

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

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.

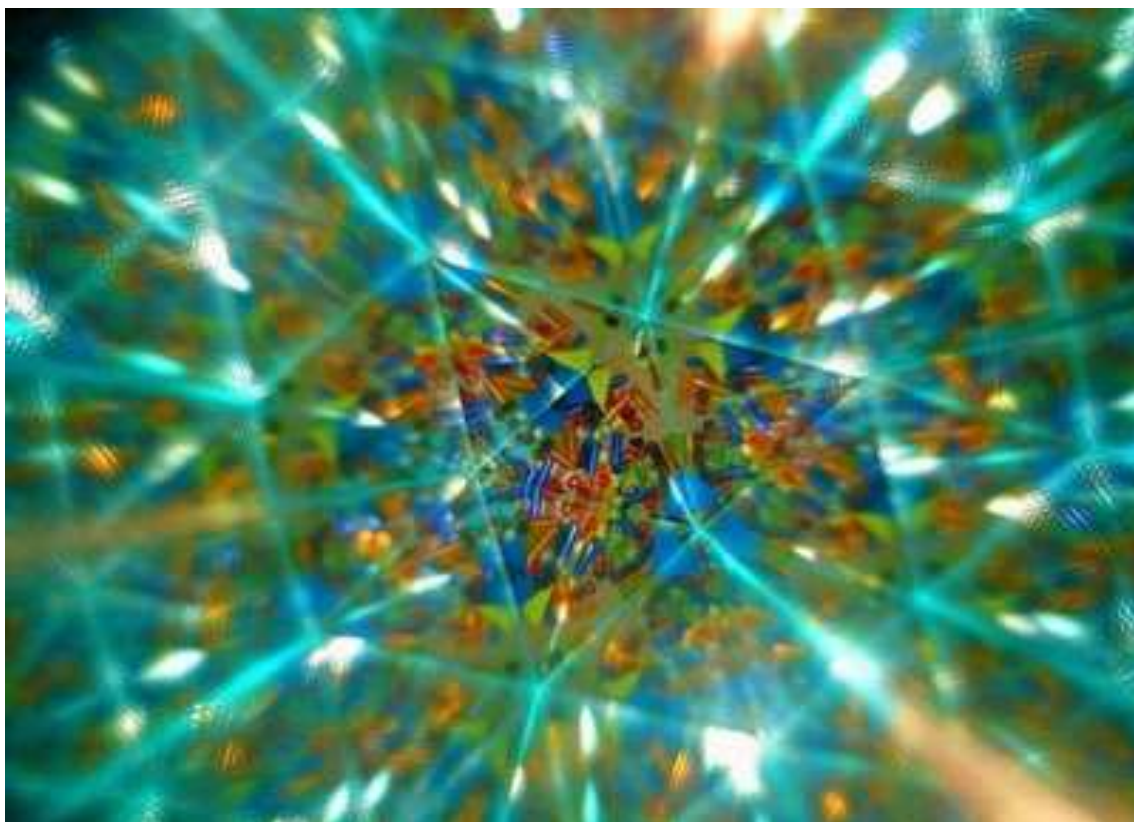
Essa é a nova brincadeira. Essa é a forma das empresas começarem a se enxergar. A fábrica de sonhos pode começar a ser criada e a funcionar. É isso que os clientes querem e precisam em suas vidas. O novo que preencha suas exigências de maneira diferente.

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. Emprestar 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.

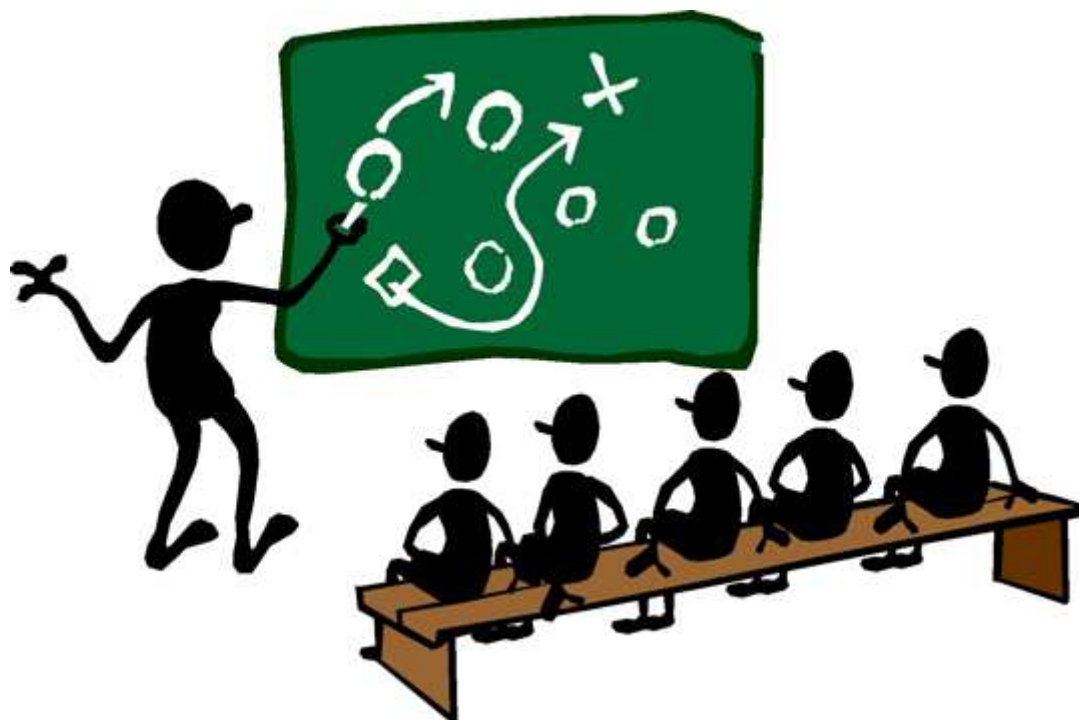


Assista este vídeo: A Tecnologia do Futuro:

<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,

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

