



### POR BRUNO RODRIGUES DE MORAES

Gerente de Projeto na Falconi, formado em Administração pela UFRGS com Especialização em Controladoria e Finanças pela PUCRS. Mais de 15 anos de carreira, com atuação no Brasil e na América Latina, e atuação consolidada em Estratégia e Gestão, liderando projetos de consultoria para resolução de problemas complexos em governança corporativa, formulação estratégica e melhoria de resultados econômico-financeiro, em empresas grandes de diversos setores, gerando ganhos concretos e desenvolvimento das lideranças e mais recentemente liderando o Programa de Desenvolvimento Sustentável.

# A ESSENCIALIDADE DA GESTÃO COMPETITIVA NA GERAÇÃO DE MELHORES RESULTADOS

Em momentos de grande incerteza e pressões diversas sobre o desempenho das organizações, um ponto central na agenda das lideranças é como responder a tudo isso e manter o negócio saudável e no caminho correto.

A competição é uma resposta potencial para este questionamento, principalmente quando mais próximo do seu real significado. Por mais que o senso comum não leve a essa conclusão, nosso primeiro (e principal) nível de competição é com o nosso próprio desempenho.

## Quer dizer então que não devo competir com os demais *players* do meu segmento?

Explico. Claro que a visão de se diferenciar dos demais em um segmento é sempre válido e importante, mas para isso acontecer de forma saudável precisamos garantir que estejamos sempre em nossa melhor forma e capturando as oportunidades de melhoria que possuímos.

“Ganhar” dos demais simplesmente para estar à frente é uma visão limitante e que muito provavelmente irá levar ao deterioramento de um mercado. Não existe inovação e não existe melhora significativa em um ambiente em que a organização entre numa zona de conforto.

As necessidades humanas (objetivo real e final das organizações que realmente querem ter um papel social relevante) são imensas e muitas ainda não estão sendo atendidas, ou mesmo nem estão mapeadas. Ou seja, há espaço para se desenvolver, basta que busquemos inspiração nos caminhos corretos:

### • Planejamento Estratégico

O primeiro lugar que devemos olhar para mudar nosso patamar de desempenho é o planejamento estratégico. O contexto muda de tempos em tempos e isso demanda alguma correção de rota, mas muitas provocações incluídas no plano podem ser guias interessantes.

Devemos avaliar quais desafios (as chamadas metas estratégicas) ainda não foram capturados e desdobrá-los de forma que se transformem em um próximo passo factível e desafiador para nós, seja no nível em que estivermos liderando na organização.

### • Foco do cliente

Nosso cliente, seja ele interno ou externo, invariavelmente é um ser humano, logo possui necessidades que podem ser exploradas. Este pensamento pode ser realizado, tanto para pontos já conhecidos quanto para coisas que sequer ainda foram cogitadas.

Questionamentos como “entrego tudo que meu cliente precisa?”, “há espaço de melhoria no meu produto/serviço para a satisfação do cliente?”, “como posso melhorar o seu dia a dia?”, entre outros, são válidos para nos fazer repensar nosso próprio negócio (ou nossa própria área).

Transformar as oportunidades identificadas em metas e objetivos passa por colocar em prática essa visão de melhora constante e, sempre, numa via de mão dupla: não há como alinhar nosso foco com o do cliente se ele não for ouvido.

### • Processos estáveis e capazes

Um dos caminhos que está mais ao nosso alcance e que constantemente é negligenciado pelos gestores é o da melhoria contínua, aquele que visa a dar mais estabilidade, previsibilidade e capacidade para os processos sob sua autoridade.

Ter um olhar atento para identificar se já houve patamar melhor de resultado em nossos indicadores-chave, para avaliar possíveis fontes de desperdícios, bem como analisar boas práticas de outras áreas e empresas que podem ser aplicáveis e/ou ser fontes de provocação.

Portanto, é importante estar atento às mudanças de contexto e às pressões mercadológicas e internas. Porém, tão ou mais importante é ter iniciativa, buscar fontes relevantes de provocação para competirmos internamente e nos tornarmos cada vez mais preparados para aproveitar as oportunidades que surgem. ■

A Falconi é uma consultoria para geração de valor por meio de soluções em Gente e Gestão com tecnologia. Fundada pelo professor Vicente Falconi, é atualmente a maior consultoria de gestão brasileira da América Latina. É reconhecida por sua capacidade de transformar os resultados e a eficiência de organizações públicas e privadas, por meio de soluções em Gestão e Gente com Tecnologia. Possui um time de cerca de 700 consultores espalhados por mais de 30 países e já atuou em mais de 6 mil projetos ao longo de 40 anos de história. Envie sugestões de temas ou dúvidas para [Falconi@idealhks.com](mailto:Falconi@idealhks.com)

