



Prospheera

EDUCAÇÃO CORPORATIVA

OS DESAFIOS PARA
O EMPREENDEDOR

nas áreas de marketing,
gestão de pessoas,
processos e finanças.



OS DESAFIOS PARA O EMPREENDEDOR

O grande desafio do empreendedor brasileiro é **compreender quais são os problemas que ele enfrenta na sua empresa** e como reconhece-los, para depois buscar uma solução. A maioria sente na pele os problemas, mas não consegue identifica-los e sentem os efeitos depois.

O dia-a-dia consome o empreendedor e não importa se tem 1 ou 1000 funcionários, os problemas e desafios são muito parecidos.

Espero neste e-book trazer algumas informações e conhecimento que obtivemos ao longo dos últimos anos com empresas de setores e portes diferentes.



ÍNDICE

Apresentação 4

Desafios para o Empreendedor:

Marketing 6

Gestão de Pessoas 8

Processos 10

Finanças 12

Estratégia de Gestão Empresarial 14

SIGA-NOS NAS REDES



Para começarmos, o empreendedor, na fundação da empresa tem certas características, aptidões e experiências e ao encontrar uma oportunidade no mercado começa a fomentar o negócio, vende e entrega um produto/serviço. Normalmente ele tem uma visão que privilegia a área comercial ou execução (entrega do produto/serviço). No início, com a quantidade menor de clientes é possível que consiga realizar sem dificuldade, entretanto para alavancar o negócio com aumento de venda, entrega, cobrança, pós-venda, equipe aumentando, começam a surgir os primeiros desafios. Nesta nova fase é esperado e **comum que o empreendedor privilegie a área que domina (normalmente a venda ou a produção)** e não dá muita importância para as outras áreas (marketing, finanças, gestão de pessoas e jurídico). Isso é natural, pois nossa predominância é ficar no conforto que temos controle.

Durante um período, muito ou poucos anos, o modelo de negócio funciona, mas infelizmente em dado momento começa a existir **dificuldades financeiras, problemas de qualidade, entrega e insatisfação de clientes e colaboradores.**



Vamos fazer uma reflexão junto de cada uma das áreas da sua empresa:



MARKETING

Se estiver atento, poderá perceber que citei a **área comercial** e não marketing como aptidão do empreendedor. Por muitas vezes pode ser um excelente comunicador, persuasivo em vender ideias e produtos, mas isso não significa dominar a área de marketing. Como ciência humana o marketing está muito ligado as mudanças de comportamento dos clientes (neste caso me refiro tanto a consumidor final e cliente empresa). O grande desafio nesta área é de fato compreender a função de marketing dentro da empresa e saber que a área comercial é uma das ferramentas que o marketing utiliza. **Saber o que acontece dentro e fora da empresa** esta dentro da pesquisa de marketing, utilizar um CRM para acompanhar e ajudar os clientes, criar estratégias de marketing para **atrair mais clientes e manter os que a empresa já conquistou**, desenvolver novos produtos e inovações, o marketing tem papel fundamental no crescimento da empresa.



Nos últimos anos observamos e participamos da influência da internet no jeito de consumir e nos conectarmos uns aos outros e desta dinâmica a última ferramenta é o marketing digital onde trabalhamos o ***inbound marketing*** ao atrair as pessoas para nosso negócio ao invés de invadirmos com uma comunicação anterior de interrupção e chatices. Seria o melhor dos mundos se pudéssemos utilizar somente essa técnica, mas na prática e para que o empreendedor veja sua empresa crescer a mescla das ferramentas adequadas levam a obtenção de resultados. Por isso **telemarketing, eventos, visitas pessoais, revista, catálogos, folheto**, propaganda de modo geral, cada uma delas tem uma importância e o **desafio é utiliza-las de forma efetiva**, planejada e monitorada. Neste item vale lembrar que nosso recurso financeiro (\$\$\$\$) é limitado e se espera um retorno. Não podemos investir no marketing como uma doação ou fundo perdido.

GESTÃO DE PESSOAS

Enquanto a empresa tem o seu fundador, sócios e primeiros funcionários é muito fácil envolver e criar a sinergia necessária para o crescimento da empresa. Porém em determinado período a empresa precisa de mais pessoas para continuar se desenvolvendo, assim surgem os primeiros conflitos e problemas em gestão de pessoas. Os mais encontrados são: **falta de envolvimento** o chamado “vestir a camisa”; **falta de esforço e vontade**; faltas e atrasos frequentes; **baixa qualidade nas tarefas**; não participa das melhorias; **apatia total com a empresa**; conflitos entre colaboradores; entre tantos outros que enfrentamos. Para muitos empreendedores o desgaste é imenso para tratar com as pessoas os objetivos e necessidades das empresas e muitos evitam o relacionamento e orientação das pessoas. Para cada um dos problemas existem **métodos e técnicas que podem ser aplicadas** para minimizar ou zerar o problema.



O começo parte da diretoria e seus gerentes, mudando a sua visão e comportamento como gestores, tanto é que nunca se esteve tão em voga o tema liderança em cursos e palestras. **O grande desafio é como sair da teoria e na prática a liderança funcionar.** Como havia comentado no início, compartilho com você esse desafio que presenciamos em muitas empresas e o que podemos concluir é que existe um trabalho de conhecimento e comportamento que devemos **desenvolver com os gestores e as ferramentas são necessárias** para que se acostumem a ser de fato um líder para suas equipes. Existem pessoas que tem facilidade, personalidade e podem aprimorar suas competências como líder. Outros não há nada a fazer e quanto mais tempo o empreendedor permite a permanência em cargos de liderança, mais a equipe sofre e os resultados não chegam.



PROCESSOS

O empreendedor junto com a área comercial tem o desafio de efetuar a venda e percebemos o temor que muitos têm na hora da entrega. Prazos estourados, **falta de qualidade**, produto/serviço com defeito, **retrabalho**, **desperdícios**, são apenas alguns itens que citamos dentro de dezenas de problemas em processos. O primeiro ponto desta área é que o empreendedor compreenda o que e como faz as coisas dentro da empresa. Não estamos falando de como ele pensa em ser a forma ideal, mas como realmente acontecem com os recursos que tem, equipamentos disponíveis e pessoas envolvidas em todos os processos e áreas. Por exemplo, se a venda é efetuada contando com a entrega de insumo do fornecedor, se ele atrasar com certeza vai atrasar na data combinado com o cliente. Se o produto/serviço foi **desenvolvido e gastou muito mais que o previsto, com certeza isso irá corroer a margem de lucro** e por muitas vezes acaba em prejuízo. A falta de conhecimento dos processos internos não permite o reconhecimento dos gargalos e problemas internos e nem o desenvolvimento de melhorias.

Nesta área o empreendedor pode **mapear cada fase/processo** da sua empresa e ter uma visão macro do que acontece e como acontece isso dentro da empresa.

Quando o empreendedor começa a compreender os processos isso permite gerar novas ideias e melhorias, envolve as pessoas e **criamos equipes** ao invés de grupos isolados. A qualidade percebida pelos clientes é imediata e os resultados começam a aparecer na área financeira com o **aumento do lucro mês após mês**.





FINANÇAS

O coração da empresa pode ser marketing, mas o **cérebro com certeza é a área financeira**. O princípio das finanças para empresa é controlar e planejar o futuro e viabilidade do negócio. Precisamos saber o quanto vende e o quanto custa a empresa, parece óbvio para qualquer empreendedor - na teoria, porém na prática nove em cada dez empresas que conhecemos não tem esse valor na ponta do lápis. É importante classificar cada tipo de despesa e fazer o **lançamento em planilhas ou sistemas de gestão**, hoje o acesso à tecnologia é facilitado pelas plataformas web. Fazer esse controle de lançamentos permite mês a mês verificar se há desperdício de recursos e como está sendo direcionado para melhorar a empresa. É importante frisar que essa análise deve ser feita com a conciliação das contas bancárias diariamente.

Principais benefícios: Compreender se a empresa tem capital suficiente para manter a empresa e fazer uma previsão dos meses futuros e se houver falta, essa **previsão permite o empreendedor tomar decisões** para que não precise de dinheiro de terceiros (empréstimos).

Outra questão seria quanto a competitividade da empresa no mercado. Quando o financeiro tem exatamente todos os custos fixos e variáveis e permitem calcular o preço de venda do serviço e produto podemos **criar estratégias de precificação** para que a empresa vença seus concorrentes em questões de custo x benefícios. Essa estratégia é válida principalmente para mercados extremamente competitivos onde o menor preço é fator chave para sucesso da empresa. O domínio das finanças **permite saber também se a empresa é lucrativa ou não**. Nesta questão o empreendedor pode muitas vezes confundir com o fluxo de caixa (contas a pagar e receber) e o saldo mensal ser considerado erroneamente como lucro da empresa. A solução é desenvolver o relatório demonstrativo de resultado econômico, somente com essa ferramenta financeira é possível saber se a empresa gera lucro ou prejuízo.

ESTRATÉGIA DE GESTÃO EMPRESARIAL

Cada área tem sua importância e juntas o empreendedor poderá alcançar resultados extraordinários em sua empresa, porém é impossível sozinho ter o domínio e experiência de cada uma. **A busca por orientação e esclarecimento pode alavancar os negócios.**

1

O primeiro passo é reconhecer onde estão os principais problemas e buscar ajuda, sendo cursos presenciais ou à distância, troca de experiência com outros empreendedores, orientação de fomento aos negócios como **Sebrae**, **Sesc** e **Senai**, entidades como **Endeavor**, consultorias especializadas, enfim a busca de esclarecimento é o ponta pé inicial da melhoria.

2

No segundo momento é **criar objetivos para empresa em médio e longo prazo** para depois definir como poderemos chegar lá, o caminho a ser percorrido é a estratégia para seu negócio. O cuidado aqui, buscando nossas experiências, é que o empreendedor seja flexível na mudança da estratégia e os **melhores caminhos a ser percorrido com sua equipe**, mas o objetivo final sempre será o mesmo. Essa concepção é importante para que o empreendedor não seja taxado de teimoso e sim persistente.

3

O terceiro momento é criar um plano de ação que seja **viável com o que se tem hoje** e com prazos e metas muito bem definidas. Veja que grifamos as palavras com os recursos disponíveis no momento, pois muitas estratégias não saem do papel pois ficam na palavra SE, se tivemos mais dinheiro, se tivéssemos tecnologia de ponta, se tivéssemos pessoas melhor capacitadas, enfim as desculpas seriam infinitas e não sairia do lugar.



4

O quarto ponto importante é a questão de **mensurar os resultados** através de indicadores de resultados. Eles são eleitos baseados em cada objetivo e nossa recomendação é que:

- ✓ Sejam fáceis de serem obtidos – não pode mudar todo ERP da empresa para criar esses indicadores;
- ✓ Sejam simplificados – não crie burocracia para gerar um indicador;
- ✓ Sejam poucos, mas essenciais para o crescimento da empresa.





Se você precisar se aprofundar mais nessas áreas, sugiro alguns **links** abaixo e também literatura para cada uma das áreas e faço um convite para que possa nos acompanhar em nossos cases experiências dentro da Prospiera, para isso basta autorizar o envio de nossos periódicos por e-mail lá no site.

www.sebraesp.com.br www.sp.senac.com.br www.endeavor.org.br

www.revistapegn.globo.com www.pme.estadao.com.br

www.economia.uol.com.br/empreendedorismo

www.exame.abril.com.br www.revistagestaoenegocios.uol.com.br

Somos uma empresa de Educação Corporativa, formada por profissionais especialistas em diversas áreas do conhecimento que juntos podemos alavancar as vendas, a qualidade e lucratividade da sua empresa com nossos serviços de **Consultoria** e **Treinamentos**. Temos clientes que **conseguimos dobrar o faturamento** em menos de 10 meses (em 2014), outros que criamos planos de contenção financeira **quitando dividas** de mais de R\$ 1 milhão (em 2013) em menos de um ano e voltando a obter lucro. Nossa experiência em marketing, finanças, produção, recursos humanos, processos, logística, legislação, comunicação e educação somado a profissionais de mercado com mais de 15 anos de atuação. Confira mais no nosso site.



www.prospiera.com.br



(011) 2306-4516



Rua Cel. Marcílio Franco, 524 - Vila Isolina Mazzei - São Paulo SP



contato@prospiera.com.br



facebook.com/prospierabr