

A MIOPIA NAS EMPRESAS FAMILIARES

Cecília Lodi | Projeto Sucessores da ABRACAF

10/09/2021

Analisando grande parte das empresas que vieram a sucumbir nos últimos tempos, empresas estas de mais de vinte anos de existência, percebemos um catalisador importante para esta derrocada. A miopia da cúpula. A história das empresas sempre é escrita com períodos de abundância e escassez, mas, a última década, no Brasil, agregou uma forte deterioração da economia a alterações significativas na tecnologia, comportamento e modelos de negócio. Tempestade perfeita para aqueles que não tem os instrumentos corretos para navegar. A negação, a aversão à mudança e a descapitalização foram fatores para os empreendedores paralisarem no tempo. Tementes a arriscar uma nova maneira de fazer as coisas.

Muitos apostavam de que todas estas mudanças seriam apenas uma marolinha e que bastava ficar encolhido até a chuva passar. Outros empreendedores se agarraram a modelos de gestão ultrapassados, sob a desculpa de não lidar bem com a dimensão digital que chegou para ficar. Assistiram, dia após dia os clientes minguarem no showroom mesmo sabendo que estavam comprando em outro lugar. A passividade e a falta de reciclagem levaram a muitos perceber, tarde demais, que tinham que se reinventar. Em momentos como este em que a recessão se une à ruptura de modelo, apenas os que encaram e se adaptam sobrevivem, já dizia nosso velho amigo Darwin.

Mas por que muitos ainda se negam em aceitar o caminho? Primeiro porque existem por aí muitos profetas antiquados que tentam ensinar aquilo que não vale mais e hipnotizam a muitos com conceitos que o empreendedor quer desesperadamente acreditar. Como ele não sabe qual caminho seguir, quando este ouve alguma coisa que lhe faz sentido, ele crê que é verdade. Aí que mora o perigo. Não é verdade só porque nós temos a facilidade de enxergar.

O segundo desafio é o custo de se reinventar. Para tanto precisaremos reduzir despesas do hoje. Precisamos que o recurso flua para o novo e que o velho vá ficando para trás como uma fotografia antiga que vai desaparecendo aos poucos. Isto exige mais sacrifício ainda do que o empreendedor já está fazendo.

O terceiro desafio é a ousadia de empreender um caminho que ainda não foi trilhado por seus iguais. A grande maioria dos empreendedores prefere que outro invente a roda. Copiar é sempre mais barato. Mas ao que parece, as soluções que estão surgindo só são lucrativas para aqueles que as criam. O lucro reduz drasticamente para aqueles que copiam.

O quarto desafio é enxergar o que será necessário para o mundo em 10 anos e como podemos envelopar e vender isto? Isto requer visão de futuro, atualização diária no que está sendo criado e principalmente naquilo que não está sendo atendido. Isto requer uma auto crítica brutal. Um senso de humildade de entender que se precisa voltar para a prancheta.

Todo este processo é estressante, repleto de discussões de alinhamento entre a equipe, sócios e mercado. É um processo que beira mais ao caos inicial do que à uma estrutura bem organizada e definida com regras bem claras. É por isto que as startups estão sendo bem sucedidas neste ambiente. Elas questionam.

Deixo esta reflexão e uma observação feita por Steve Jobs em sua época. "A Apple tem que funcionar como uma grande startup para ser bem sucedida". A pergunta que fica é o quão você está disposto a mudar.