

Renovação e mudança

por Flávio Paim Rodrigues

Renovação é um substantivo utilizado com bastante frequência a cada final de ano. Quando um ano chega próximo do fim e outro está prestes a se iniciar as pessoas começam também a renovar suas esperanças, seus sonhos e expectativas. Esse é um ato salutar e positivo, pois traz à vida o pensamento de algo novo e melhor.

No mundo dos negócios isso não é diferente, pois as empresas são feitas de pessoas, que carregam as suas ideias e sentimentos por onde quer que andem. Porém, em uma empresa, para que a renovação aconteça é preciso mais do que apenas bons sentimentos e pensamentos, para que essa se efetive de forma positiva.

A dinâmica do mercado muda constantemente: os clientes mudam sua maneira de pensar, os concorrentes adotam estratégias diferentes, que pressionam o mercado e o governo pressiona com a regulação de todos os negócios. Evidentemente, todos esses movimentos alteram a rotina das empresas, obrigando todos os participantes de um segmento a se movimentarem.

A cada final de ano pensamos no futuro, que sempre é incerto, afinal nenhum ser humano sabe, com certeza o que vai acontecer no amanhã. E isso é realidade tanto para as pessoas quanto para as empresas. Entretanto, não saber o que irá acontecer no futuro não significa que se deva ficar esperando as coisas acontecerem de qualquer modo.

Certa vez o alemão Wilhelm Barkhoff, fundador do pioneiro GLS Bank disse que: **“o medo de um futuro que tememos só pode ser superado com imagens de um futuro que queremos”**. Não tenho dúvidas de que o futuro desejado por um empresário para o seu negócio é um futuro de absoluto sucesso.

Obviamente, cada empresa tem um conceito de sucesso diferente e adequado às suas expectativas e realidade. Para alcançar o sucesso desejado, um negócio tem, basicamente, duas alternativas:

- a) *Esperar que ele aconteça de maneira natural*
- b) *Planejar e construir o futuro desejado*

As empresas que adotam a ideia da primeira alternativa contam com a sorte e com a expectativa de que tudo aconteça simplesmente como o esperado. Essas organizações são levadas pelo mercado como uma folha é levada pelo vento. Desse modo, se o vento for favorável, o crescimento ocorrerá.

Já as empresas que optam pela alternativa B resolvem construir o seu próprio futuro, observando com atenção os movimentos do mercado e, desse

modo, adotando estratégias diferentes para aproveitar os ventos favoráveis e também para enfrentar as adversidades que se apresentam ao longo do caminho. As organizações que optam por construir o futuro desejado costumam adotar a prática do Planejamento Estratégico e da Inovação.

Ao adotar o Planejamento Estratégico, a empresa consegue fixar a direção, garantir o foco, concentrar esforços, definir a organização, aproveitar oportunidades, defender-se contra riscos, favorecer a coerência e ainda definir as ações a serem tomadas. A estratégia pode variar significativamente de organização para organização, inclusive é natural que isso aconteça. Até porque se forem adotadas as mesmas estratégias por diferentes empresas não haverá nenhuma diferenciação e, conseqüentemente, nenhum ganho de mercado ou vantagem competitiva.

Um bom planejamento estratégico deve envolver toda a organização e deve ser consistente, aplicável e de acordo com o que a empresa e, especialmente, seus dirigentes pensam. Sua adoção permite à empresa e aos seus gestores uma melhor visão dos diferentes cenários e garante uma possibilidade maior de acerto perante às incertezas do mercado.

Já a prática da inovação no mundo empresarial passa diretamente pela capacidade das novas ideias, sejam elas produtos, serviços ou processos, gerarem resultado econômico. Sem qualquer demagogia, é necessário que as inovações gerem resultado, que pode se dar através de um aumento de receitas ou até mesmo através de uma redução de custos ocasionada por essa inovação.

Com um mercado cada vez mais competitivo, não é mais possível que um negócio se mantenha estático, simplesmente esperando as coisas acontecerem. O sucesso de uma organização depende, essencialmente, do alinhamento das estratégias do negócio às necessidades do mercado, tornando a empresa preparada para o aproveitamento das melhores oportunidades.

É preciso que haja movimento, renovação e mudança nas atitudes e pensamentos estratégicos do negócio.