

## O que o mercado faz de melhor

### Transcrição

[00:00] Entender o conceito histórico sempre é importante para provisionar o que vamos fazer no futuro. Vamos relembrar conceitos padrões do mercado importantes para entender o que fazemos hoje em dia. Muita gente não gosta de falar do Ford, do Taylor, que eles foram horríveis para nossa economia, mas eles nos ajudaram a chegar onde estamos e a fazer as coisas como fazemos hoje. E não existe algo bom ou ruim, mas sim coisas que podem ser melhoradas.

[00:44] O fordismo tinha como objetivo ter o processo como objetivo único, para repetir várias vezes. Antigamente as coisas não tinham processos, que são esses pacotes de trabalho que vimos antes. Eles foram institucionalizados pelo Ford, o que foi muito importante na época dele.

[01:12] Com a chegada do Taylor, as pessoas foram especializadas para realizar esse processo de forma rápida e melhorada. Naquela época, no caso, só mais rápido, porque o foco era o lucro, mas nós agora estamos preocupados com a qualidade.

[01:40] É por isso que vamos falar disso. Na década de 80, a Motorola decidiu se tornar a maior e melhor fabricante de celulares. Eles criaram a metodologia seis sigma. Não é o foco do nosso treinamento, mas sim nas melhores práticas de desenvolvimento de projeto.

[02:15] O Motorola seis sigma tinha como foco o processo desde que atenda o cliente, e a redução da variabilidade. Voltando ao barbeiro, se ele oferece café para um e não para outro, existe uma variação. Ele vai reduzir a variabilidade através de ferramentas dentro desse sistema. Existem mais de quarenta ferramentas diferentes dentro do seis sigma para conseguir reduzir a variação.

[02:55] Vale lembrar que na mesma época do Taylor dois pais da qualidade muito famosos chamados [William Edwards] e [Joseph M.] Juran falaram que a qualidade é a ausência de defeito. Se meu cliente recebe os produtos com bom atendimento, acababilidade, e isso os atende muito bem, isso significa que estamos atendendo-o com qualidade.

[03:34] Hoje em dia, temos o Toyota lean manufacturing. A Toyota decidiu em 35 fabricar motores de carro no Japão, porque antes disso eles faziam máquinas de tear. Eles desenvolveram uma metodologia com foco no cliente usando o olhar japonês. Usamos isso até hoje. Esse olhar foi academizado na década de 90.

[04:40] Esse tema é tão atual que já vimos no nosso curso através do livro A Startup Enxuta, do Eric Ries. Nós vamos então nos encontrar no próximo vídeo para entender detalhes desse ciclo de desenvolvimento.