Conexões e redes de negócios aceleram o crescimento e a inovação das médias empresas brasileiras

O aumento da competição e da dinâmica dos mercados reforçou a importância das conexões e redes de negócios, especialmente para as empresas de médio porte. É difícil encontrar médias empresas que não estejam de alguma forma envolvidas em acordos colaborativos, seja com fornecedores, distribuidores, clientes, universidades ou até mesmo concorrentes. No caso específico das médias empresas, é comum estabelecer alianças, parcerias e redes com alto nível de informalidade, com o objetivo de acelerar o crescimento, obter ganhos de escala, reduzir custos, aprender boas práticas, inovar e promover a transformação digital do negócio.

Dados de uma pesquisa realizada pela Fundação Dom Cabral com 779 médias empresas brasileiras demonstram que 70% delas possuem acordos formais ou informais de colaboração com fornecedores, 62% com clientes empresariais, 44% com universidades ou centros de pesquisa, 36% com entidades ou órgãos públicos, 32% com redes ou centrais de negócios e 27% com concorrentes. Em todas essas categorias prevalecem os acordos informais, em que não há um contrato especificando condições de colaboração. Outro resultado relevante da pesquisa indica que aquelas empresas que possuem acordos formais e informais de colaboração com universidades ou com concorrentes apresentam uma participação maior de novos produtos e serviços no seu faturamento. Esse dado mostra como a colaboração influencia positivamente a inovação nas médias empresas e pode se reverter crescimento e resultados.

Clique aqui **e conheça os estudos, pesquisas, indicadores e análises produzidos pela FDC** que pode te apoiar nas suas decisões estratégicas!

Apesar de inúmeras pesquisas e casos de sucesso que demonstram os benefícios da colaboração para as médias empresas, estabelecer e gerenciar acordos colaborativos não é uma tarefa simples. Uma empresa que deseja ser bem-sucedida em sua estratégia de colaboração precisa de pelo menos três competências internas bem desenvolvidas e articuladas:

(1) Competências para iniciar acordos de colaboração: essas competências consistem em um conjunto de atividades e rotinas que são utilizadas pela empresa para iniciar parcerias em seu benefício. Envolvem, por exemplo, ser capaz de identificar potenciais parceiros com os quais se possa estabelecer relações valiosas. Aquelas empresas que monitoram o mercado e mapeiam empresas que possuem recursos tecnológicos e comerciais diferenciados têm maiores chances de sair na frente em possíveis parcerias. Esse monitoramento também pode envolver aspectos como a avaliação da reputação de potenciais parceiros no mercado e oportunidades de complementariedade de recursos. Além disso, envolve atrair esses possíveis parceiros, mostrando como a empresa pode beneficiá-los e que tipo de resultado pode ser obtido na colaboração.

(2) Competências para desenvolver acordos de cooperação: tão importante quanto ser capaz de iniciar acordos é a capacidade de desenvolvê-los para obter os melhores resultados. Quando essa competência não está suficientemente desenvolvida, uma empresa até pode ser

capaz de iniciar relacionamentos, mas corre o risco de não conseguir tirar deles os resultados esperados, levando à frustração pelo tempo e recursos investidos. A competência de desenvolver acordos de cooperação consiste em atividades e rotinas que habilitam uma empresa a gerenciar e fortalecer suas parcerias. Envolvem, por exemplo, atividades como a comunicação transparente, compartilhamento de informações, rotinas de envio de memorandos, relatórios e documentos, reuniões de equipe, processos de tomada de decisões conjuntas e oportunidades de troca de conhecimentos. Essas rotinas aumentam o valor da colaboração para as duas partes e estreitam as relações, a confiança e a disposição para se dedicar às atividades conjuntas.

(3) Competências para encerrar acordos de cooperação: referem-se a saber como terminar acordos colaborativos. São rotinas e atividades para encerrar acordos que não atendem mais aos objetivos planejados. Essa é uma etapa crítica porque implica terminar parcerias sem gerar rupturas ou prejudicar a imagem da empresa no mercado. Inclui atividades como monitorar os resultados alcançados em cada parceria e compará-los com as expectativas. É evidente que não se trata simplesmente de encerrar uma parceria que não está gerando os resultados esperados, sem antes empenhar todos os esforços para torná-la bem-sucedida. No entanto, quando esses esforços foram realizados e, mesmo assim, os resultados foram insuficientes, a empresa deve ser capaz de encerrar o relacionamento.

É importante lembrar que, embora as rotinas e atividades mencionadas sejam importantes para iniciar, desenvolver e encerrar acordos de colaboração, as pessoas envolvidas são ainda mais importantes. Há um componente pessoal muito forte em todo esse processo. As pessoas que fazem a colaboração acontecer precisam ter habilidades relacionais extremamente apuradas: devem ser e parecer confiáveis, transparentes; devem ser negociadoras hábeis, ter empatia e saber gerenciar conflitos. Afinal, o que diferencia um acordo de colaboração de uma transação comercial é que ele busca persistir ao longo do tempo e gerar ganhos mútuos que os envolvidos não poderiam alcançar sozinhos.

Por onde começar? Três recomendações para usar o poder das conexões e redes de negócios

A primeira recomendação é fazer com que a alta gestão da empresa compreenda a importância da colaboração para o negócio. Isso significa trazer a estratégia de colaboração para dentro da cultura da empresa. Sem isso, faltará o apoio necessário a qualquer estratégia que envolva parceiros externos. Empresas que não estimulam seus líderes a considerarem a colaboração como uma estratégia relevante dificilmente terão êxito.

Quando essa direção estiver clara, crie comitês ou grupos de trabalho que pensem estrategicamente o papel das parcerias, alianças e acordos de colaboração para a empresa. Cabe a esses comitês refletir sobre ‘porque colaborar’ e ‘com quem colaborar’ para alavancar os resultados da empresa. Objetivos claros são fundamentais para obter resultados positivos. Esses comitês também funcionam como catalisadores da colaboração em todos os níveis da empresa, pensando e implementando rotinas que desenvolvam as competências da empresa e preparando executivos e gestores para tornar a colaboração efetiva.

Por fim, comece de forma simples: selecione algum fornecedor ou cliente com quem sua empresa já possui significativo tempo de relacionamento e laços de confiança para pensar

como criar mais valor para as duas partes. A colaboração envolve um processo de aprendizagem constante, aperfeiçoando rotinas e atividades da empresa e as habilidades das pessoas que estão na linha de frente com os parceiros. Estabelecer conexões e redes de negócios requer esforços, mas as evidências mostram que o impacto para o crescimento e a inovação das médias empresas brasileiras é altamente positivo.

Se você entende que é o momento de iniciar um movimento de colaboração e ganhos mútuos com a sua rede de negócios , a FDC pode te ajudar! Clique aqui e entenda como podemos contribuir para o crescimento do seu negócio, através da parceria e colaboração com seus fornecedores, clientes e até concorrentes.

Autor: Douglas Wegner, professor da Fundação Dom Cabral na área de Estratégia.