

[www.carloscauduro.com](http://www.carloscauduro.com)

# A FÁBRICA DOS SONHOS

Distribuição Livre

A FÁBRICA DOS SONHOS

**CARLOS CAUDURO**

© 2013 - Todos os Direitos Reservados

© Carlos cauduro - [www.carloscauduro.com](http://www.carloscauduro.com)

# A Fábrica Dos Sonhos

© 2013 - Por Carlos Cauduro

<http://www.carloscauduro.com>

## Direitos de Propriedade

Este produto digital possui autorização de distribuição livre concedido pelo autor. Pode ser divulgado em qualquer meio de comunicação existente. Poderá citar partes ou todo em seu web site ou blog, desde que não altere o conteúdo e mencione as fontes originais. Pode dá-lo de presente ou brinde como parte de um curso na internet ou presencial.

Este eBook é indicado para quem quer buscar informações rápidas e precisas e também destacar-se pessoalmente ou em seu negócio, ou para quem possui web site, e deseja utilizar este livro para acrescentar mais conteúdo e aumentar a audiência em sua página na internet, mas não está a praticar e-commerce.

**Mais Conteúdo em:** <http://www.carloscauduro.com/index.php/blog.html>

O autor dedicou-se a obter informações exatas e completas quanto possível na criação deste produto. O escritor não assume qualquer responsabilidade por erros, omissões ou interpretações erradas deste livro. Qualquer referência a pessoas específicas ou organizações não são intencionais.

Receba mais informações sobre nossos negócios:

<http://www.carloscauduro.com/newsletter.html>

# Índice

## Conteúdo

Sobre a idéia .....	4
A Estratégia .....	6
Quanto as Estratégias.....	8
Insights, Verdades e Reflexões sobre Negócios.....	14
A importância de utilizar o mais valioso recurso disponível.....	17
Competitividade .....	21
Reforçando.....	24
Ser diferente: essa é a busca existencial da empresa.....	26
Ambicione sempre o melhor, Seja o melhor .....	28
Gestão .....	29
A Tecnologia .....	31
Projetos .....	33
O Mundo muda e os valores se alteram.....	34
Escolha e Certeza.....	39
Mercados de Abundância .....	42
E ainda .....	45
Sobre o Autor .....	64

## Sobre a idéia

Não raro, muitas empresas estão ainda, baseadas em operações de rotina, em busca de estabilidade e de uma competência centrada na ideia de que amanhã se fará melhor, e com maior produtividade, aquilo que fazemos hoje.

Infelizmente, essas empresas estão com suas concepções erradas, uma vez que rotina e estabilidade são tudo que não se pode esperar em ambientes dinâmicos e mutáveis do amanhã.

Mudanças, inovações e novas ideias podem, simplesmente, chegar ao mercado e colocar “por terra” negócios que estão sendo construídos há décadas, que consumiram muitos recursos, trabalho duro, lágrimas e suor de todos os que até ali conduziram determinada empresa.

No caso específico da indústria da construção civil, e generalizando, se observa uma imensa preocupação voltada para dentro. O que as conduz é o pensamento linear, o fato de que tudo pode ser controlado e que seu foco de negócios é meramente operacional. O “core business” passa pela ideia de fazer e de produzir.

Para ter competitividade na construção civil um caminho é usar a tecnologia, a inovação e a criatividade. As aplicações prioritárias devem passar por novos métodos e processos produtivos, em gestão, competitividade e em relacionamentos com os clientes.

Todavia, o que importa em mercados competitivos é que somente o melhor, em alguma coisa, é que poderá satisfazer o cliente exigente, naquele quesito específico. Isso porque ninguém consegue ser melhor em tudo. A concorrência agora é cada vez mais global, e ocorre em um mundo com excesso de

ofertas, que aniquila as que oferecerem produtos médios, com desempenho médio e que é realizado por pessoas médias.

Dessa forma, as empresas da construção civil, de sua cadeia produtiva e de valor precisam se reinventar. E a reinvenção, nesse momento, não é mudar o que é, mas é criar o que não é.

De forma urgente, no atual estágio da indústria, a tecnologia precisará gerenciar a logística: do projeto ao fornecimento de insumos, materiais e acabamento garantindo no final a consecução de um empreendimento no prazo certo, e com todos os atributos que foram solicitados pelos clientes. Essa é a parte mais importante e que é valorizada por eles.

Esse é então, o grande desafio de posicionamento para as empresas desse setor: perceberem que a gestão de seus negócios não é uma questão de comando e controle, mas de foco. E o foco deve ser nos seus clientes.

Logo, será tarefa da gestão direcionar uma visão clara, contínua e consistente dos processos e procedimentos da empresa para atingir coisas extraordinárias com pessoas comuns, permitindo que haja um fluxo constante de criatividade e de inovação voltada para os clientes e para o mercado.

## A Estratégia

Qualquer decisão deverá passar pela tentativa de inovação. Inovar é criar coisas que o mundo ainda não viu. Porém não é criar um departamento ou designar um grupo de engenheiros para fazê-lo. Inovar é criar uma estrutura mental que se aplica a todos na empresa, a todas as coisas, em todo e qualquer lugar e de forma contínua.

Isso requer experiências e experimentações. Porém, propor o novo é arriscado, porque experimentos são arriscados, e podem redundar em fracasso. Mas somente assim uma empresa pode estar a um passo a frente da concorrência. Somente dessa forma ela pode surpreender e encantar seus clientes.

Logo, as empresas precisam brincar um pouco com a seriedade e a responsabilidade que é colocada em seus empreendimentos. As empresas de construção civil podem começar a se imaginar como grandes montadoras de peças – “tipo lego” – em que cada peça define seu papel, e isso, contribui com valor ao todo.

Essa é a nova brincadeira. Essa é a forma das empresas começarem a se enxergar. A fábrica de sonhos pode começar a ser criada e a funcionar. É isso que os clientes querem e precisam em suas vidas. O novo que preencha suas exigências de maneira diferente.

E para essas empresas de sonhos há contida uma certeza: sempre existirá certo poder em fazer as pessoas sonharem e acreditarem.

Essa é a concepção desse livro. Empréstimo de ideias, colocar conceitos e provocar a reflexão. Os sonhos e as fantasias não precisam mais ficar limitados à janela do quarto.

A imagem enquadrada deve se desvanecer, fluir pelo infinito e se fundir em cores e movimentos. Ela deve brilhar e formar impensadas imagens como em um imenso caleidoscópio, onde todas as formas são possíveis e a vida desfila então, por um

mar sem fim de estrelas no cosmos e não mais num aquário em cima de um móvel na sala da casa.



O projeto deste livro nasceu nas ondas do mar. Começou a tomar forma olhando o trabalho das gaivotas, o vai-e-vem dos homens em seus barcos de pesca, e, em como a cada nova espiada nesse lugar, encontrava as coisas mudadas, assim como eu mesmo.

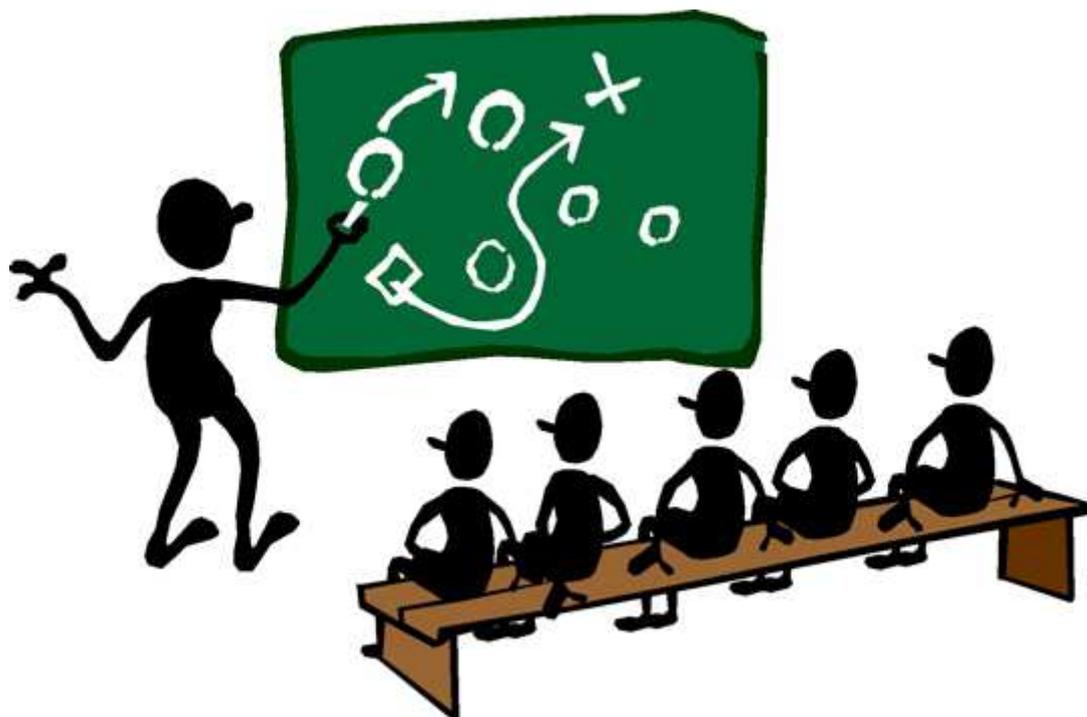


*Assista este vídeo: A Tecnologia do Futuro:*

<http://www.carloscauduro.com/index.php/blog/23-a-tecnologia-do-futuro.html>

## **Quanto as Estratégias**

As estratégias empresariais até aqui tem sido criadas em torno de uma ideia que pode ser explorada lucrativamente por longo período de tempo. Dessa forma, as empresas exploraram recursos naturais (minas, petróleo, ferro e aço, etc.), tecnologias (maquina a vapor, motor a combustão, computadores, etc.) e sempre as pessoas (mão de obra). Há anos de experiência nisso e quando algo dá sinais de esgotamento (a mina de ouro está esgotada) muda-se para outro negócio.



No entanto a criação fica prejudicada e abandonada. Criar é para quem não tem o que fazer ou que perde tempo pensando quando devia estar produzindo alguma coisa. A maior parte das pessoas não está acostumada a criar. Preferem seguir e cumprir ordens e fazer o que lhe é atribuído por quem paga seus salários.



Mas buscar alternativas e outros caminhos podem trazer resultados surpreendentes. O Viagra foi descoberto quando se buscava um remédio para a pressão alta, Colombo queria chegar às Índias e acabou descobrindo a América e a penicilina foi um resultado fracassado a exemplo da borracha galvanizada.

No mercado há duas velhas formas de ser diferente: por ter o menor preço ou o melhor produto. Isso implica em criar alguma outra exclusividade: da embalagem do produto a forma como o mesmo chega às mãos do cliente, não esquecendo que internamente, são as pessoas que podem definir ideias impares, sugestões empreendedoras ou outra “sacada” qualquer.

Ser normal nesse mundo de iguais é escolher o caminho que leva a lugar nenhum. Ser mais um não ganha o jogo. Ver as mesmas coisas, ouvir as mesmas coisas, ter integrantes semelhantes, desenvolver ideias similares e ter produtos concorrentes leva para o mar da normalidade. Com sua impressão de calma eles afunda e afoga diariamente vários capitães e suas embarcações.

A mesmice contagia feito praga viral. A tecnologia ao invés de diferenciar está homogeneizando. Todo mundo atua da mesma forma: assista discursos dos executivos, veja os comerciais na TV,

compare produtos, monitore os sites e redes sociais, estude os sistemas de gestão. Tudo é parecido. Não errar é fazer mais igual possível. Siga o líder, mas preste atenção que quando ele cair você pode ir junto.



*Assista este vídeo:*

<http://www.carloscauduro.com/index.php/blog/60-os-lemmings-nao-se-suicidam-mais.html>

*Outra boa medida é focalizar o mundo externo e não os processos e procedimentos internos. Isso permite entender para atender de forma singular o cliente. Ele compra, muitas vezes, algo diferente daquilo que você queria vender (lembre dos benefícios associados ao produto: do batom a um automóvel, passando pela casa ou moradia e pense nas limitações finitas de sua oferta).*

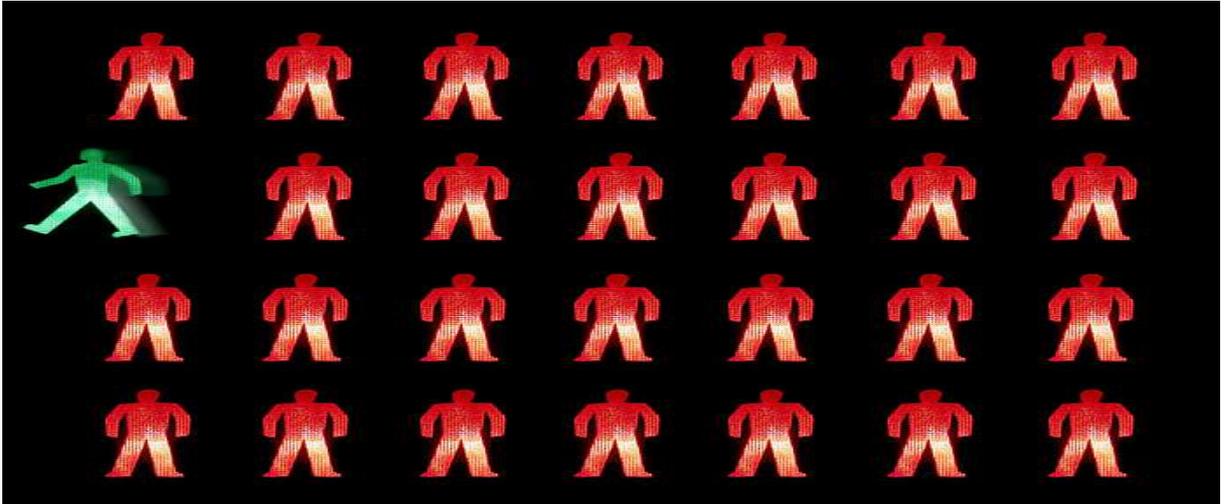


*(Focalizar em dimensões finitas é oferecer a mesma coisa. No entanto, é melhor ser algo para alguém do que nada para ninguém).*

*Também o discurso de ser ético, responsável social e ambientalmente não pode ser utilizado se não houver prática: projetos, investimentos e transparência. Pise na bola hoje em que você é alguém – famoso ou não - e experimente amanhã a vergonha de existir.*



*Então para que possamos obter sucesso devemos nos portar de forma diferente dos outros porque nos portando igual chegaremos a resultados normais e normal é igual a nada. Temos que quebrar regras (pequenas que sejam) e talvez possamos criar um temporário e lucrativo monopólio.*



## Insights, Verdades e Reflexões sobre Negócios

A indústria da construção civil, por muito tempo, baseou todo sua essência em trabalho braçal – o homem boi – e depois, nas grandes obras, usou as máquinas.



Também por muito tempo baseou suas premissas de oferta em dois extremos: para o cliente final ou habitacional decidia aquilo que queria fazer sempre acreditando que as pessoas deveriam morar onde houvesse oferta e a oferta era aquilo que a indústria decidia construir e vender.



As grandes construtoras brasileiras tinham no governo e na necessidade de construção – infraestrutura e grandes obras - sua

vaca leiteira. Enquanto houver governos e necessidade de obras – aliada a sede corruptiva e de poder dos políticos – tudo será sempre céu azul.



## **A importância de utilizar o mais valioso recurso disponível**

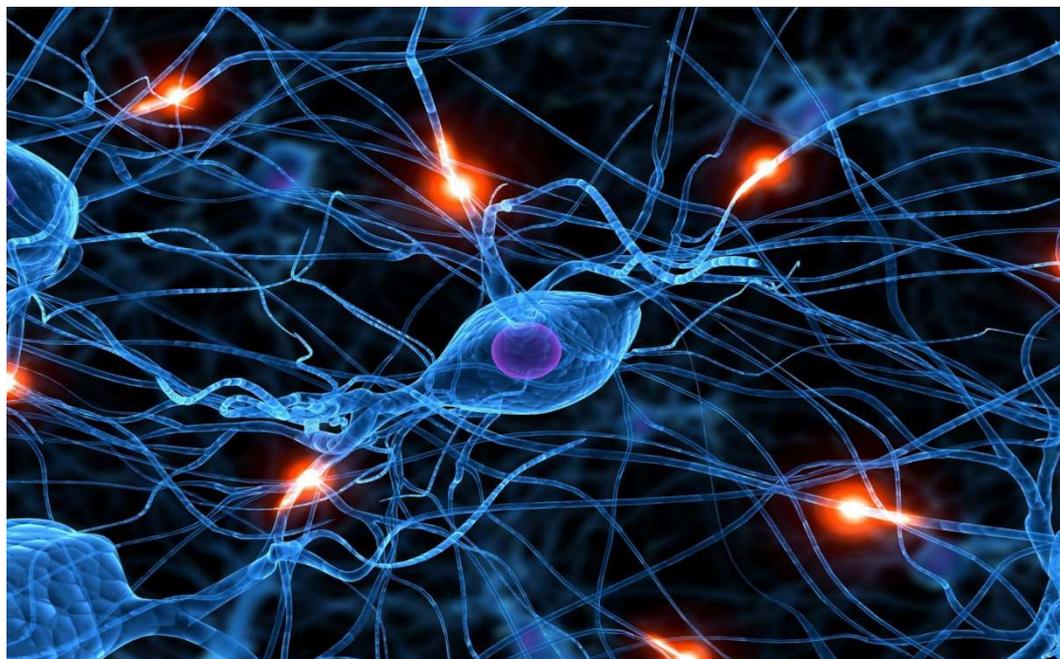
A maioria das empresas esquece sempre o mais importante:

1. O cérebro de seus trabalhadores;
2. O desejo e expectativas de seus clientes; e
3. A necessidade de competir globalmente.



## De novo:

A BATALHA É DOS CEREBROS.



O FOCO É NOS CLIENTES.



## O MUNDO É GLOBAL E A COMPETIÇÃO NÃO RESPEITA FRONTEIRAS OU BANDEIRAS.



*Assista este vídeo: O Mundo Global*

<http://www.carloscauduro.com/index.php/blog/55-o-mundo-global.html>

Logo uma indústria – como a da construção civil - que sempre se voltou para sua vocação operacional está agora frente a uma nova realidade: a competitividade não depende de seguir regras e voltar-se para o passado, mas sim em quebrar regras e olhar sonhadoramente para o futuro.



**Assista este vídeo: Avanço Tecnológico**

<http://www.carloscauduro.com/index.php/blog/26-avanco-tecnologico.html>



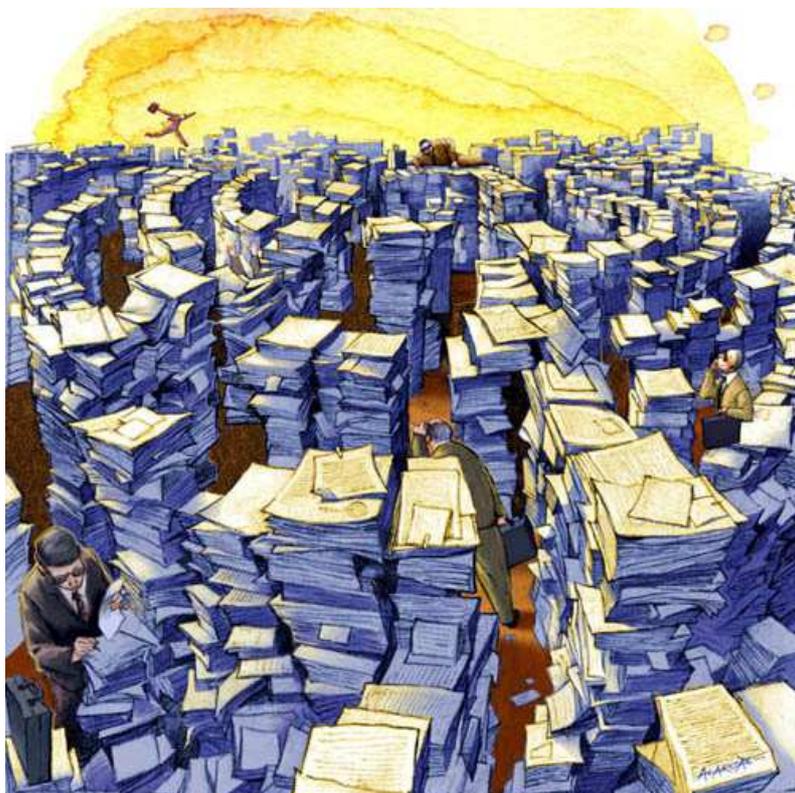
commodities. A satisfação do cliente está no valor que lhe é oferecido por qualquer bem ou serviço.



Tudo acontece dentro de uma teia de relacionamentos on-line: empresas, cadeias produtivas, fornecedores, clientes, sistemas financeiros, governos estão em sistemas sensíveis. Basta um leve toque e haverá registro instantâneo em todos os lugares.

A competitividade das empresas passará a ser cada vez mais centrada em ter os melhores (eficientes, eficazes e efetivos) sistemas, ambientes (e não escritórios, prédios ou instalações) institucionais e talentos diferenciados.

É importante lembrar que o uso exagerado da burocracia é apenas uma forma de sufocar, de manter controles do controle, de reforçar o pensamento linear e não permite a experenciação, o erro e o aprendizado.



*Assista este vídeo:* O Verdadeiro Sentido das Coisas

<http://www.carloscauduro.com/index.php/blog/57-o-verdadeiro-sentido-das-coisas.html>

## Reforçando

A força bruta só carrega pedras. Uma obra não é uma pilha de pedras. É algo mais que isso.

Use toda a força que quiser. Derrube paredes; ameace e adule. Isso não levará a lugar nenhum.



Sua chance de derrota será sempre maior quando você enfrentar alguém mais rápido, mais inteligente e mais motivado.

Conhecer e entender. Esse é um novo campo de batalha para indivíduos, empresas e países.

O conhecimento é uma nuvem pairando sobre sua cabeça. Cuide para não se molhar. Não se deixe afogar.



As palavras voam pelos ares. Tudo é imediatamente copiado (e pior melhorado). Tudo é viral e se espalha. O fogo na palha. A sua última idéia.

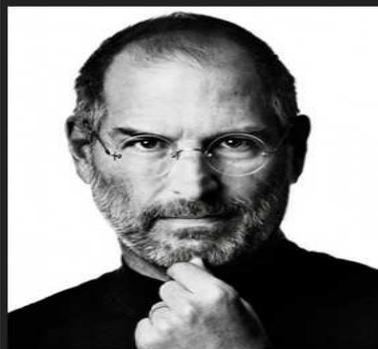


## Ser diferente: essa é a busca existencial da empresa

Sua empresa não pode ser mais usual e comum. Ela precisa ser diferente. Precisa inovar. Precisa ser imprevisível e surpreendente.

Só há uma saída. E ela é simples. Faça algo diferente, algo que o mundo não viu. Inove para ser único por algum breve período. Faça algo novo de maneira nova. Não maquie, não acrescente uma nova formula, não de descontos ou prêmios. O consumidor é cada vez mais esperto. As redes sociais e as informações virais podem colocá-lo no céu num instante e detoná-lo logo adiante.

Todos os produtos são bons. Todos os carros são iguais. Tudo é cada vez mais igual. A similaridade toma conta de tudo.



Estamos apostando na nossa visão. Preferimos fazer isso a fabricar produtos iguais aos outros. Vamos deixar outras empresas fazerem isso. Para nós, o objetivo é sempre o próximo sonho.

(Steve Jobs)

[kdfrases.com](http://kdfrases.com)

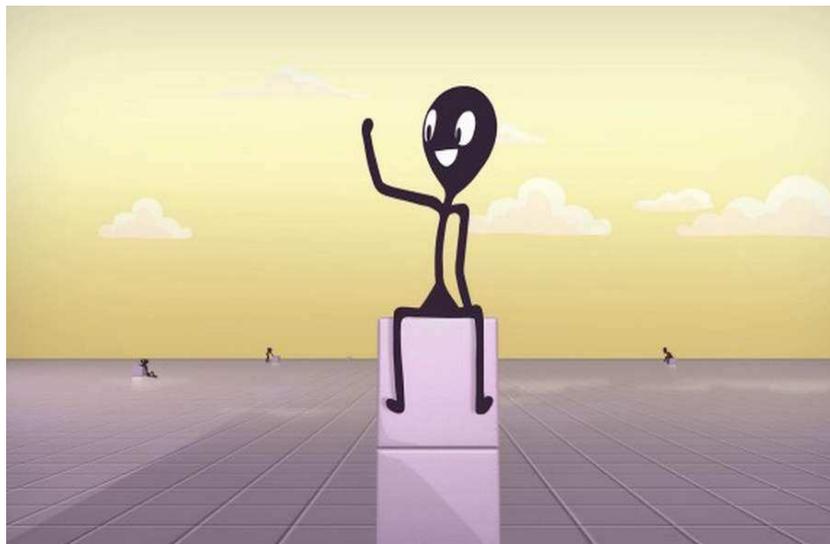
De acordo com Richard Pascale, “muitas empresas precisam se reinventar. E a reinvenção não é mudar o que é, mas criar o que não é. Uma borboleta não é mais que uma lagarta nem melhor ou mais aperfeiçoada que uma lagarta; uma borboleta é uma criatura diferente. A reinvenção envolve uma série de metamorfoses contínuas dessa magnitude com o passar do tempo”.

Isso significa que nenhum negócio precisa viver para sempre. O que é necessário é sobreviver com resultados efetivos durante certo período de tempo. Ser uma empresa descartável, num mundo de descartáveis talvez seja a melhor opção. A morte é sempre inevitável. Até a morte empresarial.



## **Ambicione sempre o melhor, Seja o melhor**

Fora de seus domínios pode haver o melhor. O melhor engenheiro. O melhor projeto ou o melhor arquiteto. Podem existir melhores fornecedores ou produtos mais baratos e de qualidade. O melhor e preferível ao mais próximo. Saia de seu quintal. Suba a escada. Ande na nuvem.



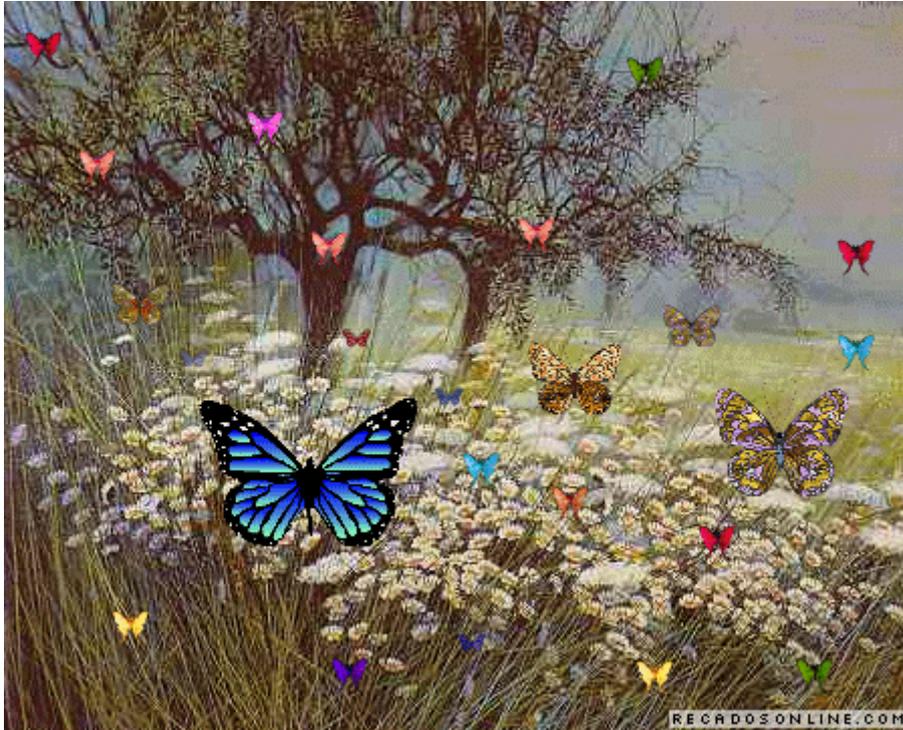
## Gestão

Gestão é saber organizar as coisas de maneira diferente, através da inovação e de uma liderança reconhecida que lide com talentos e cérebros. E o que se faz agora talvez não sirva mais amanhã. A renovação constante é a possibilidade. Renove. Mude.



Os chefes e os cargos já eram. Não há líder que sabe mais que os outros ou que está sempre certo. Gerenciar por números do passado é passado. Punir e controlar não funciona. Tudo deve ser baseado nas pessoas. Tudo é voltado ao humano.

Agora todos são livres. Podem ir, fazer ou ser, o que quiserem. A escolha é individual. A liberdade também. Só que liberdade gera responsabilidades. Essa é a chave.



O futuro não pode ser previsto. Precisa ser criado. O futuro não existe. O sucesso é o resultado da forma como projetamos o futuro. Sucesso tem a ver com criação e não com adaptação.

Ou as coisas acontecem ou você faz as coisas acontecerem.

E tudo pode ser feito para o bem ou para o mal. A eletricidade, a web ou os computadores. Mas lembre dos computadores só dão respostas rápidas. Não formulam perguntas.

***Assista este vídeo:*** Construindo pirâmides:

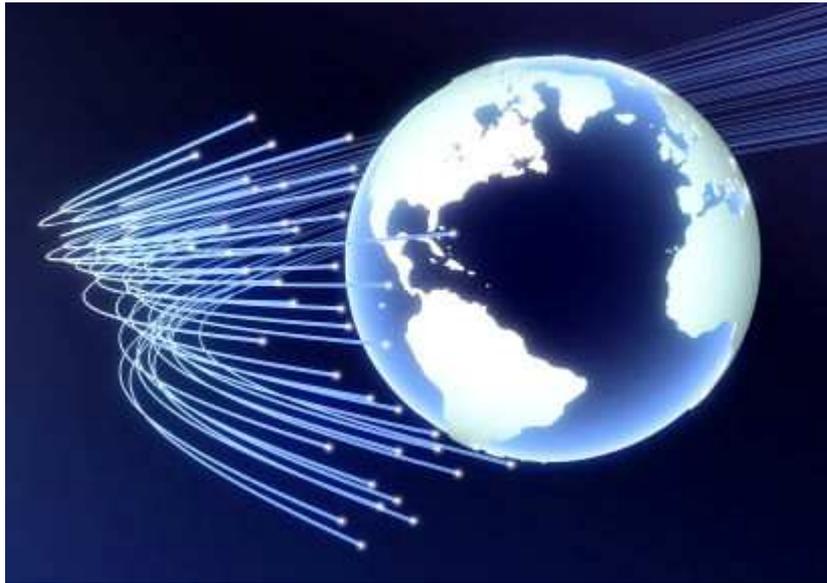
<http://www.carloscauduro.com/index.php/blog/35-construindo-piramides.html>

## A Tecnologia

A tecnologia faz você nascer de novo, produz ciclos importantes ou lhe afunda de vez.

Tecnologia da informação diminui tempo e espaço. Ficar isolado num escritório não produz mais do que sentado a beira do mar e conectado a internet, por exemplo.

Tecnologia da informação fornece transparência total. Todo o mundo sabe de tudo de forma imediata. Não tente esconder nada. Não se esconda, apesar de você poder ser qualquer coisa pela internet: homem ou mulher, velho ou novo, preto ou branco. Não importa.



Tudo tem relevância ou não. O que é relevante tem valor. O que não é torna-se apenas lixo.

Os mercados tendem a se tornar mais e mais ajustados. Todo mundo comenta sobre seu atendimento, sobre a qualidade de seus produtos e sobre seu atendimento. Se você ouvir é possível sempre ajustamento e melhoria. Se negar a ouvir seus

clientes buscarão novos fornecedores. Pensar em fidelidade é pensar em viajar sobre uma nuvem. Você vai acabar no chão.



## Projetos

As empresas de construção civil devem pensar diferente na forma de produzir as coisas. Cada vez mais é necessário abrir as portas e trazer de fora um inovador projeto, formas diferenciadas de processos construtivos, ter parceiros para novos materiais e aplicações, inovar na forma de comercialização, etc.

Cada projeto é “ad hoc”. Tudo deve ser baseado no exemplo das grandes montadoras de automóveis. Um projeto de construção é a montagem de uma obra em que cada um dos envolvidos tem a sua parte de trabalho e de responsabilidade. Fazer um filme pode ser uma experiência valiosa, assim como montar um time de futebol.

Tudo pode operar on-line e real time. Não é necessário estoque e nem produzir tudo no canteiro de obras. A grande fábrica de “legos” está cada vez mais pronta para ser montada. A tecnologia permite uma reformulação totalmente nova das velhas e onerosas operações. Tudo fica a um “clic” de distancia. O tempo tem outra dimensão.



## O Mundo muda e os valores se alteram

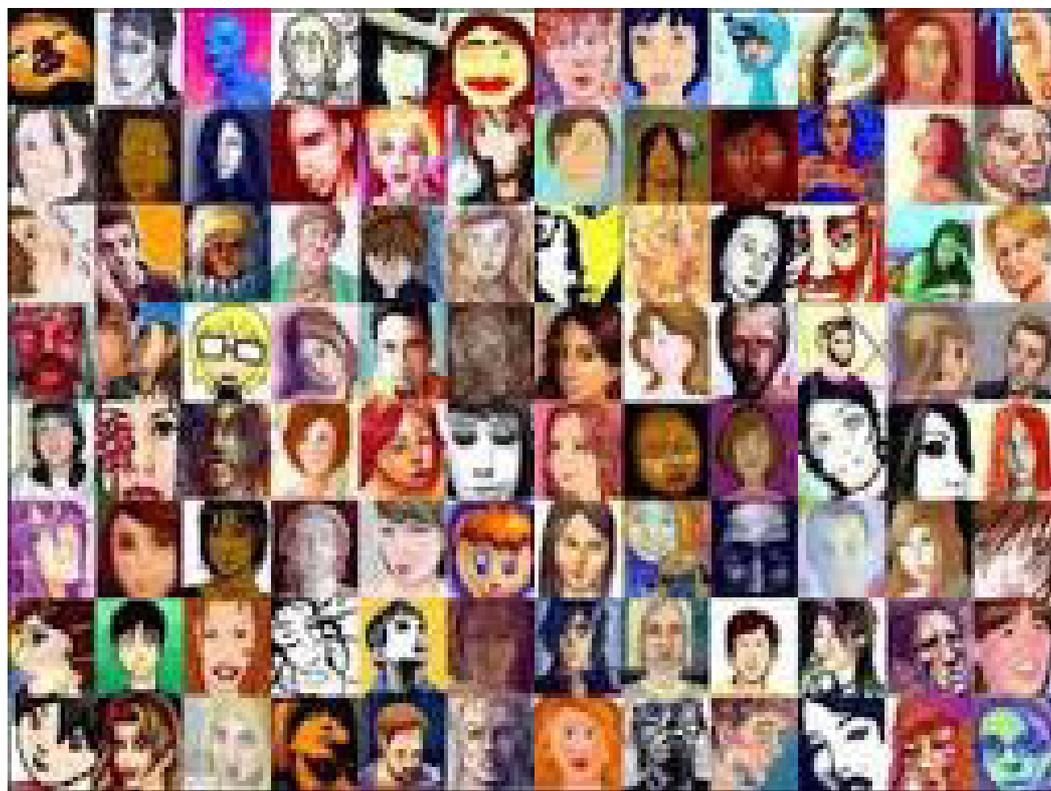
A ideia da família nuclear: pai, mãe e filhos está cada vez mais desaparecendo. Isso pode ser visto cada vez mais nas grandes metrópoles. Outras tendências apontam para o isolamento, para o casulo em que as pessoas – em geral sozinhas ou com seus animais de estimação – buscam seu refugio e espaço, espaços para morar e trabalhar, locais que privilegiem a natureza, espaços compactos, serviços agregados, etc. definem o novo morador e cliente imobiliário.



A velha segmentação dois ou três dormitórios com infraestrutura padrão está fadada a ser coisa do passado. As necessidades são outras. A mentalidade é diversa e busca criatividade e o diferente.

A diversidade, o morar juntos de pessoas com mesmo sexo, interesses, afinidades passageiras mostra uma realidade dinâmica. O que é hoje amanhã não deixa nem lembranças.

Pessoas são diferentes e tem motivações diferentes. A indústria automobilística levou 100 anos para perceber que as mulheres não são “pequenos homens”. A indústria imobiliária ainda não percebeu que as famílias são diferentes e moradia tem significados diferentes.



Cada vez há mais tribos e cada uma delas se transforma, agrega e fragmenta absolutamente tudo. O mundo é da diversidade e da escolha.



Os valores mudam, lentamente algumas vezes, mas mudam. A forma de pensar o trabalho, família, religião, natureza, dinheiro, espiritualidade, sexo, prazer, divertimento ou entretenimento, tempo livre, necessidades da comunidade, estudo, profissão, etc.



E com essas mudanças que ocorrem, mais e mais, vazio é produzido. As pessoas são cada vez mais solitárias, mais deprimidas, mais emocionalmente comprometidas com problemas e carências. Sempre falta algo. Por mais que se possa comprar e ter o vazio não desaparece.

As pessoas num mundo com excesso de ofertas não querem mais apenas ter tudo. Precisam atenção especial, entendimento de seus problemas emocionais e muita afeição.

Se antes a atenção era para benefícios de produto, depois para emocionar, agora, o jogo pede atenção e experiência. Ofertas devem aflorar nos clientes, sensorialmente por todos os sentidos, sentimentos, fantasia e prazer.



As empresas precisam focalizar nichos específicos e estreitos, seja num mercado geográfico ou em grupos de certas pessoas. Os produtos devem ser a escolha “natural” desse

segmento. Para isso a empresa precisa ser diferente e necessita repensar continuamente seus processos e operações.

## Escolha e Certeza

O que mais se vê num futuro próximo é a total liberdade de escolha, sem os ranços e juízos condenatórios. As opções estarão colocadas nas mãos de qualquer pessoa. A escolha por sua preferência sexual, sua forma de trabalhar e de morar, os produtos que compra, o divertimento que lhe faz bem e tudo o mais será escolha apenas sua. Escolha e viva. Chore e ria. O mundo não irá parar para lhe observar.



Escolhas e liberdade são sinônimas de responsabilidade. Passamos a ser cada vez mais responsáveis pelo que ingerimos, pela nossa educação, por nossas profissões, enfim pela nossa própria vida. Não haverá pais vigilantes e nem governos altruístas. As empresas lhe darão de volta aquilo que você souber conquistar, sem paternalismos ou outro sentimento.

Buscar a certeza é da natureza humana. Todos fazem de tudo para reduzir a incerteza. Arriscar pode trazer a consequência da incerteza. Logo se tenta errar o menos possível. Ficar quieto num canto, sem ser percebido pode ser a melhor escolha.

A redução da incerteza faz parte do mundo empresarial. Quando alguém começa a trabalhar numa empresa recebe um

treinamento inicial que lhe diz como se portar, em que acreditar, como fazer as coisas, quais são os padrões de avaliação funcional, quais são os produtos, os clientes, os mercados, etc.



Dizem-lhe como é o mundo que você passará a habitar e vivenciar. Se você for um acomodado ou omissos aceite. Caso contrário rompa as regras e mostre algo novo.

Diga eu aceito a incerteza, não sigo o script histórico e tenho minha mente e meu ser para pensar e subverter a ordem. Não aceito menos que ser feliz ou ao menos tentar.

Logo, a nova liderança deve subverter a ordem. Deve romper com a mesmice, propor e gerar incertezas. Os verdadeiros líderes desafiam as pessoas. Eles não controlam, mas libertam as pessoas. Permitem suas escolhas.



**Assista este vídeo: Liderança com Resultados**

<http://www.carloscauduro.com/index.php/blog/50-lideranca-com-resultados.html>

## Mercados de Abundância

Cada vez há mais mercados disponíveis. Há mercado para qualquer coisa: de pedofilia a apostas de quem fizer a primeira falta num jogo de futebol. Há excesso de ofertas em relação a demanda: 40% em automóveis, 100% em químicos, 50% em aço, 150% em computadores e assim por diante. Fabrica-se e produz muito mais que se demanda. Há estoques demais. Ofertas demais.

E os mercados são cada vez mais discricionários e exigentes. A competição é total e não encontra barreiras nem de língua, nem de fronteiras, nem de entregas e muito menos de preços. O cliente virou e é o grande ditador. Quando se alia a outros consumidores fica imbatível e muda completamente o cenário dos preços praticados.

Como num mercado de abundância é possível ser notado?



Você precisa ser rápido, ágil, flexível. Ninguém tem paciência de esperar absolutamente nada. Tudo deve acontecer em um clic de forma imediata. Pediu e chegou. Tudo é real-time. É agora. Já.

Para ter sucesso é preciso criar pequenos e temporários monopólios. A competitividade emerge quando não se compete. O sucesso surge quando se é diferente e quando se está pronto para mudar novamente. E a mudança é para agora.

Somente sempre o melhor contentará o cliente exigente. Apenas o melhor terá sucesso enquanto for o melhor. Mas preste atenção ninguém pode se destacar em tudo ou para todos.

Para isso é necessário:

- a) Foco: ter foco no cliente em seus desejos e expectativas é a chave da lucratividade;
- b) Competência: realize aquilo que é área fim – essência de seu negócio ou “core competence” - e determine a terceiros competentes as áreas meio;
- c) Atenda nichos: atenda o mercado da forma mais estreita possível;
- d) Aprender: para crescer a empresa precisa aprender continuamente. Isso requer perceber que nada é perfeito.
- e) Atitude: significa correr atrás daquilo que você acredita ser o melhor para sua empresa e seus clientes;
- f) Desenvolver marca: é o único ativo que pode diferenciar a empresa é a marca, porque não pode ser copiada;
- g) Desenvolver talento: negócios e empresas são feitos através de pessoas. Elas são os únicos elementos que podem diferenciar sua empresa;

h) Ser global: se deve criar produtos que possam ser consumidos globalmente;

i) Ser inovadora: é uma estrutura mental que se aplica a todos na empresa, a todas as coisas, em todo o lugar e que é ininterrupta. Inove reinventando estratégias, tenha velocidade, seja inteligente e ouça clientes.

## E ainda

Lembre sempre que somos pequenos demais. Tudo a nossa volta é gigantesco e ilimitado. O horizonte tem detalhes e cores demais e o universo é infinito. A abundância predomina.

Olhamos para cima e não conseguimos contar as estrelas. Basta buscar um ângulo de visão que não limite nosso olhar. Há mares de escolha e há coisas demais. Mesmo assim nunca estamos satisfeitos. Sempre falta algo.



Mas há cada vez mais e mais coisas. Canais de TV demais, formas de escutar música demais, jornais, revistas, informações e produtos demais. Escolhas sem fim. E esse mundo de profusão não para de oferecer mais coisas. Que relógio escolher ou que par de tênis calçar. Essa passa a ser a grande dúvida existencial de grande parcela da população.

Nesse contexto a empresa deve:

- a) Ser menor: quantidade não significa qualidade;
- b) Ter poucos níveis hierárquicos: o tempo para detectar um problema e implementar uma solução é mais rápido;
- c) Ser temporária: tudo que puder ser realizado ad hoc por especialistas e que agreguem valor aos processos, projetos ou produtos da empresa deve ser empregado;
- d) Ser horizontal: os processos são horizontais e todos potencialmente podem participar para a solução de problemas e propor novas ideias;
- e) Ser circular: as coisas acontecem e são do conhecimento de todos o tempo todo;
- f) Estar aberta: tudo está interligado em rede e a conectividade permite ampla possibilidade de informação e comunicação entre os nós da rede;
- g) Perseguir padrões de desempenho: não enfatizar o controle, mas aquilo que está sendo produzido e os resultados obtidos em termos mais qualitativos do que quantitativos;
- h) Ter talentos: enfatizar as pessoas. Elas são a força-motriz de seu negócio.



Então, as empresas precisam criar novas formas de se organizar (gestão), novas formas de captar a atenção de clientes cada vez mais exigentes (marketing) numa sociedade de abundância (mercado) e ter novas formas de tratar a informação, a comunicação e o tratamento entre as diferentes pessoas e funções dentro da organização.

“Estrelas atraem estrelas; perdedores andam com perdedores. Somos todos participantes do grande jogo da atração global”.



E não esquecer que a gestão nas empresas é fazer malabarismos com de dez bolas ao mesmo tempo. Talvez em raras vezes possamos equilibrar e pegar no ar as dez simultaneamente, mas na maioria das vezes muitas cairão no chão. Ser malabarista num mundo de tanta incerteza, mudança e valores conflitantes é realmente difícil e a arte circense está cada vez mais tecnológica, com truques novos e muita magia.



Para sobreviver em mercados de abundância é preciso inovar. Isso significa criar o que não existe, o que o mundo ainda não viu antes e perguntar: “E se?” repetidas vezes o tempo todo. Inovar é experimentar e isso significa riscos. Pode haver sucesso ou fracasso. Faz parte do jogo.

**Assista este vídeo: Magia**

<http://www.carloscauduro.com/index.php/blog/51-magia.html>

Para isso é necessário aproveitar a inteligência e saber da importância fundamental dos intangíveis. O conhecimento está na cabeça das pessoas e então liderar acaba sendo descobrir uma fórmula de atrair e reter pessoas excelentes ou talentosas que buscam atenção tem valores próprios e não motivados apenas por dinheiro.

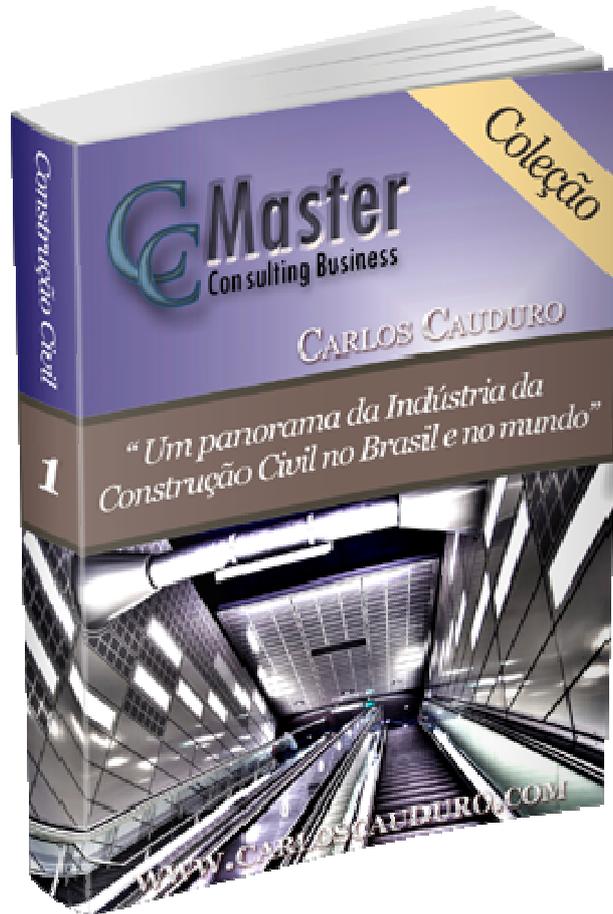


E era isso:

**SEJA FELIZ  
SEJA VOCE EM VOCE MESMO  
*E LEIA MAIS:***

*Confira a seguir uma coleção de  
exemplares exclusivos criada por  
Carlos Cauduro!*

## *Coleção Master Business Consulting*

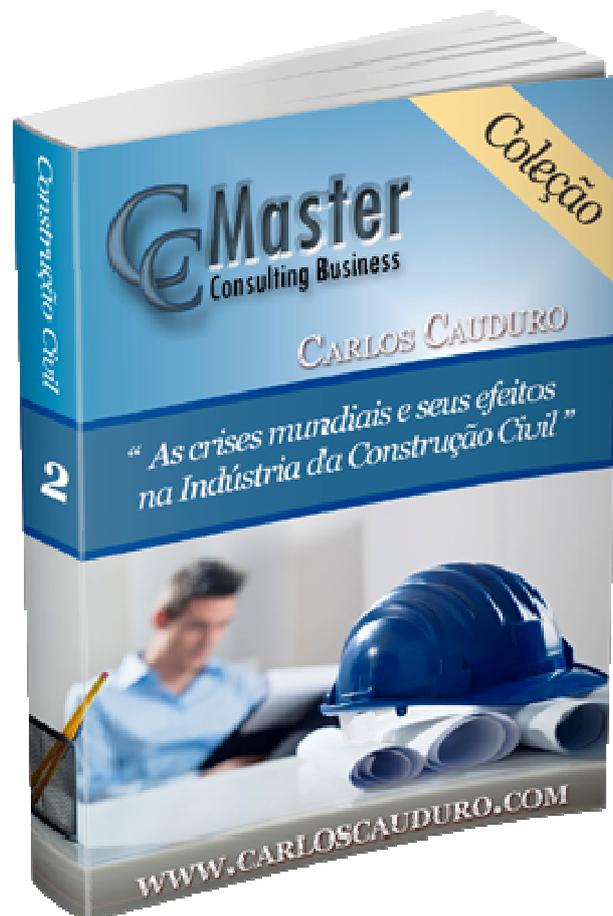


Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-1.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>

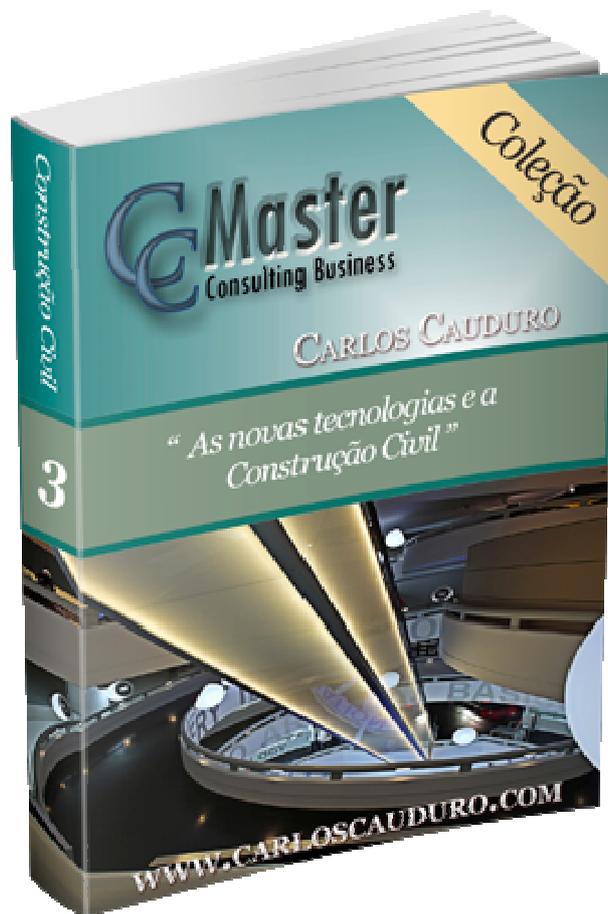


Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-2.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>

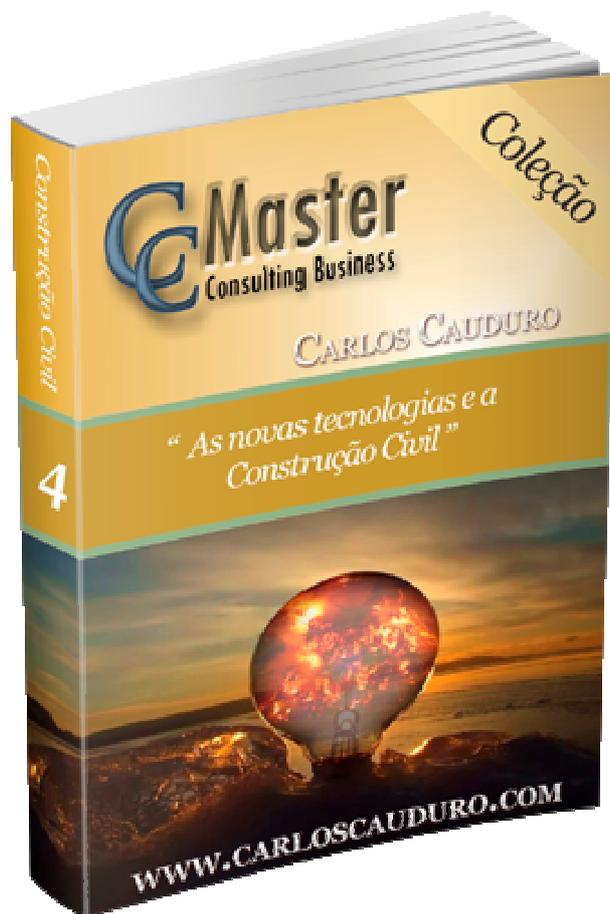


Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-3.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>

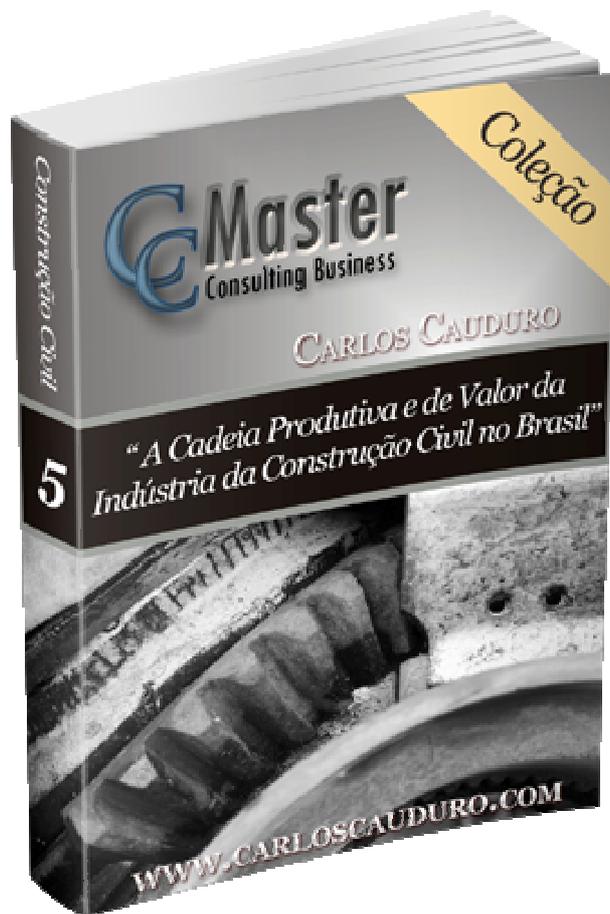


Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-4.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>

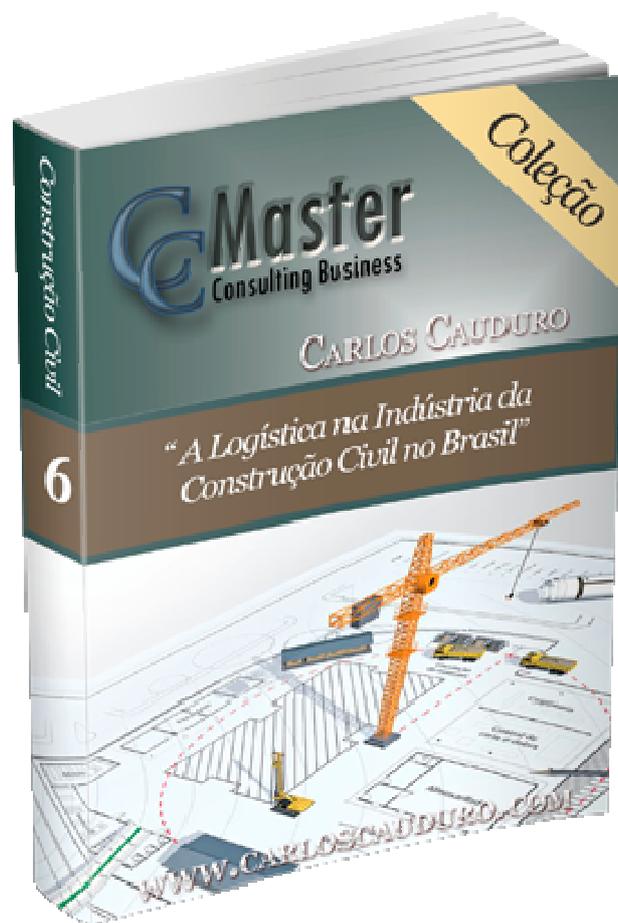


Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-5.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>

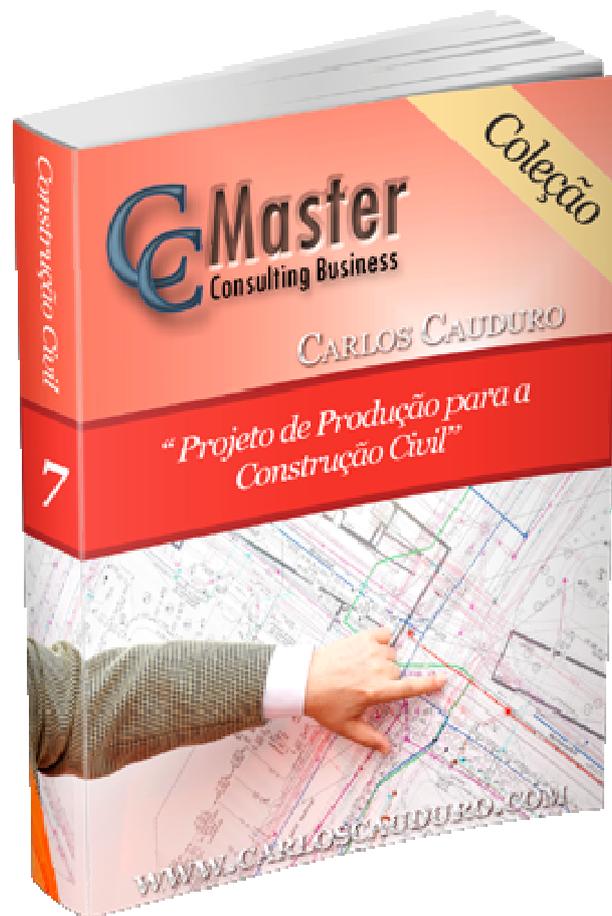


Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-6.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>



Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-7.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>



Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-8.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>

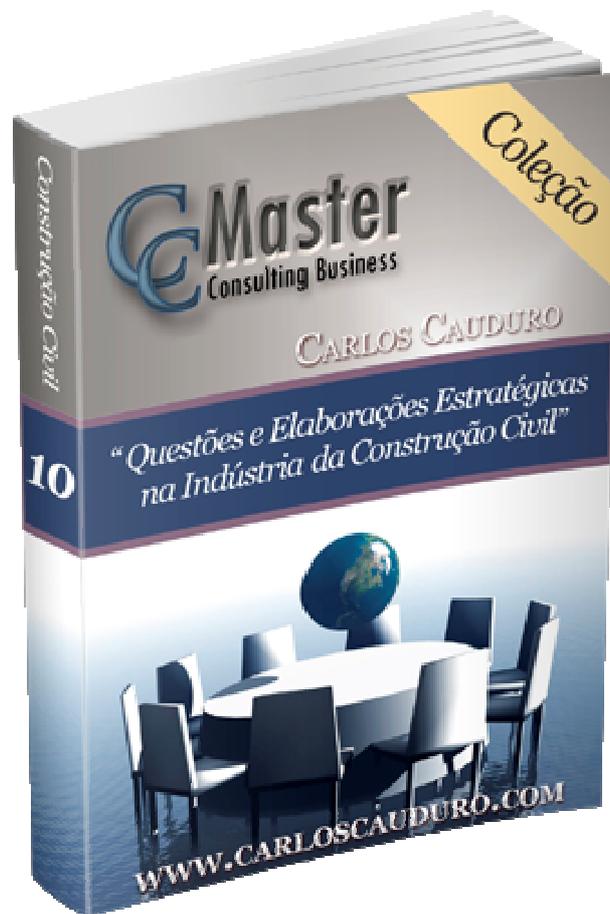


Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-9.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>

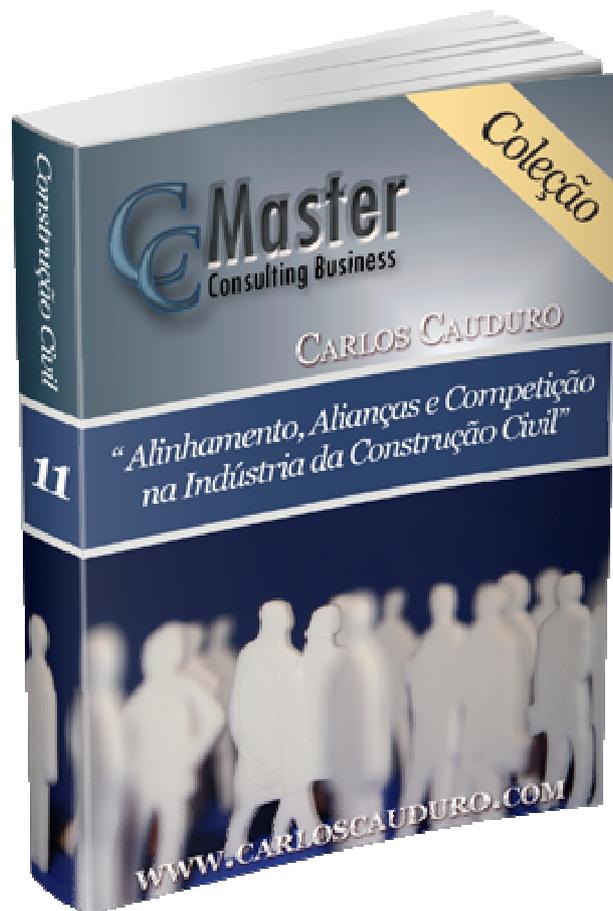


Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-10.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>



Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-11.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>



Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-12.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>



Para encomendar este e-book acesse o link abaixo:

<http://www.carloscauduro.com/cc-ebook-13.html>

Solicite contato e saiba mais sobre nossos serviços:

<http://www.carloscauduro.com/index.php/contato.html>

## Sobre o Autor

Carlos Cauduro é administrador de empresas e analista de sistemas, pós graduado em Gerência e Engenharia de Sistemas, Análise de Sistemas, Marketing, Metodologia do Ensino Superior, Direção e Roteiro de Cinema, MBA em Gestão Ambiental, Mestre em Administração e Doutor em Gestão e Estratégia.

É professor, consultor, palestrante e escritor. Atualmente vem adaptando os meios de comunicação, inovação e USABILIDADE em empresas e instituições, com base na experiência adquirida em desenvolvimento de estratégias e soluções para o usuário final.

Na área de consultoria, desenvolve métodos e ferramentas específicas para cada empresa cliente, respeitando sua cultura e consideração pelo que está sendo realizado.

---

Dê a sua opinião, ajude-nos a melhorar ainda mais o conteúdo do nosso produto digital, com críticas, comentários ou sugestões sobre o conteúdo deste e-book em:

<http://www.carloscauduro.com/a-fabrica-dos-sonhos.html>

---

Quer saber como este E-BOOK foi construído?  
Siga-me por e-mail, nós lhe mostramos.



Acesse:

<http://www.carloscauduro.com/newsletter.html>