

# Qual é o DNA da sua empresa?

Consultores desenvolvem uma nova metodologia para identificar a carga genética da empresa e dos funcionários e avaliar se elas são compatíveis

**D**o ponto de vista biológico, como se sabe, apenas os seres vivos possuem o DNA, o material encontrado no núcleo das células que transmite as informações genéticas de cada um. Mas, nos últimos tempos, alguns consultores passaram a aplicar o mesmo conceito às empresas, sob o argumento de que, por serem compostas por seres humanos, elas também têm o seu próprio DNA. E, com o objetivo de avaliar se os "genes" de funcionários e de acionistas são compatíveis e se estão alinhados em relação à missão que devem cumprir, os consultores, sempre eles, desenvolveram uma metodologia inovadora para identificar o DNA de um empreendimento e de toda a equipe que nele trabalha.

De acordo com o empresário Hilton de Brito, sócio da Innovation Circle, uma consultoria especializada em estratégias de negócio, o código genético das empresas e de seus funcionários pode ser decodificado em seis partes: força motriz, ética, paixão, ambição, inovação e realização. "Elas podem ser combinadas de inúmeras formas e definem os traços de uma empresa", afirma Brito.

A partir de uma entrevista com os donos de um negócio, os consultores procuram identificar qual é o seu DNA e o rumo que a empresa quer seguir. Depois, os funcionários indicados pelos empresários respondem a um questionário com 46 perguntas. As respostas, segundo Brito, mostram quais são as características predominantes em cada grupo. Brito afirma que, a partir do resultado das amostras, os gestores podem entender melhor o perfil das equipes e redirecioná-las, para buscar um melhor rendimento. "Uma empresa que está começando precisa de muita energia, que é a combinação entre paixão e ambição", diz Brito. "Se os funcionários não estiverem

com um grau elevado de energia, alguma coisa está errada."

A Transearch Brasil, uma empresa com 14 funcionários especializada em seleção de executivos, decidiu aplicar a metodologia do DNA empresarial no ano passado. Sócia da empresa, Grace Pedreira acreditava que algo estava estranho, mas não tinha dados que comprovassem a sua percepção. "Com a análise, descobrimos que somos muito bons da porta para dentro, mas precisávamos nos expor mais no mercado e trabalhar com mais ousadia", afirma.

Com o diagnóstico, Grace diz que percebeu também, claramente, que uma pessoa de sua equipe não estava seguindo as mesmas rotas que a empresa queria seguir. "Ela não tinha a mesma ambição que os outros funcionários, de ser ousada e ir atrás de novos clientes", afirma a empresária. "Hoje, ela não faz mais parte do grupo."

A Innovation Circle, que realizou o estudo na Transearch, não é a única a oferecer o serviço no país. A consultoria americana Booz, Allen & Hamilton, uma das principais empresas do ramo em todo o mundo e presente também no Brasil, oferece um serviço muito parecido. O que muda na metodologia da Booz, Allen em relação à adotada pela Innovation são as bases que formam o DNA corporativo. Para a Booz, Allen é importante analisar apenas quatro pontos: estrutura, direitos de decisão, itens motivacionais e fluxo de informações. A partir da combinação dos quatro aspectos pode-se determinar, de acordo com a consultoria, os "traços genéticos" de um empreendimento. ■ A.M.F.

