

Especial Semana Global do Empreendedorismo

educavirtual
educação

NA

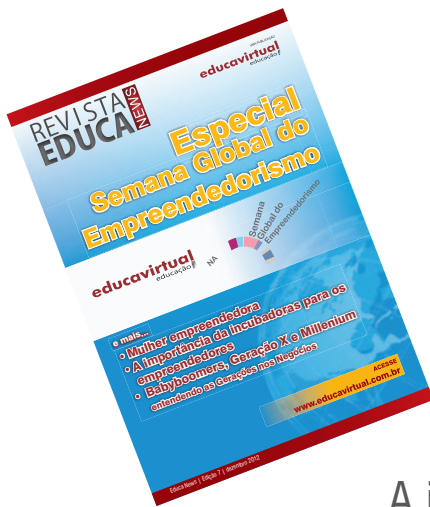


e mais...

- **Mulher empreendedora**
- **A importância das incubadoras para as Startups**
- **Babyboomers, Geração X e Millennials**
Entendendo as gerações nos Negócios

ACESSE

www.educavirtual.com.br



Índice

| | |
|---|----|
| A mulher empreendedora..... | 04 |
| A importância das incubadoras para as Startups..... | 06 |
| O desafio da formalização..... | 08 |
| A capacitação dos Stakeholders..... | 10 |
| Como administrar as diferentes gerações nos negócios..... | 12 |
| A importância da administração financeira..... | 16 |

EDUCA NEWS

A Educa News é uma publicação do Portal Educa Virtual
www.educavirtual.com.br/educanews

EXPEDIENTE

Ano 02 | Edição 07 | Dezembro de 2012

Responsabilidade Editorial

Paulo Heleno

Colaboradores

Cássio Abreu e Marcelo Carvalho

Web Design

Débora Rodrigues - Storm Corp.

Diagramação e Capa

Vanessa Santos - EDUCA VIRTUAL

WebProgramação

Ricardo Soares e Jonas Picholaro - Storm Corp.

Imagem de Capa

Manipulação de imagem

Revisão

Cassio Abreu

Divulgação

www.educavirtual.com.br

CORPO EDITORIAL

Direção Geral

Fábio Fachini e Paulo Heleno

Jornalista

Cássio Abreu - MTB 34831

Diretor de Revisão

Cassio Abreu

Web Master

Vanessa Santos - EDUCA VIRTUAL

Nossos Canais de Atendimento

Campinas: +55 (19) 2121-0502 | São Paulo: +55 (11) 2626-0685

Informações sobre esta publicação, sugestões de pauta ou informações gerais, envie um email para contato@educavirtual.com.br

A Semana Global de Empreendedorismo

Alguns dados deste evento que “celebra” o espírito empreendedor

A Semana Global do Empreendedorismo (SGE) é um movimento internacional que envolve hoje 125 países. Foi criada em 2008 com o apoio do ex-primeiro ministro britânico Gordon Brown e outras lideranças mundiais.

O movimento cresce ano a ano. São mais de 24 mil organizações parceiras e 37 mil atividades realizadas em todo o mundo. Todos os anos, durante o mês de novembro, centenas de organizações ao redor do mundo realizam milhares de atividades para inspirar, capacitar e conectar pessoas interessadas em empreendedorismo. No Brasil, mais de 2 milhões de pessoas participaram da Semana, com 3.860 atividades diferentes entre 553 parceiros.

Entre os dias 12 e 18 de novembro, milhares de atividades foram realizadas por todo o Brasil e em outros

países para inspirar pessoas e explorar o potencial de empreendedores. Grandes competições, discussões com especialistas, palestras inspiradoras, mobilização nas ruas e pequenos eventos de networking, envolveram empreendedores, estudantes, curiosos, entusiastas, mentores, empresários e investidores. Todos engajados na mesma missão: transformar o Brasil em um país mais empreendedor.

O Portal Educa Virtual participou ativamente da Semana Global apresentando algumas entrevistas, ao vivo, pela internet. A jornalista Simone Ramos conversou com seis convidados altamente capacitados para falar de empreendedorismo.

Nas próximas páginas você vai se inteirar de tudo o que foi apresentado pelo Portal Educa Virtual.



A Mulher empreendedora

Seus papéis e desafios

por Simone Ramos - entrevistadora Educa Virtual

Cláudia Corvini é um exemplo de mulher brasileira batalhadora. É uma “mulher S/A”, que vive mais de um importante papel na sociedade. É esposa, mãe e empreendedora. Cláudia realizou seu empreendimento através de uma franquia da Cacau Show, a maior rede de franquias de chocolates finos do mundo. Ela é formada em Administração de Empresas e Pós Graduada em Gerenciamento de Marketing.

Simone: Cláudia, o que te motivou a ser empreendedora? Conte-nos um pouco da sua história.

Cláudia: Iniciei minha carreira profissional aos 17 anos, como professora de inglês, durante 11 meses. Eu era aluna da Fundação Bradesco. Depois fui contratada pelo banco e trabalhei por 12 anos. Após esse período, meu pai, recém-aposentado, me propôs abrir um negócio. Estudamos o mercado e decidimos por uma franquia, até pela falta de experiência, e escolhemos a Cacau Show. Nosso negócio já tem 5 anos e meio, e temos duas lojas atualmente.

Simone: Vocês possuíam um plano de negócio ou buscou capacitação e apoio de consultores?

Cláudia: Buscamos ajuda, que foi fundamental para o sucesso do negócio. Eu não tinha conhecimento de contabilidade e RH. Buscamos orientações porque um empreendedor trabalha em todas as áreas da empresa, principalmente no início, quando você ainda não tem as pessoas certas.

Simone: Quais são as exigências para a abertura de uma franquia?

Cláudia: Você precisa de tempo disponível, do capital

para abrir e manter o negócio e dedicação. O franqueado tem que estar à frente do negócio, seguir as orientações, normas e padrões da franqueadora.

Simone: Qual é o maior desafio de um empreendedor para manter os seu negócio?

Cláudia: Na verdade você tem vários desafios. Todo dia você tem um desafio novo. Lidar com fornecedores, com a carga tributária que é muito pesada, e a mão de obra. Você quer formar uma equipe, com pessoas que vistam a camisa, que se comprometam com o negócio, que sintam que o negócio também é deles. Hoje é difícil encontrar pessoas comprometidas que queiram trabalhar. Eu costumo dizer que as pessoas querem emprego, mas não querem trabalhar.

Simone: Para as pessoas que estão procurando um trabalho, que dicas você daria se alguém fosse fazer uma entrevista na sua loja?

Cláudia: É preciso ter simpatia para lidar com o público. A pessoa precisa gostar de lidar com pessoas. E trabalhar bastante. Se envolver na organização da loja, na montagem de cestas, ser criativa e proativa, autônoma, organizada, estar bem arrumada, etc.

Simone: A constituição da sua família e o seu empreendimento aconteceram ao mesmo tempo?

Cláudia: Eu me casei quando a loja tinha um ano. Meu filho nasceu quando a loja já tinha quatro anos. Houve uma reestruturação geral, porque um bebê exige muito da mãe. Nós já tínhamos três lojas em cidades diferentes e precisamos vender uma, porque eu não conseguiria manter a qualidade do serviço. Foi difícil

Semana Global de Empreendedorismo

porque precisamos vender nossa primeira loja, nosso xodó, mas priorizando a qualidade do negócio, a vida do meu filho e do neto dos meus pais, que são meus sócios.

Simone: Interessante, porque quando uma mulher resolve se casar, ter filhos e trabalhar, o que é muito comum hoje em dia, é preciso planejar bem a vida, todas essas variáveis...

Cláudia: É verdade. E eu diria que quando chega um filho, tudo muda. Para melhor, claro, mas tem que haver uma adaptação entre a vida familiar e a profissional. Não dá para deixar de fazer uma coisa nem outra. Eu tenho filho, tenho marido e tenho trabalho. É preciso seguir de maneira bem coordenada.

Simone: É difícil não misturar os assuntos de família com os de trabalho? Num almoço de domingo, em família, por exemplo, vocês conseguem não falar de negócios?

Cláudia: É difícil. Nós tentamos não conversar e até combinamos: hoje, nada de negócios. Mas é impossível. A gente sempre se lembra de algo que precisa ser discutido ou feito, mas procuramos levar numa boa. Como nós trabalhamos num negócio que gostamos tudo fica mais fácil. E, de certa maneira, até nos uniu mais.

Simone: Vocês já tiveram problemas financeiros por ser um negócio de família?

Cláudia: Nunca. Nós nunca misturamos a pessoa física com a pessoa jurídica. Nós separamos e administramos bem essa questão financeira.

Simone: Se você pudesse voltar atrás nas suas decisões, você deixaria de ser uma empreendedora?

Cláudia: Jamais! Além de gostar muito dessa agitação toda, me sinto realizada e completa. Hoje tenho experiências que jamais teria se tivesse continuado no banco, porque tive que aprender um pouco de tudo: contabilidade, RH, negociação com fornecedores, trato

com as funcionárias, ser líder. Os desafios são muitos e o aprendizado é inevitável!

Simone: Quais seus planos para crescimento e manutenção do seu negócio?

Cláudia: Sempre existem planos, como a abertura de novas lojas, crescimento e consolidação das que já temos e, porque não, expandir para outros ramos?! É uma intenção minha e do meu pai em médio prazo. Com a nossa experiência fica tudo mais fácil.

Simone: Que dicas você daria para as mulheres que querem se aventurar no mundo dos negócios?

Cláudia: Estudo. Antes, durante e depois. Às vezes estamos num trabalho que não está bom e agimos na emoção. Vou abrir um negócio! E joga fora toda a carreira e abre um negócio sem ter conhecimento. Isso é gravíssimo, porque não é difícil você abrir uma empresa. Mas, e para mantê-la? Você precisa estar muito bem embasada, se estruturar, estudar o mercado, o prazo de retorno do negócio e a reciclagem constante no ramo escolhido. Nunca sabemos tudo, apesar do tempo. Sempre tem algo novo para aprender e agregar.

Assista na íntegra essa e outras entrevistas:
www.youtube.com/user/educacaovirtual

Para mais informações:
www.educavirtual.com.br
Fone: (19) 2121-0502

CLAUDIA CORVINI
Administradora de Empresas e fraqueada
da CACAU SHOW

Semana Global de Empreendedorismo

A importância das incubadoras para as Startups

As Startups e os Empreendedores

por Simone Ramos - entrevistadora Educa Virtual

Simone: O que é uma incubadora?

Décio: basicamente é um espaço dividido em módulos, com toda a infraestrutura preparada para atender aos projetos que trazemos para a incubadora. É um espaço para atender o empreendedor.

Simone: É um local que reúne vários empreendimentos diferentes?

Décio: Isso. Nós atendemos todos os ramos de atividade, desde que seja de inovação.

Simone: Como é o processo de seleção para poder estar numa incubadora?

Décio: As incubadoras têm um edital de concorrência, que é de fluxo contínuo e está disposto em nosso site (www.ciatec.org.br), onde pode ser consultado. O empreendedor envia uma proposta para a nossa apreciação. Num primeiro momento não é necessário apresentar um plano de negócios. Se aprovarmos o projeto, esse plano será desenvolvido aqui dentro.

Simone: Nossos estudantes são empreendedores?

Décio: Até um tempo atrás os alunos saíam da faculdade para trabalhar numa empresa ou prestar um concurso. As universidades não tinham interesse no papel do empreendedor, não tinham matérias voltadas ao empreendedorismo. O aluno é que tinha que buscar empreender algo depois de terminar o curso. Hoje isso mudou. As universidades têm disciplinas ligadas ao empreendedorismo e o aluno entre na universidade já pensando em ser um empresário. Muitas vezes ele era um empreendedor em potencial, mas não tinha essa visão.

Simone: Décio, de que maneira a incubadora auxilia no negócio do empreendedor?

Décio: Não é necessário que o empreendedor já tenha uma empresa. Ela será criada aqui, com toda orientação. O novo empresário vai ter toda a infraestrutura e o seu projeto será assistido por vários consultores. Nós temos um software por onde acompanhamos o empreendimento com o empresário e os consultores. Nas reuniões discutimos toda a evolução da empresa, os pontos fortes e fracos, quais as necessidades do momento, etc. Com o produto desenvolvido, nós disponibilizamos uma equipe de Marketing, uma consultoria financeira, jurídica, para o diálogo com investidores e parceiros.

Simone: Como é a vida dessas empresas depois de deixar a incubadora?

Décio: Existem estudos do SEBRAE que mostram que 80% das empresas que saem de uma incubadora sobrevivem e se estabelecem no mercado. Fora da incubadora, mais de 90% não sobrevivem aos primeiros anos. A pessoa tem até uma boa ideia, mas não tem o suporte necessário.

Simone: Existe algum investimento financeiro para se manter a incubadora?

Décio: Sim. A Ciatec é uma empresa municipal. Tem ajuda não financeira da prefeitura. Nós temos apoio da Fapesp, do governo do Estado, e do CNPQ e da Finep, ambos do governo federal. Então, nós ajudamos o empreendedor desenvolver seu projeto, para ele conseguir os recursos necessários.

Simone: Décio, fale um pouco da incubadora Ciatec...

Décio: A Ciatec foi criada em 1997. Nós trouxemos ideias de incubadoras de tecnologia dos Estados Unidos e de Israel. No Brasil existem cerca de 400 incubadoras. Por aqui já passaram 90 empresas. 75 empresas graduadas, que já saíram da incubadora e estão atuando no mercado. As outras 15 não deram certos por vários motivos, como a desistência do negócio pelo empresário. Hoje nós temos 25 projetos incubados e estamos com a casa sempre cheia. Existem empresas que começaram com dois sócios e hoje têm mais de 60 funcionários, empresas de relevância nacional, que já ganharam prêmios de excelência, que trabalham com o governo. E isso deixa todo mundo feliz.

Simone: Porque uma incubadora é importante para o empreendedor, além dos fatos que você já mencionou?

Décio: O fator primordial é o apoio que eles recebem. Se você tem um projeto inovador, traga para analisarmos, porque você terá toda uma estrutura que talvez você não consiga sozinho, embora possa ter apoio do Sebrae, da Ciesp e de outros órgãos. Na incubadora nós temos a sinergia, o relacionamento entre as empresas, a troca de serviço, de experiência e de conhecimento. Isso é muito importante.

Para mais informações:

Ciatec: www.ciatec.org.br

E-mail: decio@ciatec.org.br

Fone: (19) 3756-5433



DÉCIO SIRBONE JR.

Diretor da CIATEC – Companhia de Desenvolvimento do Polo de Alta tecnologia de Campinas/SP. Criada em 1996, é uma das primeiras e mais importantes incubadoras da América Latina.



O desafio da formalização

Os empreendedores e suas empresas no Brasil

por Simone Ramos - entrevistadora Educa Virtual

Simone: Qual a tendência do empreendimento irregular no Brasil? Ainda é possível atuar dessa maneira em nosso mercado?

Donizete: O Brasil é o país com maior dificuldade fiscal, burocrática e tributária. Comparando, a capacidade de fiscalização do Brasil é igual à capacidade dos Estados Unidos para a guerra.

Porém, temos cerca de 70% de empreendedores atuando na informalidade. Em contrapartida o governo desenvolveu uma tecnologia, chamada SPED, visando trazer essas empresas para a regularidade. O sistema é muito rigoroso e, por isso, o empreendedor vai ter que se formalizar.

No Brasil são abertas 600 mil novas empresas a cada ano. Nós temos um índice de empreendedorismo muito alto. Somos o terceiro do mundo, perdendo para os Estados Unidos e para a China. Para se ter uma ideia, de cada 100 brasileiros, 12 são empreendedores.

O governo arrecadou 3,5 trilhões de reais em impostos o ano passado. Então, o investimento para fiscalização e controle também é alto. Não dá para viver mais na informalidade.

Outro dado interessante é que 43% das novas empresas são abertas por necessidade e não por oportunidade. A pessoa precisa ganhar a vida e acaba investindo em um novo negócio.

Então, ou o empreendedor se formaliza ou vai ter muita dificuldade para atuar no mercado. Ele pode ser autuado, sofrer apreensão de mercadoria e até ter que fechar o seu negócio.

Simone: Como as empresas e os empreendedores estrangeiros veem o Brasil em relação à formalização?

Donizete: Hoje, o Brasil é a terra das oportunidades. Porém, vir para cá montar um negócio é algo muito complexo. Existem as leis, a burocracia, as normas ambientais, uma série de situações que dificultam e limitam os investimentos aqui no Brasil.

Simone: O que você considera mais difícil para regularização de uma empresa?

Donizete: As informações básicas, porque falta conhecimento. Por exemplo, que tipo de empresa você



vai abrir? Quais são as regras para o tipo de negócio que a pessoa vai explorar? Quem é o cliente? A pessoa precisa saber essas coisas ou procurar ajuda especializada para não começar de forma errada.

Outro dado importante são os custos. Quanto custa o seu negócio? Produtos, funcionários, matéria prima, impostos, etc. Existe uma série de informações e conhecimentos que o empresário precisa ter.

Então eu destaco a complexidade legal e o capital, porque são poucos os empresários que conseguem sobreviver nesse mercado até que a empresa comece a dar lucro.

Simone: Que medidas o governo poderia tomar para facilitar um pouco a vida dos empreendedores?

Donizete: Eu chamo a atenção para as obrigações acessórias, que são mais de 100 no Brasil e que aumenta muito o custo das empresas. Precisamos de uma reforma tributária urgente. O controle fiscal é muito rígido. Enquanto a empresa está no Simples, por exemplo, o empresário consegue levar bem o seu negócio. Mas quando você cresce o negócio complica um pouco.

Simone: Mas isso não é uma contradição? Quando alguém abre uma empresa todo mundo espera que ele cresça, gere empregos, pague impostos...

Donizete: Exatamente. Por isso o governo deve desburocratizar e baratear o sistema. Muitas multas aplicadas são irreais, abusivas, além da capacidade econômica do contribuinte. É preciso mudar. O pequeno empresário, muitas vezes na informalidade ou sem os recursos necessários, compra dos grandes. A empresa fornecedora, legalizada, com todos os recursos, emite as notas fiscais, que caem no sistema de controle do governo. Então, a pequena empresa vende sem nota, tentando fugir dos impostos, o que não é correto, mas o sistema de fiscalização do governo consegue “enxergar” todo o processo. Só que não basta só fiscalizar e punir quem está agindo errado. É preciso ajudar as empresas a sobreviverem, terem condições de atuar formalmente. E aí, sim, punir os sonegadores.

Simone: O empreendedor também precisa mudar?

Donizete: Com certeza.

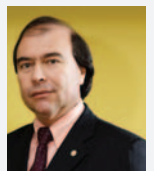
E eu chamo a atenção para a educação. 35% das empresas fecham nos primeiros três anos de vida. Hoje nós sabemos que quanto mais estudo tem o empreendedor, maior a chance de o negócio dar certo. Ele precisa saber dimensionar o capital, saber sobre formação de preços, conhecer um pouco de Marketing, da concorrência, etc.

Veja algumas dicas básicas oferecidas pelo Donizete, para aqueles que querem abrir um negócio e não têm conhecimento:

- Responda: é isso mesmo que você quer?
- Dedique-se e esteja disposto a enfrentar as dificuldades.
- Busque ajuda e orientação – um contador.
- Faça um plano de negócios
- Saiba que tipo de empresa abrir, quais as obrigações e regras, quais os tributos e licenças exigidas.
- Qual o capital disponível.
- Escolha o local, calcule o número de funcionários, os custos e os preços.
- Conheça a concorrência.

Para saber mais entre em nosso site:
www.educavirtual.com.br

JOSÉ DONIZETE VALENTINA
Empresário, Bacharel em Ciências Contábeis, Mestre em Educação, Coordenador de Pós Graduação, Membro do Conselho Regional de Contabilidade de São Paulo.



Semana Global de Empreendedorismo

A capacitação dos Stakeholders

E seus resultados positivos para pequenos e médios empresários

por Cássio Abreu - jornalista Educa Virtual

A importância da capacitação dos stakeholders e os resultados positivos dessa iniciativa para Pequenos e Médios Empresários.

Stakeholder é um termo, em inglês, para designar as partes interessadas no seu negócio. São os seus parceiros: clientes, funcionários, fornecedores, acionistas, governo, sociedade e todos aqueles que, direta ou indiretamente, fazem parte do seu negócio.

Resultado não diz respeito somente às questões econômico-financeiras, mas também às questões ambientais e sociais. Estamos falando, então, de sustentabilidade.

Hoje somos 7 bilhões de pessoas interligadas de alguma forma. Consumimos recursos naturais e bens manufaturados de uma maneira ainda descontrolada. Sabemos que os recursos são finitos e tentamos responder a uma pergunta: como vamos conviver com essa realidade? O que vamos deixar para as gerações futuras? Precisamos pensar em resultados práticos como, por exemplo, diminuir a diferença social e financeira entre ricos e pobres, no caso do Brasil e de outros países pobres ou emergentes.

O Brasil vive, hoje, um paradoxo muito interessante. Nossa economia chama a atenção do mundo. Só neste

ano de 2012, houve um aumento de 33% de mão de obra vinda do exterior por causa do nosso forte crescimento econômico. O consumo aumentou consideravelmente no país, devido à ascensão social de milhares de



brasileiros e vivemos uma situação de pleno emprego. Tudo isso é interessante porque conseguimos atingir uma renda média de R\$1.618,00 (2011). Então, as pessoas querem consumir bens que antes não poderiam. Isso traz algumas preocupações como o aumento do consumo, a inadimplência e a falta de mão de obra qualificada em setores específicos.

Então, temos dinheiro para comprar, bens para consumir, crescimento do comércio e uma situação de pleno emprego. Ótimo. Mas como o Pequeno e Médio em-

Semana Global de Empreendedorismo

presário consegue sobreviver nesse cenário econômico? As grandes empresas sobrevivem mais facilmente porque têm acesso fácil ao crédito, tecnologia, mão de obra especializada, recursos financeiros próprios, etc. Mas como elas podem capilarizar seus conhecimentos, produtos e serviços, ou seja, chegar aos Pequenos e Médios empresários, ao consumidor, à mão de obra, de maneira sustentável e que seja bom para todo mundo? Para responder a essa pergunta, é preciso falar de alguns stakeholders: os fornecedores, os seguidores e os clientes. Os fornecedores, enquanto Pequenas e Médias Empresas, respondem por 20% do PIB brasileiro e empregam 60% dos 94 milhões de trabalhadores. E, será que as Grandes empresas estão preocupadas com a qualificação dessa mão de obra? Afinal, milhares de Pequenas e Médias empresas fornecem material básico para as grandes.

Quanto aos seguidores, precisamos pensar que as redes sociais também se transformaram num meio de qualificação, de cultura e de formação das pessoas. A Natura, por exemplo, já tem mais de 1 milhão de seguidores. E, o que fazer com esse pessoal além de enviar propaganda de seus produtos? Uma ideia é realizar ações concretas que melhorem e transformem a vida em sociedade. Em relação aos clientes, para que no futuro não soframos com a escassez de matéria prima e produtos básicos como água e eletricidade, as empresas podem desempenhar um papel fundamental de educação junto aos seus clientes. Imagine o alcance de informações através da conta de água, de luz, do Facebook, do Twitter? Através de sites de ensino a distância, por exemplo, as empresas poderiam educar seus clientes em relação ao consumo consciente, economia, uso correto de materiais...

Mas, será que as empresas estão preocupadas com isso? Será que nós, enquanto sociedade de consumo, também estamos dispostos a cooperar, a nos envolver e a ajudar a transformar nossa realidade?

O banco Itaú em parceria com o portal Educa Virtual (EV), desenvolveu um programa de reestruturação financeira para alguns de seus clientes, Pequenos e Mé-

dios empresários. O EV fazia a ponte entre o banco, com seus conhecimentos financeiros em relação às empresas, e a Micro empresa com dificuldade de gerir suas contas. O curso de reestruturação financeira foi montado por um professor do Senac, altamente capacitado, Rinaldi Corrêa, e transferidos para 6.500 Micro empresas, na modalidade de ensino a distância.

O banco poderia se isentar, não se envolver e simplesmente protestar os inadimplentes. Mas, não. O banco fez a diferença. Pensando em ajudar esses empresários, em ofertar uma boa formação financeira e mudar uma realidade cruel no Brasil, o Itaú oferecia gratuitamente a esses clientes o curso de Administração Financeira e Organizacional.

O resultado? Nós conseguimos baixar a inadimplência desse grupo de empresas que foram treinadas em 33%. Então, nós conseguimos, sim, não só ajudar essas empresas a diminuir suas dívidas, mas principalmente, a treiná-las e capacitá-las para enfrentar o mercado de modo mais equilibrado.

Essa é a importância do papel de uma Grande empresa, bem estruturada, com recursos e tecnologia, em relação aos seus stakeholders e para a sociedade em geral, onde ela está inserida. Do lado social, muitas empresas foram salvas da falência. Do lado financeiro, o banco teve um ótimo resultado com a diminuição da inadimplência. Do lado ambiental, obtivemos a diminuição da poluição, menos carros no trânsito, sem prejudicar a produtividade das empresas e pessoas menos estressadas. Isso é sustentabilidade. Isso é alcançar resultados efetivos.

FÁBIO FACHINI

Diretor Sócio do portal Educa Virtual.
Administrador de Empresas, com Pós
Graduação em Logística.



Semana Global de Empreendedorismo

Como administrar as gerações nos negócios

O desafio para os empreendedores

por Cássio Abreu - jornalista Educa Virtual

Hoje, nós temos três gerações diferentes dentro das empresas: os Baby boomers, a geração X e a Geração Millennials. Alguns empresários reclamam que não falta nada em suas empresas, mas elas não decolam. Então, eu pergunto: você já percebeu que dentro de prédios bonitos, equipados, com toda tecnologia, você tem gerações diferentes para conduzir o mesmo negócio?

Muitos alegam que esse problema de geração só acontece dentro de casa, nas famílias. Mas não é bem assim. Tanto na empresa quanto em casa temos diferentes gerações. Então, vamos entender como é o comportamento de cada geração. Em relação ao trabalho, como extrair o melhor de cada geração. E como as gerações mais novas podem entender as anteriores.

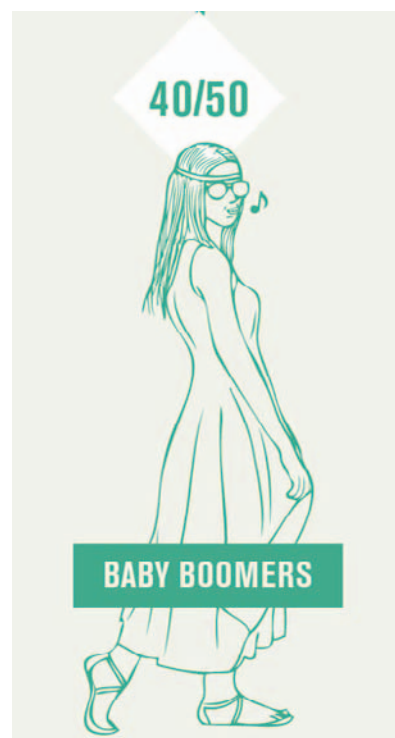
BABY BOOMERS

Esse termo significa “explosão de bebês”. O termo surgiu após a grande quantidade de bebês que nasceram depois da II Guerra Mundial (1939-1945). São as pessoas nascidas entre os anos 40 e 50. Foi a primeira geração que conquistou o direito de ser jovem. Também é chamada de juventude libertária. Um tipo marcante foram os hippies dos anos 60.

Para os Baby boomers sucesso é igual à estabilidade, emprego fixo e uma família bem constituída, o que para eles significa status social. A escolha da uma carreira é para o resto da vida, e trabalho significa disciplina, honra, compromisso, comprometimento. A recompensa só vem depois de anos de trabalho dedicado. Eles trabal-

ham 20, 30, 40 anos na mesma empresa e sentem orgulho disso.

São do tempo da guerra fria, de quando o homem foi à lua. Trabalho para eles é comandar e controlar. Muitos não se preocupam com a qualidade de vida e a sua relação com as novas tecnologias é complicada. Muitos evitam computadores e não participam de redes sociais.



GERAÇÃO X

O termo foi criado pelo fotógrafo Robert Capa, em 1950. Esse pessoal nasceu entre os anos 60 e 70. O escritor John Ulrich explica: “A Geração X sempre significou um grupo de jovens, aparentemente sem identidade, a enfrentar o incerto, mal definido, talvez hostil, futuro”.

Eles aproveitaram a liberdade conquistada pela geração precedente e seguiu em frente, muito influenciada pela mídia e pelo Marketing, para vender um conceito, um esteriótipo. Por isso essa geração gosta de esteriótipos,

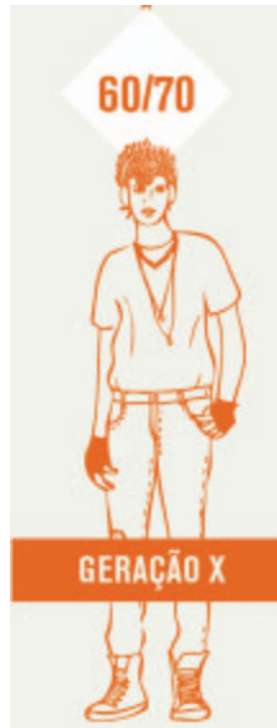
Semana Global de Empreendedorismo

se basear em pessoas, se personificar em alguém. Também é uma geração que gosta de viver imediatamente os prazeres da vida. Para eles, sucesso é ser jovem e rico, o mais rápido possível. É a juventude mais competitiva de todas. Eles querem crescer rapidamente e aproveitar todas as oportunidades. Está sempre atrás de algo novo, são inquietos e fazem qualquer coisa para alcançarem seus objetivos.

Foi a Geração X que criou, por exemplo, o happyhour, uma extensão do trabalho para o barzinho. Esta é uma forma de você estar de olho no seu concorrente, mostrar-se sociável e capaz de gerir um negócio. O cara de sucesso é aquele que, de qualquer maneira, chega a ser Diretor de uma empresa o mais rápido possível.

Esse comportamento é explicado, em parte, porque eles chegaram junto com a revolução tecnológica. Nessa fase também aumentou muito o número de divórcio, de doenças depressivas e cresceu o apelo ambiental mundo afora. Daí a grande ansiedade dessa geração de querer tudo para ontem.

Com eles surgiram e se intensificaram os cursos de especialização, pós Graduação, MBAs, como uma arma concorrencial. Eles ocupam cargos intermediários nas empresas e consideram a nova geração, dos Millennials, como uma ameaça. Também são experientes e dedicados.



GERAÇÃO MILLENNIALS

Também são conhecidos como geração Y ou da internet. O termo foi criado por William Strauss e Neil Howe, no livro Generations. São todos os nascidos no final dos anos 80. É a maior população de jovens de todos os tempos, com aproximadamente 2,3 bilhões de pessoas. Eles influenciam diretamente as gerações mais novas e também as mais velhas, no modo de se vestirem, na fala, no estilo musical e profissional. Por isso a Geração X considera a Geração Y uma ameaça.

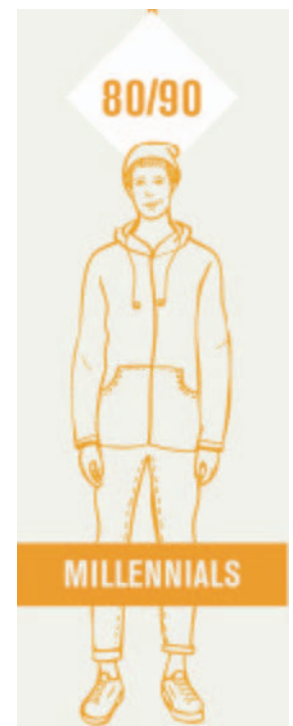
Eles são uma geração empreendedora. 54% deles querem ter o seu próprio negócio. Uns voltados para a tecnologia, uns para a prestação de serviços e outros querem realizar seus sonhos e, se possível, numa empresa. Para eles mais vale a jornada ao longo do trabalho do que o destino final. Eles querem fazer amigos, curtir a jornada, aprender, trocar informações com as outras gerações de igual para igual.

Essa geração é muito impaciente, mas são muito bons para identificar oportunidades. Conseguem fazer várias atividades ao mesmo tempo. São multitarefas e têm muita disposição.

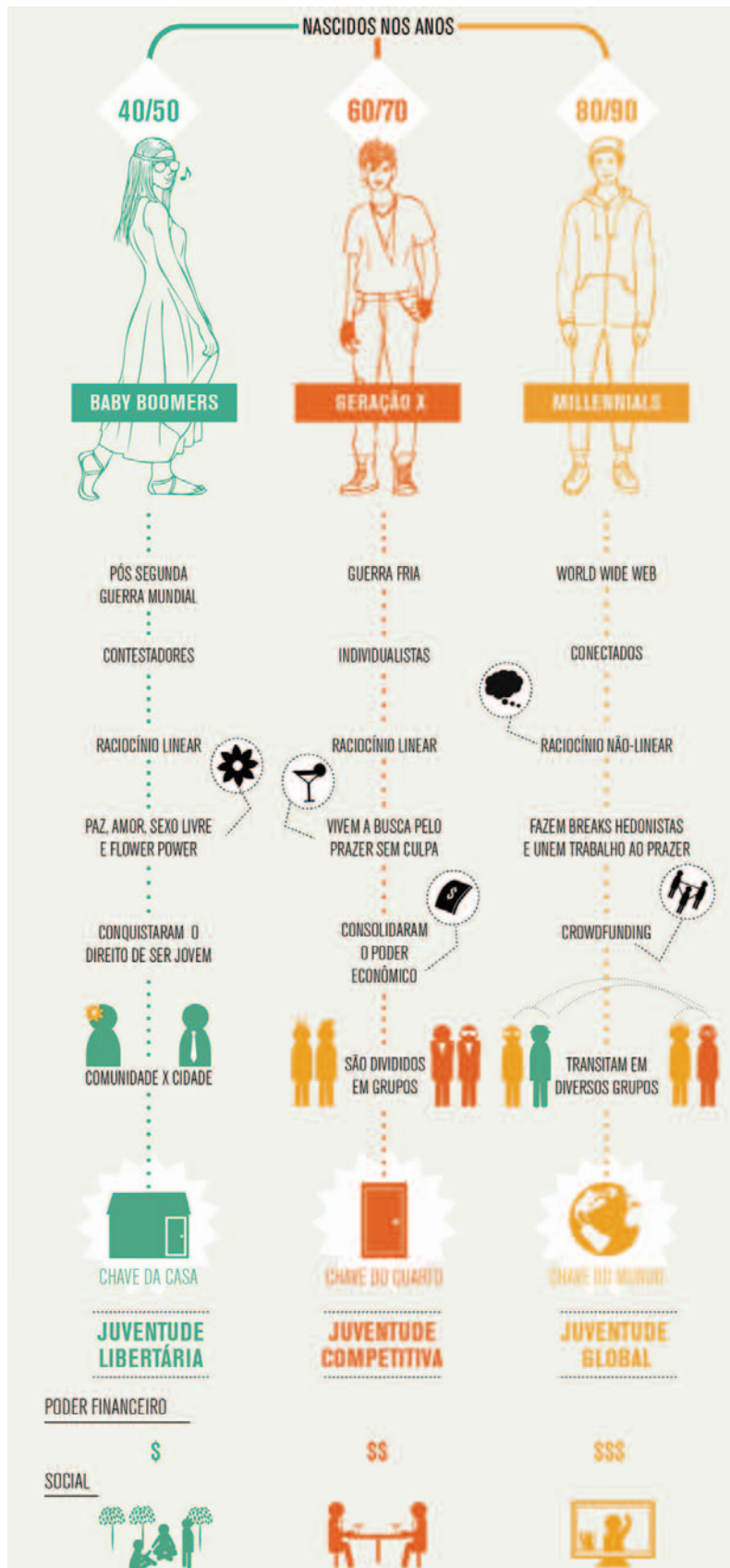
Como, então, aproveitar da melhor maneira possível a Geração Millennials, ou Y, dentro de uma empresa?

O sucesso para a Geração Millennials é igual a prazer. Ele quer unir a felicidade de fazer o que gosta com seus ganhos.

A Geração Millennials trabalha bem com projetos de curto e médio prazo. Evite envolvê-los em projetos de longo prazo e forneça feedback constantemente. Procure manter uma relação de igual para igual com as gerações e, na medida do possível, dê a eles mobilidade e



Semana Global de Empreendedorismo



Semana Global de Empreendedorismo

flexibilidade de horário. Procure dar a eles um ambiente de trabalho alegre e feliz.

Nas empresas eles ocupam os cargos iniciais, têm uma forte autoestima, amam desafios, mas querem fazer do jeito deles. São impulsivos e enfrentam a autoridade sem medo e não gostam de burocracia, formalidade e rotina.

Voltando à questão do conflito de gerações dentro de uma empresa, precisamos pensar que cada geração tem um foco e um propósito diferente. Os Baby boomers, que estão no topo da pirâmide, querem estabilidade e não querem se arriscar. Os que estão no meio, a Geração X, querem competir. E a Geração Y, que está na base da pirâmide, quer um propósito para trabalhar.

O que fazer, então, para sair dessa sinuca?

- Se possível, acabe com a hierarquia. Derrube as divisórias. Trabalhe com processos ou com projetos.
- Conviva com as gerações. Procure ouvi-las e entendê-las.
- Crie um ambiente alegre e animado.
- Utilize as redes sociais para entender e se projetar a outras gerações.
- Saiba quantas e quais são as pessoas e suas respectivas gerações em sua empresa ou departamento e procure entender seus comportamentos.

- Dissemine as características de cada geração a todas as lideranças da empresa.
- Pesquise e estude cada geração para conhecê-las melhor e saber tirar proveito de suas características.
- Reconheça e valorize cada um, dentro de suas características.

MARCELO CARVALHO

Docente do Instituto de Educação e Ensino Superior de Campinas (IESCAMP), Docente da Anhanguera Educacional (Campinas/SP). Membro do NDE (Núcleo Docente Estruturante). Palestrante de instituições como Anhanguera Educacional, FITEC e Uniesp/FABAN. Consultor empresarial e acadêmico em empresas da Região de Campinas. Conteudista e professor comunicador dos cursos EAD das áreas de Logística e Administração.



Semana Global de Empreendedorismo

A importância da reestruturação financeira

Para o empreendedor e seu negócio

por Simone Ramos - entrevistadora Educa Virtual

Simone: Nos anos 90 o Brasil passou por mudanças significativas, principalmente advindas da abertura da economia e da implantação do Plano Real. A abertura da economia resultou no aumento da competitividade devido à entrada de novos concorrentes, e o Plano Real aumentou o poder de compra da população. Esse dois fatores mudaram o cenário econômico e social brasileiro. Diante dessas mudanças, qual foi o impacto mais significativo para as empresas e como elas se adequaram a esse novo cenário?

Rinaldi: O impacto principal foi na concorrência. Antes da globalização, as empresas nacionais tinham um sistema de proteção, contra os concorrentes externos. Mas o processo de globalização acabou com esse protecionismo. E os concorrentes internos entraram no mercado nacional com melhor qualidade, com um custo inferior e o Brasil se viu despreparado para enfrentar esses novos concorrentes. Isso causou um forte impacto na questão da competitividade. O Brasil perdeu competitividade. E o processo para se adequar a essa nova realidade foi traumático no país. Eles entenderam que para diminuir custos tinham que demitir funcionários e isso prejudicou o desempenho das empresas. Mas, aos poucos, elas foram se adequando.

Ser competitivo significa pensar nos seus custos, na sua qualidade e no atendimento das necessidades do consumidor, dos funcionários, dos investidores, fornecedores e da comunidade. Hoje, as empresas se igualaram em relação a esses itens e o que pode diferenciá-las dos concorrentes é a capacidade de inovação.

Simone: As pessoas esperam por isso.

Rinaldi: Sim. Os clientes esperam por isso. E a empresa que consegue descobrir um nicho da sociedade

que ainda não foi atendido ou não está satisfeito, sai na frente. Nós sabemos que são as pessoas que fazem a diferença. Então, a empresa deve ter pessoas motivadas, preparadas, qualificadas, com capacidade para atender os vários públicos.

Simone: O brasileiro estava preparado para consumir corretamente?

Rinaldi: Não. Nós não estávamos preparados para isso. Nós nos limitávamos a alguns produtos de marca e não tínhamos muita opção de compra. Pagávamos o preço que pediam e nas condições impostas. Hoje você vai a um supermercado e encontra numa gôndola produtos de várias marcas diferentes, opções de preço e qualidade também diferentes. Então, com essas mudanças, com a melhora do poder aquisitivo do brasileiro, tivemos uma melhora no consumo, nos produtos e nos serviços. Estamos protegidos, há 21 anos, pelo Código de Defesa do Consumidor. Estamos mais atentos e exigentes. E o novo perfil do consumidor acabou com a fidelidade a uma marca, por questão de preço, qualidade ou atendimento. Nós vemos empresas grandes perdendo mercado para empresas menores, acirrando a concorrência, o que é bom para nós consumidores.

Simone: Segundo dados do SEBRAE 92% das empresas no Brasil são Micro e Pequenas; empregam 60% da mão de obra do país; contribuem com 20% do PIB e 28% das exportações. Porém, a taxa de mortalidade das Pequenas e Médias Empresas ainda é muito elevada. Por que isso acontece, Rinaldi?

Rinaldi: Existem alguns fatores. Algumas empresas fecham por falta de planejamento, por não fazerem um estudo de mercado. Fecham porque não têm clientes. Por

Semana Global de Empreendedorismo

questões logísticas: ou estão longe dos fornecedores ou dos clientes, aumentando seus custos. Fecham por questões tributárias. O Brasil tem uma carga de impostos muito alta. Outro fator predominante na mortalidade das empresas é a administração financeira. Muitos empresários desconhecem os controles financeiros, um plano de finanças e acabam tendo dificuldades, o que inviabiliza a gestão da empresa.

Simone: Uma empresa familiar pode ter muitos problemas financeiros por se familiar?

Rinaldi: Eu vou dar um exemplo. Uma família montou uma farmácia. No final do dia, os três irmãos pegavam todo o dinheiro do caixa e dividiam igualmente, pensando que aquele dinheiro era deles. Eles esqueceram que aquele dinheiro era para pagar fornecedores, funcionários, água, luz, aluguel, impostos... E quando chega a hora de cumprir as obrigações, cadê o dinheiro? Então, eles começaram a fazer empréstimos, descontar cheques em agiotas, e a alta taxa de juros começou a corroer todo o lucro do negócio. Eles perderam rentabilidade, o controle financeiro, se endividaram e se complicaram. É difícil colocar a casa em ordem e corre-se o risco de fechar as portas por falta de conhecimento e preparo.

Simone: Rinaldi, que alternativa você daria a um empresário que já está numa situação como essa?

Rinaldi: Para o empresário não cair numa situação como essa ele deve se preocupar muito com o controle financeiro. Ele precisa conhecer muito bem os seus números. Quanto ele gasta? Onde? Como? Quanto ele está ganhando? Se ele não colocar na planilha custos, despesas e lucros, ele acaba se perdendo.

Caso o empresário já esteja vivendo uma situação de endividamento ou dificuldade financeira, uma consultoria é muito bem vinda. Busque ajuda.

Simone: Como a administração financeira pode ajudar as empresas a sobreviverem no mercado?

Rinaldi: É muito importante ter um bom controle dos recursos financeiros. Saber como esses recursos serão

gastos e investidos. É muito bom ter um parceiro forte para quando você precisar de um reforço no seu capital de giro. Procurar os parceiros que oferecem melhores condições de juros, prazos e pagamentos. Não se pode imobilizar todo o capital de giro no seu estoque, porque ele vai fazer falta.

Então, esses e outros fatores devem ser muito bem monitorados. Qualquer deslize ou falha nesse controle, você pode comprometer o bom andamento da empresa. O planejamento e o controle são fundamentais para a saúde da empresa.

Simone: O que você diria para os novos empreendedores e para os que já estão estabelecidos em relação ao Brasil? As perspectivas são boas?

Rinaldi: Sem dúvida nenhuma. Aliás, o Brasil é apontado como um país empreendedor. De cada 100 brasileiros, 12 estão empreendendo um novo negócio. A situação do país é favorável e a grande questão que se impõe é, repito, o planejamento, o plano de negócios. Antes de investir qualquer capital é preciso colocar a ideia no papel. É preciso saber quem vai ser o consumidor, o público alvo; quanto vai custar o produto ou serviço oferecido; como atingir o público; qual o canal de comunicação a ser utilizado. Essas e outras informações devem ser detalhadas no plano de negócios, que deve ser bem estruturado, porque se você precisar de um investido, um empréstimo em banco, o seu plano de negócios deve ser convincente e realista para que as pessoas acreditem e possam ver que o negócio é viável.

Para mais informações, visite:
www.educavirtual.com.br

RINALDI CORREA

Graduado em Administração e Mestre em Administração de empresas pela Universidade Metodista de Piracicaba - Unimep. Especialista em gestão estratégica de empresas e negócios. Consultor em finanças e logística. Atua há 28 anos em gestão empresarial e logística. Gerenciou áreas de suprimentos, compras e armazenagem. Professor e coordenador do curso de Pós-graduação em Gestão de Negócios no SENAC, Campinas/SP.



Acesse nosso BLOG e nossas Redes Sociais
www.educavirtual.com.br

