

Um novo ciclo



CAMILA GUIMARÃES

Associada Markestrat. Mestre em Estudos Culturais pela Université Panthéon Sorbonne e formação em Comunicação.

E-Mail: cguimaraes@markestrat.com.br

PATRICIA MILAN

Associada Markestrat. Mestre em Economia Aplicada pela ESALQ/USP e Engenheira Agrônoma.

E-Mail: pmilan@markestrat.com.br

TASSIA GERBASI

Associada Markestrat. Mestre em Administração pela FEARP/USP e Médica Veterinária

E-Mail: tgerbasi@markestrat.com.br

Chega o ano novo e, junto com ele, novas perspectivas para os negócios. O momento, carregado de energias positivas voltadas para a renovação, deve ser conduzido para permitir a introdução das mudanças necessárias e ajustes de percalços, rumo a novos caminhos para o crescimento.

Dois mil e dezenove vem com um tempero adicional proporcionado pelo novo governo que assume, trazendo consigo boas expectativas entre o empresariado brasileiro. O ambiente no qual as cadeias produtivas do agro estão inseridas passa por transformações estruturais com impactos no câmbio, nas exportações, nas finanças e tributos, além das exigências para cumprimento das legislações ambientais e sociais. Nessa situação, muitas janelas de oportunidades podem se abrir, mas algumas portas passíveis de serem fechadas devem ser previstas para a redução de riscos e potenciais impactos negativos no faturamento e margens.

Trata-se, portanto, de um bom momento para revistar o planejamento para o ano fiscal, avaliando os números consolidados do ano anterior e as metas traçadas para serem conquistadas nos próximos doze meses. Os olhares devem se voltar a alguns pilares básicos, como o plano comercial, carteira de clientes, território de atuação, desempenho da equipe, crédito e

finanças, além dos investimentos estratégicos para alcançar os objetivos finais, incorporando à discussão potenciais cenários externos e seus reflexos nas operações internas.

Investir tempo no início para repensar de forma crítica as ações táticas programadas significará necessidades de adequações – algumas mínimas e outras maiores – em:

a) processos: através de ajustes finos na condução dos negócios ou até a reestruturação completa de uma ou mais etapas;

b) pessoas: por meio de treinamentos para a capacitação e melhora na conduta das vendas, e/ou a qualificação de integrantes para a incorporação de novos conhecimentos à organização ou contratação do conhecimento demandado no mercado; e

c) ferramentas internas de gestão: com o aprimoramento das existentes ou introdução de novas ferramentas para suprir as deficiências existentes.

Essas adequações irão trilhar o caminho para uma operação “mais redonda”, focando um atendimento alinhado com as necessidades da carteira de clientes, uma equipe satisfeita e motivada e a saúde financeira da organização. Todos ganham: cliente, equipe e empresa. O trabalho desempenhado será recompensado com o aumento nas chances de uma melhor eficiência operacional, otimização de recursos e maiores índices de resultados de sucesso.

A dinâmica no ambiente impacta diretamente nos negócios e, muitas vezes, pela percepção aparente de distância com a realidade da organização tem a sua importância reduzida ou até ignorada na condução do dia a dia. Um dos desafios está em acompanhar e avaliar as alterações que se desenham e compreender quais e como afetarão a empresa, bem como os mesmos poderão se desenrolar com o tempo.

O exercício de reavaliar o planejamento no princípio de um novo ciclo, principalmente diante de mudanças profundas, é um momento dedicado ao futuro da organização que auxilia para um melhor acompanhamento do desempenho das estratégias de longo prazo, bem como na identificação precoce de sinais para oportunidades ou correções necessárias para a sobrevivência. ●