

Análise de Impacto de Tendências

Logike Associados S/C

Análise de Impacto de Tendências

Análise de Impacto de Tendências aparece hoje como uma necessidade essencial para organizações que pretendam se manter à frente no mercado em constante evolução. Ao identificar e compreender as tendências emergentes, as empresas podem tomar decisões estratégicas mais informadas. Geralmente a identificação de Tendências e consequente análise de impactos, se inicia com o esforço de se identificar cenários, possibilidades e tendências já tidas como relevantes para um setor da economia em específico.

Apensas como exemplo, nos setores de energia, bens de capital, varejo, transportes e serviços, a tendência atual de desenvolvimento de inteligência artificial e automação está moldando completamente a forma como as empresas abordam a eficiência operacional.

Alguns pontos a observar de início:

Avaliação de Impacto, Riscos e Oportunidades:

Uma vez que as tendências são identificadas, é crucial avaliar seu impacto potencial.

Para empresas de varejo, a tendência crescente de compras online tem um impacto direto nos modelos de lojas físicas, exigindo uma transição para experiências de compra mais integradas entre online e offline.

A análise de impacto pode incluir ainda a avaliação dos riscos associados às tendências que estão (ou deveriam estar) sendo monitoradas.

Com base na análise de tendências, as empresas podem ajustar suas estratégias. Uma empresa de transporte, por exemplo, pode investir em veículos elétricos e soluções de mobilidade sustentável para se alinhar com a crescente conscientização acerca de temas como descarbonização da economia e redução nas emissões de gases do efeito estufa (GEE).

Percebe-se, portanto, que a TÉCNICA de Análise de Impacto de Tendências pode permitir que empresas antecipem mudanças, desde que sejam capazes de identificar oportunidades de crescimento e se adaptar proativamente às demandas do mercado em constante mudança. Ao entender profundamente as tendências emergentes e agir de acordo, organizações de portes distintos, poderão ao menos “buscar um lugar ao sol” ao tentarem se posicionar de forma competitiva nos seus respectivos setores.

Technology Roadmapping (TRM):

Para se conceber uma estratégia efetiva de Roadmapping, com o correto mapeamento de trajetórias tecnológicas, que se queiram perseguir, a empresa precisa se tornar em uma organização de fato visionária.

Caso contrário, dificilmente será hábil para orquestrar o desenvolvimento de produtos em conformidade com os avanços tecnológicos que se apresentam cada vez mais acelerados. Este processo meticuloso envolve a delimitação das interações entre as tecnologias disponíveis e os produtos ou serviços planejados ao longo do tempo, proporcionando uma visão panorâmica da destes em relação às tendências tecnológicas.

De novo, uma metodologia adequada de Análise de Impacto de Tendências, é que irá garantir, algo crucial, como por exemplo:

1. Perspectiva temporal:

Em que momento que determinadas tecnologias estarão disponíveis e de que modo isto afeta a capacidade de sua organização em introduzidos no mercado, algo que seja inédito ou minimamente assemelhado com estas novas tecnologias, sejam elas oriundas de avanço na ciência dos materiais ou mesmo processos de negócio disruptivos.

2. Consequências:

Serão necessários métodos que levem em conta o fato de que em uma economia cheia de incertezas; não apenas as tendências verificadas, mas sobretudo as decisões a se tomar, têm consequências que por vezes não são percebidas com antecipação.

Decisões Embasadas ou Mera Reação?

Neste breve flyer pretendeu-se chamar atenção para a necessidade de uma análise criteriosa, antes de se ativar estratégias para adaptação ao complexo rol de tendências que estão surgindo, como IoT, digitalização, transição energética, novos modelos de prestação de serviços e novos hábitos de relacionamento B2C e B2B.

A rapidez como as mudanças estão se dando no ambiente de negócios, pode implicar na alocação eficiente de recursos para P&D em rotas tecnológicas específicas, ou alocação em compras de software, máquinas e bens de automação ou na modificação do design dos produtos para incorporar as últimas tecnologias disponíveis.

Supondo que a empresa foi capaz de antever quais tendências tecnológicas emergentes irão impactar seu negócio, chega a hora de verificar se é possível investir e obter retorno a partir do que se mapeou com a previsão de tendências. É quando se faz necessário uma combinação de técnicas como Estudos de Viabilidade Técnica e Econômica – EVTE (verificando as premissas operacionais, custos de capital, dispêndios operacionais, taxas de retorno etc.), Análise Multicritério (quando se tem que considerar múltiplos pontos de vista), e mesmo Analytic Hierarchy Process – AHP (quando, para escolher a melhor opção, cabe considerar se os ‘julgamentos’ que se tem disponíveis são minimamente consistentes entre si).

BI, Estudos Setoriais e Análises de Mercado.

O que fazemos:

1. Damos suporte para diretores comerciais, gerentes de conta, e business development manager, realizando grupos de discussão, salas de crise (situation room) e análises dos planos comerciais e de entrada em novos negócios.
2. Propomos modelos decisórios para ambientes com decisão sob incerteza.
3. Fazemos análise de requisitos e poder de barganha; bem como ajudamos a estimar a expectativa de demanda de acordo com modelos de previsões, análise de séries históricas, tendências setoriais e conjuntura macroeconômica.

Fale com nossos especialistas em sac@logike.com ou acesse nosso site em logikeassociados.com.br

