

 ***E-BOOK***

Empreendedorismo como opção de carreira

Olá,

Você sabe que para gerir com sucesso uma empresa e enfrentar o mercado e os desafios do dia a dia empresarial, **é preciso se preparar** e, para isso, o Sebrae disponibiliza diversos produtos, canais e serviços para auxiliá-los nessa jornada.

Em sua estratégia de **Atendimento Remoto** e com o objetivo de ampliar suas alternativas de acesso a conteúdos e soluções educacionais, o Sebrae produziu e disponibiliza este **e-book**, mais um produto no formato de Educação a Distância (EAD).

A proposta de nossos **e-books** é apresentar os principais conteúdos sobre **gestão de pequenas empresas** como cursos em formato de **livros digitais**, isto é, materiais educacionais organizados para capacitar quem quer empreender e quem já possui empresa e deseja ampliar seus conhecimentos e melhorar sua prática à frente de seus negócios.

Com as soluções de Educação a Distância do Sebrae você tem a oportunidade de **estudar off-line** ou em um Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), disponível **24 horas por dia**, que pode ser acessado a qualquer momento e de qualquer lugar que tenha conexão com a internet, sem necessidade de deslocamento.

Aproveite esta oportunidade de ampliar seus conhecimentos e bons negócios!

Equipe de EAD do Sebrae-SP

Sumário

| | |
|--|-----------|
| Carta do Sebrae | 2 |
| Apresentação | 4 |
| Empreender é uma opção para você? | 5 |
| O empreendedorismo no Brasil | 6 |
| Tipos de empreendedores | 7 |
| A importância do empreendedorismo | 8 |
| As gerações no mercado de trabalho | 10 |
| Tipos de negócio | 13 |
| Você tem as características necessárias para ser um empreendedor? | 15 |
| Você tem uma ideia ou uma oportunidade? | 19 |
| Método dos quatro passos | 21 |
| Primeiro passo: descobrir o problema de um público-alvo | 21 |
| Segundo passo: testar o problema | 21 |
| Terceiro passo: validar a solução | 22 |
| Quarto passo: validar o modelo de receitas | 22 |
| A importância dos quatro passos..... | 22 |
| Próximos passos para empreender | 24 |
| Como conseguir dinheiro | 24 |
| Procure ajuda | 25 |
| Você não precisa ser bom em tudo | 26 |
| Encontre espaços de trabalho colaborativo | 27 |
| Todo empreendedor quer saber | 29 |

Apresentação

O empreendedorismo é um tema muito importante no atual cenário dos negócios, não só no Brasil, mas no mundo todo.

Neste *e-book* você terá a oportunidade de saber o que é empreendedorismo, conhecer o cenário nacional, descobrir qual é o seu perfil, se você tem um comportamento empreendedor e o que pode fazer para ter um negócio de sucesso.

Além disso, você verá que a atividade empreendedora traz desenvolvimento pessoal e profissional e que se dedicar a ela não é fácil, mas é muito compensador! Aprenderá, também, a avaliar se uma ideia ou uma oportunidade de mercado é viável e a conseguir dinheiro para levar uma ideia adiante e desenvolver um negócio.

Empreender é uma opção para você?

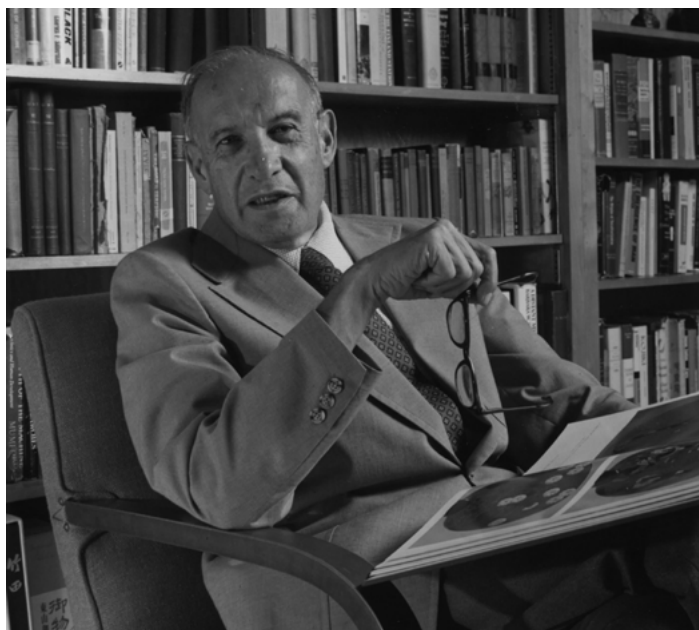
Para iniciar essa jornada sobre a atividade empreendedora, você verá o que é empreendedorismo e qual é a importância dele no mercado brasileiro.

As pessoas geralmente acham que empreender é criar um novo negócio ou tornar diferente algo que já existe no mercado, ou seja, inovar. Além disso, muitos acreditam que para ser empreendedor é preciso ter coragem para dar o primeiro passo, e para procurar novas oportunidades e novos nichos de mercado. Mas o significado de empreender é muito mais amplo.

O termo **empreendedorismo** deriva da palavra francesa *entrepreneur*, que significa “aquele que assume riscos”; é uma maneira de agir para identificar oportunidades e assumir o risco de implementar uma ideia para aproveitar essas chances. O **empreendedor** é aquele que tem disposição ou capacidade de inovar, de idealizar, de coordenar e de realizar projetos, serviços e negócios.

De acordo com alguns dos maiores pensadores do mundo dos negócios, como Peter Drucker, o empreendedorismo está ligado a um comportamento, uma forma de se relacionar com o trabalho com mais iniciativa, autonomia e criatividade.

Portanto, **empreender** é um comportamento, e não um traço de personalidade.



Peter Drucker. Grande pensador do mundo dos negócios.

O mais importante é que você compreenda o papel dessa atividade na sociedade e perceba que esse comportamento motiva pessoas a criar novos negócios, transformar atividades antigas, desenvolver, inovar e gerar novos nichos de mercado capazes de atender necessidades reais das pessoas e da sociedade.

O empreendedorismo no Brasil

Pesquisas sobre o empreendedorismo no Brasil demonstram que essa atividade está em expansão.

Um bom exemplo disso é a quantidade de pessoas que sonham ter um negócio próprio: três em cada dez brasileiros! E há mais brasileiros que querem empreender do que brasileiros que desejam uma carreira em uma empresa. Veja:

O sonho dos brasileiros

(Fonte: pesquisa GEM 2015 – Sebrae e IBQP)

34% dos brasileiros sonham ter um negócio próprio.



23% dos brasileiros desejam construir uma carreira em uma empresa.

Na última década, a atividade empreendedora no país deu um salto: cresceu 50%. Hoje, dois em cada cinco brasileiros entre 18 e 64 anos têm um negócio ou estão envolvidos na criação de um. São muitas pessoas empreendendo!

Por isso mesmo, o Brasil é considerado hoje o país com maior número de empreendedores do mundo, e a maioria em micro e pequenas empresas.

Esses dados revelam muitas coisas sobre a atividade empreendedora. Por exemplo, ajudam a perceber a importância crescente do empreendedorismo no Brasil nos últimos anos. Mas a que se deve esse crescimento tão intenso nos últimos dez anos?

A resposta para essa pergunta tem ligação direta com as mudanças que estão acontecendo no mundo como um todo e no Brasil, de forma específica. Essas mudanças estão relacionadas com o contexto político, econômico, social, regulatório, cultural e até educacional.

No Brasil dos últimos anos, muitos fatores foram favoráveis ao aumento da atividade empreendedora. Um deles foi o acesso à informação sobre negócios e empreendedorismo. Outro fator importante foi a expansão das organizações de serviços de apoio e de eventos voltados para essa área. E isso sem falar na criação de políticas públicas e no incentivo à criação de um ecossistema empreendedor, como incubadoras e aceleradoras, e na iniciativa de algumas universidades que disponibilizam cursos, treinam professores e constroem um ambiente empreendedor para seus alunos.

Aconteceu muita coisa positiva para o ambiente empreendedor, mas isso não quer dizer que existam, no Brasil, as condições ideais para empreender. Ainda há muito a ser feito!

Há inúmeras limitações burocráticas e várias dificuldades de acesso ao crédito e a informações específicas de qualidade.

Tipos de empreendedores

Algumas pessoas empreendem por necessidade. De forma geral, os **empreendedores por necessidade** são pessoas que estão desempregadas e que encontram na atividade empreendedora uma saída para o seu sustento.

Por isso, os dados de crescimento do número de empreendedores precisam ser analisados de uma forma muito criteriosa. Pense: em um cenário de desemprego, é comum aumentar o número de empreendedores por necessidade. Só que essa tendência muda quando aumenta o número de vagas de emprego formal. Isso acontece porque as pessoas que empreenderam por necessidade acabam abandonando o negócio que elas montaram para ter uma nova colocação profissional.

Com os **empreendedores por oportunidade**, a história costuma ser diferente. Esses empreendedores são pessoas que reconheceram uma oportunidade efetiva de mercado, tiveram uma ideia inovadora ou identificaram um nicho de mercado. Então, esse tipo de empreendimento costuma ser mais duradouro.

De uma forma ou de outra, existindo por oportunidade ou por necessidade, o empreendedorismo está mudando a economia do Brasil.

A importância do empreendedorismo

A atividade empreendedora exerce impacto positivo na economia do país! Prova disso é que, nos últimos dez anos, as micro e pequenas empresas foram as que mais geraram empregos. Veja:

Empregos gerados no Brasil nos últimos 10 ANOS

(Fonte: Secretaria Especial da Micro e Pequena Empresa do Governo Federal)

84% do total
micro e pequenas
empresas



16%
médias
e grandes
empresas

Esses dados mostram que a maioria dos empregos gerados no Brasil está diretamente ligada à atividade empreendedora. E isso significa que o empreendedorismo é uma forte tendência para o futuro!

A sociedade vive tempos de grandes alterações. As relações de trabalho estão mudando e a competição, nos níveis local e mundial, está aumentando a necessidade de produtividade nas empresas. Também existe o aumento da expectativa de vida: as pessoas estão vivendo cada vez mais. Além disso, as mudanças tecnológicas estão impactando o modelo de emprego no Brasil e no mundo.

Por causa desse cenário, é provável que o emprego tradicional e as carreiras longas na mesma empresa sejam cada vez mais raros. Esse tipo de emprego mais duradouro está sendo substituído por novas formas de prestação de serviços, e tudo indica que, no futuro, não haverá emprego formal para todas as pessoas – não da forma como existe hoje. Mas isso não quer dizer que não haverá trabalho.

O mundo sempre necessitará da indústria, do comércio e de prestadores de serviços, mas as pessoas precisarão criar suas próprias oportunidades no mercado de trabalho. Elas precisarão, de alguma forma, empreender!

É por isso que o empreendedorismo pode e deve ser considerado uma opção de carreira viável e interessante.

E você? Gostaria de ser um empreendedor? Já considerou que o empreendedorismo pode ser uma boa opção para sua carreira profissional? Pense nisso!

As gerações no mercado de trabalho

Neste capítulo você conhecerá as gerações que atuam no mercado de trabalho atual e também o perfil de cada geração no empreendedorismo.

Para entender o que determina o comportamento empreendedor, você precisa conhecer como o contexto histórico-econômico influencia o perfil das pessoas e, obviamente, dos empreendedores.

Os cenários social, econômico, financeiro e educacional costumam deixar suas marcas no comportamento das gerações e dos empreendedores. Veja, a seguir, qual é o perfil das gerações atuantes no empreendedorismo atual:

- A geração que surgiu após a Segunda Guerra Mundial, entre a década de 1940 e a metade dos anos 1960, ficou conhecida como **Baby Boomer**. Quem nasceu entre a metade dos anos 1960 e o final dos anos 1970 faz parte da **geração X**. Essas duas gerações têm um ponto em comum: costumam valorizar a estabilidade financeira e profissional, o que pode ser explicado pela instabilidade vivida por seus pais.
- Já as pessoas que nasceram entre o final dos anos 1970 e o começo dos anos 1990 representam a **geração Y**. Ao contrário das gerações *Baby Boomer* e *X*, os representantes da geração *Y* se preocupam menos com a estabilidade financeira. Em compensação, buscam no trabalho uma fonte de satisfação e de aprendizagem.
- Aqueles que nasceram entre os anos de 1990 e 2010 formam a **geração Z**, que é marcada pelo avanço tecnológico: internet, celular, *tablet*, as mídias sociais e até o *selfie*. As principais características dessa geração são o imediatismo e a pouca paciência: é bem difícil para eles esperar pelo resultado de suas ações.

Esses perfis convivem no mercado de trabalho. Se você observar exemplos deles no seu dia a dia, perceberá que existem comportamentos diferentes em cada geração. Cada uma delas acaba abordando os mesmos problemas de uma forma diferente. E o mais interessante é que esses comportamentos se complementam.

Dos 45 milhões de brasileiros que são empreendedores, quase 40% têm entre 18 e 34 anos, ou seja, quatro em cada dez empreendedores são das gerações *Y* e *Z*. E tem mais: na universidade, seis em cada dez jovens querem empreender e um destes já é empreendedor.

45 milhões
empreendedores



Quase **40%**
têm entre
18 e 34 anos



(Fonte: pesquisa GEM 2014)

Na universidade

1 em cada **10** jovens
já é empreendedor



6 em cada **10** jovens
querem empreender

(Fonte: pesquisa GEM 2014)

Será que as gerações Y e Z têm mais predisposição para o empreendedorismo? Isso parece ser verdade, mas a pergunta mais importante é: **quais comportamentos favorecem** o empreendedorismo?

A capacidade de correr riscos e a autoconfiança são duas características muito marcantes nos jovens dessas gerações que se aventuram na atividade empreendedora. Porém, esse comportamento não é tudo! Um empreendedor precisa saber calcular bem os riscos, estabelecer metas e planejar os passos, além de ser persistente. E as gerações *Baby Boomer* e X possuem esses comportamentos de uma forma muito mais destacada. Pode-se dizer que essas gerações se lançam para o que almejam e para o que escolhem fazer, sem abrir mão do paraquedas.

Gerações Y e Z

São capazes de correr riscos e têm autoconfiança.

Gerações *Baby Boomer* e X

São persistentes e sabem calcular bem os riscos, estabelecer metas e planejar os passos.



Comportamentos empreendedores

Olhando por esses aspectos, você pode perceber que, independentemente da geração, todos têm alguma característica empreendedora.

E você? Já pensou em identificar seus pontos fortes e fracos antes de abrir seu próprio negócio?

Isso é importante para tentar aprimorar o que você tem de melhor e solucionar suas fragilidades. Se preferir, ao identificar seus pontos fortes e fracos, você pode até buscar um parceiro que complemente suas habilidades.

Para descobrir quais são seus pontos fortes e fracos, você precisa fazer perguntas para você mesmo, para seus amigos, familiares, empregados ou colegas de trabalho:

- O que é que você faz bem?
- O que você faz que lhe deixa alegre, feliz?

Quando você responde essas perguntas, você identifica quais são seus pontos fortes: o que você faz melhor. E, a partir dos seus pontos fortes, você pode entender quais são os seus pontos fracos.

Ao invés de conhecer na prática suas características fortes e aquelas que ainda precisam ser desenvolvidas, você deve agir com cuidado e planejamento. Isso não apenas o auxiliará a alcançar seus objetivos, como evitará muitas dores de cabeça no futuro.

Empreendedores da vida real

Augusto Aiello, 24 anos, é empreendedor de *parklet*, palestrante e palpiteiro de novos negócios. Ele faz parte da geração Y e sua grande característica é ter disposição para se arriscar. Mas ele se considera sem muito foco, sempre quer desenvolver muitos projetos ao mesmo tempo e reconhece que, de vez em quando, não consegue se dedicar muito aos projetos.

Amélia Iwabuchi, 52 anos, é empreendedora do setor de restaurantes. Ela não escolhe trabalho, faz o que tem que ser feito, ou seja, é do tipo que topa tudo. E também é comprometida. Ela sabe que, para fazer um negócio crescer, quanto mais pessoas para compartilhar, melhor.

Ruy da Silva Elentério, 61 anos, é empresário do ramo de alimentação fora do lar. Um ponto forte dele é a persistência – ele não desiste fácil. Só que ele não se considera muito organizado, e acha que precisa se aperfeiçoar cada vez mais nesse ponto.

Tipos de negócio

O risco é um dos elementos mais importantes para a atividade empreendedora. Quais são as chances de um negócio não dar certo?

Imagine que você quer montar uma padaria. Você tem três opções: a primeira é montar uma padaria que seja uma franquia; a segunda, uma padaria tradicional; e a terceira, uma padaria inovadora.

Entre as três opções, a **franquia** de padaria é a que oferece o **menor risco**, porque alguém correu o risco por você anteriormente. Você terá uma marca consolidada, processos já estruturados e um produto formatado. Contudo, ao diminuir os riscos, o **retorno** se torna **menor**, porque você tem que compartilhá-lo com a pessoa de quem você comprou a franquia.

Na padaria inovadora, o risco é maior. Aliás, qualquer negócio **inovador** tem **mais riscos**, porque é você quem cria a marca, um processo novo e atende a um nicho de mercado que antes ninguém atendia. Nesse caso, quanto mais riscos existirem, **maior** será a **possibilidade de retorno**.

A padaria **tradicional** não é uma franquia, então, ela não tem uma marca consolidada nem um processo bem definido, mas, no geral, o processo é conhecido. Você terá de construir um processo específico para a sua padaria, e isso aumenta um pouco o risco e a chance de fracasso em relação à franquia.

É importante entender que existem negócios para todos os perfis. Se você é uma pessoa mais arrojada ou tem uma ideia muito inovadora, você pode ter um negócio com mais riscos e mais chances de retorno. Mas se você é uma pessoa mais conservadora e quer correr menos riscos, também existe um negócio para você. Para cada perfil de empreendedor existe um modelo de negócio mais adequado. Descubra qual é o seu!

Você tem as características necessárias para ser um empreendedor?

Neste capítulo você verá quais são as características necessárias para empreender, perceberá quais das suas características pessoais podem ajudá-lo a empreender e, também, o que você pode fazer em relação às características que precisa desenvolver.

Na década de 1970, a Organização das Nações Unidas (ONU) contratou um professor da Universidade de Harvard chamado David McClelland, que tinha o objetivo de entender os comportamentos que geram mais resultados na atividade empreendedora.

São esses comportamentos que você conhecerá agora.

1. Buscar oportunidades e ter iniciativa.

Identificar oportunidades e ter iniciativa são dois comportamentos fundamentais para quem quer abrir um novo negócio, pois permitem que os empreendedores se antecipem às necessidades, percebendo que elas existem antes mesmo que a solução para elas seja solicitada.

São esses comportamentos que permitem aos empreendedores determinar um novo público-alvo, enxergar novas ideias, implantar novos negócios.

2. Ser persistente.

Persistência é não desistir, é agir mesmo diante de obstáculos, reavaliar planos para superar desafios ou dificuldades, ser capaz de se sacrificar, de fazer grandes esforços para atingir resultados e completar uma tarefa. Essas são atitudes necessárias em quase todos os momentos da vida empreendedora.

3. Ter capacidade de correr riscos calculados.

Correr riscos calculados tem a ver com procurar e avaliar alternativas antes de tomar decisões. O empreendedor sempre corre riscos, mas precisa achar uma forma para reduzir as chances de erro, as chances de o negócio quebrar.

Precisa, sim, correr riscos, mas também tem de tentar controlar os resultados. É necessário aceitar desafios moderados. E isso não significa se atirar no precipício de peito aberto. O empreendedor salta, mas vai de paraquedas.

4. Buscar qualidade e eficiência.

Buscar qualidade e eficiência significa fazer sempre mais e melhor. O empreendedor com disposição para agir dessa maneira é capaz de melhorar continuamente seu negócio ou seus produtos. Mas para isso precisa criar procedimentos, cumprir prazos e aumentar os padrões de qualidade. Mostrando eficiência você poderá satisfazer seus clientes e até exceder as expectativas deles.

5. Ter comprometimento.

Sem comprometimento fica difícil fazer qualquer coisa. Empreender exige comprometer-se com o que vem pela frente e assumir a responsabilidade. Assim fica mais fácil colocar os relacionamentos com os clientes acima das necessidades de curto prazo e solucionar problemas que possam comprometer a conclusão do trabalho. Com comprometimento é possível, também, colaborar mais com os funcionários e assumir a liderança nas tarefas. Esse comportamento envolve sacrifícios pessoais, sem dúvida. Dormir até tarde, passar a noite festejando ou tirar longas férias podem não ser uma opção para quem está comprometido com seu próprio empreendimento.



6. Sempre buscar informações.

O empreendedor precisa desenvolver a capacidade de buscar novas informações constantemente. Ele deve sempre fazer novas perguntas: Como está a economia? Como está meu ramo de atividades? Está crescendo? Diminuindo? Será que o futuro reserva coisas boas ou coisas ruins?

É preciso também se atualizar sobre fornecedores, concorrentes, clientes e, é claro, sobre os negócios que estão surgindo e que também serão concorrentes diretos ou indiretos.

Quem busca informações, quem investiga, sabe mais sobre os produtos que estão surgindo, os serviços que decorrem de novas necessidades do mercado, o que pensam os especialistas no assunto. Então, quem se atualiza, quem se informa e está constantemente ligado, sem dúvida alguma, estará mais apto a empreender.

7. Saber estabelecer metas.

A falta desse comportamento é um dos fatores que mais atrapalham a vida do empreendedor. Saber estabelecer metas é definir objetivos claros. É preciso pensar nos resultados tanto de curto quanto de longo prazo: Aonde eu quero chegar? Aonde minha equipe quer chegar? Aonde minha empresa quer chegar?

Pensar aonde se quer chegar e estabelecer objetivos desafiantes é importante porque gera uma visão compartilhada com todas as pessoas.

Estabelecer metas, porém, não significa apenas criar objetivos claros, mas objetivos que possam ser medidos por indicadores de resultado.

8. Ter capacidade de planejar e monitorar sempre.

Várias pesquisas mostram que a falta desse comportamento é uma das principais razões para a quebra de empresas que estão começando. Para planejar e monitorar é preciso organizar tarefas de maneira objetiva, estabelecer prazos de execução, medir e avaliar resultados, tomar decisões com base em registros financeiros. Isso pode ser um pouco difícil, mas é muito importante para o negócio, pois planejar as tarefas é se preparar para os grandes desafios.

O planejamento pode e deve ser organizado por etapas, com grandes tarefas divididas em partes menores. Assim fica mais fácil adequar o tempo às ações e às metas. Quando você age por etapas, consegue, de maneira mais rápida, corrigir rotas, readequar planos, efetivar mudanças e tomar decisões mais assertivas.

9. Ser persuasivo e ter rede de contatos.

É quase impossível ser bem-sucedido, ter sucesso nos negócios, sem pessoas. Portanto, sua capacidade de influenciar pessoas e de gerar uma rede de contatos é extremamente importante para o sucesso do seu negócio. Isso é vital para qualquer empreendedor.

Sem persuasão, sem atrativos, é muito difícil emplacar qualquer produto ou negócio. Mas como usar estratégias para influenciar e persuadir pessoas? Como criar e manter uma rede de relacionamentos?

O relacionamento com pessoas-chave pode, muitas vezes, proporcionar uma oportunidade até então desconhecida. Isso é bom para você, para o seu relacionamento comercial e para o seu empreendimento.

10. Ser independente e autoconfiante.

Essas são duas características muito presentes em empreendedores bem-sucedidos. O empreendedor que tem autoconfiança e autonomia acredita em suas próprias opiniões mais do que na opinião das outras pessoas. Não que ele despreze a opinião dos outros, mas ele tem consciência de que a decisão final é dele.

O empreendedor com essas características confia na sua própria capacidade, é otimista e determinado, mantém seu ponto de vista mesmo diante de resultados inicialmente desanimadores. Atitudes como essas têm grande impacto nos resultados finais do negócio.

Uma pessoa que consiga acumular esses dez comportamentos é quase um super-homem, mas tem uma chance muito maior de ser bem-sucedido nos negócios.

E quem não tem essas características não deve tocar seu próprio negócio? Seria errado pensar dessa maneira. Qualquer pessoa, incluindo você, pode e deve desenvolver esses comportamentos, essas características.

O Sebrae oferece um seminário de capacitação para pessoas interessadas em desenvolver características do comportamento empreendedor, o Empretec. Procure mais informações no *site* do Sebrae e participe!

Você tem uma ideia ou uma oportunidade?

Neste capítulo você verá a diferença entre ideia e oportunidade e aprenderá a validar o que você pensa, para avaliar se sua ideia de negócio é viável.

Você já se perguntou de onde vêm as ideias para um negócio? As ideias para os negócios vêm do próprio mercado, dos sonhos, das necessidades de determinadas pessoas, da observação de uma demanda reprimida da comunidade, da adaptação criativa ou inovadora de outras soluções de mercado. Outras vezes, é apenas uma ideia.

Existe uma grande diferença entre ideias e oportunidades.

Empreendedores da vida real

Em 1994, Ruy da Silva Elentério e seus irmãos trabalhavam com gravação de festas e perceberam que o ramo de bufê infantil poderia ser uma oportunidade de negócio. Então, começaram a pesquisar essa área.

Amélia Iwabuchi acha que é fácil ter uma ideia, o difícil é exatamente colocá-la em prática, pois é preciso pensar o que vale a pena arriscar, principalmente em tempos de crise, quando se recuperar de um prejuízo é mais difícil.

A ideia inicial de Augusto Aiello era criar um *parklet*, e ele acabou descobrindo que isso era um grande potencial de negócio. Então, sua empresa foi a primeira do mundo a fazer locação de *parklet*. Apesar de nunca ter tido uma ideia de negócio muito bem construída, ele sabia que precisava fazer alguma coisa, que precisava se jogar em um projeto. A ideia foi sendo construída ao longo do tempo. E Augusto agiu dessa forma porque ele sabe que, para ser um bom empreendedor, não é preciso ter uma grande ideia. Mas é preciso ser um grande empreendedor para levar uma boa ideia adiante.

Saber se uma ideia tem potencial antes de apostar todas as fichas é indispensável. Para isso, você precisa levar em conta alguns pontos:

1. Sua ideia cria valor? Ela resolve um problema importante ou atende uma necessidade? As pessoas estão dispostas a pagar por ela?

2. Sua ideia atende um mercado em crescimento e apresenta possibilidade de lucro?
3. Sua ideia é uma tendência duradoura que possibilita a obtenção de lucros por um período razoável de tempo?
4. Sua ideia tem público consumidor definido?
5. Sua ideia apresenta possibilidade bem definida de retorno financeiro e de crescimento?
6. Sua ideia está de acordo com seu perfil e com suas características pessoais? Tem a ver com o que você já conhece? Sua experiência pessoal levará você mais longe?
7. Sua ideia oferece risco compatível com a possibilidade de retorno?

Se sua ideia atende pelo menos parcialmente a esses requisitos, você está indo muito bem. E qual será o próximo passo?



No passado, acreditava-se que, depois de analisar a ideia, o passo seguinte para abrir o negócio era construir o plano de negócios, ou seja, fazer o plano de *marketing*, montar o plano estratégico, o plano operacional, o plano de vendas e o plano financeiro, finalizando com um detalhado cronograma de desenvolvimento do projeto.

Hoje, o plano de negócios ainda é muito importante, mas não é considerado a primeira coisa a ser feita, porque o plano de negócios acaba demandando um esforço e um tempo tão grandes que, ao final do plano, muitas vezes o empreendedor já perdeu o sonho e a oportunidade de fazer o negócio.

Depois de identificar essa dificuldade de desenvolvimento de um plano de negócios nos estágios iniciais de uma empresa, os pesquisadores Eric Ries e Steve Blank criaram uma metodologia para reduzir os riscos e os custos de abrir um novo negócio. São quatro passos que podem ajudar muito a iniciar bem um negócio.

Método dos quatro passos

Primeiro passo: descobrir o problema de um público-alvo

É importante entender que todo produto ou serviço resolve um problema e nesse passo você precisa descobrir um problema ou algo que você acredita ser um problema. Isso é chamado de *dor*. Então você precisa se perguntar: Qual é a dor do seu cliente? Qual é o problema que você está tentando resolver com o seu produto ou serviço?

Esse problema, é claro, não diz respeito a todos os públicos, ele só precisa existir em um determinado público-alvo. Quando um empreendedor identifica o problema e o público-alvo, ele começa a modelagem do negócio, sua estruturação em nível inicial.

Para isso, você precisa encontrar uma hipótese de solução, ou seja, o produto ou a proposta de valor que você oferecerá para resolver o problema do seu público-alvo. Quanto mais próximo você chegar da solução, maior será sua chance de sucesso.

Segundo passo: testar o problema

Uma vez que você identificou um problema para um determinado público-alvo, você precisa testar esse problema, ou seja, você precisa ver realmente se existem pessoas com esse problema. Você pode, por exemplo, criar um *site*, gravar um vídeo, fazer uma pesquisa. Mas você precisa perguntar para as pessoas do seu público-alvo se elas de fato compartilham desse problema, para confirmar se ele é realmente um problema para esse público-alvo.

Há um exemplo muito interessante desses dois primeiros passos na história do Dropbox. O empreendedor do Dropbox, a pessoa que o criou, identificou um problema: as pessoas precisavam levar seus arquivos para qualquer lugar, mas sem seus computadores. Então ele pensou: “Por que eu não crio um serviço que permita às pessoas transportar seus arquivos para qualquer lugar ou ter acesso a eles em qualquer lugar?”. Então, antes de desenvolver o produto, ele gravou e colocou na internet um vídeo sobre a solução que ele queria criar e, ao final do vídeo, ele pediu que as pessoas que desejassem ter aquela solução fizessem a inscrição no *site* dele. Centenas de milhares de pessoas fizeram a inscrição. Ele descobriu que o negócio realmente resolveria um problema de milhares de pessoas. Então, ele conseguiu investimento e criou o negócio dele, ou seja, ele realizou o primeiro e o segundo passo de uma forma muito estruturada e bem-sucedida.

O criador do Dropbox conseguiu validar o problema, mas, muitas vezes, o empreendedor não consegue fazer isso. Pode acontecer de você fazer a pesquisa e descobrir que as pessoas não compartilham do problema que você identificou, de você perguntar para as pessoas e elas dizerem que aquele não é um problema real delas. Então você tem de voltar para achar um novo problema e fazer uma nova hipótese.

Terceiro passo: validar a solução

Será que a solução que você criou resolve o problema que você identificou no seu público-alvo? Para descobrir isso, elabore um protótipo do seu produto ou serviço e apresente-o aos seus clientes em potencial. A ideia é que eles interajam com a solução que você criou e deem sugestões de melhoria. É assim que você identifica o potencial do seu negócio, que você melhora o seu negócio e corrige eventuais equívocos. Assim é feita a validação da solução.

Quarto passo: validar o modelo de receitas

A solução que você criou será comprada pelos seus consumidores? Será que ela está com preço adequado? Para descobrir, você tem de usar uma técnica para validar o modelo de receitas.

A importância dos quatro passos

Para perceber melhor a importância de validar a ideia utilizando o método dos quatro passos, conheça a história de um empreendedor que utilizou a consultoria do Sebrae quando teve a ideia de montar uma *te-makeria delivery* no bairro em que morava. O pai dele pretendia investir R\$ 250 mil no negócio.

Esta foi a orientação para ele verificar se sua ideia era uma oportunidade:

1. Descobrir quantos temakis ele conseguiria fazer na cozinha da casa dele: 10 a 15.
2. Fazer um fôlder estruturado e distribuí-lo em dois prédios do bairro, para descobrir se as pessoas queriam temakis naquela região.

Com os clientes que ligaram, ele conseguiu saber quais eram os produtos mais recorrentes, mais procurados. Após vários testes com a ajuda do Sebrae, ele identificou uma série de melhorias para o negócio. Por exemplo, ele mudou o *mix* de produtos e o logotipo da empresa.

Fazer as quatro fases é muito importante para iniciar um negócio com maior chance de acerto. Ainda assim, tenha em mente que nem sempre você acertará. Os erros também fazem parte do processo, eles sinalizam que você precisa corrigir rotas.

Empreendedores da vida real

Em 2010, Augusto Aiello não tinha ideia nenhuma do que era *empreendedorismo*. Ele saiu da empresa em que trabalhava e abriu sua primeira empresa, chamada RFix Soluções Sustentáveis. Depois de 1 ano e 3 meses dedicando todos os seus esforços, dinheiro, suor e sonhos, ele descobriu que o produto que tinha criado não era viável.

Ele fez duas tentativas nesse primeiro negócio. Na primeira, ele iniciou o negócio, abriu uma *startup*; na segunda, depois que quebrou, ele reformulou o negócio. Vendeu o único bem que tinha, o carro, e injetou o dinheiro na empresa para salvá-la. Depois da reformulação, o negócio começou a dar certo. Augusto focou no cliente, viu o resultado e começou a ser mais específico.

Mas ele teve outra oportunidade e, em novembro de 2014, saiu da RFix, e seu antigo sócio passou a tocar a empresa sozinho. Augusto começou a se dedicar totalmente a sua nova empresa, a Soul Urbanismo.

Agora, Augusto ensina: “Errar e quebrar faz parte do negócio, é comum, é normal. E o empreendedor tem de ter consciência de que muita coisa dará errado. Você tem de estar muito forte e ter seu propósito muito claro para não desistir no meio do caminho, para seguir e alcançar o que quer. Nunca as coisas são 100% como você planeja. Existem mudanças, alterações”.

Próximos passos para empreender

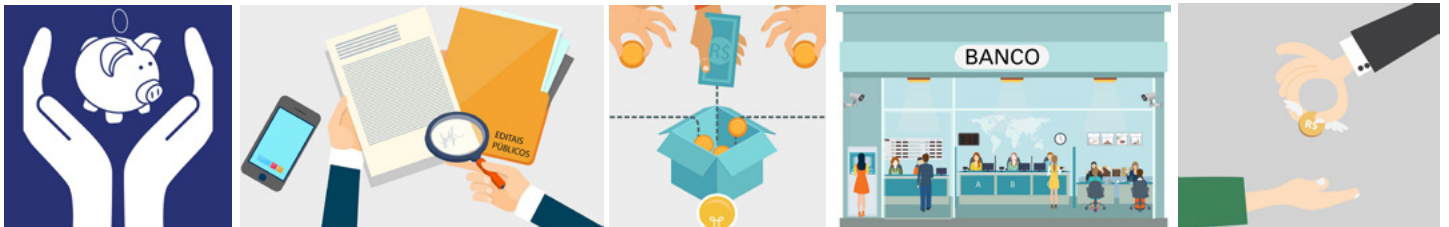
Neste capítulo você verá como materializar oportunidades, onde conseguir dinheiro para levar uma ideia adiante e como encontrar pessoas ou instituições que possam ajudar a desenvolver o seu negócio.

Depois de avaliar se sua ideia é viável, validá-la e verificar que ela é uma oportunidade, chega a hora de transformar sua ideia em uma oportunidade real de negócio. Mas, para chegar a esse ponto, você ainda terá muito caminho pela frente.

O próximo passo será aprender a materializar as oportunidades.

Como conseguir dinheiro

Você não precisa ter muito dinheiro para começar e pode consegui-lo com investidores. A seguir, conheça os principais meios para conseguir o capital inicial para abrir seu negócio tão sonhado.



- **Poupança pessoal ou familiar:** é dessa forma que 80% dos empreendedores começam um negócio.
- **Editais públicos:** submeter projeto à subvenção por meio de editais públicos funciona muito para negócios inovadores, para as *startups*. Existem dezenas de editais, públicos e privados, que subvencionam empreendedores e suas ideias.
- **Crowdfunding ou financiamento coletivo:** no Brasil, existem alguns *sites* em que você pode mostrar sua ideia, seu projeto, seu sonho, para submetê-lo ao crivo não só dos seus amigos e familiares, mas também da comunidade. Várias pessoas já financiaram seu sonho usando o *crowdfunding*.

- **Linhas de crédito de instituições financeiras:** existem várias linhas de crédito, principalmente dos bancos públicos, que ajudam o empreendedor nos primeiros momentos do negócio.
- **Investidor-anjo:** esse é o termo utilizado para as pessoas que têm dinheiro guardado e investem esse capital principalmente em negócios inovadores. Trata-se de empresários e executivos que financiam ideias inovadoras com recursos próprios.

Empreendedores da vida real

Amélia Iwabuchi já conseguiu financiamento para abrir lojas. Para não sacrificar o capital de giro da empresa, ela recorreu a dinheiro do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

O investimento inicial do primeiro negócio de Augusto Aiello veio do dinheiro que ele guardava quando era funcionário de uma empresa. Em seu segundo negócio, a Soul Urbanismo, ele conseguiu um investidor-anjo depois de quatro meses atuando no mercado.

O investimento inicial da empresa de Ruy da Silva Elentério e seus irmãos foi a poupança pessoal e também um empréstimo familiar. Com controle e uma gestão financeira bem pé no chão, eles conseguiram manter a empresa sempre com capital próprio.

Procure ajuda

Procure apoio de quem pode lhe ajudar. Muitas vezes, pedir ajuda para o desenvolvimento de seu negócio é um bom plano, principalmente porque existem órgãos e entidades que podem ajudar você a desenvolver sua ideia.

Um exemplo dessas entidades são as **incubadoras** de negócios ou de empresas, que têm como objetivo justamente estimular a criação ou o desenvolvimento de ideias que estão começando. Hoje, a maior parte delas se dedica a negócios relacionados à inovação e, por isso, são chamadas de **incubadoras de negócios inovadores**. Um percentual expressivo dessas incubadoras está no ambiente universitário.

Outra opção é procurar uma **aceleradora**, que oferece apoio financeiro, consultoria, treinamento e participação em eventos. Em troca, as aceleradoras recebem participação acionária na empresa.

Empreendedores da vida real

Ruy da Silva Elentério sempre buscou apoio no Sebrae, desde seu primeiro empreendimento. Ele considera o Sebrae um parceiro.

Augusto Aiello acredita que assistência e apoio são fundamentais para o negócio. Para ele, todo empreendedor precisa ter um mentor: outro empreendedor, um grande *businessman*, uma personalidade, um professor ou um consultor do Sebrae, enfim, uma pessoa com vivência e prática de negócio que sirva como referência, alguém para discutir ideias e orientar. Encontros com esse mentor, mesmo que seja apenas uma vez por mês ou a cada seis meses, permitem que o empreendedor construa muita coisa, porque o mentor pode abrir a visão do empreendedor. Augusto acha muito importante também ter o apoio de consultores e instituições de ensino.

Você não precisa ser bom em tudo

É muito importante você conhecer seus pontos fortes, pois eles vão diferenciar você dos outros competidores, vão diferenciar sua empresa das concorrentes. Contudo, é muito importante também você conhecer quais são suas fragilidades. Identificando seus pontos fracos, você pode resolver vários dos seus problemas.

Para fazer isso, você tem duas opções:

- Melhorar sua formação, realizando cursos para suprir suas deficiências;
- Buscar parceiros que sejam bons nos pontos em que você tem fragilidade.

Empreendedores da vida real

Quando estavam iniciando um novo empreendimento, Ruy da Silva Elentério e seus sócios sentiram a necessidade de fazer cursos e procuraram o Sebrae: fizeram o Programa de Alimento Seguro (PAS), um curso sobre alimentação fora do lar e outro sobre gestão de pessoas. Eles estão sempre em busca de aprimoramento.

Augusto Aiello, sempre que identifica algo em que não é bom, busca pessoas que sejam boas naquilo: ele sempre procura alguém com determinadas características para resolver seus pontos falhos. Ele sabe bem que

ninguém conquista nada sozinho e que a diferença do grande empreendedor é que ele lidera pessoas boas, ele faz que pessoas boas acreditem nos mesmos sonhos e façam a diferença. Augusto também acha que o mais importante é que cada empreendedor descubra a melhor maneira de conseguir o aprendizado de que necessita. “Se você é bom lendo, então leia muitos livros, blogues etc. Se você é bom assistindo aula, então faça um curso. Se você é bom praticando, então participe de um *workshop*, que, por oferecer mais vivência e mais prática, pode ser mais interessante para você do que uma universidade. Mas, se você aprende com teoria, então vá para a universidade.”

O empreendedor deve procurar maneiras de aprender que sejam adequadas a sua personalidade. Augusto, por exemplo, ama cursos e, por isso, já fez vários (inclusive o Empretec, Aprendendo a Empreender) e acha que cada um deles construiu um pouco do que ele é.

Encontre espaços de trabalho colaborativo

Uma nova tendência entre muitos empreendedores é diminuir os custos da abertura do negócio, utilizando espaços de *coworking*, que são espaços de trabalho nos quais os custos e os recursos de escritório são compartilhados. Em geral, esses espaços reúnem profissionais das mais diferentes áreas. E isso é muito bom porque, além de não se isolar e estabelecer relacionamentos de negócios com vários outros empreendedores, você ainda poderá contar com a ajuda de pessoas de diferentes áreas e *expertises* para o amadurecimento de sua ideia e de seus projetos. Afinal, quando muitas cabeças pensam juntas, elas se tornam mais eficientes para solucionar um problema.

Empreendedores da vida real

Na opinião de Augusto Aiello, o modelo colaborativo é fundamental para o empreendedor. Por exemplo, quando precisa de um contrato novo, em vez de pagar um profissional para redigir esse contrato, o empreendedor pode ir até seu grupo de trabalho colaborativo e perguntar se alguém tem um modelo de contrato. Os “parceiros” dos grupos certamente vão disponibilizar vários modelos, e o empreendedor economizará muito dinheiro e tempo. Para Augusto, o melhor do modelo colaborativo é que um ajuda ao outro, e todos aprendem. “Quando você começa a trabalhar em um ambiente cooperativo, você não ajuda o outro porque você quer ganhar algo em troca, mas porque ver o outro crescer faz você se sentir bem. A maior felicidade que existe é ver todo mundo crescendo junto, ver uma galera que quer mudar as coisas conseguindo mudar as coisas.”

Não se esqueça de que, para empreender, o mais importante é estar atento para aprender com os erros e ajustar os rumos do negócio. Tenha sempre em mente que os empreendedores de sucesso são justamente os que aprendem mais rápido.

Então, é muito importante que você estude, leia, se informe, troque ideias e experiências, crie uma rede de contatos, esteja sempre de olhos e ouvidos abertos para entender o que o seu cliente em potencial quer, estabeleça parcerias, se prepare. O principal elemento de todo esse processo é o aprendizado.

Todo empreendedor quer saber

Para finalizar, este capítulo traz algumas dúvidas comuns entre empreendedores. É provável que algumas delas estejam em sua mente agora mesmo. Então, veja as respostas para elas e se prepare para ser um empreendedor de sucesso!

Como saber se uma tendência de mercado pode ser um bom negócio?

Não é algo tão simples! Descobrir se uma tendência de mercado pode ser um bom negócio envolve vários estudos e análises. De todo modo, você pode levar em conta alguns pontos.

Primeiro, é necessário ter consciência de que um mercado que está crescendo para um produto muito específico pode não ser garantia de sucesso. Um exemplo disso são as lojas de *frozen yogurt*. Em 2009, quando começou a onda de *frozen yogurts*, existiam quatro marcas no Brasil. Parecia ser uma tendência muito forte, e, em 2014, havia 79 marcas. Mas em 2015 o número caiu para 17, isto é, 62 marcas quebraram.

Para saber se uma tendência que parece duradoura é um bom negócio, é necessário avaliar se ela possui as sete características que indicam o potencial de transformar uma ideia em um negócio:

1. Essa tendência está criando valor real no mercado, resolvendo um problema ou atendendo a uma necessidade?
2. Essa tendência está atendendo a um mercado em crescimento e apresenta possibilidade de lucro? Muitas vezes, o empreendedor não consegue ver o futuro do mercado, apenas enxerga que esse mercado tem uma tendência de alta, com possibilidade de lucro.
3. Essa tendência é realmente duradoura? Não é um ciclo que pode se esgotar em um curto espaço de tempo?
4. Essa tendência tem um público consumidor definido? Você consegue entender quem é o público-alvo e quais são as características dele?
5. Essa tendência apresenta possibilidade de retorno financeiro e de crescimento? Se fizer as contas, você chegará a um retorno financeiro efetivo?

6. Essa tendência está de acordo com o seu perfil e com as suas características pessoais? Isso é muito importante, porque muitas vezes uma pessoa não tem o perfil para determinado negócio e acaba investindo em uma empresa fora das suas características pessoais. E isso aumenta as chances de fracasso.
7. Essa tendência está oferecendo riscos compatíveis com a possibilidade de retorno? Lembre-se de que cada negócio tem seus riscos e seu retorno, e os dois devem ser avaliados. Você tem de analisar e decidir se os riscos e o retorno são aqueles que você está procurando.

Se eu não tiver todas as características empreendedoras, o meu negócio pode dar certo?

Ter todas as características de um empreendedor não garante o sucesso do empreendimento. Da mesma forma, a ausência de algumas dessas características não significa fracasso. Você pode aprender a desenvolver as características e os comportamentos empreendedores que você não tem. Pode também procurar sócios ou parceiros de trabalho que tenham essas características e comportamentos. Assim, os perfis vão se complementar.

Por que negócios que envolvem tecnologia são bons investimentos?

Esses negócios que envolvem tecnologia são chamados de *startups*. As *startups* são negócios que estão começando e que são muito inovadores. Elas costumam ser bons investimentos porque permitem escalabilidade e replicabilidade, ou seja, é possível aumentar a oferta do serviço ou produto sem incorrer em aumento de custos, é possível vender mais, sem ter os custos equivalentes a esse aumento nas vendas. Um exemplo disso são os negócios de internet, que têm uma curva de crescimento de vendas muito acentuada, mas a curva de custos se mantém.

Além disso, os negócios inovadores apresentam pouca concorrência, principalmente no Brasil, onde apenas 6% das empresas oferecem produtos com tecnologia inovadora.

Qual é o melhor tipo de negócio: franquia, tradicional ou inovação?

Para responder essa pergunta, não basta analisar qual desses tipos de negócio gera mais retorno. Para avaliar (e escolher) um negócio, é preciso considerar também seus riscos.

A inovação prevê lucros maiores, mas envolve, quase necessariamente, mais riscos. É um negócio que ninguém tem, e por isso mais riscos vêm embutidos nele.

O negócio tradicional tem riscos e retornos médios, são intermediários.

Na franquia, você tem de compartilhar sua receita, pagando as taxas, os *royalties* da franquia que está usando, ou seja, uma franquia tem menos riscos, contudo, você tem de compartilhar parte das suas receitas com os donos dela.



Você percebeu como o empreendedorismo é uma excelente opção de carreira para o seu futuro? E não importa se você é jovem ou já está na terceira idade, se é sua primeira carreira ou uma opção para lhe ajudar na sua aposentadoria. Se você se preparar, poderá empreender e ter lugar no mercado de trabalho. E o melhor: você conseguirá isso desenvolvendo suas potencialidades, exercendo sua criatividade e autonomia.

E não se esqueça: o Sebrae-SP sempre pode dar apoio nesse caminho.

Para saber mais sobre empreendedorismo, entre em contato com o Sebrae-SP pelo telefone (08005700800) ou pelo [site www.sebraesp.com.br](http://www.sebraesp.com.br). Você encontrará muitas informações que, com certeza, lhe ajudarão. Uma boa opção é fazer cursos de educação a distância (EAD): www.sebraesp.com.br/ead. Você também pode procurar a Escola de Negócios Sebrae-SP Alencar Burti: www.escolasebraesp.com.br.

2016 © Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo – SEBRAE-SP

Conselho Deliberativo

Presidente

Paulo Skaf (FIESP)

ACSP – Associação Comercial de São Paulo

ANPEI – Associação Nacional de Pesquisa, Desenvolvimento e Engenharia das Empresas Inovadoras

BB – Superintendência Estadual do Banco do Brasil

CEF – Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal

DESENVOLVE-SP – Agência de Desenvolvimento Paulista

FAESP – Federação da Agricultura do Estado de São Paulo

FECOMERCIO – Federação do Comércio do Estado de São Paulo

FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

IPT – Instituto de Pesquisas Tecnológicas ParqTec – Fundação Parque Alta Tecnologia de São Carlos

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SDECTI – Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado de São Paulo

SINDIBANCOS – Sindicato dos Bancos do Estado de São Paulo

Diretor – Superintendente

Bruno Caetano

Diretor Técnico

Ivan Hussni

Diretor Administrativo e Financeiro

Pedro Rubez Jehá

Unidade Atendimento Remoto

Gerente: Ivan Teodoro

Equipe técnica

Alexandre Moreira Santos

Carlos Henrique Camacho Maia

Claudia Aparecida Gonçalves Brum

Karoline Martins Amaral

Unidade Cultura Empreendedora

Gerente: Juliana Gazzotti Schneider

Equipe técnica

Fabiana Vicente de Carvalho

Jaercio Alex Silva Barbosa

Mirza Rosas Augusto Laranja

Produção Técnica e Operacional – Fundação Carlos Alberto Vanzolini

Presidente da Diretoria Executiva

João Amato Neto

Diretor Administrativo e Financeiro

Luís Fernando Pinto de Abreu

Diretor de Operações

Roberto Marx

Diretor da Área de Gestão de Tecnologias em Educação

Guilherme Ary Plonski

Coordenadoras Executivas

Angela Sprenger

Beatriz Scavazza

Gestão do Projeto

Denise Blanes

Sônia Akimoto

Assistentes de Gestão

Valéria Aranha

Vanessa Leite Rios

Gerente da Unidade de Gestão de Projetos

Luis Marcio Barbosa

Designer Instrucional Máster

Heloisa Collins

Designer Instrucional

David Melo da Luz

Natália de Mesquita Matheus

Consultora Pedagógica

Mainã Greeb Vicente

Consultor de Tecnologia Web

Wilder Oliveira

Web Designer

Bruno Gomes de Souza

Edson Ramos

Fernando Oliveira Martins

Gestão de Comunicação

Ane do Valle

Assistente de Comunicação

Ana Paula Andrade Barbosa

Consultora de Acessibilidade

Karina Zonzini

Roteiro e Edição de Conteúdo

Sonia Scapucin

Patricia Roman

Reportagem

Viviane Thomaz

Produção

Marina Perroud

Locução

Michelle Doufour

Direção de Arte

Michelangelo Russo

Designer Gráfico

Eduardo de Camargo Neto

Supervisor Técnico

César Augusto Melão

Cinegrafia, Luz e Áudio

Fernando Henrique Watanabe

Glauco Genovesi

Legendagem

Bruno Kians

Revisão de Texto

Carolina Bednarek Sobral

Priscila Risso

Tatiana F. Souza

Edição e Finalização

Leo Halsman

Mila Daou

Direção de Vídeo

Ane do Valle

Diagramação

Jairo Souza Design Gráfico

Imagens

Cedidas pelo Sebrae-SP, pela GTE/FCAV ou usadas sob licença da Shutterstock.com