

# Empresas familiares: como alinhar expectativas na contratação?

Empresas familiares carregam em seu DNA uma história, um legado e, muitas vezes, uma cultura que, ao mesmo tempo que pode ser uma força inestimável, também pode se tornar um desafio gigante na hora de atrair e reter executivos que não carregam o mesmo sobrenome

Jordano Rischter (\*)

**A** desconexão entre o que é prometido em um anúncio de vaga e a realidade vivida no dia a dia é uma das maiores causas de insatisfação e rotatividade, o que pode ser resolvido através de uma palavra-chave: transparência.

Um bom salário já deixou, há muito tempo, de ser o único fator relevante considerado em um processo seletivo. O propósito no que se faz, a valorização pelos esforços e um ambiente acolhedor e inspirador vêm se tornando características estratégicas nesse sentido — mas que, nem sempre, são claramente alinhadas entre as partes desde o primeiro contato.

Quantas vezes já não vimos, por exemplo, uma empresa contratar um diretor, mas não lhe dar a autonomia necessária para executar suas responsabilidades? Essa falta de clareza e transparência sobre o que se espera do novo contratado e da própria maturidade corporativa abre margem para frustrações e choques de cultura com os times, vendendo uma organização que não reflete sua realidade. Isso não apenas dificulta a retenção das equipes, como também pode prejudicar a imagem da marca no mercado e, consequentemente, o inte-



resse de novos executivos em fazer parte daquele ambiente.

Essas dificuldades fazem com que, segundo dados do Banco Mundial e do IBGE, apenas 30% das empresas familiares consigam chegar à terceira geração, além de somente 15% sobreviverem à sucessão de três gerações — o que evidencia a complexidade de manter o negócio familiar ao longo do tempo.

Empresas que escondem sua verdadeira cultura, sua estrutura interna ou as reais demandas de uma posição, estão fadadas a atrair executivos desalinhados e a enfrentar um alto turnover que, certamente, impactarão seu crescimento e destaque competitivo. Por isso que a transparência não pode mais ser vista como um mero detalhe, mas sim como algo urgente e necessário para quebrar esse ciclo e garantir contratações mais assertivas.

Comece olhando para dentro. Quais habilidades sua empresa está precisando para sanar alguma dor ou problema enfrentado? Há alguém que se encaixe nesses requisitos internamente, ou é necessário procurar este talento externamente? Caso haja a necessidade de abrir um processo seletivo, além de ser essencial contratar alguém que tenha fit cultural com a marca, a grande pergunta que deve ser feita, nesse momento, é se a empresa busca alguém que dê continuidade ao que já vem sendo feito internamente, ou se a preferência é por um executivo que, de certa forma, desafie o status quo, trazendo provocações pertinentes que alavancem essa transformação e profissionalização das operações.

Mas, não adianta trazer esse líder do mercado, se não oferecer um local onde ele possa aplicar, devidamente,

seu know how aos processos internos, elevando a empresa a um novo patamar. Essa “dificuldade em soltar o osso” não pode existir nessas situações, para que tenham a autonomia necessária para melhorar esses resultados e alavancar as operações. Saiba delegar e passar o bastão, enxergando-os como um reforço positivo ao time, e não como uma ameaça.

Essa nova mentalidade de governança será fundamental para a evolução dessas empresas, como mostra uma pesquisa da Fundação Dom Cabral, a qual identificou que 77% das empresas familiares no Brasil possuem entre 50 e 499 funcionários, e grande parte (55%) tem um acordo de sócios formalizado, o que contribui para a longevidade.

A transparência nesses pontos é aponte que conecta as expectativas dos executivos com a realidade dessas empresas, minimizando frustrações e maximizando o engajamento. Essas ações, no dia a dia, são o que farão a diferença para a prosperidade desses negócios, para que não só atraiam aqueles que realmente se encaixem, mas que também cultivem um ambiente de confiança mútua desde o primeiro contato, construindo um verdadeiro legado no mercado.

(\*) Headhunter e sócio da Wide Executive Search, boutique de recrutamento executivo focado em posições de alta e média gestão.

## As cinco competências que diferenciam uma empresária na nova economia

Tatyane Luncah (\*)

*O ambiente de negócios nunca foi tão dinâmico. Tecnologia, globalização e mudanças no comportamento do consumidor remodelam o mercado a cada instante*

**D**ante disso, liderar um negócio deixou de ser apenas sobre gestão e conhecimento técnico; tornou-se um exercício de visão, resiliência e, sobretudo, estratégia.

No Brasil, as mulheres já estão à frente de 34% dos empreendimentos ativos, segundo dados recentes do Sebrae. O número é expressivo, mas revela também um contraste: nem todas conseguem transformar esse protagonismo em posições sólidas de liderança e competitividade. O que separa quem sobrevive de quem se destaca? A resposta passa por cinco competências que, mais do que diferenciais, se tornaram vitais.

A primeira é a visão estratégica. Não se trata apenas de entender o presente, mas de antecipar tendências, construir metas de longo prazo e se posicionar em um mercado cada vez mais saturado. Quem não olha para frente corre o risco de se tornar irrelevante.

A segunda é a adaptabilidade. Empresas que resistem a mudar simplesmente desaparecem. Num mundo em que uma atualização tecnológica ou uma mudança no comportamento do consumidor pode virar setores de cabeça para baixo, flexibilidade é questão de sobrevivência.

Essas cinco competências formam hoje o verdadeiro passaporte para a competitividade feminina na nova economia. Mais do que estatísticas ou discursos de empoderamento, o que sustenta a presença das mulheres no comando de empresas é a soma de estratégia, inovação e relações sólidas.

Se queremos, de fato, um mercado mais diverso e inovador, é hora de valorizar e fomentar essas habilidades. Afinal, não há transformação econômica possível sem o protagonismo feminino.

(\*) Fundadora e CEO da Ebem.

## Black Friday perde brilho, mas comércio apostou no Natal e abre 118 mil vagas



Multimarcas Consórcios: “A instabilidade econômica do país é o agente dificultador de um padrão de vida financeira saudável para o cidadão comum. A alta inadimplência deve-se à situação dos salários baixos e desemprego elevado. É necessário que a educação financeira seja mais incentivada em nossa sociedade e com isso milhares de trabalhadores aproveitam a oportunidade do trabalho nos meses finais do ano para colocar em dia as contas e ter um fim de ano mais tranquilo”.

Enquanto isso, lojistas avaliam que a Black Friday já não compensa financeiramente como em anos anteriores. Muitos relatam que, embora a data ainda movimente setores como eletrônicos e tecnologia, o esforço em descontos e campanhas não gera o mesmo retorno que as vendas natalinas. Com a injeção do 13º salário e a busca por presentes, o fim do ano continua a representar a grande chance de equilibrar as contas. Na Black Friday 2024, 83% dos brasileiros

ros compraram antecipadamente e apenas 10% deixaram para comprar no dia, segundo dados da pesquisa realizada pelo Opinion Box.

Em ambas as edições da Black Friday, 2 em cada 3 consumidores gastaram entre R\$ 100 e R\$ 1.000, o que reforça a consolidação dessa faixa como o principal patamar de consumo. 67% afirmaram ter comprado um produto que realmente precisavam e que estava com boa promoção, enquanto a lista dos arrependidos aumentou com 14% dos entrevistados confirmando que compraram por impulso, 9% sentiram que pagaram caro e que não compensou e que 7% se arrependem da compra, confirma a pesquisa.

Para os consumidores, o especialista considera que é melhor planejar do que comprar por impulso. “Com um planejamento financeiro, é possível aproveitar com tranquilidade o fim de ano. Festas, viagens e compras, poderão fazer parte do orçamento do consumidor desde que este seja seguido à risca para que assim inicie um novo ano sem dívidas”, finaliza o especialista.

Na prática, mesmo diante da perda de força da Black Friday, o varejo brasileiro mantém expectativas positivas para os próximos meses. O reforço de equipes temporárias é visto como essencial para atender a demanda do Natal e também como porta de entrada para milhares de trabalhadores que podem conquistar uma vaga efetiva em 2025.

## Cinco profissões do futuro que exigem falar inglês para crescer na carreira

- Cientistas de Dados e Analistas de Big Data** — Grande parte das ferramentas, publicações e conferências são em inglês, tornando o idioma vital para a atualização constante.
- Gestores de Sustentabilidade e ESG** — Empresas multinacionais demandam relatórios e negociações em inglês, além da troca de experiências em fóruns internacionais.
- Profissionais da Saúde e Biotecnologia** — Pesquisas, artigos científicos e equipamentos hospitalares são majoritariamente em inglês.
- Especialistas em Comércio Internacional e Logística Global** — Com cadeias de suprimentos cada vez mais integradas, o inglês é requisito para negociar, importar e exportar.

“Falar inglês é um investimento estratégico para qualquer carreira. O idioma garante acesso a conhecimento atualizado, amplia a rede de contatos e gera oportunidades em ambientes globais”, afirma Reginaldo Kaeneêne Santos, CEO da KNN Idiomas.

- Profissionais de Tecnologia e IA** — Programadores, engenheiros de software e especialistas em inteligência artificial precisam do idioma para acessar pesquisas, comunidades globais e rodadas de investimento.

Com metodologia exclusiva para falantes de português, a KNN já atendeu mais de 1 milhão de alunos e oferece cursos de inglês, espanhol, francês, alemão e italiano, atendendo desde crianças até executivos que buscam acelerar sua trajetória profissional.

Com foco nas festas natalinas e no reforço de equipes, varejo e serviços projetam milhares de contratações temporárias, mesmo diante da perda de fôlego. A Black Friday, antes considerada o grande motor de vendas do varejo brasileiro no segundo semestre, vem perdendo fôlego entre os lojistas. Margens apertadas, custos de promoção elevados e consumidores mais seletivos têm levado parte do setor a reduzir esforços na data e priorizar o Natal, que segue como a principal oportunidade para ampliar o faturamento. Ainda assim, o mercado de trabalho no comércio e serviços deve se aquecer no período: levantamento da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do SPC Brasil projeta a abertura de 118 mil vagas para o fim do ano, incluindo contratações temporárias, efetivas, informais e terceirizadas.

Segundo o estudo, 33% das empresas já contrataram ou pretendem contratar trabalhadores para o período. Entre elas, metade deve recorrer a temporários, com contratos que duram em média 2,5 meses, chegando a quase três meses nas capitais. A expectativa é que 47% desses profissionais possam ser efetivados ao final da temporada. Vendedores, cabeleireiros, ajudantes, manicures e balonistas estão entre as funções mais demandadas. A remuneração média prevista gira em torno de R\$ 1.819,36, com a maioria das empresas pagando entre um e dois salários mínimos.

Para Fernando Lamounier, educador financeiro e sócio diretor da