

Apreensão de jovens cai 11% no PR

Dados da Secretaria de Estado da Justiça mostram que 903 adolescentes foram privados da liberdade no ano passado. Ao todo, 75% deles permaneceram assim até um ano. Em 2013, 1.018 haviam sido acolhidos.

Geral



Existe fórmula para vencer na crise?

Experiência. Especialistas explicam, durante encontro promovido pela ESIC, que não há receita pronta, mas é possível ter o sucesso e aproveitar as oportunidades em tempos difíceis

Certamente o assunto do momento, principalmente para os micro-empresendedores e empresários, é como sair ileso e, se possível, fortalecido do recesso econômico pelo qual passa o país. Para contribuir com esse debate, que parece ter apenas um lado, o dos problemas que a crise traz, foi que a ESIC Business & Marketing School, promoveu um workshop, no final de junho, em Curitiba, para que os empresários pudessem construir junto com os participantes um norte para o caminho que parece estar turvo para muitas pessoas.

“É preciso entender que no capitalismo períodos de crescimento, recessão, contração e revitalização, faz parte do sistema nos quais se alternam climas de otimismo e pessimismo. O copo pode estar meio cheio ou meio vazio, vai depender de quem está olhando”, afirmou Victor Kroeger, diretor presidente e fundador da AUSLAND, maior fabricante de ERP do Paraná; e um dos palestrantes do evento.

Além de Victor, a ESIC convidou para mediar o evento outros empresários que acreditam que um olhar positivo, apoiado num bom planejamento podem alavancar as empresas nesse período. Os escolhidos foram Beto Madalosso, fundador da Forneria Copacabana e integrante da



Fotos: Eugênio Calixto

Mais de 250 pessoas participaram do workshop. Da esquerda para a direita, Victor Kroeger, Edgar Correia, Beto Madalosso e Betto Mafioleti.

família que controla também as marcas Anello, Madalosso (o maior do Brasil e um dos maiores do mundo em número de clientes), dentre outras empresas do ramo; Edgar Fernando Correia, sócio e fundador da Conteúdo sob demanda | Blogolândia e Betto J. Mafioleti, executivo e representante da Neo, agência certificada para fornecer o Google Business View no Brasil. Juntos os quatro empresários

instigaram os participantes a contribuírem propostas possíveis para fortalecer as empresas neste momento de crise.

Do encontro saíram dicas preciosas. Planejar, cortar gastos, gerenciar os indicadores de desempenho dia a dia; não deixar de investir em ações que atraiam clientes; visualizar novas possibilidades de produtos e serviços, ter controle emocional para que a empresa possa ser motivada e dirigida e

“Esta não é a primeira nem será a última crise pela qual passamos.”

Victor Kroeger, diretor presidente da AUSLAND

“Tudo muda. Acompanhe a evolução.”

Edgar Fernando Correia, sócio e fundador da Conteúdo sob demanda | Blogolândia

“A crise, no futuro, será vista como um mestrado para aqueles que sobreviverem.”

Beto Madalosso, fundador da Forneria Copacabana

“49% dos consumidores visitam de 2-4 vezes um site antes de comprar.

É uma oportunidade de se diferenciar para fechar a compra.” *Betto J. Mafioleti, executivo e representante da Neo*

reinventar-se, foram algumas delas. Os participantes também reforçaram que em qualquer crise é preciso aumentar o controle e ficar atento às transformações do mercado.

Foram mais de quatro horas de intensa troca de ideias entre empresários, onde a conversa, os questionamentos e o debate sobre a crise, suas fases e, principalmente, suas oportunidades foram o centro das atenções.

Não existe fórmula mágica para enfrentar a crise, mas é preciso estar preparado. É o que garantem os especialistas e empresários. Confira as principais recomendações dos participantes e palestrantes do evento:

A lição de casa Sobrevivendo na Crise	Mantendo a saúde Superando a Crise	Desfrutando do planejamento Vencendo na crise
Corte de custos: Não se pode gastar mais do que se ganha, mesmo com reservas robustas.	Foco em vendas: Marketing e comercial precisam estar no centro das atenções do empresário/executivo.	Reinvente sua empresa: Nova política comercial, novos produtos, diferenciação da concorrência.
Otimize recursos: Produtividade, eficiência, desperdícios, corte de supérfluos.	Linha de produtos: Atenção aos produtos e serviços que serão cortados no consumo dos clientes.	Ataque à concorrência: Concorrentes podem estar enfraquecidos e com flancos abertos para ataque.
Corte nas margens: No início de uma crise, é preciso sobreviver à guerra de preços.	Produtividade: Investimento em tecnologia e melhoria na qualificação de pessoal (hora do empregador).	Nichos de mercado: Em nichos a concorrência é menor e podem não estar sendo tão afetados pela crise.
Gestão da inadimplência: Com crédito caro, é imprescindível administrar muito bem o fluxo de caixa.	Cuide da carteira: Em tempos de crise, sua atual carteira de clientes é seu maior ativo.	Inove: Evite o efeito manada: “Quando todos plantam batata, plante milho”.
Reduza endividamento: O maior motivo das falências são dívidas que poderiam ser equacionadas.	Conheça sua empresa: Números confiáveis e conhecer o seu negócio: “O olho do dono”.	Foco no foco: Sua missão é promover a realização do seu cliente.