

PORQUE PENSAR A NOVA LIDERANÇA

Por

Sérgio Antonio Reze

Presidente dos Conselhos Deliberativo e Diretor da Fenabrave

Há algo de novo acontecendo no setor da Distribuição de Veículos além da forte expansão das vendas e dos resultados.

O século XXI traz consigo a presença de um novo tipo de empresário ocupando a posição principal (ou em fase de) da gestão das concessionárias sucedendo os pais e/ou titulares. Graduado em nível superior, alguns até com MBA e pós-graduação, domínio de mais de uma língua, experiência do mundo globalizado pelas viagens internacionais, gosto pela experimentação, valorização da troca de experiências, conectado com o uso das novas tecnologias, são características da 3ª geração de lideranças do setor da distribuição de veículos.

Este novo perfil foi possível graças aos investimentos e dedicação feitos pelos seus pais na sua formação educacional, processo este que precisa ser entendido a partir da perspectiva histórica da formação do setor.

A 1ª Geração de líderes teve início com a importação de veículos e foi responsável pela implantação das estruturas associativas, a lei que regulamenta as relações entre Montadoras e os Concessionários. Portanto, teve seu processo de formação educacional no mercado automotivo e se fortaleceram como líderes a partir das conquistas decorrentes da defesa e valorização da atividade nas associações de marca enquanto consolidavam economicamente seus negócios.

Já a 2ª Geração, que se inicia em meados dos anos 70, teve como desafios colocar em prática os preceitos da lei através da celebração de convenções de marca, profissionalizar a atividade da concessionária e da própria associação de marca, enquanto que lutava para sobreviver aos diversos planos econômicos, características marcantes deste período na história econômica brasileira. Embora alguns já tenham tido a oportunidade de estudo, prevaleceu a experiência comercial e política como principais características desta geração de líderes.

Esta 3ª Geração que foi formada no ambiente econômico pós Real, portanto sem os problemas dos planos e inflação alta, surge no mercado aberto, globalizado, tecnologicamente evoluído e principalmente com a base educacional diferenciada.

A vantagem competitiva, em relação a seus antecessores, se bem explorada permitirá a geração de resultados e a própria expansão dos negócios, que é no fundo seu maior desafio. Entretanto, existem pontos que precisam ser fortalecidos tais como a experiência comercial e o papel político empresarial.



No aspecto comercial, uma vez tendo espaço para o aprendizado prático e aproveitando o patrimônio valioso da presença do pai com sua experiência comercial, estas energias se aliadas poderão gerar desempenho muito melhor para o futuro das concessionárias.

Por outro lado, decorrentes do ambiente de descrença em relação à política e pelo fato de não terem nascido dentro das associações, como foram seus pais e avós fundadores, verifica-se uma resistência e não compreensão da exata dimensão e importância do papel associativo como figura importante no papel do empresário moderno.

Há também de se destacar neste processo de empresas predominantemente familiares, quando se fala da 3ª geração agregar a presença do executivo que está sendo formado dentro ou fora da concessionária e que também deverá assumir a função de gestores. Este processo é decorrente do grau de concentração do setor e da formação de grupos empresariais profissionalizados.

Um dado a observar é que o perfil destas pessoas destoa significativamente ao dos filhos sucessores, em vários aspectos da formação.

Preparar esta nova geração de líderes para compreender aprender e se engajar nas atividades político associativas do setor, neste novo ambiente político democrático e moderno economicamente, é o desafio e o trabalho a que nos propusemos na Comissão de Novas Lideranças da Fenabreve.