

EDIÇÃO 2023

© **Product Operations Brasil**

Cenário de **Product Ops** no Brasil

Conteúdo

1. Sobre a Comunidade Product Operations Brasil

2. Sobre a Pesquisa

3. Highlights

4. Detalhamento dos Dados

4.1 Dados Demográficos

4.2 Definição de Product Operations

4.3 A Relevância de Product Operations no Brasil

5. Product Operations nas Organizações

5.1 Tamanho do Time de Product Operations

5.2 Impacto das ações de nas Organizações

5.3 Relação entre Produtos e Product Operations

6. Ferramentas

7. Futuro de Product Operations

8. Cenário de Product Operations Fora do Brasil

9. Conclusão

10 Não perca!

1. SOBRE A COMUNIDADE



Product Operations Brasil

A comunidade brasileira de Product Operations é formada por profissionais que atuam na disciplina de Operações de Produto em empresas de tecnologia no Brasil. Nos reunimos com o objetivo de compartilhar experiências e discutir temas relevantes para o desenvolvimento da disciplina em nosso país. Nossa comunidade é composta por representantes atuantes em empresas de diversos setores e tamanhos, incluindo startups e grandes corporações. Acreditamos que, ao compartilhar nossas experiências, podemos ajudar uns aos outros a evoluir em nossas práticas e melhorar a forma como as empresas desenvolvem e entregam produtos. Junte-se a nós e participe dos debates sobre a disciplina de Product Operations no Brasil. Vamos construir uma comunidade forte e colaborativa!

Site oficial

www.productoperations.com.br



Lilian
Grumbach



Julie
Cransac



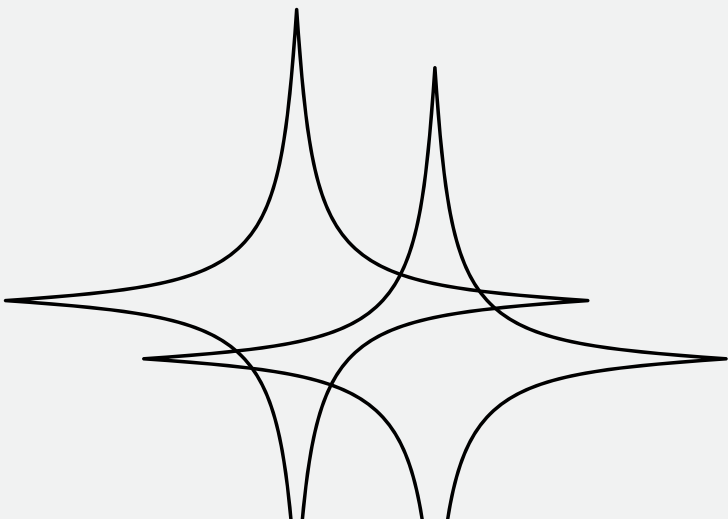
Diogenes
Laertius



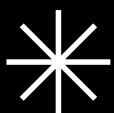
Eduardo
Magalhães



Thaís
Rigolon



2. SOBRE A PESQUISA



A Pesquisa

Esta é uma pesquisa inédita que buscou mapear o cenário brasileiro de Product Operations a partir da colaboração de **62 pessoas** de **56 empresas** no país.

Conhecer mais sobre o cenário no Brasil passa a ser fundamental, uma vez que a área começa a ganhar mais destaque nas organizações. Aqui, a comunidade tem um papel central no mapeamento e compartilhamento dos principais insights a partir dos dados coletados.

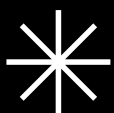
Recomendamos que você leia a pesquisa completa, mas caso queira ir para os principais **Highlights** [clique aqui](#).

Você também tem a opção de acessar imediatamente cada uma das seções a seguir conforme o seu interesse:

- **Detalhamento dos Dados**
- **Product Operations nas Organizações**
- **Ferramentas**
- **Futuro de Product Operations**
- **Cenário de Product Operations Fora do Brasil**
- **Conclusão**
- **Não perca!**

Se você atua em Product Operations e deseja participar das próximas edições desta pesquisa, se **cadastre** na comunidade Product Operations Brasil e contribua para que as empresas possam se beneficiar da sua experiência no tema.

3. HIGHLIGHTS



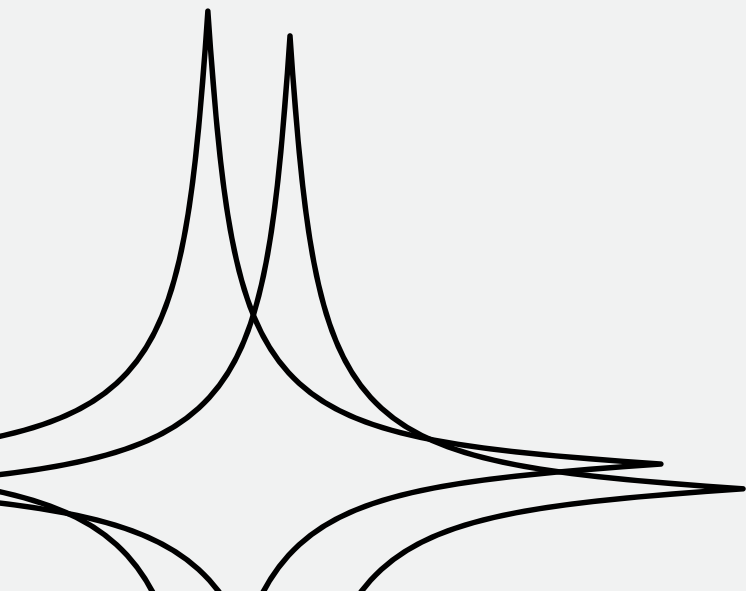
Highlights

✿ 72,6% dos respondentes estão na **região sudeste**, em especial no estado de **São Paulo/SP (53,8%)**.

✿ Os respondentes que estão na área de Product Operations, em sua maioria, possuem um bom grau de instrução: **58,1%** têm uma **pós-graduação/MBA**, seguido de **33,9%** de pessoas com **ensino superior** e **4,8%** com **mestrado**.

✿ Ao analisar o tempo de atuação na área de Product Operations, Produto e/ou Tecnologia, percebe-se que a maioria dos respondentes atua na área entre **1 a 3 anos (33,9%)**. **21%** estão **10 anos ou mais** e **16,1%** de **6 a 10 anos**.

✿ Para a maioria dos respondentes (**54,8%**), Product Operations **desempenha um papel influente** no crescimento de Produtos nas organizações, além de ter um grande potencial a ser explorado. A necessidade está crescendo a cada dia, dado o grande número de experiências ruins em tentar escalar a performance dos times e das entregas de produto.



Highlights



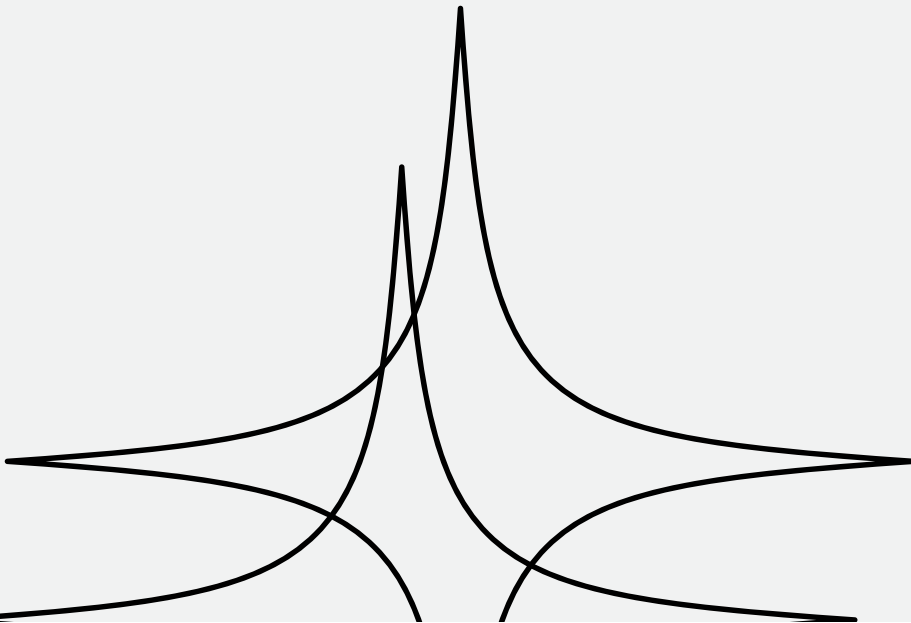
Para **51,6%**, Product Ops existe para impactar positivamente os indicadores financeiros das organizações. No entanto, esse impacto ocorre de forma indireta em comparação ao impacto que as soluções de produto geram.



A **implementação de procedimentos e governança e o apoio na conexão entre Produtos e Negócios** são as ações que mais se destacam como maior impacto de Product Operations nas organizações.



As organizações em crescimento estão com **foco na eficiência operacional** e precisam de áreas enxutas que sejam **habilitadoras**, como é o caso de Product Operations que está ganhando visibilidade a partir de um papel mais estratégico e conectado ao negócio.



4. DETALHAMENTO DOS DADOS

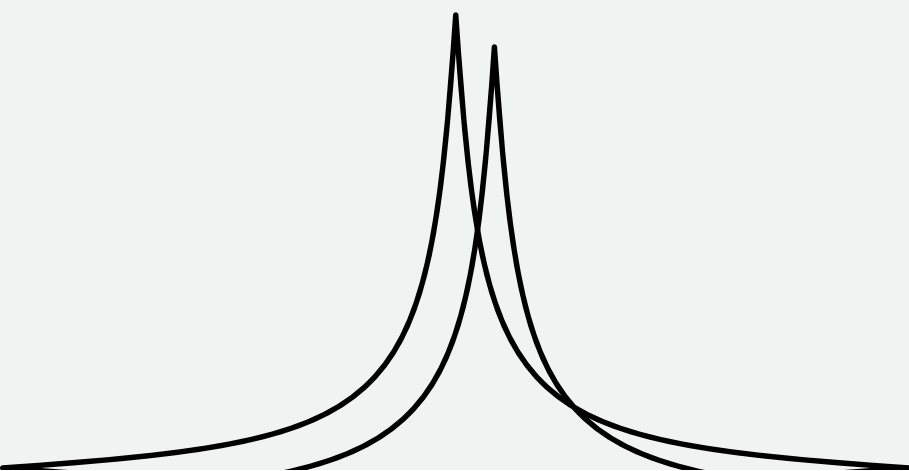


Detalhamento dos Dados

A pesquisa foi realizada durante o **primeiro semestre de 2023** a partir da disponibilização de um formulário com perguntas para conseguir aprofundar no real impacto de Product Operations no país e contou com pessoas representantes de diversas áreas de negócio como **Fintechs, SaaS, Ecommerce, Consultorias**, entre outras.

Os dados coletados foram organizados nos tópicos a seguir para facilitar a compreensão e motivar futuras discussões na comunidade e nas organizações:

- Detalhamento dos Dados
 - Dados Demográficos
 - Definição de Product Operations
 - A Relevância de Product Operations no Brasil
- Product Ops nas Organizações
 - Tamanho do Time de Product Operations
 - Impacto das ações de Product Operations nas Organizações
 - Relação entre Produtos e Product Operations
- Ferramentas
- Futuro de Product Operations
- Cenário de Product Operations Fora do Brasil



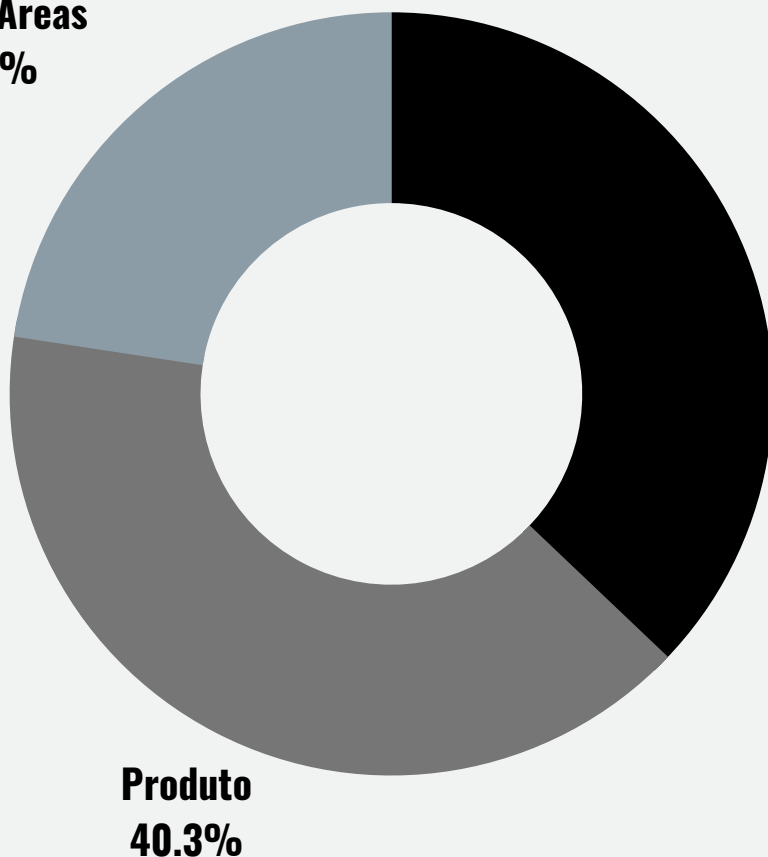
Detalhamento dos Dados

Dados Demográficos

Product Operations ainda é uma disciplina a ser evoluída em todo o mundo e não seria diferente no Brasil, cujo potencial tecnológico vem se concretizando e criando grandes referências no mundo. O PIX, por exemplo, é uma solução admirada e já está sendo exportada para alguns países. Ter a área difundida nas diversas regiões do país ajudará na escalabilidade de empresas de tecnologia. No entanto, ainda se faz necessária uma real diversidade na capilaridade da área saindo apenas da região sudeste do país.

A análise a partir dos dados demográficos das pessoas participantes da pesquisa demonstram que:

Outras Áreas
22.6%



Product Operations
37.1%

40,3% das pessoas estão na estrutura de **Produto** e em cargos de **Product Management**; **37,1%** estão no cargo e na estrutura de **Product Operations** e **22,6%** fazem parte de outras áreas como Agilidade, Design ou Program Management.

Detalhamento dos Dados

Dados Demográficos

72,6% das pessoas estão na **região sudeste**, em especial no estado de **São Paulo/SP (53,8%)**.



As pessoas que estão na área, em sua maioria, possuem um bom grau de instrução: **58,1%** têm uma **pós-graduação/MBA**, seguido de **33,9%** de pessoas com **ensino superior** e **4,8%** com **mestrado**.

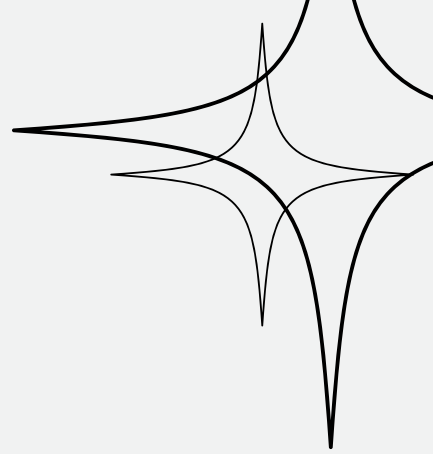


Ao analisar o tempo de atuação na área de Product Operations, Produto e/ou Tecnologia, percebe-se que a maioria das pessoas atua na área entre **1 a 3 anos (33,9%)**. **21%** estão **10 anos ou mais** e **16,1%** de **6 a 10 anos**.



Detalhamento dos Dados

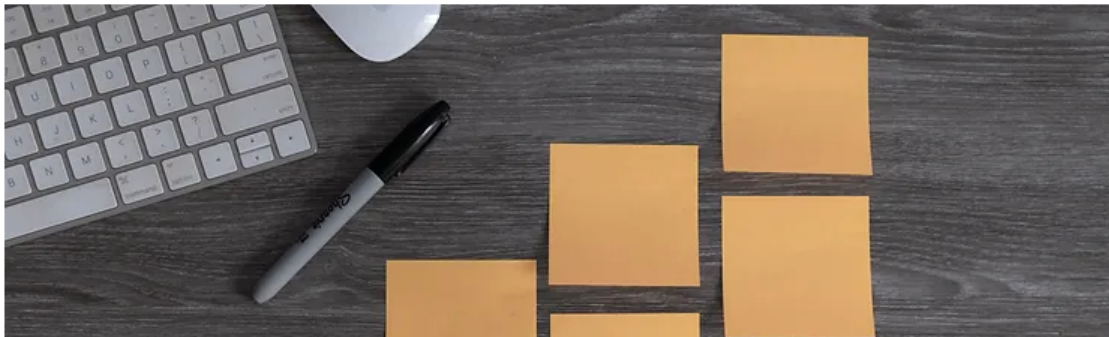
Definição de Product Operations



Percebemos que o escopo é bastante variável entre as organizações brasileiras da mesma forma que é percebido nas pesquisas internacionais. O quarto encontro da comunidade brasileira de Product Operations, realizado em junho/2021, discutiu esse tema, apresentando algumas similaridades com o mercado internacional, mas também algumas especificidades interessantes. As três perguntas discutidas geraram uma boa visão sobre o escopo definido nas organizações.

Qual escopo de Product Operations?

Atualizado: 20 de jul. de 2021



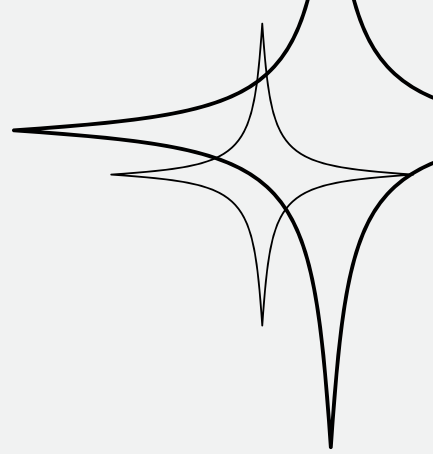
Alguns artigos e fóruns internacionais vem discutindo o escopo e atuação de Product Operations nas organizações. Mas no Brasil, será que a realidade é similar?

O quarto encontro da comunidade brasileira de Product Operations, realizado em junho/2021, discutiu esse tema, apresentando algumas similaridades com o mercado internacional, mas também algumas especificidades interessantes.

No formato de World Cafe, a comunidade respondeu a 3 perguntas que surgem nas organizações que estão implantando essa disciplina ou até mesmo amadurecendo e evoluindo.

Detalhamento dos Dados

Definição de Product Operations



Qual escopo Product Operations DEVE ter?

A ideia com essa pergunta era identificar atribuições obrigatórias dessa disciplina nas organizações brasileiras. Otimização da eficiência operacional dos times de produto e alinhamento estratégico entre as áreas foram as duas macro atribuições identificadas.

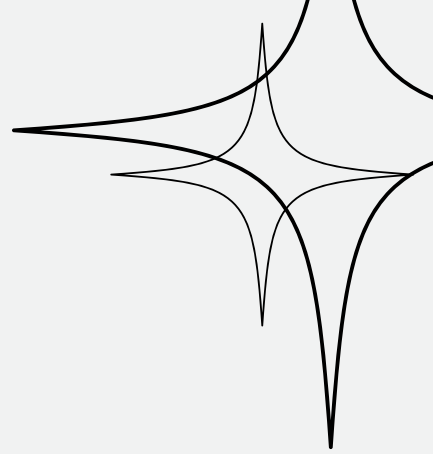
Essas duas atribuições não devem ter gerado surpresas, entretanto, ao se olhar em detalhe como cada organização as interpreta, percebemos algumas oportunidades de atuar de forma cada vez mais estratégica, liberando o máximo de banda dos times multidisciplinares de desenvolvimento de produto.



- *Otimização da eficiência operacional dos times de produto;*
- *Escala de práticas e ferramentas de desenvolvimento de produto;*
- *Atuação em conjunto com outras áreas para escala de processos de Delivery;*
- *Escala dos processos de Discovery;*
- *Estrutura dos processos que envolvem pessoas em parceria com RH (seleção, desenvolvimento, avaliação de performance, onboarding, etc);*
- *Alinhamento estratégico entre as áreas e visão holística do portfólio de produtos na organização, mantendo stakeholders na mesma página;*
- *Mapeamento de alavancas com oportunidades de produto;*
- *Influencia na construção; manutenção do roadmap e estratégia da organização;*
- *Monitoramento de métricas de produto, fornecendo insights para a organização;*
- *Fomentar a cultura de produto em toda a organização.*

Detalhamento dos Dados

Definição de Product Operations



Qual escopo Product Operations NÃO DEVE ter?

A ideia com essa pergunta era identificar atribuições que essa disciplina não deve abraçar para evitar disfunções na organização. Tão importante quanto saber o que deve ser feito é saber dizer não para aquilo que não trará tanto valor ou causará confusão com atribuições de outras áreas ou perfis de produto, engenharia, dados.

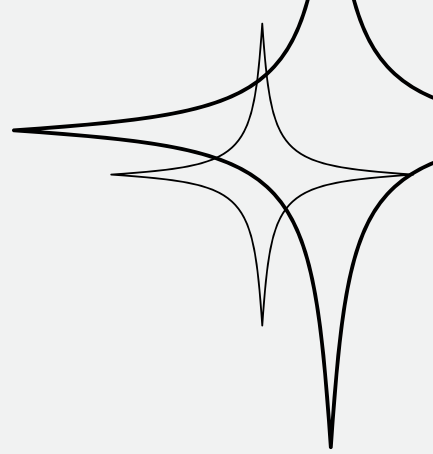
O grande ponto de concordância da comunidade foi que Product Operations não deve direcionar times de produto ou tomar decisões sobre desenvolvimento de produto. Além desse ponto, algumas outras atribuições foram levantadas como fora do escopo de Product Operations, como, por exemplo:



- *Fornecer auxílio operacional aos times de produto de tecnologia. Esse é um aspecto fundamental de ser bem compreendido: operação é diferente de operacional;*
- *Executar processos pelos gestores: seleção, onboarding, acompanhamento de carreira, etc;*
- *Gerar dashboards e acompanhar métricas/indicadores de funcionalidades para os times de produto.*

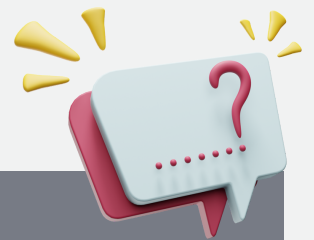
Detalhamento dos Dados

Definição de Product Operations



Qual escopo Product Operations PODE ter?

Como nem tudo é sempre preto ou branco, existe um escopo que pode ser atribuído a essa estrutura sem prejuízo a quem atua nela e também à organização. Alguns exemplos foram identificados:

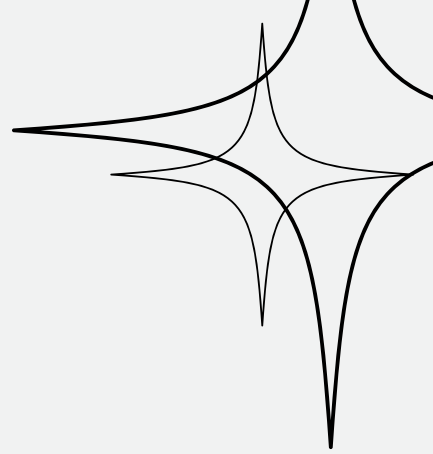


- *Atuar como pessoa "Consultora" de times de produto, seja implantando práticas, seja apoiando pesquisas com usuários;*
- *Participar de cerimônias dos times quando percebida a necessidade de aumento de maturidade nas práticas;*
- *Ser responsável pela seleção e implantação de ferramentas de engenharia;*
- *Desenvolver pessoas em produto;*
- *Transitar entre áreas para identificar oportunidades para produto;*
- *Ser ponte com os times de operações da empresa (CX, por exemplo).*

Por ser uma área ainda em expansão no Brasil, as definições em cada organização tendem a refletir as principais dores que precisam ser resolvidas. No entanto, conseguimos ver um padrão na maioria das respostas que indicam que **Product Operations é uma área que habilita o trabalho para que os times de produto possam focar na geração de resultados e entregas contínuas de valor para o cliente.**

Detalhamento dos Dados

Definição de Product Operations



"Product Ops é uma área que busca elevar a maturidade de produto da organização e dos colaboradores, simplificando os processos para que os times de produto possam focar em gerar resultados. Além disso, é uma área que busca facilitar o alinhamento entre a estratégia da empresa e a estratégia/visão de futuro dos produtos."

Angela Albarello Tolfo
Head de Product Ops na Sicredi

"Product Ops não é sobre como gerir produtos digitais e sim como habilitar a boa gestão e execução com a arquitetura, engenharia e processos que tornam a validação de hipóteses de forma frequente, iterativa e incremental para atingir o melhor Time to Market. ProdOps permite a independência das equipes para promoverem suas aplicações, tanto experimentos quanto soluções finais, direto a seus clientes e usuários, decidindo o quando, como e para quem quiser, respeitando a cultura, papéis, cargos, autoridades e políticas de cada companhia."

Christiano Milfont
Product Ops Principal na Accenture



Detalhamento dos Dados

A Relevância de Product Operations no Brasil

Para a maioria das pessoas participantes (**54.8%**), a área **desempenha um papel influente** no crescimento de Produtos nas organizações, além de ter um grande potencial a ser explorado. A necessidade está crescendo a cada dia, dado o grande número de experiências ruins em tentar escalar a performance dos times e das entregas de produto.

Para **43.5%**, Product Operations existe para garantir que cada cliente tenha o melhor produto e experiência possível. No entanto, esse impacto ocorre de forma indireta ao apoiar os demais times a realizarem o trabalho da melhor forma. Para **54.8%**, as operações de produto estão facilitando a vida das pessoas de Produto nas empresas.

"Na minha experiência com pessoas que estão liderando esta área no Brasil (e também no mundo), a maior parte está cumprindo o seu papel, desonerando os times de produto. Entretanto, existem empresas que não sabem ainda conviver com essa estrutura, tentando delegar a ela trabalhos extremamente operacionais e que não movem resultados significativos."

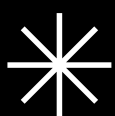
Lílian Grumbach

CPO & COO on demand na Grumbach Consulting



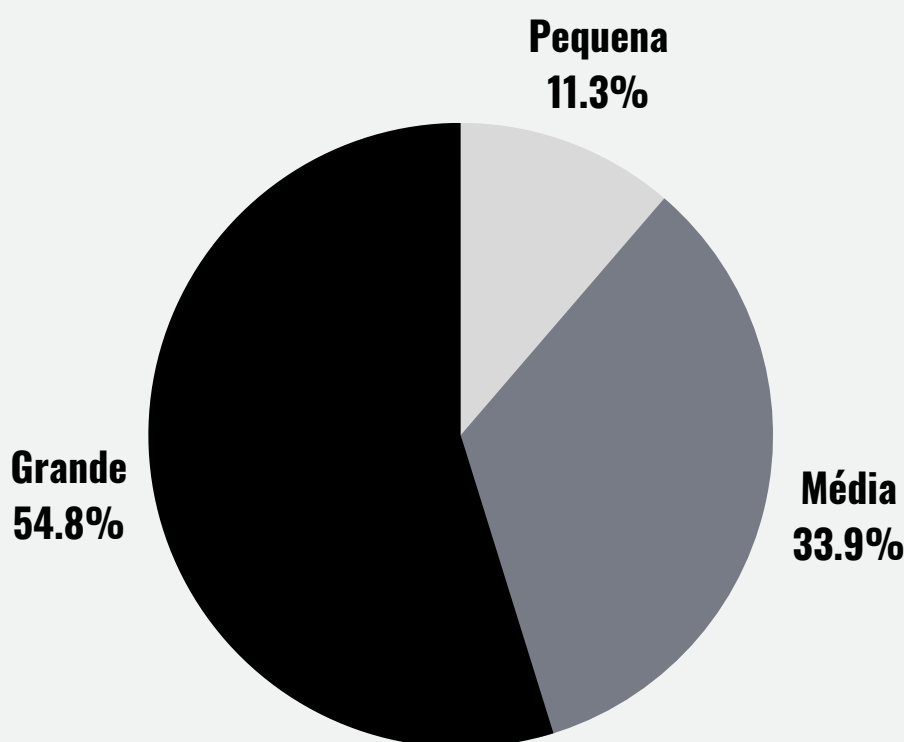
Para **51.6%**, Product Operations existe para impactar positivamente os indicadores financeiros das organizações. No entanto, esse impacto ocorre de forma indireta em comparação ao impacto que as soluções de produto geram.

5. PRODUCT OPERATIONS NAS ORGANIZAÇÕES



Product Operations nas Organizações

A área de Product Operations surge nas organizações quando o crescimento começa a impactar na eficiência operacional, ou seja, os processos começam a ficar mais complexos e o time de Produto precisa de um suporte robusto para gerar eficiência com as apostas corretas (eficácia). Os dados da pesquisa corroboram com essa afirmação, uma vez que as pessoas atuam em **grandes (54.8%) e médias (33.9%) empresas**.



No entanto, mesmo as pessoas trabalhando em grandes e médias empresas, apenas **30.6%** dedicam uma área exclusiva para Product Operations. **45.2%** das empresas não têm uma área específica, mas o papel é desempenhado de forma distribuída ou com pessoas alocadas parcialmente.

Das empresas que ainda não possuem área dedicada, **37.2%** pretendem criar um departamento específico de Product Operations em 2023.

Product Operations nas Organizações

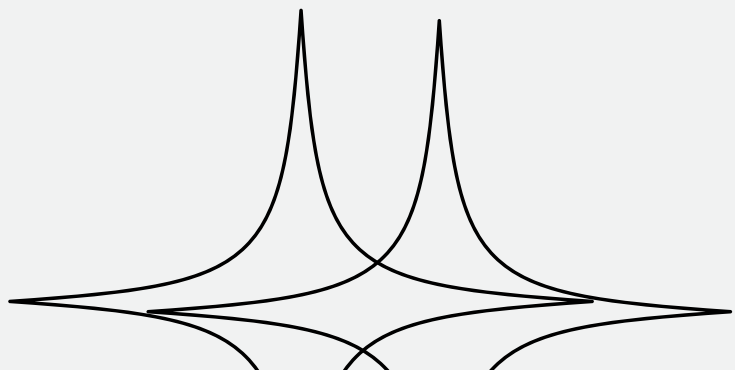
Tamanho do Time de Product Operations

De acordo com os insights valiosos extraídos da pesquisa conduzida, é evidente que os times dedicados a Product Operations se destacam por sua agilidade e eficiência. **A análise dos dados coletados revela um padrão notável: essas equipes tendem a manter uma abordagem enxuta**, geralmente compreendendo não mais que 20 pessoas.

A peculiaridade marcante é que, em sua maioria, essas equipes operam como um time cross-funcional, desempenhando um papel de consultoria estratégica para toda a organização. Assumindo uma postura colaborativa e interdisciplinar, os profissionais de Product Operations trabalham em estreita colaboração com diferentes setores, oferecendo insights cruciais e estratégias pontuais para otimizar o ciclo de vida do produto e promover a inovação de maneira eficaz.

Essa configuração enxuta, permite que as equipes de Product Operations se adaptem com rapidez às mudanças de demanda e às necessidades dinâmicas do mercado. Ao fazê-lo, elas se tornam uma parte integrante do mecanismo que impulsiona a excelência operacional e a entrega eficiente de produtos de alta qualidade.

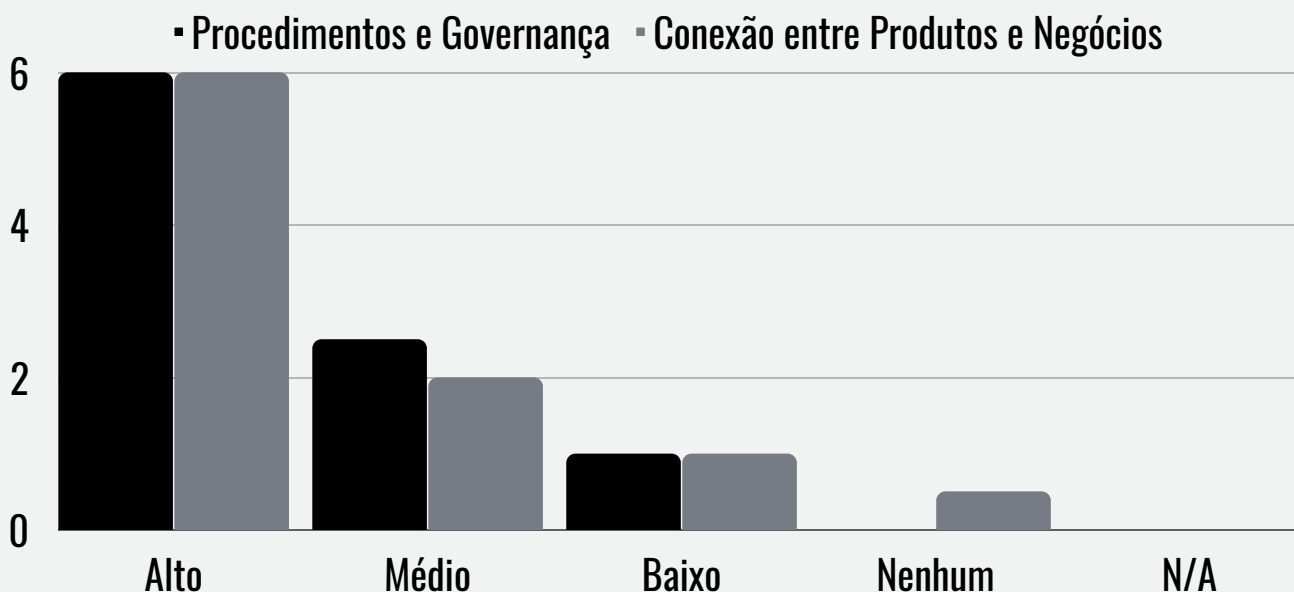
Esses dados oferecem um olhar perspicaz sobre a natureza flexível e estratégica das equipes de Product Operations no cenário brasileiro. Estabeleceram-se como verdadeiros catalisadores da inovação, orientando a organização para o sucesso ao equilibrar a expertise técnica com uma abordagem consultiva, moldando o futuro dinâmico da gestão de produtos no Brasil e além.



Product Operations nas Organizações

Impacto das Ações nas Organizações

Ao analisar os dados sobre o impacto das ações de Product Operations, a **implementação de procedimentos e governança** e o **apoio na conexão entre Produtos e Negócios** são as frentes que mais se destacam como geradoras de maior impacto:



"Product Ops tem muita relevância em ajudar a Neon a ter mais eficiência operacional a partir da criação de processos e utilização de ferramentas de analytics que possibilitam elevar a organização a um patamar mais alto. Também apoia a conexão entre Produtos e as demais áreas, além de engajar a comunidade de produtos na troca de conhecimento e melhores práticas."

Thaís Rigolon

Partner & Product Ops Manager na Neon



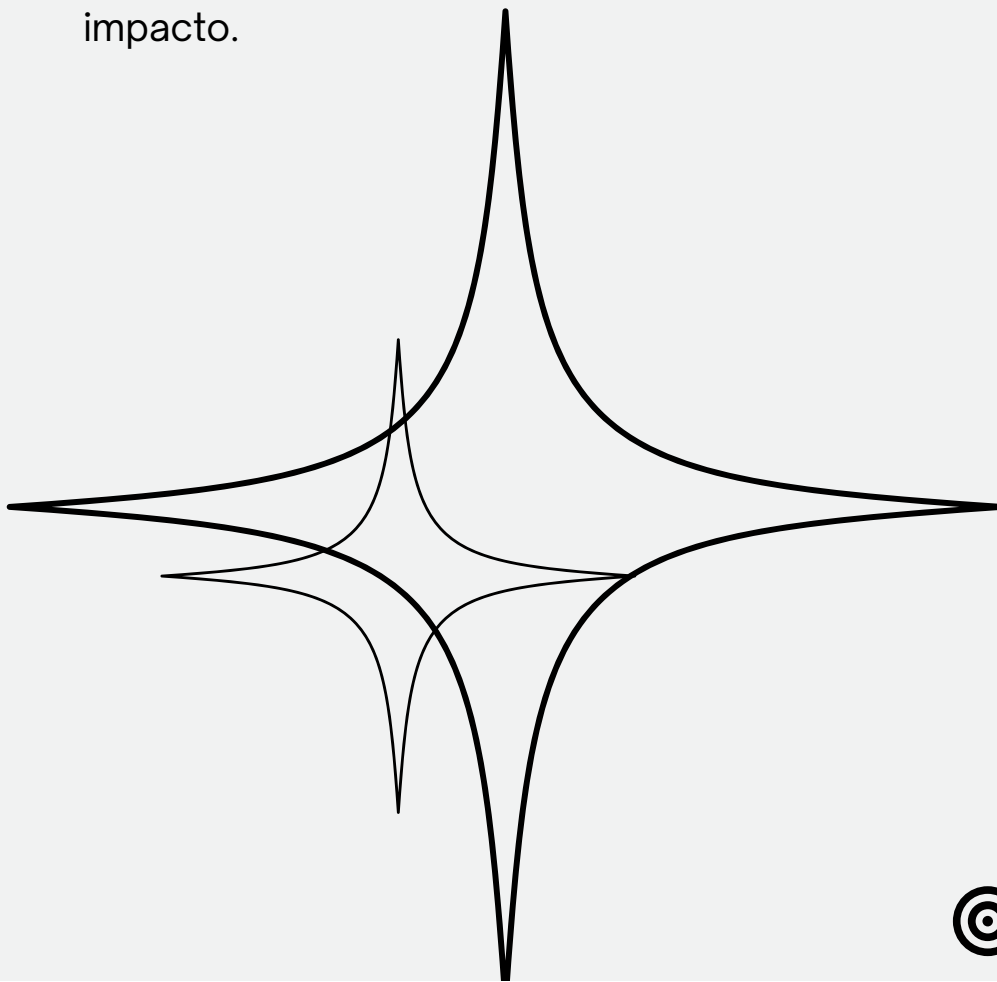
Product Operations nas Organizações

Impacto das Ações nas Organizações

Quando analisamos o impacto médio das ações, se destaca **o apoio nas atividades do dia-a-dia que envolvem o desenvolvimento de Produtos**, o que indica que Product Operations precisa ter um foco maior em ser um time que habilita outros mais do que estar no dia a dia da gestão de produtos.

Por fim, as ações que demonstram baixo impacto de Product Operations nas organizações foram a **coordenação em toda a organização de atividades relacionadas desde o lançamento até a desativação de produtos e a sintetização do feedback contínuo do cliente** sobre vendas, serviços e suporte.

Poucas organizações possuem Product Operations como um dos principais geradores de insights para os times de Produto, o que corrobora com o fato da consolidação de feedbacks ter ainda um baixo impacto.



Product Operations nas Organizações

Relação entre Produtos e Product Operations

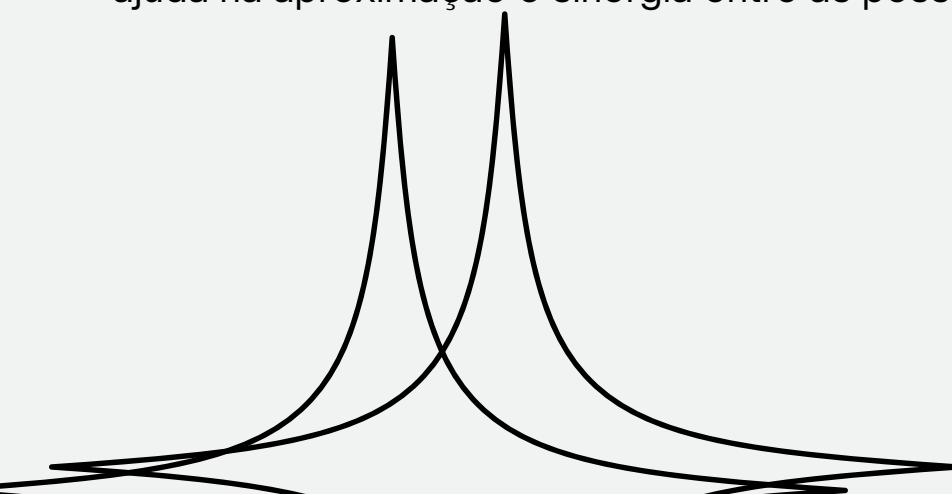
Cada organização acaba tendo um formato de estrutura para Product Operations, mas, na maioria das empresas representadas na pesquisa, a área faz parte de Produtos. Isso facilita a comunicação e engajamento entre a relação das duas áreas, pois Product Operations acaba tendo a responsabilidade de focar em iniciativas que facilitem o dia a dia dos times de produtos.

"No nosso caso é totalmente integrado, sob uma mesma gestão. Todas as ações são desenhadas em conjunto e parceria com as outras lideranças do time de produtos (GPMs, Design Manager, CX). O desafio é muito mais ligado à capacidade de priorização das demandas de Product Ops frente aos desafios do dia-a-dia."

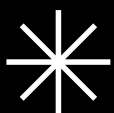
Diego Guapyassú
Product Ops Lead na Pravalier



Outro ponto de destaque que apareceu na pesquisa é o de Product Operations ter uma recorrência com o time de Produtos, seja para fomentar uma comunidade de prática ou até mesmo para coletar feedbacks das iniciativas priorizadas. Esse ponto de contato recorrente ajuda na aproximação e sinergia entre as pessoas.



6. FERRAMENTAS

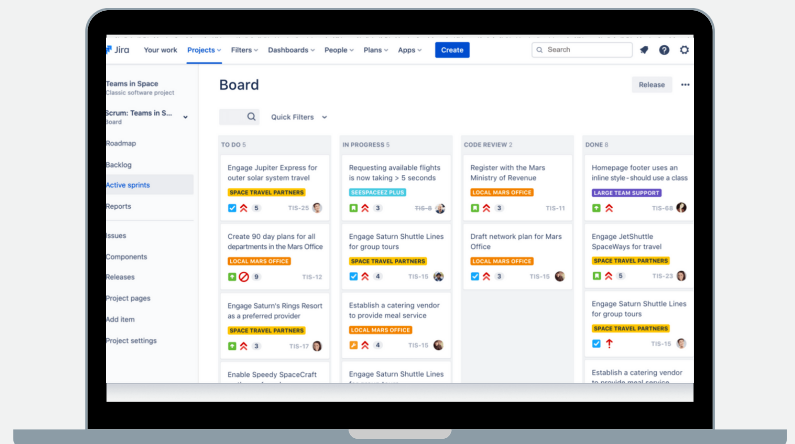


Ferramentas

Nesta pesquisa, exploramos um ponto crucial: **as ferramentas essenciais** que Product Operations utiliza no dia a dia para fazer o motor girar, dando às equipes o impulso necessário para alcançar seus objetivos e obter os melhores resultados. As principais ferramentas citadas na pesquisa foram as seguintes:

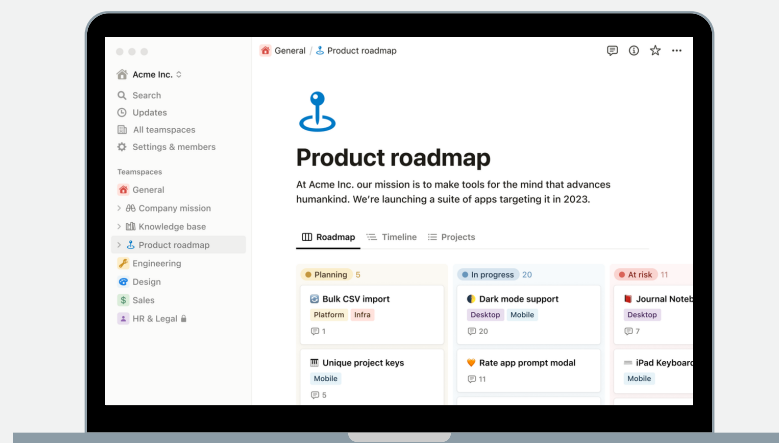
- **Jira/Azure DevOps**

Foco na gestão de desenvolvimento de software que permite o monitoramento de tarefas e acompanhamento de projetos garantindo o gerenciamento das atividades em único lugar.



- **Confluence/Notion**

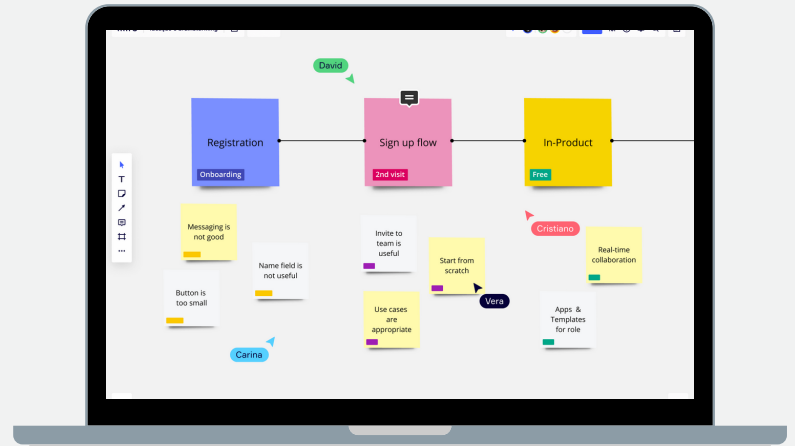
Wiki corporativa para gerenciamento do conhecimento, documentação, gerenciamento de dados e projetos, etc.



Ferramentas

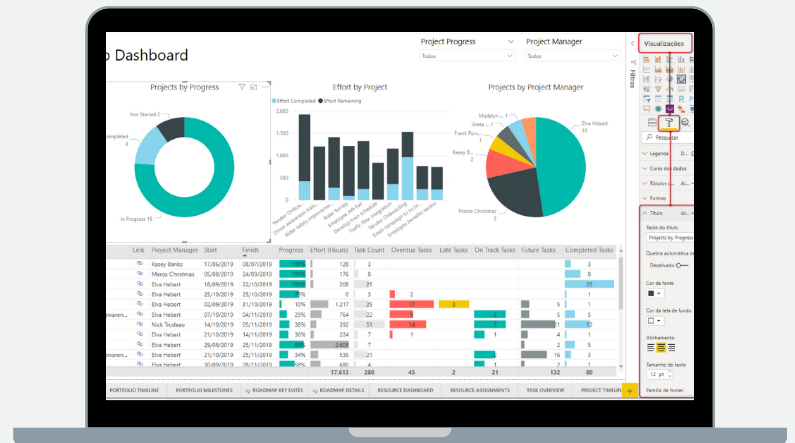
- **Miro/Figma**

Plataforma de colaboração digital projetada para facilitar a comunicação de equipes remotas e distribuídas.



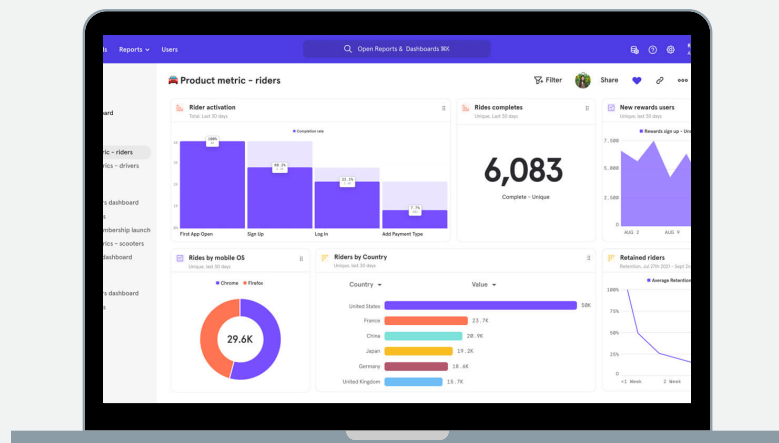
- **Power BI/Quicksight**

Serviço de análise de negócios e análise de dados.



- **Mixpanel**

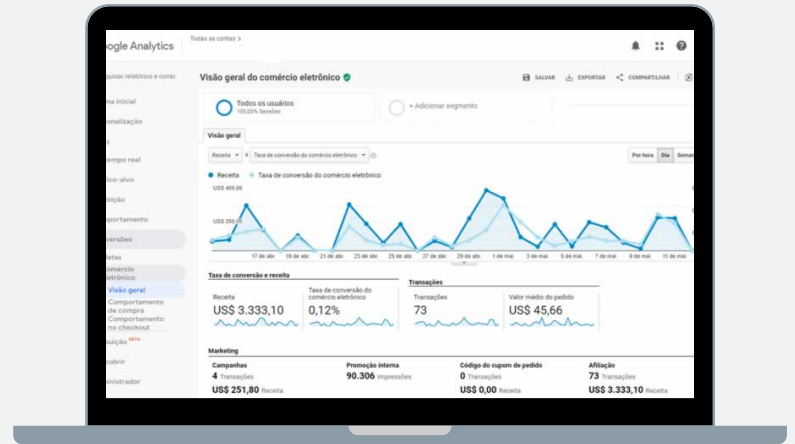
Serviço de análise de eventos que rastreiam as interações do usuário com aplicativos. Os dados coletados são usados para criar relatórios personalizados e medir o comportamento e a retenção.



Ferramentas

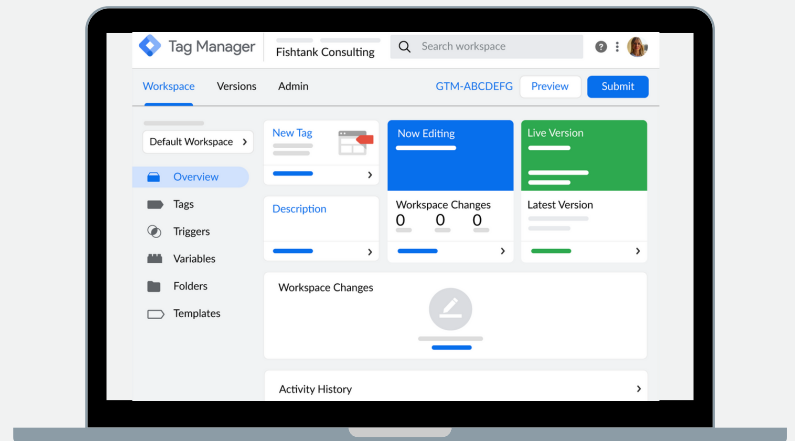
- **Google Analytics**

Plataforma que coleta dados nos apps e sites para criar relatórios sobre a empresa.



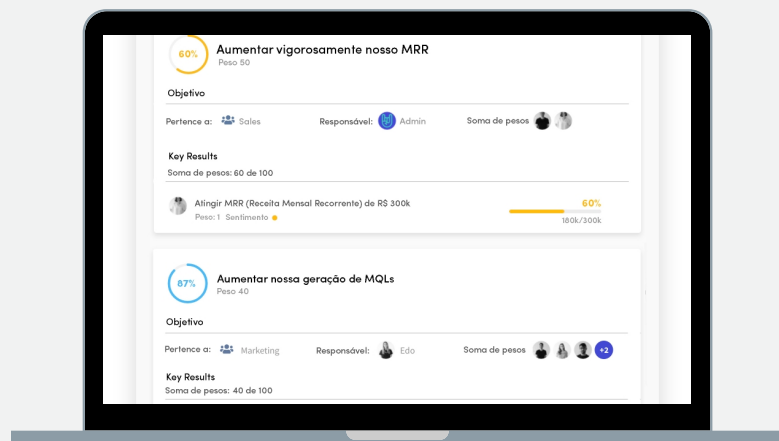
- **Google Tag Manager**

Sistema que permite atualizar de forma simples e rápida códigos de acompanhamento e fragmentos de códigos relacionados (conhecidos como tags) no site ou app.



- **Culture Rocks**

Plataforma de avaliação de desempenho, gestão de metas ou OKRs, pesquisas, feedbacks, 1:1s, PDI e People Analytics.



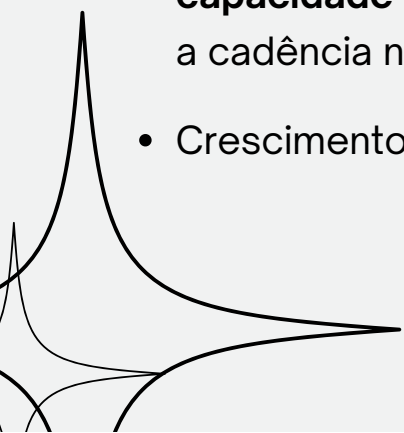
7. FUTURO DE PRODUCT OPERATIONS



Futuro de Product Operations

Com os dados desta pesquisa, fica claro que ainda estamos descobrindo a área de Product Operations no país e como gerar cada vez mais valor para as organizações. Dessa forma, o futuro acaba sendo bem incerto, mas conseguimos observar algumas tendências:

- As organizações em crescimento estão com **foco na eficiência operacional** e precisam de áreas enxutas que sejam habilitadoras, como é o caso de Product Operations.
- Product Operations está ganhando visibilidade nas organizações a partir de **um papel mais estratégico e conectado ao negócio**.
- Os times de Product Operations **serão enxutos e focados em dores** específicas das organizações, definindo seus próprios pilares.
- A **diversidade** deve se tornar fator fundamental para as áreas de Product Operations que desejam se tornar diferenciadas das demais organizações com mais inovação.
- **Cursos específicos** de Product Operations devem começar a aparecer com mais frequência no Brasil, inclusive com certificações.
- A área poderá possibilitar mais **integração e menos ruído** nas tomadas de decisões com foco em Produto.
- Como foi o caso do papel do Product Manager, **haverá um aumento de pessoas interessadas na área** e empresas buscando se adequar ao mercado e criando essa estrutura.
- Serão, cada vez mais, **times enxutos, seniores e com ampla capacidade de influência**, dando o ritmo para as áreas de Produto e a cadência necessária para impactar o negócio.
- Crescimento de **literatura** que suporte toda a comunidade.

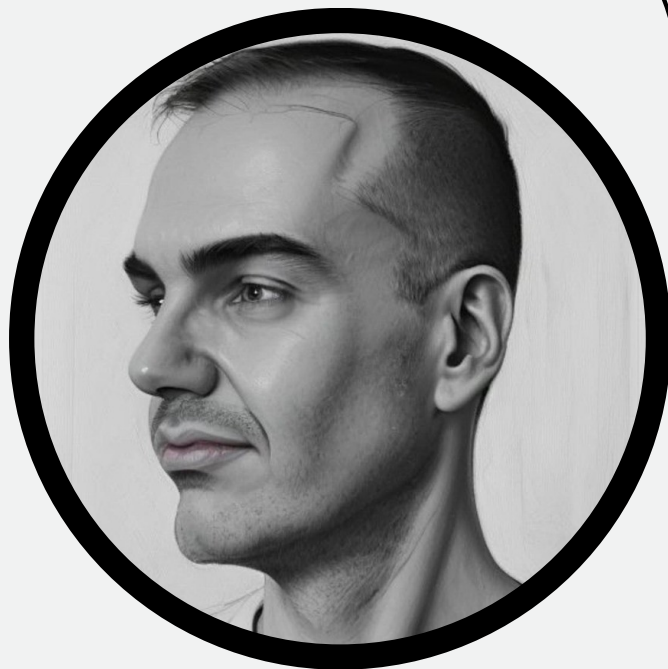


Futuro de Product Operations

"As áreas de Ops em geral serão cada vez mais importantes. Devem ser times enxutos, seniores e com ampla capacidade de influência. Darão o ritmo para as áreas de Produto e a cadência necessária para causar efeitos positivos no negócio."

Eduardo Magalhães

Head de Product Operations na RD Station



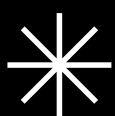
"Gosto de ver o copo meio cheio e apesar dos momentos de demissões em massa que vem ocorrendo, Product Ops se torna um cargo ainda mais estratégico dado a necessidade de se fazer mais com menos e trabalhar os processos dentro das organizações."

Diogenes Laertius

Senior Product Manager na Sicredi



8. CENÁRIO DE PRODUCT OPERATIONS FORA DO BRASIL



Cenário Fora do Brasil

Manifesto

Um marco importante para a comunidade de Product Operations foi a criação do Manifesto que define o propósito de capacitar as organizações de produtos para, coletivamente, de forma eficaz e eficiente, gerar os resultados mais significativos para os clientes.

The Product Operations Manifesto

Product Operations empowers product organizations to collectively, effectively and efficiently drive the most meaningful outcomes for customers

Our Principles

These are the values we commit to, and which will guide us and our decision-making

- **Flexibility over uniformity** - because Product Operations is tailored to the unique needs of each organization, rather than relying on a one-size-fits-all approach
- **Open collaboration over functional separation** - because Product Operations is most effective when we co-create the solutions to our organisation's challenges
- **Short iteration cycles over long-term plans** - because we uncover new data every day, and because what worked yesterday might not work today
- **Depth of impact over breadth** - because we prioritise the work with the highest positive impact to the organisation

Cenário Fora do Brasil

State of Product Ops Report

A principal pesquisa internacional sobre a área é realizada pela Product-Led Alliance no State of Product Ops. Na edição de 2023, 91% das pessoas confirmaram que já tinham uma função de Product Operations em vigor em sua organização (o número se manteve desde a primeira edição, em 2022). Além disso, 32% indicaram que "habilitar times de produtos" é a principal responsabilidade da área e 24% indicaram que analisar dados para ajudar na tomada de decisão de produtos é um papel importante de Product Operations.



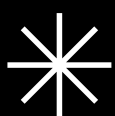
Cenário Fora do Brasil

Product Ops Beyond the Hype

No e-book da Birdie, Product Ops beyond the hype, lançado em 2023, é possível avaliar que Product Ops faz parte de todas as discussões sobre gerenciamento de produtos hoje em dia. Como acontece com qualquer nova área, ainda há muita confusão sobre o que exatamente são operações de produto, pelo que elas devem ser responsáveis e como isso pode impactar positivamente nos resultados.



9. CONCLUSÃO



Conclusão

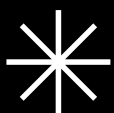
Esperamos que os resultados da pesquisa sobre o cenário de Product Operations no Brasil tenham fornecido **insights valiosos e diferentes perspectivas sobre a área para você!** Além de ter proporcionado insumos para impulsionar o sucesso em sua organização para entregar produtos e experiências incríveis com foco no cliente e gerando impacto positivo no negócio.

A transformação em Product Operations é uma jornada coletiva. Ajude-nos a impulsionar esse movimento compartilhando esta pesquisa com sua rede. Juntos, podemos potencializar e aprimorar o cenário de Product Operations no Brasil!



 **Product Operations Brasil**

10. NÃO PERCA!



Não Perca!

Conecte-se e Amplie o Impacto com a Comunidade Product Operations Brasil!

Estamos construindo um movimento poderoso de entusiastas de Product Ops no Brasil, e você faz parte dessa transformação! Junte-se a nós para expandir os horizontes do conhecimento em gestão de produtos e fazer parte de uma rede apaixonada de profissionais.

Explore o Mundo Product Operations Brasil:

- **Website:** Navegue pelo nosso site em ProductOperations.com.br para acessar recursos, artigos, eventos e insights valiosos.
- **LinkedIn:** Siga nossa [página no LinkedIn](#) e mergulhe em discussões inspiradoras, atualizações do setor e histórias de sucesso. Vamos fortalecer nossa rede profissional juntos!
- **Slack:** Participe do nosso canal no Slack, onde a comunidade se reúne para compartilhar ideias, resolver desafios e criar laços profissionais duradouros. Juntos, somos mais fortes!
- **WhatsApp:** Receba atualizações instantâneas e esteja no centro das conversas da comunidade Product Ops Brasil. Basta enviar uma mensagem para o nosso número no WhatsApp e entrar para nossa lista exclusiva!

Seja um embaixador do Product Ops, compartilhe insights valiosos, faça networking com os melhores da área e contribua para uma evolução contínua. Estamos unidos para moldar o futuro da gestão de produtos no Brasil!

Não perca essa oportunidade de ser parte ativa dessa revolução. Junte-se a nós e ajude a impulsionar o cenário de Product Operations no Brasil rumo a um futuro incrível!

Não Perca!

Parcerias

Estamos sempre abertos a novas parcerias para fortalecer e expandir a nossa comunidade apaixonada de Product Operations Brasil. Se você compartilha nossa visão de impulsionar a excelência na gestão de produtos e deseja fazer parte ativamente dessa revolução, ficaríamos encantados em explorar oportunidades de colaboração.

Construir pontes é o que fazemos de melhor. Seja você um profissional, uma empresa ou uma organização com interesses afins, há diversas maneiras de se envolver com a nossa vibrante comunidade. Desde eventos colaborativos e workshops inspiradores até patrocínios estratégicos, juntos podemos moldar o futuro do Product Ops no Brasil. Vamos iniciar essa jornada juntos? Não hesite em nos procurar e iniciar uma conversa sobre como podemos estabelecer uma parceria valiosa.

Você pode nos contatar por e-mail contato@productops.com.br ou, se preferir, visite nosso site productoperations.com.br e preencha o formulário de contato.

Juntos, vamos impulsionar o cenário de Product Operations no Brasil para novas alturas e fazer história na gestão de produtos. Estamos ansiosos para construir algo incrível com você!





EDIÇÃO 2023

© **Product Operations Brasil**

