



O futuro dos negócios

O desenvolvimento de mentes planejadoras é um dos pilares do movimento educacional chamado empreendedorismo. Nenhum empreendedor sabe como será o futuro. As empresas navegam num mar revolto e repleto de incertezas. Todas pensam que sabem de algumas das tendências. Na realidade, a maioria dessas pretensas tendências pode não resistir a uma análise mais aprofundada. Quando devidamente filtradas elas podem se revelar unilaterais, parciais, excessivamente avançadas ou até mesmo obsoletas.

O mercado consumidor, por exemplo, é um enorme laboratório para os planejadores de negócios. A questão crucial é como interpretar e definir o perfil desse consumidor que está surgindo nesse início de milênio. Como interpretar essas mudanças rápidas de comportamento, de estilos de vida, de tipos de comunicação, de novos valores éticos, de adoção dessas novas e surpreendentes tecnologias. Certamente esse mercado consumidor em rápida mutação não poderá ser ambientado nos cenários que conhecemos hoje. Diante disso surge mais uma questão para o planejador: como dosar a rapidez das mudanças? Muitos planos estratégicos empresariais tidos como excelentes acabam fracassando na sua implementação por falhas na dosagem ou no cálculo da velocidade da introdução das mudanças. Outros bons planos pecam na sua implementação porque o cronograma de mudanças fica atrasado e obsoleto. Isso ocorre muitas vezes em função da guerra interna contra aqueles executivos que são eternamente resistentes á qualquer tipo de mudança.

Quem planeja no mundo dos negócios dispõe de muitos instrumentos de navegação. Existem centenas de planilhas com dados sobre crescimento demográfico, renda, hábitos de consumo e outros. Apesar das muitas informações e ferramentas disponíveis para a elaboração de um bom plano de negócio, muitas pequenas e até grandes empresas caminham para o futuro de peito aberto, no escuro. Elas caminham sem planos de longo prazo, sem metas, sem um rumo certo. Essas empresas estão tão expostas ao fracasso como aqueles navios que enfrentam os oceanos desprovidos de bússolas, aparelhos GPS ou mapas.

Muitos planejadores têm o pensamento simplista de que o futuro é uma continuação do hoje. Muitos pensam que planejar consiste em estender para o futuro o que existe hoje. Pensam que tudo pode ser projetado de maneira lógica, linear, até mesmo em linha reta. Muitos planejadores esquecem que o futuro não anda sobre trilhos. Esquecem que o que aconteceu recentemente e, acontece agora é totalmente mutável e inconstante. Esquecem que o futuro se constrói a partir de muitas pequenas e grandes decisões, todas dotadas de um poderoso "efeito dominó". Que elas acabam contaminando e influenciando todas as decisões e direcionamentos subsequentes.

Diante dessas incertezas e da incapacidade humana de prever o futuro, muitos empresários continuam relegando o planejamento para um segundo plano. Vejam o que Peter Drucker escreveu sobre isso há mais de 40 anos: "Os seres humanos não podem prever nem controlar o futuro. Pode-se concluir afoitamente que a previsão para prazos mais longos não merece respeito, nem vale a pena. O planejamento de longo prazo é necessário justamente em virtude da nossa incapacidade de prever. Diante disso, existe uma razão muito poderosa para tentar prever qual será o mais provável curso dos acontecimentos ou antever uma série de probabilidades". Diante do exposto, a escolha do empreendedor fica entre se aventurar rumo ao futuro sem destino, ou assumir o controle da viagem agarrado ao leme de um bom plano de negócio.

EDER LUIZ BOLSON - empresário, fundador de cinco empresas, professor universitário e consultor de empresas. Engenheiro formado pela Universidade Federal de Santa Maria, RS. Fez curso de mestrado na North Dakota State University dos Estados Unidos.

Fez diversos cursos de especialização em gestão de negócios e marketing no Brasil e exterior. Foi professor de Técnicas de Elaboração e Avaliação de Projetos do Departamento de Economia da AEUDF (Associação de Ensino Unificado do Distrito Federal) . Foi Assessor de Planejamento e Gerente da EMBRAPA/SPSB.

É presidente da APSEMG (Associação dos Produtores de Sementes e Mudas de Minas Gerais) e Vice-presidente para Negócios Internacionais da ABRASEM (Associação Brasileira dos Produtores de Sementes). Fundador e Vice-presidente do SINDBIO/FIEMG (Sindicato das Empresas de Base Biotecnológica no Estado de Minas Gerais). É membro do Conselho de Representantes da FIEMG. É professor de Empreendedorismo e Planos de Negócio de cursos de pós-graduação e consultor da Fundação Israel Pinheiro.

Sua experiência prática empreendedora é interessante e diversificada, pois a partir de sonhos ou visões fundou empresas que se desenvolveram e hoje atuam com sucesso, gerando emprego e renda, em diversos setores como: alta tecnologia, indústria, comércio e prestação de serviços. Continua criando empresas e ajudando outras pessoas a criarem novos negócios.

Eder Luiz Bolson é autor do Livro: "**Tchau, Patrão !**"