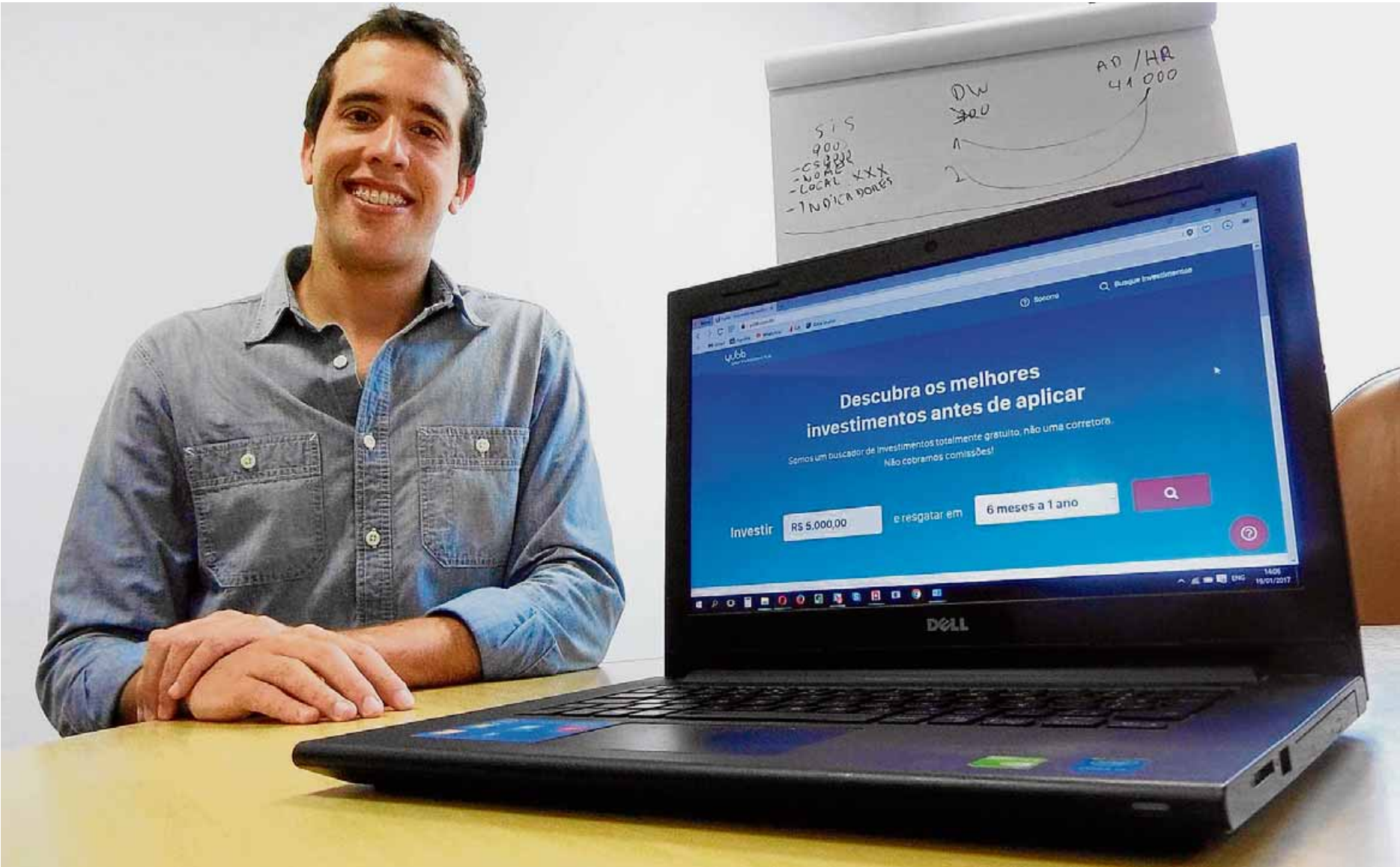


Reportagem de capa



Pesquisa. Bernardo Pascowitch fez uma centena de entrevistas até chegar ao projeto ideal para seu buscador de investimentos, o Yubb

Como garantir o sucesso do próprio empreendimento

Bom planejamento, trabalho árduo e resiliência são palavras-chave para quem pretende se tornar um empresário de êxito

Paula Pauli
ESPECIAL PARA O ESTADO

No Brasil, um terço das empresas fecham as portas após um período de apenas dois anos. Entre os especialistas, existe o consenso de que a grande responsável pela alta taxa de mortalidade das companhias é a falta de planejamento. “O brasileiro não gosta de planejar. Vai fazendo e consertando à medida que algo dá errado. Isso é perda de tempo e de dinheiro”, diz o professor de empreendedorismo da Business School São Paulo (BSP) Alessandro Saade. Abrir um negócio de sucesso, porém, está longe de ser impos-

sível. Um planejamento consistente e precoce é a chave para não se tornar mais uma estatística negativa do cenário empresarial brasileiro. Antes mesmo de dar forma à ideia do negócio, fazer uma autoavaliação é importante, segundo a coordenadora do Centro de Desenvolvimento de Empreendedorismo da ESPM, Letícia Menegon. “Vale fazer uma reflexão interna para avaliar as próprias competências e o perfil, não só técnico, mas gerencial”, diz ela. “Assim, a pessoa consegue enxergar se tem algumas das características essenciais do empreendedor, como a resiliência para lidar com adversidades.”

Diretora de Cultura Empreendedora da Endeavor, Camilla Junqueira aconselha os futuros empresários a não se distanciar radicalmente do universo ao qual já estão habituados. “Comece por uma área que você conhece. Um negócio que surge assim tem mais chance de dar certo. Afinal, quem tem familiaridade com determinada área sente na pele os problemas nela existentes e pode arriscar propor uma solução.” Também é determinante para o sucesso do empreendedor sua capacidade de administração. Para adquirir esse know-how, frequentar palestras, cursos e obter material online podem ser extremamente útil.

Caso a imersão não seja suficiente, buscar um sócio é uma opção. Em última instância, recorrer a uma consultoria também pode resolver. “Se for contratar, não terceirize todo o trabalho; participe de todos os processos com a consultoria. Isso será muito útil”, alerta David Kallás, professor de gestão estratégica do Insper. Regina Pires, de 41 anos, sentiu as consequências de não ter feito essa imersão, quando abriu uma agência de comunicação, há dez anos. “Uma amiga sempre me chamava para fazer os cursos do Sebrae, e eu sempre dizia não ter tempo, não dava muita atenção”, diz ela. “Descobri na prática que é imprescindível arranjar esse tempo, porque, no futuro, ele faz muita falta.” A agência de Regina fechou dois anos depois – dentro da média das empresas brasileiras fundadas sem o devido planejamento.

Testar. Letícia Menegon explica que testar a marca ou o produto antes de lançá-lo é fundamental. “Uma pessoa que quer abrir uma brigaderia, por exemplo, precisa aprimorar seu doce a partir do gosto dos consumidores. Ninguém melhor do que o seu público-alvo para validar seu conceito de negócio.” Foi a partir desse tipo de pesquisa que Bernardo Pascowitch

● **No País**
33%
dos negócios brasileiros fecham depois de dois anos.

2
em cada três jovens brasileiros planejam empreender nos próximos anos.

4
Em cada dez brasileiros já possuem ou estão envolvidos com a criação de uma empresa.

consolidou seu negócio, o Yubb, primeiro buscador de investimentos do Brasil. “Entrevistei mais de 100 pessoas para entender como elas investiam, suas dificuldades, objetivos e preocupações. Depois, fiz mais 50 entrevistas para averiguar se a solução na qual pensei realmente atendia ao problema”, diz Pascowitch. Ele afirma que o projeto mudou drasticamente desde a ideia inicial até o produto final, graças à opinião do público. “Hoje, quem manda no negócio são os usuários, não o empreendedor.” Pascowitch teve de se decidir entre permanecer no antigo trabalho, num escritório de advocacia, e o Yubb,

PARA ACERTAR

● **Estudo**
Faça uma imersão tanto na área em que pretende atuar, como na parte gerencial e administrativa.

● **Familiaridade**
Procure empreender numa área com a qual você tem intimidade.

● **Networking**
Utilize sua rede de contatos para buscar ajuda de pessoas com conhecimentos diversos.

● **Mentor**
Busque uma pessoa de confiança que já empreendeu para guiá-lo e ajudá-lo nos obstáculos.

● **Testar**
Faça pesquisas e teste o produto ou marca com o público-alvo para fazer os ajustes necessários.

● **Cenário ruim**
Calcule o orçamento da empresa considerando a projeção mais negativa possível.

● **Confiança**
Acredite que você é a pessoa certa para o negócio e confie no potencial de crescimento dele.

● **Erros**
Tenha cicatrizes. Valorize os erros para aprender com eles

“Quando o sonho de empreender é grande, é preciso muita coragem para se arriscar e se entregar ao negócio”, diz Camilla, da Endeavor. O consultor Ricardo Mansur largou tudo para se tornar empreendedor. “Troquei uma promoção oferecida pelo meu antigo trabalho para fundar meu negócio próprio”, diz ele. “No começo, foi muito difícil, mas tomei a decisão correta.” Para enfrentar as turbulências financeiras, inevitáveis no início, Letícia sugere planejar o orçamento da empresa considerando um cenário caótico. “Se a planilha não se confirmar, ótimo. Mas é melhor estar preparado do que quebrar no futuro.” Kallás chama atenção para custos aos quais poucos empresários se atentam. “Investimentos pouco intuitivos, como capital de giro, não são levados em conta”, diz. “Depois, os empreendedores alegam que fecharam por falta de dinheiro ou de cliente. Isso não é causa, mas consequência do mau planejamento.” Empreender não é fácil, mas quem fez dar certo garante que vale a pena. “Troquei a segurança de um salário fixo pela liberdade do próprio negócio. Às vezes, surge receio, mas essa insegurança me motiva: sei que se eu não fizer, ninguém fará por mim”, diz Mansur.



DIVULGAÇÃO/ENDEAVOR

“Não dá para se apegar à ideia inicial a ponto de não fazer mudanças cruciais”

Camilla Junqueira, diretora de Cultura Empreendedora da Endeavor

Os cinco passos para traçar a jornada ideal até a consolidação

Um manual do empreendedor dá dicas de como estruturar o negócio antes, durante e depois do lançamento

◆ O professor de empreendedorismo da Business School São Paulo, Alessandro Saade, é idealizador do Empreendedores Compulsivos, projeto com atividades voltadas para o fomento de novos negócios. Saade explica a chamada “Jornada do Empreendedor”, cinco passos que quem abrir negócio deve perseguir para que seu projeto alcance o sucesso.

◆ **Autoconhecimento.** A pessoa precisa saber claramente no que é boa e no que não é. Ninguém é bom em tudo; se o empreendedor não tiver habilidade com números, por exemplo, deve tentar desenvolver isso de alguma forma ou contratar alguém que lide com essa parte.

Muitos começam um negócio por ter habilidade em determinada área, por exemplo alguém com aptidão para cortes abrir um cabeleireiro, mas lhe faltam outras competências básicas como vender, comprar, se comunicar etc.

Modelagem de negócio. É a parte do planejamento do negócio. Utiliza-se, entre outros métodos, o canvas, que é colocar no papel os objetivos, preocupações etc. É basicamente tirar a ideia de negócio da cabeça e colocar no papel. Ao deixar de lado essa parte, o empreendedor fica perdido em relação a fatores que ele não controla como a concorrência, consumo e o público-alvo. É essencial saber do que você vai precisar para existir, como buscar dinheiro para financiar esse negócio, se é necessário fazer contratações, quais as competências que preciso na equipe, a infraestrutura necessária. É também o mo-



DIVULGAÇÃO

Compulsão. Saade é idealizador do projeto de fomento ao negócio

mento de se questionar quais os diferenciais em relação ao concorrente.

Decolar a ideia. É o plano de ação, a fase para analisar se o negócio envolve a manutenção de estoque, a data de lançamento do negócio, se ele será lançado grande ou pequeno etc. Tudo tem de ser colocado dentro um cronograma, designando as pessoas responsáveis por cada área.

Operando. A fase envolve identificar os indicadores aos quais é preciso prestar atenção para mensurar se a empresa está indo bem ou mal. No caso de um restaurante, vale a pena obser-

● **Dinheiro, tem**
“Faltam boas propostas de negócio para convencer quem tem recursos”
Alessandro Saade
PROFESSOR DA BSP

var quais alimentos são os mais e menos vendidos e fazer cálculos de quantas refeições diárias é necessário vender para não ter prejuízo. É executando esse procedimentos que se aprendendo, na prática, a gerenciar o negócio.

Futuro. O empreendedor basicamente tem de reconstruir seu negócio, porque após o período de um ou dois semestres, o mercado muda muito. Se faz necessário redesenhar o empreendimento para se adequar ao mercado e aos consumidores. Booms que ocorrem, como o das paleterias mexicanas, são completamente o oposto disso. É a chamada “síndrome do eu também.” A pessoa montou o negócio não por vontade genuína ou por entender daquilo, mas porque outros também estavam fazendo. Não souberam se planejar, remodelar e acabaram morrendo. Nessa fase, é comum que o empreendedor esteja tão apegado à ideia inicial do negócio que não faz reestruturação e acaba ficando para trás.