



Ecossistema empresarial

27º Dossiê

Lab de Tendências - Casa Firjan

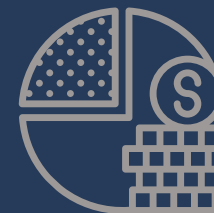
15/09/2020

O **Lab de Tendências da Casa Firjan** pensa cenários futuros de transformação que irão impactar as empresas e os profissionais.

Como forma de **pensarmos juntos sobre futuros possíveis** a partir das mudanças do cenário atual, estamos produzindo dossiês com conteúdos pertinentes a esse contexto.

O objetivo do material é **compartilhar boas práticas e oportunidades de ação** em prol da manutenção do ecossistema empresarial e sua relação positiva com a sociedade.

Ecossistema empresarial



A partir das discussões sobre a integração de empresas, marcas e pessoas fomentadas pelo Aquário Casa Firjan - série de palestras e debates semanais - ocorrido no dia 15/09/2020, vamos analisar a importância do planejamento estratégico contínuo no desenvolvimento dos objetivos das empresas e na sua adaptação às mudanças.



Ecossistema empresarial

Contexto



Ideias centrais

Em um mundo em constante transformação, as empresas podem estar menos confortáveis em desenvolver planejamentos a longo prazo. Porém, é fundamental a elaboração de uma estratégia com objetivos bem definidos, incluindo a maneira de conquista-los. É necessário conhecer quais são os diferenciais e o modo como deseja ser percebida por seus clientes e/ou consumidores. A clareza sobre o propósito do negócio envolve alinhamento entre todas as áreas.



Benefícios para as empresas

A empresa está inserida em um contexto com diversas variáveis envolvidas. O bom entendimento de seu propósito permite que as mudanças que precisarem ser realizadas estejam ancoradas em um planejamento estratégico e possuam uma visão de longo prazo. É importante desenvolver um olhar mais amplo, pois os impactos das tecnologias serão cada vez mais profundos no comportamento das pessoas. A empresa precisa compreender que há sempre espaço para melhorias em seu negócio.



Ecosistema empresarial

Características essenciais para um planejamento estratégico

1

Coesão

A empresa precisa atuar de forma coesa em relação ao planejamento estratégico, englobando os stakeholders em prol desse objetivo.

2

Integridade

A estratégia deve estar bem alinhada em todos os níveis da empresa, atingindo a experiência do consumo, para que a essência da marca possa estar presente nos pontos de contato com o cliente e/ou consumidor.

3

Adaptabilidade

O planejamento é uma linha mestra na qual se agregam mudanças de acordo com o contexto e com o grau de flexibilidade da empresa.



Ecossistema empresarial

Pontos iniciais para o desenvolvimento de um planejamento

- 1 Realizar um planejamento do negócio coerente, que tenha ênfase em ser aplicável de maneira simples;
- 2 Identificar qual modelo de negócio será aplicado, a partir da análise dos diferenciais da empresa;
- 3 Desenvolver uma visão mais ampla do negócio, que permita compreender e comunicar suas singularidades;
- 4 Encontrar pessoas ou instituições de confiança para auxiliar no desenvolvimento da estratégia empresarial;
- 5 Entender que a marca engloba diversos pontos (posicionamento, valores, cenário, precificação, etc.);
- 6 Avaliar constantemente quais decisões aplicadas agregam valor para o resultado do negócio;
- 7 Manter o planejamento atualizado por meio de um olhar contínuo sobre as demandas e inovações do mercado.



Ecosistema empresarial

Boas práticas para implementar nas empresas



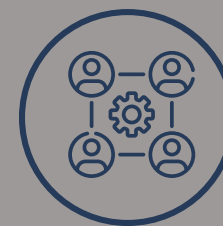
Compreender

o horizonte de tempo necessário para atualização do planejamento



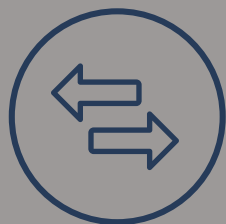
Atuar

de maneira coesa em relação a estratégia de negócios



Alinhar

todos os stakeholders em prol de um objetivo em comum



Adequar

a estratégia às mudanças externas e ao contexto da empresa



Ancorar

as mudanças em um planejamento estratégico e uma visão de longo prazo



Entender

quais inovações do mercado são pertinentes ao propósito da marca



Ecosistema empresarial

Questionamento para as empresas

Como a empresa se relaciona com as tendências e dinâmicas do mercado?

É importante que haja um monitoramento frequente das variáveis no contexto do negócio, com abertura para novos cenários e investimento em projetos que estejam alinhados com perspectivas inovadoras.

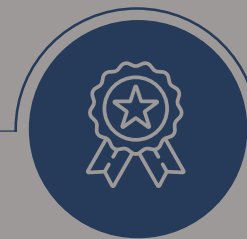


É preciso conhecer a identidade da marca na percepção dos clientes e consumidores com base em distintas fontes. Com isso, identificando qual a reputação da empresa e se ela inspira confiança.

A empresa realiza pesquisas constantes para entender a percepção do público?

Os valores da empresa são reconhecidos pelo mercado como um diferencial importante do negócio?

Os valores precisam estar bem alinhados à cultura organizacional, sendo incorporados a todas as práticas e ações e permeando os diversos níveis hierárquicos, tendo sua credibilidade reconhecida.





Ecosistema empresarial

Desafios

Imponderáveis



É necessário ter a percepção das dinâmicas do mercado e os constantes imponderáveis (ex: pandemia), possibilitando o desenvolvimento de uma estratégia relevante, que está alinhada às necessidades de cada momento. Isso permite que as lideranças possam fazer uma gestão de mudanças abruptas de maneira mais controlada.

Métricas



Poder metrificar o desempenho auxilia na identificação dos pontos de melhoria. É importante que a empresa selecione um grupo de indicadores pequeno, distribuído entre todos os setores e com uma determinada missão, permitindo mapear se atingiu seus objetivos e metas.

Reputação



A empresa precisa transparecer confiança e conquistar uma boa reputação no mercado. O desenvolvimento de uma relação positiva com a opinião do público permite maior fidelização dos clientes, favorece a atração de novos compradores e a expansão dos negócios.



Ecossistema empresarial

Oportunidades



Visão ampla do negócio

A rotina de acompanhamento dos indicadores do negócio e o desenvolvimento de um olhar atento e continuado ao mercado e às mudanças comportamentais, por meio de pesquisas bem estruturadas, permite à empresa conhecer as melhores práticas disponíveis e a percepção de sua marca. Isso possibilita uma tomada de decisão mais embasada, além de fomentar a inovação.



Entrega de valor

Quanto mais setores e hierarquias distintas participam do processo de estruturação de um planejamento, maior o engajamento dos funcionários com o propósito da empresa. O trabalho de marca eficaz é gerado a partir das análises de práticas de gestão e entregas consistentes, permitindo transmitir sua essência em todos os pontos de contato, conseguindo gerar valor.



Ecossistema empresarial

Referência

YouTube – Canal Firjan

[Ecossistema empresarial: Como integrar empresas, marcas e pessoas | Aquário Casa Firjan](#)

Participantes do debate

[Maximiliano Tozzini Bavaresco | CEO da SONNE e autor do livro "Acima de tudo", pela Editora Sextante](#)

[Maria Eugênia Campacci Rocha | Diretora Executiva na EY](#)

[Paulo Uebel | Ex-Secretário Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital do Ministério da Economia](#)

[Guilherme Soárez | Co-CEO SingularityU Brazil e VP da Ânima Educação](#)

Mediação: [Rafaela Rio | Coordenadora de Projetos e Processos na Firjan](#)



Ecossistema empresarial

Quer saber mais?

Referências citadas no debate:

BAVARESCO, Maximiliano Tozzini. Acima de tudo. Sextante: 2020.

[Choque na Andersen. Isto é dinheiro, 2016.](#)

DWECK, Carol S. Mindset: A nova psicologia do sucesso. Objetiva: 2017.

[O que é OKR – A metodologia do Google para atingir resultados. Portal da contabilidade.](#)

