

Por que é possível empreender em qualquer cenário?

Ellen Moraes abriu o primeiro negócio aos 19 anos: uma loja de roupas com vendas físicas e online

Ao contrário da maioria das empresas no Brasil, ela não quebrou nos dois primeiros anos, mesmo com a pouca idade e em um meio tão competitivo. Não apenas isso, ela seguiu no mundo dos negócios e hoje, aos 25 anos, dá cursos e é independente financeiramente.

O diferencial desta jovem é mais palpável do que se pode comumente pensar: compreensão do mercado. Ao abrir uma empresa, seja de qualquer ramo ou produto, é crucial fazer pesquisa de mercado. “Tem que entender o potencial do seu público, quem são, o que querem e ter clareza de quanto dinheiro você dispõe para investir, não se gasta nem um real se não tiver clareza de todos estes aspectos”, afirma a consultora de negócios e especialista em marketing.

Essa pesquisa passa por conhecer os concorrentes, o que oferecem, seus pontos



O plano serve apenas como um Norte a ser seguido. Será necessário fazer adaptações.

fortes e fracos para assimilar como é possível ter um diferencial. Em qualquer momento é possível encontrar alguma demanda reprimida, o que pode virar uma oportunidade, mas, para isso, é necessário estudar profundamente o cenário econômico. O passo seguinte é encontrar os fornecedores ideais da matéria prima necessária, analisar o preço do material e, a partir disso, precificar o produto ou serviço.

Com todas estas informações será possível saber quanto deverá ser o investimento inicial. Outra questão fundamental que Ellen destaca em suas consultorias e que ela mesma vivenciou é o fato de que o plano, na maioria das vezes, não sai como o planejado. “O plano serve apenas como um Norte a ser seguido”. Será necessário fazer adaptações, o que pode levar um ano ou mais para que a empresa encontre o

caminho certo e não quebre logo no início.

Por último, e não menos importante, deve-se validar as vendas: não basta criar um “plano perfeito” sem saber na prática como vender. “Você tem que vender sua primeira peça e entender como é, isso é como uma experiência de ciências, que você precisa testar para validar, não existe empresa sem venda”, ensina a jovem. Somente após todas estas etapas o empreendedor está apto para fazer o CNPJ e começar os trabalhos.

Ellen reforça duas regras de ouro para qualquer empreendimento: jamais misturar despesas pessoais com as da empresa e estar preparado para as crises. “É importante guardar parte do lucro para reinvestir nos negócios e também ter uma reserva emergencial para os momentos de crise, pois não sabemos quando exatamente vai acontecer, mas acontecem”. Fonte: MF Press Global.

Alimentos, Bebidas e Bens de Consumo: quando devem retornar aos escritórios

Um quarto (25%) dos empresários brasileiros do setor de Alimentos, Bebidas e Bens de Consumo disseram que os profissionais da empresa onde trabalham devem retornar aos escritórios somente em 2021. Outros 22% voltam entre setembro e dezembro deste ano, 19,4% não tiveram o acesso bloqueado aos escritórios, 16,6% devem voltar em agosto e 13,8% já retornaram.

Essas são algumas das conclusões da “Pesquisa nacional: como será o retorno aos escritórios”, conduzida de forma inédita pela KPMG com executivos do setor para entender como será a volta dos funcionários às organizações. “A pesquisa aponta que as empresas estão buscando se adaptar a essa nova realidade, implementando medidas para que o retorno dos funcionários aconteça de forma segura”, afirma André Coutinho, sócio-líder de Clientes e Mercados da KPMG no Brasil e na América do Sul.

“Quando olhamos o setor, sabemos que os fabricantes de produtos essenciais, como alimentos e bebidas, implementaram estratégia híbrida para seguirem operando. As fábricas implementaram protocolos de segurança visando o bem-estar da equipe em campo, incluindo medição de temperatura, uso de EPI, teste dos funcionários entre outros, enquanto as equipes do chamado back office e vendas foram colocadas em regime de trabalho remoto.

Com a retomada dos pedidos pelo varejo, vemos esta expectativa de que as equipes voltem de forma segura e gradativa aos escritórios até o final do ano”, destaca Fernando Gambôa, sócio-líder do Setor de Consumo & Varejo da KPMG no Brasil e na América do Sul. Sobre o impacto do trabalho remoto na produtividade, quase metade (44,34) disseram que a produtividade se manteve. Para 22% houve aumento de até 20% na produtividade. Para 11% o aumento foi de mais de 20%, para 11 houve uma redução de até 20% na produtividade e para 11% a queda foi superior a 20%.

A pesquisa foi feita em junho com 722 executivos de 11 setores: agronegócio (8%); consumo e varejo (11%); energia e recursos naturais (8%); governo (2%); saúde e ciências da vida (7%); mercados industriais (16%); infraestrutura (6%); setor financeiro (18%); tecnologia, mídia e telecomunicações (9%); serviços (14%); e ONGs (1%). Já a distribuição geográfica dos entrevistados foi 77,9% no Sudeste; 8,1% no Sul, 7,6% no Centro-Oeste, 3,6% no Nordeste e 2,6% no Norte (AI/KPMG).

São altos os gastos das MPE passíveis de judicialização

A crise econômica causada pela pandemia é uma das maiores da história. De acordo com o boletim Focus, a expectativa é que o PIB caia 6,5% neste ano. Caso a estimativa se confirme, será a maior queda desde 1901. Os micro e pequenos negócios estão entre as 3 milhões de empresas que estão com dificuldades de pagar suas contas ou já encerraram suas atividades na pandemia.

Estudo feito pelo Sebrae estima que, até o final de julho, já havia R\$ 106 bilhões em passivos acumulados pelas micro e pequenas empresas brasileiras. O valor é fruto do cruzamento de dados da pesquisa do IBGE e pesquisas recentes do Sebrae sobre o impacto do Coronavírus nas MPE. Como as pesquisas do IBGE não consideram os Microempreendedores Individuais (MEI), é possível que as dívidas passíveis de disputas judiciais sejam ainda maiores.

Dos R\$ 106 bilhões gerados em passivos, R\$ 18,2 bilhões são gastos de pessoal; R\$ 6,3 bilhões em aluguéis e R\$ 81,3 bilhões em outros custos e despesas, que são, em sua maioria, gastos com matérias-primas, insumos e serviços contratados ao longo da cadeia de suprimentos.



O principal motivo pelo acúmulo de dívidas é a queda no faturamento.

O principal motivo apontado pelos empresários pelo acúmulo de dívidas é a queda no faturamento.

Dados recentes da Cielo mostram que a queda de faturamento do varejo na semana de 21 a 27 de junho, em comparação ao pré-crise, foi de 24%. Números coletados pelo Sebrae com donos de pequenos negócios no mesmo período apontaram para uma queda de 42%, quase o dobro. Para a média de todos os segmentos, essa queda foi de 51%, cenário melhor do que aquele encontrado no início de abril (70%), mas ainda consideravelmente dramático.

Outro agravante que se soma à queda de faturamento é a dificuldade em conseguir financiamento. Segundo os empresários, CPF (19%) ou CNPJ (10%) negativados são duas das principais causas para a recusa de crédito por parte

dos pequenos negócios. Um estudo do Sebrae mostra que 40% dos pequenos negócios já estão com dívidas em atraso, o que, de acordo com dados da Receita, representam mais de 7 milhões de CNPJs endividados.

Dentro desse cenário de incertezas e escassez de recursos para o pagamento de dívidas, o presidente do Sebrae, Carlos Melles, demonstrou preocupação com a manutenção da saúde dos micro e pequenos negócios. “É salutar que governo e instituições como o Sebrae se movimentem para criar políticas públicas que possibilitem em um primeiro momento, dar mais liquidez a essas empresas e, num segundo momento, facilitar a conciliação entre as partes envolvidas para não sobrecarregar o nosso sistema judiciário”, afirmou (AI/Sebrae).

O que sustenta a economia?

Benedicto Ismael Camargo Dutra (*)

O consumo sustenta a economia. O que sustenta o consumo é a renda, e esta requer trabalho remunerado

Para o país, é fundamental que haja produção e renda, senão o capital gerado acaba indo para fora, para países que produzem e exportam. Se o país pode produzir, por que ficar importando e engordando o capital externo? É indispensável que haja equilíbrio nas contas internas e externas, assim como no trabalho e na respectiva remuneração. Mas a ânsia por ganhos desenfreados entortou tudo.

Por milênios, a humanidade tem seguido caminhos errados em vez de buscar o aprimoramento da espécie e o viver pacífico. É preciso fortalecer as capacitações individuais, a força da diversidade. Mas a cobiça de poder quer uniformizar a todos e dar um número aos indivíduos, tornando-os dependentes no jugo daqueles que encontram no Estado o meio de ocultar a sua incompetência e impor sua tirania.

O conflito entre o empregador que quer pagar o mínimo e o empregado que quer melhores condições acabou levando grande parte das fábricas para a Ásia, onde a possibilidade de conflito é reduzida face a renhida luta pela sobrevivência. Tudo tendeu para o desequilíbrio na produção, empregos, renda, comércio e consumo, e nas contas públicas. A parada forçada da movimentação do dinheiro colocou tudo à mostra gerando falências em cascata. A economia tem de ser reativada de forma equilibrada, mas não sabemos o que vem por aí nem que interesses estão envolvidos.

Pelo mundo todo os acontecimentos estão em aceleração. O momento exige flexibilidade e constante readaptação às novas situações que se sucedem velozmente. Precisamos de pessoas que consigam ouvir a intuição e se ponham em movimento, ver o que está faltando, o que está emperrando e ir ajustando, senão as falhas aumentarão, o tempo passará, e as despesas vão superar as receitas. Sem que haja bom preparo das novas gerações, a precarização geral será crescente.

No pós-guerra consolidou-se uma ordenação mundial visando a paz, mas com o passar dos anos surgiram efeitos danosos. No entanto, o que se percebe é que a estabilidade mundial requer equilíbrio entre os países e povos, eliminando o mau

costume de se beneficiarem prejudicando outros. A cooperação deveria ser atuante e quem não puder ajudar, não deve atrapalhar explorando o outro.

A ruína da finança pública decorre da falta de estadistas sérios e competentes, e daqueles que querem inchar o Estado e mamar em berço esplêndido, então caíram na armadilha da dívida. Agora se tornaram conhecidos os amargos efeitos dessa globalização oportunista que buscou mão de obra barata para produzir manufaturas para exportar, mas com a perda de empregos e renda, tudo se tornou precário.

É muito difícil para uma pessoa de bem se entrosar num ambiente de mentiras, falsidades, dissimulações. Quem são os que ficam? Imagine uma pessoa intuitiva trabalhando em Brasília. Há uma deplorável guerra de palavras. Tergiversam, isto é, usam palavras para mentir, escamotear, difamar, visando destruição gratuita e inconsequente para desorganizar e atemorizar.

A ideologia é o escudo encobridor, mas o que interessa mesmo, acima de tudo, é poder e dinheiro, o controle, a submissão. A história é bem clara, a grande ambição de acumular riqueza e poder não tem fim, agora agravada com a limitação dos recursos naturais. Pouca atenção foi dada ao desenvolvimento de condições que possibilitem a melhoria continuada da qualidade humana.

No mundo áspere, dominado pelos homens subjogados pelo raciocínio limitado à matéria e ao tempo-espaço, os seres humanos intuitivos que ainda presentem a existência do espírito, não têm vez, são postos de lado por aqueles que se tornaram mestres na arte de auferir vantagens para satisfazer seus desejos e cobiças, indiferentes ao sofrimento que causam, e pouco se importam se descaírem.

Em 2020, o mundo está perdendo a esperança. A natureza é explorada de forma imediatista. Há despreparo da população. Cresce a corrupção. O desequilíbrio na economia é mundial. O ser humano não pode agir como ladrão. O Brasil precisa produzir mais e gerar empregos para reduzir o grande contingente de pessoas despreparadas e necessitadas.

(*) - Graduado pela FEA/USP, faz parte do Conselho de Administração do Hotel Transamerica Berrini, realiza palestras sobre qualidade de vida. Coordena os sites www.videaprendizado.com.br e www.library.com.br. E-mail: (bicdutra@library.com.br); Twitter: @bidutra7

Barbearia Vip cresce na crise e abre até na Europa

No meio da crise causada pelo avanço pela pandemia, algumas empresas brasileiras já estão conseguindo se recuperar antes do previsto dos danos que iniciaram na segunda quinzena de março, contrariando até seus próprios prognósticos. A rede Barbearia Vip, a maior do segmento da América Latina, já recuperou, no meio do ano, 85% do faturamento da rede antes da pandemia, sendo que a expectativa de recuperação estava estimada para acontecer no verão 2020/2021.

A expectativa antes da pandemia era atingir o faturamento de R\$ 20 milhões e, com a pandemia, a meta é de R\$ 18 milhões, valor acima do total de R\$ 15 milhões faturado em 2019, que representa crescimento de 16,7% em relação a 2019, mesmo com a pandemia. A franqueadora planeja 10 novas unidades em 2020: três já foram abertas – Lisboa/Portugal, Lages(SC) e no Centro de Florianópolis - e outras três serão inauguradas até novembro.



A franqueadora planeja 10 novas unidades ainda neste ano.

Faltam apenas quatro para bater meta do ano. “Um fato inesperado foi o aumento da procura por novas franquias, maior até que o primeiro semestre de 2019”, explica o CEO da rede, o jovem empresário Victor Conceição. A franquia de Miami, que estava programada para março, foi postergada, mas deve abrir

no final do ano ou início de 2021. Conceição acredita que os empreendedores, enquanto estão reclusos, procuram investir em negócios consolidados.

“Muita coisa mudou e não será como antes, mas acredito que muita coisa mudou para melhor, como maior atenção aos detalhes da operação do negócio”, opina. No início da pandemia, em março, Conceição colocou em prática o plano emergencial com os franqueados, com congelamento de taxas e revisão de custos fixos. Já o atendimento nas barbearias foi agilizado pelo aplicativo onde os clientes marcam o horário, evitando fila de espera.

Na matriz, no bairro Santa Mônica, na capital catarinense, além de não demitir, ainda contratou mais funcionários para a limpeza. Para completar 2020, a Barbearia Vip está em processo de compra de uma rede de barbearias concorrente para ganhar mercado no sudeste. Fonte e mais informações: (www.barbeariavip.com.br).