



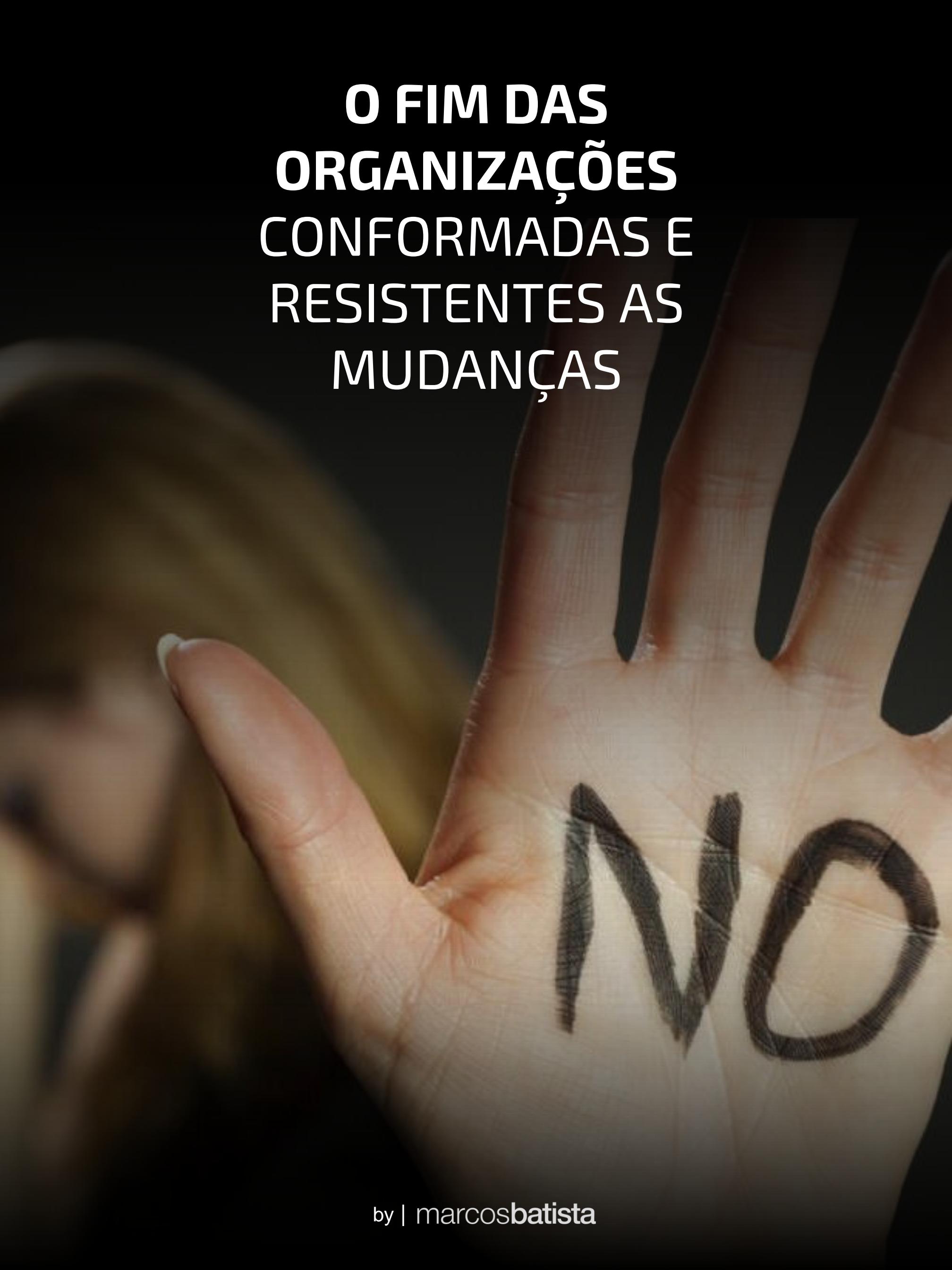
**CRIA [TÉGIA]**

inovação | design | branding

# O FIM DAS ORGANIZAÇÕES CONFORMADAS E RESISTENTES AS MUDANÇAS

por MARCOS BATISTA

# O FIM DAS ORGANIZAÇÕES CONFORMADAS E RESISTENTES AS MUDANÇAS



NO

by | marcosbatista

## O FIM DAS ORGANIZAÇÕES CONFORMADAS E RESISTENTES AS MUDANÇAS

Em 2019, atuei em vários projetos desde a construção e gerenciamento de marca até o desenvolvimento de novos produtos e serviços pela minha empresa **CRITÉGIA**, e ainda palestras e treinamentos ministrados por todo o território nacional pela minha outra empresa **PALESTRAS & CONTEÚDO**, além das aulas de MBA na beacademy e faculdades IEL e ainda as consultorias realizadas pelo Sebrae em diversas regiões do Brasil, todas essas ações ampliaram meu mapa mental sobre os principais incômodos, dores, necessidades e problemas dos empresários e gestores das mais diversas áreas e setores que estive em contato.

E toda essa informação absorvida foram registradas em meus artigos publicados nesse ano na Empreenda Revista, e que abordaram temas sobre Cultura de Inovação, Design, Startups, Empreendedorismo e Tendências com o objetivo de estabelecer algumas diretrizes de como os novos e múltiplos modelos de negócios da nova economia estão mudando o mundo e abalando os modelos tradicionais, e como se posicionar diante dessas transformações que foi um dos principais incômodos declarados pelos empresários.

***“De uma coisa tenho certeza, se você ou sua empresa não se transformar, a transformação acontecerá sem você.”***

Nova economia é uma expressão que descreve o resultado da transição de uma economia baseada na indústria para uma economia baseada nos serviços e acesso, caracterizada e impulsionada pelo avanço tecnológico e cada vez mais focado no meio digital, que influenciam significativamente os hábitos de consumo e consequentemente nossa relação com as organizações e seus serviços, que é focado na experiência e conexão continua com usuário.

Assim estamos vivenciando uma mudança de era e de economia onde as empresas precisam gerar mais significados ao que produzem e não apenas resultados monetários, mas também gerar impactos: econômicos, sociais, culturais e ambientais para poderem manter sua existência.

O mundo já está vivenciando uma diversificação de moedas, produtos, serviços e tipos de negócios: criativos, sociais, escaláveis, inovadores e disruptivos. Com isso a maneira de empreender ou intraempreender muda, precisamos mais do que nunca estar atento ao movimento de negócios e consumo que está cada vez mais rápido e independente.

Ao modelar um negócio com valor e propósito não é possível considerar apenas os recursos monetários, é preciso monetizar e gerar resultados, a partir da conexão e fluxo dos seus recursos culturais (seu talento, seu conhecimento, seus atributos, sua criatividade, sua vocação), assim como dos recursos ambientais (infraestrutura, espaços, equipamentos, ações sustentáveis) e ainda dos recursos sociais, que são as redes a que você pertence e está inserido, o conjunto de stakeholders, o ecossistema, os parceiros. Tudo isso é recurso, do tangível ao intangível.

Com essas mudanças, os negócios têm seus ciclos mais curtos e devem durar poucos anos com sua receita e modelagem inicial, sendo obrigado a mudar seu modelo e a forma de negócio após esse ciclo, adaptando-se a realidade do momento. Entender que os erros serão mais frequentes e as falhas devem servir de aprendizado para futuros negócios e não para a desistência. Aprenda a viver ciclos mais curtos, quem quiser viver mais e ser bem-sucedido terá que se reinventar.

O grande desafio para sobrevivência das empresas é a adaptação de seu modelo ao novo cenário, entre outras coisas, a criação de negócios e marcas que se adaptem rapidamente às mudanças sem que ocorra a perda de sua essência, preservando assim o seu propósito e autenticidade.

**“O que realmente vai diferenciar as organizações bem sucedidas das outras nesse novo contexto de era e economia , não serão apenas as tecnologias que adotam, o capital financeiro que detêm mas sim o desejo de aprender todos os dias.”**

PREPARE-SE PARA A NOVA ERA DA NOVA ECONOMIA:

### **QUAL É A SUA VISÃO DE MUNDO?**

Não estamos presenciando apenas uma era de mudanças mas sim uma mudança de era, o fim de um mundo que aprendemos e conhecemos para um outro que muda de maneira exponencial e nos coloca a repensar nossos modelos de negócios em relação a nossa existência, causa e diferença que fazemos na vida das pessoas. Acredite que somos mais adaptáveis do que imaginamos e que sempre será possível desafiar a lógica dominante de fazer as coisas certas para fazer coisas melhores, desejáveis, possíveis e viáveis, de fazer algo mais rápido onde o planejamento é mais eficiente com as técnicas de experimentação. Ideias só são boas quando executadas, pois nada está definitivamente pronto. **Nasceu perfeito, nasceu tarde.**

### **O QUE O MUNDO PERDERIA SE VOCÊ OU SUA EMPRESA DESAPARECESSE HOJE?**

Se você não tiver com a resposta na ponta da língua, é sinal que falta “PROPÓSITO”, condição de sobrevivência desse século, essencial para manter a reputação, atrair, reter e engajar colaboradores e cultivar a lealdade entre os consumidores. Coloque propósito, amor e valor antes do lucro, identifique a verdadeira função do dinheiro: ajudar a chegar ao objetivo e não o único objetivo. Já somos reconhecidos e valorizados por nossa reputação onde qualquer indicação, recomendação, transação e decisão serão definidas por isso. Reputação é sobre como o mundo enxerga você.

### **POR QUE COLOCAR O PROPÓSITO NO CENTRO DA SUA ESTRATÉGIA?**

Quando as empresas se deparam com a desaceleração e a corrosão de lucro num mundo em rápida comoditização, não basta só inovar em produtos, serviços ou modelos de negócios, mas sim uma abordagem transacional, onde o PROPÓSITO estabelece duas funções de crescimento importantes:

**1- REDEFINE O CAMPO DE AÇÃO.** Não se limita ao seu campo de atuação, ampliar sua missão e pensa no ecossistema inteiro com interesses interligados e relacionamentos entre os stakeholders

**2- REFORMULA A PREPOSIÇÃO DE VALOR.** Responde as tendências e gera confiança, com benefícios duradouros focando no elemento crucial e mais importante - a dor. Aceite a relação das pessoas com a empresa e trabalho. Não forme apenas mão de obra de a oportunidade de serem cérebros de obra, oportunidade para que elas possam pensar em novos projetos e não apenas executar tarefas repetitivas, mecânicas e com receitas prontas.

### **QUAL ECONOMIA VOCÊ VIVE HOJE E COMO SE POSICIONAR?**

Vivemos a economia da reputação ou da confiança, que está se expandindo para todos os modelos de negócios, onde propósito e valor vêm antes do lucro. Reputação é sobre como o mundo enxerga você, sua marca e empresa, por isso transparência e autenticidade nas suas ações determinam o que pessoas e organizações farão por você. Comece um processo de desconstrução, mesmo que hoje tenha sucesso nos negócios, amanhã estará obsoleto. Olhe para o erro como uma oportunidade de consolidar o aprendizado.

### **O MUNDO DOS NEGÓCIOS MUDOU! O QUE REALMENTE FAZ SENTIDO?**

Reconheça que empreender não é saber tudo, apenas ser o condutor de um processo onde as metas são orientadas por crença e valores. A resposta vem quando me questiono sobre como quero ser lembrado pelas pessoas, será que eu continuo produzindo produtos e serviços ou atendendo uma necessidade não atendida e solucionando um problema. O mais difícil é convencer as pessoas sobre essa mudança, e mais difícil ainda é um passo adiante: vender-lhes o VERBO, em vez do SUBSTANTIVO.

## **CONSUMO, O QUE MUDOU? E COMO NOS RELACIONAR COM ESSE NOVO MOMENTO DO CONSUMIDOR?**

*“As pessoas não compram o que você faz, elas compram o por que você faz. e o que você faz serve apenas como prova do que você acredita.” Simon Sinek.*

Os mais atentos a essa transformação de mercado chegaram à conclusão de que precisamos acessar o coração, mente e alma do consumidor, entendendo que o seu público é formado por uma massa de seres, antes de tudo, humanos. Esse novo perfil quer ter resolvidas suas necessidades e atendidos os seus anseios, buscando satisfação funcional, emocional e até espiritual. Reconheça que o consumidor está mudando e o compartilhamento de produtos e serviços é a nova tendência.

## **O DESIGN THINKING UTILIZADO NAS ORGANIZAÇÕES REALMENTE GERA VALOR AOS NEGÓCIOS?**

**NÃO**, para pessoas que utilizam por modinha, sem propósito, sem conhecimento profundo ou ainda pessoas resistentes que não querem quebrar a lógica dominante de fazer as coisas certas para fazer e projetar coisas melhores... Não!!!

Como o elemento-chave para que qualquer negócio possa ter valor e ser inovador é capacidade de resolver um problema, ser relevante e percebido com significado para o cliente, SIM, o design thinking aproxima as pessoas das discussões e as coloca no centro das decisões, assim as organizações passam a de fato impactar nossas vidas. Sua abordagem é profundamente humana, que depende da habilidade de ser intuitivo, de estimular a criatividade, de interpretar o que se observa e experimenta, de desenvolver ideias que são emocionalmente significativas e relevantes para seus clientes e usuários por meio de muitas experimentações. Converse, fale o que pretende, pergunte, ouça, observe, crie, teste e execute com velocidade e não com perfeição. Decida rápido, erre rápido e aprenda rápido.

## **COMO EU POSSO INSERIR CULTURA DE INOVAÇÃO COM PROPÓSITO, AMOR E REPUTAÇÃO?**

Se a empresa não tiver um propósito único e claro, ela não será inovadora. Estratégias de como “ser o melhor”, não oferecem um caminho para a inovação da mesma forma que o propósito de “FAÇA O SEU MELHOR”, mas faça com muito amor!

Talvez o grande desafio para a construção de uma reputação, não seja realizar algo extraordinário, mas sim, algo ordinário extraordinariamente bem!

***“Talvez o desafio não seja resolver uma coisa extraordinária, mas sim uma coisa ordinária extraordinariamente bem”***

### **NOSSAS EMPRESAS SERÃO CONHECIDAS PELO TAMANHO:**

- dos problemas que resolvem
- dos valores que entregam
- das transformações que provocam
- das experiências que proporcionam
- das esperanças que recuperam



INOVAÇÃO



DESIGN



BRANDING



Ressignifique sua marca, produtos e serviços, esse é o momento! Entre em contato.



Baixe nossos e-books dos projetos executados e artigos, estão disponíveis no site.



Consulte e contrate também nossos serviços online: Mentorias e treinamentos.



Acompanhe e participe dos nossos grupos de discussão, no whatsapp, instagram e linkedin.



PROJETOS | TREINAMENTOS | MENTORIAS



# CRIA [TÉGIA]

inovação | design | branding



[criategia.com.br](http://criategia.com.br)



[felipe@ffdesignstudio.com.br](mailto:felipe@ffdesignstudio.com.br)  
[marcos@marcosbatista.com.br](mailto:marcos@marcosbatista.com.br)



55 11 98303-0605 (Felipe)  
55 11 98434-9717 (Marcos)



## MARCOS BATISTA

Designer, professor e um mensageiro da inovação, que busca incessantemente a mudança na mentalidade de pessoas e organizações. Especialista convidado do programa INOVA360 na Record News, colunista da Revista Empreenda e mentor de diversas startups. Eleito e homenageado personalidade líder em inovação do prêmio ABC da comunicação 2019. É graduado em Design com pós-graduação em Economia Criativa e Cidades Criativas pela FGV e Engenharia de Produto na USJT, com mais de 30 anos de experiência no desenvolvimento de produtos e serviços, ganhador de diversos prêmios de design. Atuou como gestor em design para a América Latina na Bosch and Siemens Home Appliances. Idealizador de cursos de MBA e professor da be.academy, IMT e IEL.



[studiomarcosbatista](https://www.instagram.com/studiomarcosbatista)

PRÊMIOS

