

Case Setor Automotivo: Inteligência Estratégica Participativa



1. O Contexto da empresa

- Um dos líderes mundiais no setor de autopeças
- Faturamento no Brasil superior a R\$ 1 bi
- Forte intensidade competitiva na maioria de seus mercados
- Uma organização descentralizada em 10 Unidades de Negócios com forte autonomia

2. A problemática

Como ajudar a empresa a reagir mais rapidamente e a antecipar as ameaças e mudanças do mercado ?

- Como obter informações estratégicas acessíveis legalmente ?
- Como criar no Grupo uma sinergia coletiva capaz de captar, comunicar e tratar as informações estratégicas

Exemplo
Sub-
Temas

3. As Soluções

- Montar e capacitar uma rede interna de interlocutores capazes de captar e tratar os sinais fracos oriundos do ambiente externo
- Criar novos rituais coletivos de comunicação interna e geração de sentido a partir dos sinais fracos
- Implementar métodos específicos para tratar e validar as informações recolhidas pela rede interna
- Comunicar as informações validadas aos Diretores para facilitar e acelerar a tomada de decisões
- Retroalimentar o sistema de monitoramento com o resultado das decisões tomadas

4. Os Resultados

- "Sistema de Radar" estabelecido no Grupo capaz de detectar mudanças e ameaças significativas do ambiente externo.
- Ganhos de market share devido a novos produtos lançados
- Ações estratégicas tomadas pelo Grupo :
 - Aquisição
 - Desenvolvimento de novos contratos e produtos
 - Proteção de mercados existentes
 - Ações contra a pirataria...
- Melhor controle e proteção da informação interna
- Reconhecimento pela Casa Matriz do valor agregado do trabalho pioneiro no Brasil