

O Modelo REQI

O modelo REQI (Carvalho, 2016) pretende ser uma ferramenta flexível de avaliação contínua e periódica da eficácia (**resultados**), da **eficiência**, da **qualidade** e da **inovação** numa organização, através de um conjunto ajustado de indicadores de desempenho, relacionados com as metas e objetivos da mesma.

Assim, os **resultados** têm a ver com a eficácia organizacional, i.e., o atingimento das metas e objetivos, quantitativos e qualitativos, considerados no plano estratégico da organização; a **eficiência** tem a ver com a utilização parcimoniosa dos recursos, i.e., produzir mais com os mesmos recursos, ou produzir o mesmo, mas gastando menos recursos; a **qualidade** – tem a ver com o relacionamento transacional com os clientes atuais, os quais desejam, obviamente, um produto de qualidade, i.e., que satisfaça os seus requisitos; e a **inovação** tem a ver com os clientes futuros, de modo a que a organização possa manter a sua atividade, investindo em pesquisa e desenvolvimento para satisfazer as necessidades e desejos dos seus clientes.

A nível da eficácia ou resultados, trata-se de avaliar em que medida essas metas e objetivos foram atingidos, tanto a nível financeiro como não financeiro. Encontram-se aqui todo um conjunto de indicadores económico-financeiros, de produção, de liquidez, de risco do negócio, sim como todos aqueles que permitam verificar se os objetivos da organização foram atingidos, como são exemplo os indicadores desenhados para avaliar a satisfação dos clientes, o seu grau de lealdade, a quota de mercado, a taxa de crescimento desta quota, etc.

A nível da eficiência, os indicadores estão relacionados, em geral, com uma redução dos custos médios de produção. Podemos medir, por exemplo, o rácio entre os custos administrativos e a despesa total; o custo direto incorrido por cliente de cada produto; o custo total por cliente de cada produto; as horas de trabalho médias despendidas por cliente; o custo total por output; o número de outputs por horário completo de trabalho; o número de outputs por hora; a produtividade obtida por unidade de recurso; o tempo médio de produção, etc.

A nível da qualidade, encontramos indicadores como o cumprimento dos prazos prometidos aos clientes; os níveis de segurança, competência e simpatia na resolução dos problemas dos clientes; o nível de atenção prestado a cada cliente; a conformidade do produto em relação ao prometido e desejado pelos clientes; o número de erros nos serviços prestados; o valor monetário das inconformidades; a simplicidade no relacionamento com os clientes em termos de documentação da transação; o nível de compromisso interno na melhoria contínua dos processos; o nível de competência dos membros da organização nos contactos com os públicos-alvo, etc.

A nível da inovação, poderão ser exemplos os seguintes indicadores: medida da procura ativa de ideias inovadoras por parte da gestão; o nível de aceitação na organização das inovações técnicas; a existência de prémios para quem contribua com novas ideias; o nível de criação de novos produtos em função da mudança nos gostos e preferências dos clientes; a frequência de inovação nos processos organizacionais; o valor do investimento em investigação e desenvolvimento; o modo como a gestão de topo encara o desenvolvimento e implementação de projetos inovadores, mesmo sabendo que alguns

podem falhar; o nível de reconhecimento da organização como inovadora no mercado; o nível de atenção aos avanços tecnológicos em qualquer setor da organização, etc.

Obviamente, todos estes exemplos podem ser concretizados com medidas desenhadas especificamente para o caso e contexto concretos de cada organização.

Uma vantagem inerente a este modelo é não ter necessidade de um processo de consultadoria, muitas vezes dispendioso e de difícil execução, como acontece quando se usam modelos como o Balanced Scorecard.

Referências:

Carvalho, J. M. S. (2016) *Inovação & Empreendedorismo. Ideia, Informação, Implementação, Impacto*. Porto: Grupo Editorial Vida Económica. ISBN: 978-989-768-280-3