse processo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em todo empreendimento nas associações e em grupos há sempre a figura do gestor (pessoa), esse sendo responsável pela condução dos demais, ele pode fazer com que uma organização alavanque ou stagne. O valor no estudo está na condução de uma organização a partir das tomadas de decisões, só não podemos esquecer que o gestor é um ser humano, com qualidades e defeitos e passivo de acertos ou erros.

A todo caminho descrito, vê-se o gestor como peça fundamental, mas se esse não tiver o principal, equilíbrio emocional na tomada de decisão ou coeficiente emocional, mesmo o melhor gestor com todos os métodos ou modelos como facilitadores, não passa de um mero fantoche em um jogo de interesses e lucratividade do meio empresarial.

O presente estudo tem como objetivo, na obtenção de várias informações, poder ressaltar que nas grandes instituições, é tornar a tomada de decisão algo racional a ser seguido para que não haja perdas. O gestor da atualidade tende a ser alguém que beirar a perfeição para ter ótimos resultados para benefício do seu público, conclui-se que a tomada de decisão no atual momento tende a ser de forma racional. Decisões que mostrem de forma clara e objetiva a função dos métodos apresentados, e que podem ser aprimorados de acordo com a formação e qualificação do gestor.

REFERÊNCIAS

Bateman, Thomas S. Administração: novo cenário competitivo / Thomas S. Bateman, Scott A. Snell; tradução Bazán tecnologia e Lingüística Ltda. ;revisão técnica José Ernesto Lima Gonçalves. – 2. Ed.- 2. reimpr. – São Paulo : Atlas, 2009.

Kotler, Philip Administração de marketing / Philip Kotler, Kevin Lane Keller; tradução Mônica Rosemberg, Brasil Ramos Fernandes, Cláudia Freire; revisão técnica Dílson Gabriel dos Santos. – 12. Ed. – São Paulo: Pearson Pretince Hall, 2006.

Barney, Jay B. administração Estratégica e vantagem competitiva / jay B. Barney, William S. Hesterly; tradução Mônica Rosemberg; revisão técnica Pedro Zanni. – São Paulo: Pearson Pretince Hall, 2007.

Freire, Paulo F934 e Educação e Mudança / Paulo Freire; tradução de Moacir Gadotti e Lilian Lopes Martins. – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979 Coleção Educação e Comunicação vol. 1.

Chiavenato, Idalberto Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações / Idalberto Chiavenato. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 – 6ª impressão.