

Informação necessária

Entretanto, é fundamental entender que somente a experiência não se faz única e exclusiva para o sucesso nos negócios. Um exemplo disso é o caso de três parentes próximos que decidiram montar um negócio. Tratava-se de uma padaria, que também comercializava alguns outros produtos de mercearia e frutas da época.

A localização do estabelecimento era num bairro da periferia, onde boa parte dos moradores expressava hábitos simples e modestos. Optaram por esse bairro, pois o valor dos aluguéis era acessível e o prédio que pretendiam alugar estava em boas condições e muito bem mantido.

Com um pouco mais de 18 meses, a padaria demonstrava estabilidade e já mostrava necessitar de uma pequena ampliação. Os sócios estavam muito contentes e a situação parecia estar controlada, conforme o planejado.

Foi determinado pela Prefeitura local, entretanto, que a rua onde ficava localizada a tal padaria passaria por uma nova pavimentação. O projeto previa, inicialmente, cerca de oito meses para que todas as obras fossem concluídas. Isso significava dizer que, por um período considerável, o negócio seria por demais prejudicado.

Foi quando os sócios decidiram mudar-se de lá. Já dominavam a atividade e concluíram que o melhor seria investir em outro bairro, talvez mais centralizado, onde seus moradores, inclusive, tivessem um melhor poder aquisitivo.

E assim o fizeram. Conforme planejaram, encontraram outro ponto comercial, alugaram-no por um período de cinco anos consecutivos, compraram novos fornos e gôndolas de um belo design, investiram as reservas e também optaram por um financiamento bem atraente, àquela época oferecido por uma instituição financeira reconhecida, e, com deter-

minação, inauguraram o negócio na certeza de que sabiam o que estavam fazendo.

Ao final do segundo ano no novo negócio, os números demonstravam que não valeria mais continuar mantendo a padaria. Os custos fixos estavam elevados, a manutenção predial passara do previsto e o fluxo de clientes era bem aquém do esperado.

Onde erraram, porém, se já conheciam tão bem a atividade? Após uma análise mais aprofundada, descobriram que o grande equívoco foi acreditar que os hábitos de consumo da clientela atual seriam iguais ao da clientela anterior. Embora tivessem poder aquisitivo melhor, os atuais clientes não tinham interesse em adquirir pães ou produtos de mercearia em padarias ou mercadinhos. Para esses clientes, o melhor local de fazer suas compras era nos supermercados do entorno daquele bairro.

Até onde sei, a padaria se transformou em uma lanchonete. Um dos sócios ainda continua à frente do estabelecimento. Não sei o que fizeram os outros dois sócios. Pagaram um elevado preço pelo aprendizado.

Como se pode constatar, a experiência deve ser aliada à informação. Uma retroalimenta a outra. Por mais experientes que sejamos, não devemos desprezar as pesquisas e a experiência de outras pessoas. É daí que surgem muitos referenciais para novas e boas ideias de negócios.

"A sorte não existe; no máximo, há circunstâncias favoráveis ou desfavoráveis. A sorte resulta de tudo que fomos capazes de semear, enquanto a má sorte é o resultado de tudo o que não fomos capazes de prever."

Enzo Ferrari



BANCO DE IMAGEM

FORTALEZA
EMPREENDEDORA



FASCÍCULO 1

FORTALEZA - CEARÁ, 26 de julho de 2016

Conhecendo o mercado

Saiba quais são as áreas mais favoráveis para se empreender. E veja como a experiência pode aumentar suas chances de sucesso



REALIZAÇÃO: FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ



Negócios promissores

O que faz alguém decidir ter um negócio próprio? O que leva alguém a arriscar seus recursos, assumir responsabilidades com fornecedores, clientes e funcionários? Por diversas vezes, priorizar o trabalho acima da própria família? O que vale ou compensa tanto esforço? Afinal, quem são esses empreendedores, onde estão e o que há de comum entre essas pessoas?

Esses são alguns dos aspectos que o empreendedorismo busca analisar e compreender. A literatura de mercado aponta algumas tendências de negócios promissores.

Atualmente, destacam-se os negócios relacionados à indústria do turismo, à segurança privada, à economia criativa, à educação continuada, às energias renováveis, ao comércio da estética, da beleza, de produtos eletrônicos, investimentos em empresas start-up, dentre outros. Esses são apenas alguns exemplos relatados com mais frequência.

Conforme seja a cultura local, os recursos disponíveis, o momento e as variáveis do meio ambiente, diversos são os fatores considerados para se indicar um bom negócio. Não há uma fórmula especial que, de forma precisa, indique o que está ou não dando dinheiro.

Atualmente, destacam-se os negócios relacionados à indústria do turismo, à segurança privada, à economia criativa, à educação continuada, às energias renováveis, ao comércio da estética, da beleza, de produtos eletrônicos, dentre outros.



Setores em alta

Não há como se indicar o melhor ou pior negócio, embora existam determinadas técnicas que contribuam para uma análise de viabilidade econômica e mercadológica consistente.

Essas mencionadas análises sinalizam que existem riscos que o empreendedor jamais deixará de correr, como, da mesma forma, há riscos aos quais ele não deverá se submeter jamais.

Algumas publicações de mercado especializadas, contudo, indicam que os setores que vêm em desenvolvimento no Brasil são:

- 1º Lugar: esporte, saúde, beleza e lazer;
- 2º Lugar: hotelaria e turismo;
- 3º Lugar: acessórios pessoais e calçados;
- 4º Lugar: alimentação;
- 5º Lugar: educação e treinamento.

Análises sinalizam que existem riscos que o empreendedor jamais deixará de correr, como, da mesma forma, há riscos aos quais ele não deverá se submeter jamais.

Ideia inovadora



Conforme Joseph Schumpeter, famoso economista e cientista político austríaco, o ato de inovar é "fazer coisas que não são geralmente feitas em vias normais da rotina do negócio".

Em relação à escolha ou definição de montar um novo negócio, é importante que, inicialmente, a ideia contemple algo inovador. O grande desafio da inovação, entretanto, é viabilizar diferenciais competitivos. Consiste em provocar melhorias nos produtos ou serviços oferecidos, fazendo, assim, com que o mercado considere isso como melhorias vantajosas.

Essencialmente, inovar é superar padrões de excelência. Convenhamos, não é uma tarefa das mais simples e corriqueiras.

Muitos confundem inovar com inventar. Conforme Joseph Schumpeter, famoso economista e cientista político austríaco, o ato de inovar é "fazer coisas que não são geralmente feitas em vias normais da rotina do negócio".

Sendo assim, por diversas vezes, a inovação ocorre por intermédio de um breve e atento ato de observação.

A rotina do empreendedor está cercada por algum grau de inovação. Ele situa a inovação em prática, a realiza e produz resultados perceptíveis.

Há pessoas especialistas em conceber inovações, como cientistas e pesquisadores, mas não necessariamente são empreendedores. Já o empreendedor transforma a inovação em negócio.



Experiências viram negócios

Muitos são aqueles que perguntam de onde os empreendedores tiram ideias inovadoras. Na tentativa de responder essa questão, foi realizada uma pesquisa, ainda na década de 1990, e que foi reproduzida no livro Empreendedorismo e Estratégia, da coleção Harvard Business Review, da Editora Elsevier. O estudo foi feito junto aos 100 fundadores das 500 empresas privadas de maior crescimento nos Estados Unidos.

Nessa pesquisa, foi apontado o fato de que 71% daqueles empreendedores entrevistados copiaram ou modificaram uma ideia encontrada, por meio de um emprego anterior. Outros 7% transformaram um trabalho

casual ou temporário em uma empresa formalizada.

Já 6% optaram por montar o negócio, pois haviam tido a experiência como clientes individuais.

O total de 4% escolheu o negócio porque, por acaso, leu sobre o setor. O curioso é que, conforme indica a mesma pesquisa, só outros mesmos 4% tiraram suas ideias de pesquisas sistemáticas em busca de oportunidades.

Muitas são as possibilidades de se encontrar ideias sobre possíveis oportunidades de negócios. Os percentuais mencionados, contudo, parecem apontar para uma atenção especial quanto aos 71% que já possuíam experiência por intermédio de um emprego anterior. Podemos perceber nisso um fator bem considerável.

71% daqueles empreendedores (fundadores das 500 empresas privadas de maior crescimento nos Estados Unidos) copiaram ou modificaram uma ideia encontrada, por meio de um emprego anterior.



Esse conhecimento prático foi dado como crucial para a melhor compreensão do mercado, as melhores oportunidades, as verdadeiras ameaças, falhas e demandas pertinentes à realidade do negócio

Conhecimento traz segurança

Reforçando as conclusões apresentadas pela pesquisa feita nos Estados Unidos, anteriormente mencionada, há uma outra pesquisa, desenvolvida pelo professor José Carlos Dornelas, e publicada em seu livro *Empreendedorismo na Prática*. O levantamento revela como sendo de intensiva relevância a experiência anterior no ramo no qual se pretende abrir um negócio.

Nessa mesma pesquisa, ele aponta o fato de

que mais de 60% dos casos de sucesso encontrados dependeram da experiência obtida pelo empreendedor no próprio setor, ou até mesmo em outros setores.

Esse conhecimento prático foi dado como crucial para a melhor compreensão do mercado, as melhores oportunidades, as verdadeiras ameaças, falhas e demandas pertinentes à realidade do negócio que foi ou seria instalado.

É muito importante conhecer “o terreno em que se vai pisar”, principalmente pelos contatos que são ou já foram feitos.

Oportunidade percebida

Otro fato, também relatado no livro *Empreendedorismo na Prática*, do professor José Carlos Dornelas, dizia respeito a outra pesquisa realizada nos Estados Unidos, ao confirmar que, em mais de 91% dos casos pesquisados, os empreendedores obtiveram sucesso nos seus negócios em virtude de apresentarem experiência no mesmo setor de negócio em que trabalhavam anteriormente. A decisão de passarem de empregados a empreendedores ocorreu após perceberem oportunidades que as empresas onde trabalhavam não davam a devida atenção. Dessa forma, pediram as contas e criaram seus caminhos em direção ao empreendedorismo. Deve-se enaltecer o fato de que, na verdade, a experiência anterior é fundamental para a escolha e a condução de um novo negócio. É muito importante conhecer “o terreno em que se vai pisar”, principalmente pelos contatos que são ou já foram feitos.

