

Imprimir

Primeiros Passos / oportunidade

20 dicas para você vencer o medo de montar um negócio de sucesso

Se você tem vontade de ser um empreendedor, veja como é possível deixar a insegurança de lado e partir para essa jornada

Por Júlia Zullig



Atire a primeira pedra quem nunca teve vontade de [montar um negócio](#). Seja numa situação de desemprego, seja pela vontade de ganhar autonomia, todo mundo já foi cutucado pelo desejo de [se tornar o próprio patrão](#). Mas a grande questão é: quantos desistem de colocar o seu sonho em prática? A maioria dos "aspirantes" a empresários, com certeza, joga a toalha antes mesmo de dar o primeiro passo. A razão está no medo. As pessoas têm pavor de apostar seu capital na montagem de um negócio e acabar perdendo investimentos que muitas vezes demoraram anos para serem acumulados.

Marcos Hashimoto, coordenador do Centro de Empreendedorismo do Insper, diz que o Brasil tem muitas [oportunidades](#), mas os [empreendedores](#) não estão bem preparados para aproveitá-las. E acabam sucumbindo. Um exemplo é que cerca de 27% das **micro e pequenas empresas** paulistas fecham as portas no primeiro ano de existência. Além dos ventos muitas vezes desfavoráveis que afetam a **economia brasileira**, a razão para o fracasso está na falta de planejamento. Com os pés no chão, a chance de vencer a insegurança e ser bem-sucedido aumenta muito.

Os que alcançam o sucesso são aqueles que corretamente identificam as oportunidades e tiram bom proveito delas. E que não se intimidam. "Acima de tudo, é importante ter perseverança, determinação e não se deixar levar pelas circunstâncias agressivas, que muitas vezes ameaçam a construção de um negócio. É fundamental levantar-se rapidamente das quedas", afirma Hashimoto.

Apesar de todos os empecilhos, o número de pessoas que se aventuram em busca de seus ideais é grande no Brasil. Não é à toa que o país está sempre em lugar de destaque quando se fala em **empreendedorismo**. Paulo Veras, ex-diretor geral do Instituto Endeavor, diz que o perfil do brasileiro é marcado por ousadia. "O brasileiro se sente mais confortável em lidar com o risco do que outros povos".

O medo que envolve montar um negócio estará sempre presente. Ele é até saudável, desde que não imobilize. O livro *Como Fazer uma Empresa Dar Certo em um País Incerto*, editado pelo Instituto Endeavor, descreve a importância do medo: "(...) O medo de não dar certo é absolutamente essencial, pois serve para que o empreendedor conheça seus limites e calcule o tamanho de seus riscos".

Se você se inclui no universo de candidatos a empreendedores que têm vontade de montar um negócio, mas estão tomados pelo medo dos riscos e incertezas, juntamos 20 dicas (*que podem ser lidas nas próximas páginas desta reportagem*), dadas por especialistas em empreendedorismo, para ajudá-lo a criar coragem para ir em frente e construir uma história de sucesso. Dê seu **primeiro passo** e boa sorte!

1. Conheça o seu próprio perfil

Ao pensar em montar um negócio, deve-se levantar o seguinte questionamento: quais são os papéis que terei que exercer como dono de uma empresa? Segundo o consultor Marcelo Cherto, presidente do Grupo Cherto, existem três figuras nas quais o empresário pode se encaixar: empreendedor (que toma as decisões e define o direcionamento do negócio); gestor (que administra a empresa); e operador (que executa o trabalho). "Essas coisas nem sempre estão claras na mente do **empreendedor**. É importante identificar no que eu sou bom para trabalhar, pois é difícil exercer de forma eficiente as três figuras".

A primeira pergunta a ser feita é: o que eu sei fazer? "Isso vai definir como será estruturado o negócio", ressalta Cherto. Ter ciência sobre suas limitações e explicitá-las é fundamental para delinear o caminho do negócio. "Muitas vezes, a falta de competência em algumas áreas faz com que o empresário tenha que pensar na busca de um **sócio** que o complemente, ou seja, que seja capacitado em outras competências importantes que garantam o sucesso do negócio", diz o consultor.

Marcos Hashimoto, do Insper, diz que o autoconhecimento é crucial no momento de montar um negócio. "Quanto mais você sabe sobre você mesmo, mais você sabe onde pode pisar e onde tem que tomar cuidado". Marcelo Aidar, professor da FGV-SP, diz que, conhecer seu próprio perfil, no estágio inicial, em que se define se partir para o negócio próprio é o caminho certo, é mais importante do que a pesquisa de mercado. "É difícil enxergar as oportunidades quando não conheço direito qual é o meu verdadeiro **perfil**", avalia.

Aidar exemplifica com o caso de uma frequentadora assídua de bares que resolveu montar um. "A empresária não sabia, na verdade, o que significava abrir um bar. Depois de um ano, ela fechou as portas", afirma. "É muito diferente você frequentar um bar e gerir um bar".

Segundo o livro *Como Fazer uma Empresa Dar Certo em um País Incerto*, da Endeavor, a decisão por uma carreira empreendedora deve passar por um processo de **autoconhecimento** e não por uma mera comparação dos atributos pessoais com os de empreendedores de sucesso. "De uma forma geral, os empreendedores bem-sucedidos são aqueles que sabem o que fazem bem e identificam o que não têm capacidade ou talento para fazer, para pedir ajuda ou para desenvolver uma habilidade".

2. Prepare-se: leia, busque conhecimento, estude

Ter preparo e conhecimento são condições fundamentais para garantir a abertura de um negócio. Para isso, busque leituras – livros, sites, estudos, publicações –, faça cursos sobre empreendedorismo e **gestão**. Hashimoto destaca que muito do medo que o candidato a empresário tem é por causa da falta de informações. "Muitos são marinheiros de primeira viagem e não sabem como dar seus primeiros passos. Quanto mais eles dominarem as informações, mais segurança terão. Esse conhecimento constante sobre o negócio é fundamental para o empreendedor. É importante estar preparado para a realidade do que é abrir um negócio", diz Cherto.

As informações ajudam a perder o medo do incerto. "Você consegue trabalhar isso identificando quais são as áreas que não domina. Por exemplo, se não sabe o que é **fluxo de caixa**, corra atrás de um curso a respeito do tema. Identifique as áreas que você desconhece e se capacite nelas", enfatiza Paulo Veras, ex-diretor geral do Instituto Endeavor.

Cherto cita um exemplo de uma empresa de serviços de datilografia. Uma datilógrafa recebeu um convite de seu marido para sair da empresa onde trabalhava e montar uma empresa própria de serviços de datilografia. A profissional sabia tudo sobre a expertise do negócio, pois 80% do seu trabalho significava prestar esse tipo de serviço. Ao mudar o foco para seu próprio negócio, as suas funções passaram a envolver 80% vendas e gestão. Foi aí que ela se atrapalhou, pois não tinha esse tipo de capacitação. Como empresária, ela teria que gerir o negócio e não estava exercendo bem esse papel.

"Quanto mais você se desenvolve como gestor de negócios, você fica mais seguro e preparado e isso ajuda a minimizar os obstáculos enfrentados pela empresa ao longo de sua vida", conclui Marcos Hashimoto.

Depois de cinco anos trabalhando em uma multinacional da área de **consumo**, André Kina partiu para vôo solo. Trabalhou durante todo o tempo em que ainda era empregado na ideia de se tornar seu próprio patrão. Fundou a 4Bio, empresa especializada em medicamentos especiais. Ao longo do tempo em que trabalhou como empregado, acumulou conhecimento sobre o melhor modo de tomar decisões. Mas, para se sentir mais seguro, saiu do emprego, foi cursar um MBA e trabalhar como consultor. "O conhecimento ajuda você a minimizar os riscos de seu plano de negócio".

3. Mantenha a mente aberta

Ter a mente aberta é fundamental para ajudar a espantar o medo de [abrir um negócio](#). "Isso ajuda o **empreendedor** a estar aberto para novas ideias que, muitas vezes, podem mudar o rumo planejado para um resultado ainda mais positivo", diz Marcelo Aidar, da FGV-SP.

Para ajudar a clarear a mente, um dos primeiros passos a serem tomados é fazer um **brainstorm** (ao pé da letra, tempestade de ideias), ou seja, deixar que você e outras pessoas envolvidas em criar o negócio possam livremente, sem preconceitos, falar tudo o que vier à cabeça – para só depois organizar os pensamentos.

"Aceitar ideias de outras pessoas ajuda a se desprender daquilo que não sai do lugar", ressalta Aidar. Aceitar críticas, sugestões e ideias sem restringir o campo de exploração dessas informações é o conselho dado pelo especialista. "Muitas vezes, isso ajuda a trazer à tona uma ideia que de repente pode ser inovadora. O empreendedor fica com a sensação de como se tivesse descoberto a América".

Jamais tenha receio de expressar suas ideias, aconselham os especialistas. "E nem tenha medo de que alguém possa roubar sua iniciativa", diz Marcos Hashimoto, do Insper. "Nós sempre corremos o risco de que a ideia seja roubada, mas isso pode ser minimizado por se escolher pessoas de confiança, que agreguem informações ao nosso projeto".

O especialista destaca que **empreender** não é uma atividade individual. "Empreender é uma atividade coletiva. Você não detém sozinho toda a habilitação para ser empreendedor. Se você achar que a ideia deve ser somente sua e não compartilhada, ela será limitada e com certeza terá furos. Mas se você abrir mão dessa autoria, com certeza o desenvolvimento da ideia será muito melhor. E, quando você perceber alguns troços, conseguirá corrigir a tempo, sem perder recursos".

4. Explore múltiplas ideias de negócios

Ao abrir a mente e aceitar uma determinada ideia, é importante mantê-la aberta, ou seja, não permita que a ideia inicial fique restrita a um único direcionamento. "O empreendedor tem que aproveitar e explorar novas ideias, abrir seu leque de opções para minimizar os erros na criação da proposta de seu negócio", ressalta Marcelo Aidar, da FGV-SP. Pensar em canais de venda diferenciados ou em um público-alvo pouco explorado pode ser uma boa saída para o futuro negócio. "Isso agrega valor ao negócio".

Marcos Hashimoto, do Insper, diz que explorar múltiplas ideias é uma forma de o **empreendedor** não ficar com apenas uma resposta. "Quanto mais opções, mais fácil fica a escolha". Ter uma ideia a mais traz conforto para escolher o caminho certo. "Eu ficaria mais confiante se tivesse mais de uma ideia para poder comparar e escolher".

Em nosso país, a maioria das pessoas não faz essa exploração de ideias, de acordo com Hashimoto. "O brasileiro toma a decisão no calor do momento e não tem o costume de ir atrás de novas ideias. Ele não está acostumado a planejar e não tem tempo de buscar uma outra solução", afirma. Mas nem sempre a primeira ideia é a melhor. "Nem que custe mais tempo e mais esforço, o importante é não cair na tentação de abraçar a primeira ideia que surgir", aconselha.

Proprietário do restaurante Josephine, em São Paulo, Jesse de Andrade era dono de um açougue quando o seu mercado começou a ficar enfraquecido. "Os supermercados dominam o setor e meu negócio foi enfraquecendo", lembra. O empresário decidiu então fechar o estabelecimento e foi buscar ideias no mercado. Andrade já tinha sua clientela – o comércio ficava em frente a um colégio de classe média alta –, e por isso pensou em seguir caminho paralelo e abrir algo ligado à alimentação. Em 2000 nasceu o restaurante, que hoje é um dos mais badalados da cidade.

A busca por novas ideias não acabou na abertura do Josephine. Andrade exercita a máxima todos os dias. "Sou aberto para sugestões, pois sei que sempre existe alguma ideia que pode tornar meu negócio ainda melhor. Por isso procuro conversar constantemente com meus clientes para saber deles o que pode ser feito para melhorar os serviços da casa". Duas ideias já viraram realidade: a criação de comandas eletrônicas para agilizar o fechamento da conta e a instalação de campanhas digitais, que facilitam a solicitação dos serviços dos garçons da casa.

5. Faça o que você gosta

Se você amar o seu negócio, terá trilhado uma boa parte do caminho para o sucesso. "Quem faz aquilo de que gosta tem muitas chances de se dar bem, pois é bem mais difícil ser dono de um negócio do qual você não gosta do que ser empregado numa empresa onde está infeliz. O empregado 'desliga' dos problemas da empresa e o empresário, não", explica o consultor Marcelo Cherto.

O consultor cita a si mesmo como exemplo. "Eu faço aquilo que eu gosto. Eu respiro meu negócio durante 24 horas por dia. Durmo com um bloquinho e uma caneta ao lado da cama, pois acontece muito de eu acordar no meio da madrugada com alguma ideia interessante. Estou sempre trabalhando: enquanto estou dormindo, quando estou na beira do mar. Mas isso não me deixa exausto, pois eu adoro o que faço. Você trabalha muito mais como empresário do que como empregado. Por isso, esse amor é importante para garantir o estímulo para a busca constante de ir sempre além".

Marcelo Aidar, da FGV-SP, afirma que, quando o **empreendedor** faz o que gosta, tem melhores condições de "fazer melhor". "O empreendedor vai se dedicar com prazer, vai procurar ficar por dentro de tudo o que envolve o mercado onde seu negócio vai ser inserido. Ele identifica as melhores saídas, acaba colocando mais amor na construção e na condução da empresa e, buscando o melhor, o negócio tende a dar certo".

Roberto Bitelman, sócio-diretor da agência de viagens AuroraEco, diz que trabalhar com gosto é fundamental para o bom andamento da empresa. "Isso faz com que as coisas funcionem bem. Essa felicidade reflete tanto para dentro da empresa quanto para os meus colaboradores." Por trabalhar com o setor de turismo, essa premissa ainda se torna mais importante, na opinião do empresário. "Nossos clientes percebem o quanto nos envolvemos com as viagens. Vendo sonho e felicidade. É o que me dá mais prazer".

6. Busque negócios relacionados às suas competências, desejos e motivações

Depois de anos a fio atuando em um determinado segmento, muitos **empreendedores** resolvem partir para a jornada do negócio próprio. Por que não utilizar essa bagagem adquirida ao longo do tempo para montar um negócio? De acordo com Marcos Aidar, da FGV-SP, as oportunidades vão surgir na medida em que o empreendedor tiver afinidade com o tema. "Se eu sou da área de software, é mais provável que eu encontre oportunidades para empreender nesse segmento".

"Ao atuar em uma determinada área por um longo tempo, quando empregado, o empreendedor tem a chance de estudar com afinco o mercado, de estabelecer um laço de afinidades e, com isso, consegue ficar antenado para as oportunidades que possam surgir. Naturalmente, essas oportunidades acabam aparecendo com mais ênfase. Existem levantamentos que mostram que boa parte dos empresários teve empregos cuja área de atuação é similar ao seu negócio próprio", conclui o professor da FGV. "O importante é não deixar de lado o aspecto da gestão do negócio", enfatiza Hashimoto.

Rubens Oliveira, proprietário da RR Motos, oficina especializada em motos off-road em Sorocaba (SP), é um exemplo nesse sentido. Apaixonado por mecânica desde criança, trabalhou durante dez anos na parte de manutenção de uma concessionária da montadora Yamaha. Depois partiu para voo solo, aproveitando toda a experiência adquirida ao longo dos anos, e montou seu próprio negócio. "Ter esse conhecimento me ajudou muito a ter coragem para virar empresário". Hoje a oficina atende todas as cidades que cercam Sorocaba, oferece serviços agregados para os clientes e conquista uma nova fatia do mercado de reparação a cada dia.

7. Avalie se a sua ideia não é uma ilusão

Muitas pessoas têm ideias que na prática são inviáveis, o que leva muitas empresas a baixarem suas portas com pouco tempo de vida. "Por isso é importante estudar o mercado onde vai atuar, ver se a proposta de negócio não é uma ilusão", avalia Marcelo Cherto. "Devido a isso, muita gente acaba optando pelo modelo de [franquia](#), que já oferece essa resposta".

Para conseguir um acesso ainda maior às informações, a internet pode ser uma excelente ferramenta. "Muitos [empreendedores](#), quando abrem um negócio, não têm dinheiro para investir na realização de uma pesquisa de mercado. Por isso, sair a campo, pesquisar livros, estudos e publicações, e acessar o banco infinito de dados da internet são meios que podem ajudar o empresário a ter noção sobre como seu negócio pode ou não se encaixar no mercado", explica Marcelo Aidar. Para o professor da FGV-SP, o empreendedor não deve se deixar levar por suas observações pessoais a respeito do assunto. "Busque informações em fontes confiáveis, como por exemplo, no IBGE".

Artur Muradian, proprietário da filial Moema do restaurante La Pasta Gialla, sempre teve vontade de comandar sua própria empresa. Preparou-se durante três anos, até encontrar um negócio que fosse adequado às suas expectativas. "Eu queria trabalhar com gastronomia, mas tinha medo, pois abrir um restaurante no Brasil é muito arriscado". O empresário então optou pelo modelo de franquia e, a partir daí, começou a fazer pesquisas de mercado para avaliar qual seria a oportunidade mais viável.

"Depois de estudar, de listar os prós e os contras, vi que comprar uma franquia do La Pasta Gialla poderia ser vantajoso, pois eu teria o nome de um chef famoso por trás do negócio, todo o amparo da franquia e a possibilidade de escolher um ponto comercial favorável. Perceber que o negócio era possível me fez fechar o negócio". Hoje, o restaurante já tem quatro anos de vida e cresce 5% em faturamento a cada ano.

8. Busque experiências similares

Depois que a ideia for definida, o próximo passo a ser tomado é buscar experiências similares. Para Marcelo Aidar, da FGV-SP, essa procura é fundamental para ficar por dentro dos problemas enfrentados pelo tipo de negócio e quais soluções estão sendo adotadas. "O empreendedor pode aprender com os erros dos outros aparecendo como cliente, sendo um observador externo".

Antonio Carlos de Matos, do Sebrae-SP, dá um exemplo de como pode ser feita essa pesquisa. Por exemplo, se você for montar uma pizzaria, saia a campo, fazendo pesquisas com 50 outras pizzarias. Se o negócio for localizado na zona oeste da cidade, vá à zona sul coletar informações, para não parecer que você está checando a concorrência. Permaneça algumas horas na frente do estabelecimento, observe a movimentação dentro do local, o atendimento, as pessoas que ali circulam, converse com os empregados e com os proprietários, peça dicas sobre fornecedores e clientes, entre outros. Isso vai ajudar você a entender as condições que tornam o negócio viável, quais possíveis problemas poderá enfrentar e como solucioná-los e, com isso, você elimina o medo de partir para

essa nova trajetória.

Jesse Andrade, proprietário do restaurante Josephine (SP), aplicou o método. "Quando resolvi montar o restaurante, fui para a rua visitar lanchonetes e restaurantes para checar o perfil do negócio, para ver se minha idéia poderia virar realidade ou não. Tenho um perfil arrojado, mas gosto de estar atualizado com o mercado".

André Kina, proprietário da 4Bio, investiu no trabalho de consultoria para conhecer o mercado de saúde na prática, já que sua empresa seria focada em medicamentos especiais. "Conheci os fornecedores, o perfil do cliente final, entendi mais sobre medicamentos especializados. Esse trabalho de campo foi fundamental para direcionar a minha empresa".

9. Identifique pontos de diferenciação de seu negócio

Ao decidir montar um negócio, um ponto importante a ser analisado é: como eu posso me diferenciar dos demais? "Não vale a pena fazer mais um negócio igual ao que já existe. Se ele tiver um diferencial, algum requisito que o evidencie das demais empresas, com certeza conseguirá ser um ponto de destaque e ganhará uma fatia a mais do mercado escolhido", diz Marcelo Aidar, da FGV-SP.

"Se você está numa multidão, nunca vai conseguir se distinguir, caso não se destaque", diz Constantino Karacostas, proprietário da agência de turismo Class Tour, que buscou incrementar seus serviços para se evidenciar no mercado de turismo. "Nossa proposta de trabalho é fazer o cliente se tornar fã do nosso negócio", afirma. Vender uma passagem ou fazer reserva de hotel é o trivial.

A premissa de Karacostas é trabalhar "o detalhe do detalhe". Para isso, investiu na criação de um completo banco de dados sobre seus clientes. "Quanto mais informações, melhor, pois conseguimos oferecer algumas opções extras a eles. Por exemplo, nosso sistema avisa sobre o vencimento do visto americano ou do passaporte do cliente. Entramos em contato com ele para avisá-lo e disponibilizar algum serviço. Os retornos são sempre positivos. Os clientes ficam felizes com essa pró-atividade". A Class Tour preocupa-se com a documentação do cliente e oferece alguns serviços diferentes, como ingressos para shows.

Para trabalhar com turismo, esse diferencial se torna quase que uma obrigação, de acordo com Karacostas. "O segmento de turismo é complicado, pois mexe com os sonhos e emoções de uma pessoa", afirma. Muita gente passa uma vida inteira planejando uma viagem, guardando dinheiro, depositando uma expectativa enorme no dia em que isso irá se realizar. Aí chega na hora e não consta a reserva, quando o cliente chega ao hotel, por exemplo. "As frustrações se tornam grandes decepções e isso pode gerar a perda do cliente", afirma Karacostas.

10. Busque aconselhamento

Quando um [empreendedor](#) se vê a frente de uma grande ideia, mas tomado pelo medo, um toque importante é: busque aconselhamento. Os grandes empreendedores da história empresarial brasileira tiveram alguém que eles consideraram um verdadeiro "guru".

Marcos Hashimoto diz que o empreendedor pode escolher alguém que lhe sirva de "exemplo". "Alguém que seja um modelo de aprendizagem para ele. Alguém com quem o empreendedor possa se aconselhar, que seja uma rica fonte de informações, graças ao seu exemplo em relação às suas posturas e atitudes. Quando você ficar em dúvida, buscar aconselhamento com alguém de peso, de renome, pode ajudar a fazer com que você perca o medo de empreender".

Existem algumas organizações, como é o caso do Instituto Endeavor, que fazem o trabalho de aconselhamento para futuros empreendedores. "Ouvir relatos de outros empresários é sempre gratificante, pois quando você lê uma reportagem que fala sobre a história de sucesso de uma grande empresa, a impressão que passa é que não houve pedras no caminho. Mas quando você escuta a palavra desses empresários, percebe que as dificuldades existiram e isso faz com que diminua as suas incertezas a respeito de entrar ou não para o mundo dos **negócios próprios**", diz Paulo Veras, ex-diretor geral da entidade.

Veras afirma que o mercado vai ganhar novos "conselheiros". "Está começando a se formar uma nova geração de executivos que estão se aposentando, após 30, 40 anos de carreira e experiência adquirida. Eles trocam ideias com as pessoas e norteiam sobre ir ou não em frente na concretização de um negócio. Nos Estados Unidos, esse tipo de trabalho é bastante valorizado".

11. Acredite: não há tempo certo para empreender

Se você está esperando as condições perfeitas de temperatura e pressão para [abrir seu negócio](#), a demora pode ser eterna. Um dos medos de quem tem vontade de se tornar um empreendedor é não saber identificar o tempo certo para isso. Perguntas como "será que eu já tenho o capital suficiente para montar o negócio almejado?"; "será que estou pronto para me tornar um empresário?"; "será que meu negócio vai decolar nas atuais condições econômicas em que se encontra o país?"; rondam a mente dos empreendedores.

"Não há tempo certo para empreender", diz Marcelo Aidar, da FGV-SP. No entanto, as oportunidades, sim, se abrem e se fecham, e cabe ao empreendedor identificar quando há uma fenda por onde entrar. "A janela do empreendedorismo se abre e se fecha depois de determinados períodos. Se você chegar cedo e for muito vanguardista, a janela não estará aberta. Muitas vezes, um negócio não dá certo porque está muito à frente do seu tempo. O mesmo pode acontecer se você entrar no negócio depois de fechada a janela. Existem tipos de negócios 'verdes' demais, e outros maduros demais. O importante é saber identificar a oportunidade com precisão e não esperar as condições totalmente perfeitas. Sempre há tempo para empreender".

Se o candidato a empreendedor ficar preocupado em se preparar melhor, ou acumular aquele investimento previsto, muitas vezes a oportunidade pode não acontecer. "Se você ficar colocando impedimentos e desculpas – como falta de dinheiro, casamento, chegada dos filhos, falta de maturidade do produto e de um sócio e o não fechamento de um bom contrato, por exemplo –, aguardando a situação perfeita para empreender, esse momento nunca vai chegar. A grande maioria dos empreendedores que colecionam histórias de sucesso não estava preparada para a experiência", afirma Marcos Hashimoto, do Insper.

O mundo muda em alta velocidade e muitas vezes o empreendedor se diz pronto num momento em que a oportunidade aguardada já passou. "Se o mundo muda, você tem que estar preparado para se adequar às mudanças. Mas isso também não quer dizer que você tem que se atirar na iniciativa, ou seja, ser ousado demais. É necessário achar um ponto de equilíbrio", acrescenta o professor do Ibmecc.

12. Trabalhe o medo de errar

Um dos maiores medos enfrentados pelo empreendedor é o **medo de errar**. Esse medo geralmente surge da insegurança em tomar algumas decisões importantes que envolvem riscos.

"Se a pessoa nunca teve um negócio antes, toda a experiência é nova para ela. O risco sempre vai existir, mas podemos minimizá-lo. Buscar conhecimento ajuda a diminuir essa sensação de ter medo do novo", diz Hashimoto.

A dica dada pelo professor do Insper se resume assim: assuma esses riscos, sabendo que você vai cometer erros. "Não parta do pressuposto de que empreendedores não cometem erros. O [empreendedor](#) vai tomar decisões equivocadas, vai errar e bastante. Mas existem muitas coisas na aventura de ter um negócio próprio que não são aprendidas nas escolas ou nos livros. Na verdade, a maior possibilidade de aprendizado está na prática, e isso significa tentar e errar, para depois tentar novamente de outra forma, até acertar. Portanto, para o empreendedor, cometer erros faz parte do processo de aprendizado".

No entanto, é necessário cuidado máximo para não cometer erros que sejam fatais para o negócio. "Alguns erros podem ser definitivos e impedir uma outra chance para se tentar novamente, por serem críticos para o negócio. Iniciativas para reduzir a incerteza ajudam a identificar estas possibilidades mais críticas, para que estabeleçamos um limite para nossa capacidade de ousar e não colocar tudo a perder", afirma Hashimoto.

Guilherme Alvernaz saiu do emprego em uma produtora e se tornou sócio da Oca Filmes. Segundo ele, o medo de errar pairou em sua cabeça durante todo o tempo em que refletiu a respeito da decisão de partir para um **negócio**

próprio. "Realmente, dá muito medo de abrir um negócio no Brasil. Na época, eu estava contratado em outra agência, tinha salário fixo e algumas comodidades. Tive que driblar meu medo de errar para conseguir me desviar disso tudo e abraçar um negócio novo".

Na opinião de Alvernaz, ao tomar a decisão de **virar um empresário**, ele percebeu que os aspectos positivos eram maiores do que as possibilidades de erros. "Eu levei em conta o fato de estar me aliando a profissionais que já tinham trabalhado comigo anteriormente e que seriam realmente meus parceiros. São pessoas que dão valor à questão dos prazos e à qualidade do trabalho. Isso me ajudou a ficar com menos medo de errar".

13. Acredite em si mesmo

Para alcançar o sucesso no comando de um negócio, ter auto-estima é condição número um para o empresário. Muitas pessoas são tomadas por uma falta de confiança em relação à sua capacidade de concretizar essa meta. E, com isso, dão um passo para trás na hora de partir para voo solo. "É necessário ter crença em si mesmo", ressalta Marcelo Cherto, "e garra para superar as dores de cabeça, pois os obstáculos irão surgir, principalmente em países como o Brasil, Argentina e México, onde a instabilidade faz parte do dia-a-dia das empresas. Nunca se sabe como o governo e a concorrência vão se comportar".

Um dos exemplos positivos de auto-estima e crença em si mesmo é traduzido na história de sucesso de Elói Oliveira, presidente da **Flytour, franquia de turismo** premiada por três vezes na categoria Lazer do prêmio "As Melhores Franquias do Brasil", realizado por **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**. O gaúcho nascido em Esteio, interior do Rio Grande do Sul, fugiu de casa aos oito anos de idade e veio para São Paulo, onde viveu como menino de rua, vendendo pastéis, jornais, verduras e peixes. Aos 12 anos, no Rio de Janeiro, guardava e lavava carros em estacionamentos próximos ao hotel Copacabana Palace, até que arranhou um emprego como office-boy na agência de turismo Stella Barros. "Eu morei na agência durante algum tempo e foi lá que aprendi a ter boas maneiras, adquiri meus primeiros conhecimentos a respeito da área de turismo".

Depois da experiência na Stella Barros, Oliveira ainda passou por mais duas empresas do ramo. Em 1970, fundou a E.D.O. Representações, que viria, mais tarde, a se chamar Flytour, que hoje conta com 50 lojas em todo o país. "Eu sempre acreditei que, quando uma porta se abre, temos que entrar. Hoje em dia, vejo que acreditar em mim mesmo ajudou a driblar as dificuldades e a construir uma história de consolidação e vitória", diz o empresário.

14. Descreva suas metas

Quando o **empreendedor** está na dúvida e tomado por insegurança e medo sobre o caminho a seguir, esta dica pode ajudar: descreva os seus objetivos. Colocar num papel todas as suas metas, uma a uma, para que sejam sempre consultadas, ajuda-o a ter uma visão mais clara sobre o assunto. "Quando você começa a escrever suas metas, se obriga a ter as ideias mais claras. Com isso, você descobre os possíveis 'buracos', ou seja, os furos que ainda podem existir em seu projeto empresarial", afirma Marcelo Cherto.

Escrever essas metas ajuda a esclarecer os objetivos de seu projeto, ou seja, quem será seu público-alvo, quais as características do produto ou serviço oferecido. Cherto mostra um exemplo de um grande empresário. "Ele conta que, quando começa a pensar em uma determinada ideia, escreve um press-release (comunicado à imprensa) com o intuito de fazer com que uma pessoa que não tenha nada a ver com o assunto entenda o que está sendo proposto", diz o consultor.

Colocar as ideias no papel faz com que o empreendedor não esqueça mais seus alvos, os pontos levantados a respeito do negócio. "Ajuda-o a ter foco, com respostas para perguntas importantes como 'o que eu quero?'; ou 'aonde eu quero chegar?'" , afirma Cherto.

15. Focalize os objetivos, não os obstáculos

O medo de **abrir um negócio** faz muitos candidatos deixarem esse sonho para trás. Um dos problemas é a falta de foco em seus objetivos, vislumbrando somente os pontos negativos, ou seja, os empecilhos que podem fazer a empreitada não ter sucesso. "O empreendedor pode escolher dois caminhos: ter uma visão otimista ou uma visão pessimista a respeito de sua decisão. Quem olha pelo lado positivo, enxerga possibilidades. Já na visão pessimista,

as limitações ganham destaque", diz Marcos Hashimoto.

Marcelo Cherto destaca que a visão está ligada à questão da atitude do empreendedor. "Tem gente que é mais otimista, já outros são mais pessimistas, olham sempre a vida pelo lado negativo. Quando se é um verdadeiro empreendedor, tem-se um certo prazer em enfrentar empecilhos". O consultor diz apreciar projetos desafiadores. "Eu gosto de novos desafios, mas tem gente que adora rotina, que prefere lidar com coisas previsíveis. O obstáculo é parte do projeto, é uma dificuldade que você tem que curtir, pois é uma grande oportunidade para você aprender e também para se diferenciar dos demais. A sensação de vitória é fantástica".

Para lidar com esse medo, o segredo é ter persistência e foco no objetivo. "A dificuldade sempre será um ponto desfavorável. O importante é pensar sempre no objetivo, pois as dificuldades fazem parte do caminho. Se Cristóvão Colombo, quando estava viajando pelos mares do mundo, tivesse se intimidado pela primeira tempestade que ele enfrentou e retornado para o seu país, o navegador não teria descoberto a América".

Thomas Edison, inventor da lâmpada, é um exemplo de aprendizado neste sentido, segundo o consultor. "Thomas Edison não conseguiria inventar a lâmpada se não tivesse insistido em seu objetivo. Ele costumava dizer, quando alguém o indagava sobre desistir dessa descoberta, depois de 10.000 tentativas frustradas: 'Vou desistir agora, que já conheço 10.000 jeitos que não dão certo?'. Isso demonstra o quanto é importante ter fé em si mesmo, ter uma visão e uma atitude positiva perante a vida e seus desafios".

Isso não significa que o empreendedor precisa achar que a vida tem que ser encarada sob o olhar da Pollyana, personagem da literatura que acha que o mundo é perfeito. "Você precisa ter a crença de que pode chegar lá. Essa auto-motivação tem que vir de dentro de você mesmo. Não espere que isso venha de fora".

16. Faça um plano de negócios realista

Para perder o medo de pisar em terreno desconhecido, uma boa arma para quem quer montar um negócio é fazer um **plano de negócios**. Marcelo Cherto diz que é necessário que esse plano de negócios seja realista. "O plano de negócios tem que ser verdadeiro e o empresário tem que pensar que todo negócio demora um tempo para decolar. Por isso é fundamental ter esse planejamento, que vai servir como mola propulsora do negócio durante toda a sua vida".

Para Marcelo Aidar, professor da FGV-SP, um plano de negócios realista incorpora informações verdadeiras provenientes de um estudo de mercado, de planejamento financeiro, fluxo de caixa, previsão de vendas, entre outros. "Saber como atender à demanda, enfrentar períodos de sazonalidade, suprir a mão-de-obra é fundamental para um plano de negócios eficiente. Enriqueça-o com informações".

Antonio Carlos de Matos, do Sebrae-SP, destaca três aspectos importantes que devem estar contidos no planejamento inicial de montagem da empresa: preço de venda, volume de venda e estrutura compatível. "É fundamental pensar nesse tipo de coisa antes de abrir um negócio". Em relação ao preço de venda, o especialista diz que o domínio total dos custos ajuda a definir o preço do produto ou serviço a ser vendido. Quanto ao volume de vendas, é necessário fazer um planejamento sobre a quantidade necessária a ser vendida para pagar despesas e gerar lucro.

O empresário precisa oferecer uma infra-estrutura compatível com o que o mercado aceita pagar em produto ou serviços. "Por exemplo, não adianta uma padaria ter duas secretárias e vender o pãozinho 20% mais caro para pagar esse custo. O cliente não vai aceitar esse tipo de coisa", diz Matos.

17. Cuidado na escolha do sócio

Com a falta de capacitação em uma determinada área ou até mesmo com o intuito de agregar mais investimentos ao negócio, o candidato a empresário considera a possibilidade de montar um negócio em sociedade. Mas muitas vezes é pego pelo medo de fazer uma escolha inadequada e acabar sendo prejudicado por causa disso. "Cuidado com a escolha do sócio", alerta Marcelo Cherto. Para o consultor, a escolha de pessoas conhecidas e próximas nem sempre pode ser o melhor negócio.

"Por exemplo, escolher seu melhor amigo como sócio não garante o sucesso do negócio. Para dar certo, é necessário que haja perfis complementares".

Compartilhar com o sócio as experiências ajuda a vencer o medo de ir em frente na meta de abrir um negócio, de acordo com Paulo Veras, ex-diretor geral do Instituto Endeavor. "É fundamental trocar ideias e experiências a respeito de suas competências. Isso ajuda a vencer o medo e o objetivo de constituir uma empresa acaba ficando mais forte, pois todo mundo se ajuda e se empolga junto". A relação entre os sócios é comparada a um casamento: eles se unem com um propósito específico, que é o de criação e crescimento da empresa.

Na visão de Veras, o sócio ideal é aquele que tem a capacidade de fazer a empresa ir muito mais longe do que o empresário sozinho. E têm que estar preparados para conduzir e administrar empecilhos que possam surgir no meio do caminho como deficiência na condução de problemas de gestão do dia-a-dia da empresa, falta de consenso na hora da tomada de decisões, falta de planejamento e de comunicação, entre outros.

18. Capital: tenha sempre uma reserva

Um dos aspectos que mais assombram a cabeça de quem tem vontade de montar um negócio é perder dinheiro. Por isso, os especialistas recomendam ter sempre uma reserva mínima para dar início ao negócio. "Ter esse capital é importante, pois dificilmente um negócio funciona como o planejado. Esse capital de reserva vai ajudar a resolver os imprevistos, que sempre acontecem nessa fase de criação do negócio", diz Cherto.

Trabalhar com cautela para suprir cenários mais pessimistas faz com que o negócio esteja sempre preparado para enfrentar chuvas e trovoadas. "De início, a empresa nova sempre vive alguns imprevistos, e existe pouco **acesso ao crédito**, que é caro", resalta Marcelo Aidar. A situação se torna ainda mais complicada quando o capital investido vem do patrimônio pessoal, como a venda de um imóvel, de um carro, de bens familiares. "Uma grande parte dos empreendedores se desfaz de patrimônio pessoal para montar um negócio. Por isso é importante sempre fazer os cálculos jogando os números para cima".

19. Comece pequeno

Ao tomar a decisão de **montar um negócio**, uma das perguntas que se faz é: qual deve ser o tamanho da minha empresa? A boa notícia é: ela pode começar pequena. Mas muitos empreendedores acabam pecando pelo excesso. Ou seja, investem gordas quantias, compram piso de mármore, móveis de grife, entre outros. E aí se vêem frente a frente com os imprevistos, que enfraquecem os calcanhares da empresa e os "empurram" a desistir de tocar o negócio em frente.

Marcos Hashimoto, do Insper, diz que a maioria das empresas pode começar pequena. "Por exemplo, se você quer montar um site de vendas de passagens aéreas, pode começar em um espaço pequeno, com uma modesta infraestrutura – móveis e equipamentos mais simples –, que não demandem altos investimentos.

Outro erro é criar uma infraestrutura desnecessária somente com o intuito de atrair investidores. "Mas nem sempre os pilares que seguram essas estruturas estão bem sólidos", explica Hashimoto. "Quanto menor o investimento, menor o risco e também o medo de o negócio não dar certo".

O risco de perder o valor do investimento feito na nova empreitada pode ser grande, mas existem empreendedores que não ligam para isso. "Eu lembro do caso de uma choperia no interior de São Paulo. O empresário investiu cerca de US\$ 150.000 na reforma do local, na compra de equipamentos de ponta, colocou acabamento de primeira linha e deu uma grande festa para inaugurar a nova casa. Em três meses, o negócio baixou as portas e, para o empresário, foi mais uma brincadeira que ele fez com seu dinheiro", diz Hashimoto. "Essa não é a realidade da grande maioria das pessoas que abrem um negócio no Brasil. Cada centavo é precioso".

20. Avalie a mudança de vida com objetividade

Ao decidir **abrir um negócio**, avaliar as mudanças com objetividade faz com que o **empreendedor** se sinta mais seguro. "É importante que o empreendedor não fantasie essa mudança, somente vendo pelo lado do sonho, mas sim

vislumbrando um caminho real", afirma Marcelo Cherto.

Muita gente sai do modo "empregado" para o modo "patrão" e não faz essa análise de forma racional. "Sair da posição de empregado para a de patrão envolve uma série de modificações, principalmente no que diz respeito ao status", afirma Cherto. De início, o empreendedor vai perder todas as mordomias que tinha como empregado, como carro, seguro-saúde, bônus, entre outros. Isso impacta até no lado pessoal, incluindo a família, que tem que estar junta no novo caminho. Mas ele precisa acreditar que essa troca vale a pena. "No curto prazo, a mudança vai pedir esse sacrifício, mas, lá na frente, ele poderá ter o retorno em abundância", afirma Cherto.

Todo negócio tem um lado não glamouroso, que ocupa boa parte do tempo da vida do empreendedor. "Por exemplo, se o empresário monta um café, ele vai ter que estar preparado para acordar de madrugada para ir ao Ceasa buscar os melhores produtos, operar uma máquina de café, caso seu atendente falte ao trabalho. Ele será o office-boy, o departamento jurídico, o departamento de compras. Normalmente quem vem de uma grande empresa como empregado tem dificuldade em assumir todos esses papéis, pois está acostumado a buscar ajuda para resolver essas questões", avalia o presidente do Grupo Cherto.

Para assumir o papel de "dono", é necessário que o empreendedor aprenda a depender de si próprio. "Como empregado, ele espera que alguém defina o comportamento que ele tem que ter. Mas como dono, é o empreendedor quem vai tomar as decisões", diz Cherto.

André Kina, proprietário da empresa 4Bio, abriu mão do emprego confortável que tinha como gerente financeiro da Procter & Gamble, para assumir o sonho de ser seu próprio patrão. Para ele, um dos maiores obstáculos foi lidar com o aspecto emocional. "Eu tinha uma posição confortável, estava numa empresa que me proporcionava crescimento, tinha vários benefícios. Mas eu olhava para o meu chefe na empresa e não me via feliz ocupando o lugar dele, como diretor", conta Kina. "Eu descobri que tinha características empreendedoras e, para colocar isso em prática, precisei aplicar boas doses de objetividade para conduzir esse processo, pois o lado emocional pesa muito nessa hora".

Ao longo do tempo em que trabalhou como empregado, Kina era invadido por questionamentos internos que o "chamavam" para essa nova jornada. "Chegou um momento em que eu percebi que tinha chegado a hora de tomar essa decisão, pois era o meu sonho, e me descobri um apaixonado por empreender. Cerquei-me de todos os aparatos – conhecimento, capital, pessoas, entre outros –, e parti para a nova jornada. Fiz isso com segurança e não me arrependo por isso".

Imprimir

Fechar