

Continue































de decisão em negócios bem sucedidos.Quando bons indicadores são construídos, boas metas podem ser determinadas.É importante, ainda, que a meta tenha tantos detalhes e desdobramentos quanto possa ter. Imagine a meta de aumentar o faturamento da sua loja em 30% no próximo trimestre e se pergunte: sua venda depende só de vendedores externos? Qual a meta deles com base no indicador de conversão? Ao invés de aumentar a produção, não é possível aumentar somente a produtividade? Em quantos por cento? Como os demais setores da sua empresa afetam as suas vendas? Quais resultados eles precisam obter?Metas são tão essenciais que o celebre professor Falconi menciona frequentemente:“Quem não mede não gerencia”.Além disso, possuir metas a serem batidas permite tanto ao dono quanto aos funcionários motivação e controle do negócio.Uma meta tradicional nos negócios é a de expansão. Entretanto, o que isso acarreta? É necessário saber quais são os requisitos para que a expansão seja benéfica e não leve a empresa a falência.Assim, a capacidade produtiva da empresa também precisa ser avaliada, caso exista uma possível expansão do negócio. Possuir conhecimentos técnicos produtivos, como o tempo de produção, a produtividade ou a taxa de preenchimento de estoques, permite ao franqueado fazer essa avaliação corretamente.5. OBSERVE A SAZONALIDADEAs vendas em uma franquia podem variar diariamente por diversos motivos e há momentos que o franqueado, dificilmente, pode alterar essas vendas. Logo o ideal é ter conhecimento dessa variedade.Estar preparado para a baixa temporada, possuir estoques organizados e ter uma previsão de demanda é essencial.Em momentos de baixa lucratividade, as perdas devem ser minimizadas ao máximo. Ter o conhecimento do estoque necessário a ser adquirido para atender a demanda pode fazer a diferença entre o sucesso ou não de uma franquia.CONCLUSÃOter múltiplos conhecimentos acerca de administração e engenharia de produção são extremamente importantes para que um franqueado se diferencie no mercado. Ninguém quer ser mais do mesmo.Então, é importante se diferenciar pela experiência, pelo controle de indicadores com suas respectivas metas e pelo alinhamento com os valores da sua marca.Busque um aperfeiçoamento constante e não deixe de lado setores que podem parecer secundários.Um negócio é como uma engrenagem que precisa estar em constante manutenção, até o ponto de atingir a excelência de aperfeiçoamento orgânico. Tabela de Conteúdos No cenário atual do mercado altamente competitivo, as empresas enfrentam constantes desafios para se manterem relevantes e competitivas. Um caso real que exemplifica bem essa situação é o da fabricante de automóveis Tesla. Fundada por Elon Musk em 2003, a Tesla revolucionou a indústria automobilística ao apostar em veículos elétricos de alta performance. Enfrentando a concorrência de gigantes tradicionais do setor, a empresa se destacou pela inovação tecnológica, qualidade dos produtos e uma estratégia de marketing diferenciada. Com um crescimento exponencial, a Tesla se tornou uma das empresas automobilísticas mais valiosas do mundo, demonstrando como a busca contínua por inovação e qualidade pode manter uma empresa competitiva no mercado. Uma metodologia que pode ser adotada por empresas que buscam se manter competitivas é o Modelo Canvas, proposto por Alexander Osterwalder. Essa ferramenta de gestão estratégica auxilia na identificação de oportunidades de negócio, na definição de propostas de valor únicas e na criação de um modelo de negócios sólido e adaptável às mudanças do mercado. Ao elaborar um Canvas, as empresas podem analisar de forma estruturada seus recursos, parcerias-chave, atividades, canais de distribuição e relacionamento com clientes, o que as ajuda a se manterem ágeis e competitivas diante dos desafios do mercado. Para os leitores que se deparam com situações semelhantes, é fundamental investir em inovação, qualidade, alinhamento da estratégia com as demandas do mercado e a constante busca por novas oportunidades de crescimento. A inovação e a tecnologia desempenham um papel crucial na busca pela competitividade empresarial nos dias de hoje. Um exemplo notável disso é a Tesla, a renomada fabricante de veículos elétricos. A empresa revolucionou a indústria automotiva ao integrar tecnologia de ponta em seus carros, como piloto automático e atualizações de software over-the-air, o que lhe conferiu uma vantagem competitiva significativa no mercado. Além disso, a estratégia de inovação da Tesla expandiu-se para o setor de energia com o desenvolvimento de baterias de armazenamento, painéis solares e telhados solares, posicionando a empresa como uma líder em soluções de energia sustentável. Outro exemplo inspirador é a Amazon, que se transformou em uma potência global graças à sua cultura de inovação e tecnologia. A empresa investiu maciçamente em logística e automação para melhorar a eficiência de seus processos, resultando em entregas mais rápidas e experiências de compra mais satisfatórias para os clientes. Além disso, a Amazon revolucionou o varejo com a implementação de tecnologias como a inteligência artificial em seu sistema de recomendação de produtos, personalizando as ofertas de acordo com o perfil de cada consumidor. Para os leitores que buscam aumentar a competitividade de suas empresas por meio da inovação e tecnologia, é fundamental adotar uma abordagem estruturada e contínua, como a metodologia Lean Startup, que permite testar ideias rapidamente e de forma econômica, reduzindo o risco de investimentos em projetos sem validação do mercado. Além disso, é essencial criar uma cultura organizacional que valorize a criatividade, a experimentação e a colaboração, incentivando a busca constante por soluções inovadoras que impulsionem o crescimento e a 3. Gestão de custos: Um desafio constante para as empresas competirem no mercado. A gestão de custos é um dos desafios mais cruciais para as empresas se manterem competitivas no mercado atual. Um exemplo concreto pode ser observado na empresa brasileira Natura, líder no setor de cosméticos e produtos de beleza. A Natura implementou uma série de estratégias de gestão de custos, incluindo a otimização da cadeia de suprimentos, a redução de desperdícios e a negociação de melhores acordos com fornecedores. Essas ações permitiram à empresa manter preços competitivos e, ao mesmo tempo, aumentar sua margem de lucro, mostrando como a eficiente gestão de custos pode impactar positivamente a saúde financeira de uma organização. Outro exemplo significativo é a rede de fast food McDonald's, que historicamente se destacou por sua eficácia na gestão de custos. Por meio de metodologias como o custeio baseado em atividades (ABC), o McDonald's consegue identificar de forma precisa os custos envolvidos em cada processo e produto, permitindo tomar decisões estratégicas embasadas em dados concretos. Para os leitores que enfrentam desafios semelhantes, é fundamental investir em ferramentas de gestão financeira robustas, como sistemas de custeio detalhados e planejamento orçamentário estruturado. Além disso, é crucial manter uma cultura organizacional voltada para a eficiência e a redução de desperdícios, envolvendo toda a equipe na busca constante por melhorias nos processos e na redução de custos. 4. Estratégias de marketing: Como se destacar em meio à concorrência? Em um mercado altamente competitivo, destacar-se frente à concorrência é essencial para a sobrevivência e o sucesso das empresas. Um exemplo notável é o da Apple, que, por meio de estratégias de marketing inovadoras, conseguiu se diferenciar e conquistar uma base de clientes fiéis. Desde o lançamento do iPod, em 2001, a Apple soube combinar design inovador, tecnologia de ponta e uma forte identidade de marca para se posicionar como líder no mercado de eletrônicos e tecnologia. Outro caso relevante é o da Tesla, empresa de veículos elétricos que revolucionou a indústria automotiva com sua abordagem disruptiva e foco na sustentabilidade. Com uma estratégia de marketing baseada na inovação e na valorização da experiência do cliente, a Tesla conseguiu conquistar uma fatia significativa do mercado de carros elétricos. Para os leitores que buscam se destacar em meio à concorrência, é fundamental investir em diferenciação, seja por meio de um design único, tecnologia de ponta, ou pela construção de uma marca forte e autêntica. A metodologia do "Marketing de Guerrilha" pode ser uma abordagem interessante nesse sentido, ao utilizar táticas criativas e de baixo custo para chamar a atenção do público-alvo e se destacar no mercado. Com foco na inovação, na experiência do cliente e na construção de uma marca sólida, as empresas podem se destacar em um cenário cada vez mais competitivo e conquistar o sucesso desejado. Os recursos humanos representam um dos pilares fundamentais para a competitividade empresarial, uma vez que a equipe de colaboradores é responsável por impulsionar a inovação, a produtividade e a eficiência de uma organização. Um caso emblemático que evidencia a importância da equipe para a competitividade é o da Netflix. Com uma cultura empresarial focada no talento e no desenvolvimento dos seus colaboradores, a Netflix conseguiu se posicionar como líder no mercado de streaming de conteúdo, conquistando uma base massiva de assinantes em todo o mundo. A empresa investe em programas de capacitação, incentivos à criatividade e processos seletivos rigorosos, resultando em equipes altamente qualificadas e engajadas. Por outro lado, a falta de investimento nos recursos humanos pode impactar negativamente a competitividade de uma empresa. Um exemplo disso é a Blockbuster, que não conseguiu se adaptar às mudanças do mercado e acabou declarando falência. A empresa negligenciou a importância da equipe e da inovação, optando por manter um modelo de negócio ultrapassado. Para os leitores que se deparam com situações similares, é fundamental investir no recrutamento de talentos, no desenvolvimento de competências, no estímulo à colaboração e na criação de um ambiente de trabalho favorável ao crescimento profissional. A metodologia Six Sigma pode ser uma ferramenta eficaz para garantir a excelência operacional e o alinhamento dos recursos humanos com os objetivos estratégicos da empresa. Ao priorizar o desenvolvimento e o engajamento da equipe, as organizações podem alcançar níveis mais elevados de competitividade e se destacar no mercado atual. 6. Sustentabilidade: Um desafio crescente para as empresas se manterem competitivas. A sustentabilidade tornou-se um desafio crescente para as empresas que desejam permanecer competitivas no mercado atual. Um exemplo inspirador é a empresa Patagonia, famosa marca de roupas outdoor. Conhecida por seu compromisso com práticas sustentáveis, a Patagonia implementou iniciativas inovadoras, como o programa Worn Wear, que incentiva a reparação e revenda de produtos usados, reduzindo o desperdício e prolongando a vida útil das peças. Além disso, a empresa adotou materiais reciclados em muitas de suas linhas de produtos, contribuindo para a redução da pegada ambiental e conquistando a fidelidade dos consumidores conscientes. Outro caso interessante é o da Natura, gigante brasileira de cosméticos. Com uma abordagem de negócios centrada na sustentabilidade, a Natura investe em pesquisa e desenvolvimento de ingredientes naturais e em práticas de comércio justo com comunidades locais. A empresa também se comprometeu a reduzir suas emissões de carbono e implementou estratégias para diminuir o uso de plástico em suas embalagens. Para os leitores que enfrentam desafios semelhantes, recomenda-se a adoção de práticas sustentáveis em todas as áreas do negócio, desde a cadeia de fornecimento até o produto final, e a busca por certificações que atestem o compromisso ambiental, como a ISO 14001. Investir em inovação e tecnologias verdes também pode ser uma estratégia eficaz para se manter competitivo no mercado atual. A globalização tem sido um fator determinante nos desafios enfrentados pelas empresas na busca pela competitividade. Um exemplo marcante é a multinacional brasileira Natura, gigante do setor de cosméticos, que precisou reestruturar suas operações para competir de forma eficaz em mercados internacionais cada vez mais exigentes. A empresa investiu em estratégias de marketing e comunicação adaptadas a diferentes culturas, além de promover a sustentabilidade e responsabilidade social como diferenciais competitivos. Essa abordagem permitiu que a Natura se destacasse globalmente e conquistasse novos mercados. Outro caso relevante é o da fabricante de automóveis japonesa Toyota, conhecida por sua eficiência operacional e excelência em gestão. Diante dos impactos da globalização, a Toyota adotou o modelo de produção lean, baseado no conceito de eliminar desperdícios e otimizar processos. Essa metodologia permitiu à empresa manter altos padrões de qualidade e reduzir custos, fortalecendo sua posição competitiva em um mercado globalizado e altamente dinâmico. Para os leitores que enfrentam desafios semelhantes, é essencial investir em estratégias de internacionalização bem planejadas, adaptadas às demandas de cada mercado, e considerar a adoção de metodologias como o lean manufacturing para aumentar a eficiência e a competitividade da empresa. Conclusões finais Em um mercado globalizado e altamente competitivo, as empresas enfrentam uma série de desafios ao buscarem se manterem competitivas. Desde a constante evolução tecnológica até a necessidade de adaptação rápida às mudanças do mercado, as organizações precisam estar sempre atentas e preparadas para enfrentar esses desafios e se destacarem em meio à concorrência. Além disso, a busca por eficiência operacional, a gestão eficaz de recursos e a oferta de produtos e serviços inovadores são fundamentais para garantir o sucesso e a sustentabilidade no longo prazo. Para superar esses obstáculos e se tornarem mais competitivas, as empresas precisam investir em estratégias sólidas, capacitação de colaboradores, gestão eficiente de custos e processos, além de promover uma cultura organizacional voltada para a inovação e a melhoria contínua. A busca pela competitividade exige um constante aprimoramento e adaptação por parte das empresas, que devem estar sempre atentas às tendências do mercado e prontas para se reinventar quando necessário. Aqueles que conseguem superar esses desafios com sucesso estão mais preparados para enfrentar a concorrência e se destacar em um ambiente de negócios cada vez mais dinâmico e exigente. Data de publicação: 28 de agosto de 2024Autor: Equipe Editorial da Vorecol.Nota: Este artigo foi gerado com a assistência de inteligência artificial, sob a supervisão e edição de nossa equipe editorial.