

# **O futuro e a perpetuação das empresas**

**LUÍS RASQUILHA**  
**CEO INOVA CONSULTING E INOVA BUSINESS**  
**SCHOOL**

A INOVA CONSULTING é uma empresa global, com matriz no Brasil e presença na Europa e EUA, que atua na consultoria e treinamento de futuro, tendências e inovação estratégica para a gestão. Através do conhecimento dos cenários, das megatendências, das tendências comportamentais, das tendências de negócio e dos benchmarks de mercado, produzem-se Insights aplicáveis aos negócios, com dna inovador e forte orientação ao futuro.

A INOVA CONSULTING possui experiência de consultoria e treinamento de futuro, tendências e inovação para as seguintes áreas de negócio: hotelaria, turismo, jóias, tecnologia, ensino, varejo e ponto de venda, telecomunicações, ótica, banco, fitness, financeira, seguros, indústria, construção, conteúdos, comunicação, e-commerce, tecnologia, automóvel, bens de consumo, combustíveis e lubrificantes, saúde e bem estar, farmacêutica, transportes, alimentação e bebidas, TV a cabo, conteúdos, mídia, entretenimento.

Para mais informações visite  
[www.inovaconsulting.com.br](http://www.inovaconsulting.com.br)

Ao olhar para história recente vemos as transformações de mercados e negócios que têm condenado empresas, de todos os setores e tamanhos, ao desaparecimento. De grandes multinacionais a médias empresas, passando por pequenos empreendimentos, todas sofrem de elevada mortalidade empresarial. Gestores e empresários lutam diariamente por metas, crescimento, margens, conquista e retenção (de clientes e colaboradores – talento), tentando incessantemente movimentos que não os tiram do lugar. É como se remassem contra a maré, que fica mais forte a cada ano que passa.

Vivemos uma realidade empresarial em permanente mudança, de coexistência de várias gerações (até 5 gerações diferentes hoje trabalham em um mesmo ambiente corporativo), obrigando ao redesenho de estruturas hierárquicas, políticas de liderança e processos de gestão; do aumento da concorrência em todos os níveis; do aumento da expectativa de vida (que atingirá 100 anos); e claro, do aumento da exigência por parte dos agentes da cadeia de valor, desafiando verdades absolutas e pilares até agora inquestionáveis da gestão de empresas. Nada será como antes.

O momento atual pauta-se pela elevada disponibilidade e facilidade de acesso à informação, geradora de conhecimento rapidamente aplicável, fruto de um mundo conectado a elevadas velocidades com preços cada vez mais baixos, que dão origem a movimentos rápidos da concorrência, a clientes mais informados e exigentes; e à absoluta necessidade de diferenciar para sobreviver, e posteriormente crescer. Aprendemos nas universidades a olhar os históricos passados e os benchmarks presentes, tentando encontrar inspiração para melhorar as nossas performances de negócio. Sabemos hoje que, tão ou mais importante do que conhecer o passado e o presente, precisamos entender para onde caminhamos, que futuro nos espera ali à frente. Empresas que não olharem para a frente dificilmente conseguirão trilhar o caminho do sucesso. É como se estiver a conduzir um carro. Se só olhar o retrovisor e as janelas laterais provavelmente não conseguirá manter-se na estrada por muito tempo. Gerir empresas é assim também. Precisamos ver o que está atrás e ao lado sim, mas é fundamental ver o que está à frente na estrada, para decidir para onde vamos e em que velocidade.

Empresas que não olharem para o futuro estarão condenadas ao fracasso e ao desaparecimento. Temos empresas do século XIX, seguindo culturas e regras da 2ª Revolução Industrial, colaboradores do século XX, fechados em caixas, ferramentas e decisões racionais, e clientes do Século XXI, atentos, conectados, exigentes e críticos. O mundo está cheio de oportunidades, para aqueles que as conseguirem identificar antes e que as consigam transformar em valor superando o desafio da execução. A história premiará os ousados, os atentos e os corajosos que caminham para a frente. Por outro lado lembrará aqueles que

tendo potencial não chegaram lá, por manifesta falta de visão. Como quer ser lembrado pela história?

***Veja este artigo no portal da Propmark:***

<http://propmark.com.br/mercado/o-futuro-e-a-perpetuacao-das-empresas>