

EMPREENDEDOR EM SÉRIE

Ele amplia e diversifica os negócios. Não desiste nunca. Fracasso é ensinamento para novos projetos. Aprenda com sua trajetória

NEGÓCIOS DA TURMA

Mauricio de Sousa, criador de Mônica, Cebolinha e cia., conta como empreender com sucesso

VENCER O MEDO

Um negócio malsucedido pode minar a autoconfiança. Veja como lidar com o fracasso

DESCUBRA SEU PERFIL

O Sebrae-SP elaborou um teste para você conhecer seu nível de empreendedorismo

NA SALA DE AULA

Criatividade e iniciativa também se aprendem na escola, com cursos criados pelo Sebrae

LIÇÃO DA HISTÓRIA

Na trajetória da humanidade, empreendedores seriais revolucionaram a economia



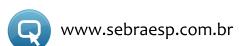
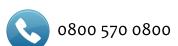
Empresa sem o SEBRAE São Paulo.



Empresa com o SEBRAE São Paulo.

As ferramentas certas para o seu negócio prosperar estão no SEBRAE São Paulo.

Se você tem uma micro ou pequena empresa, sabe como é importante estar sempre atualizado e bem informado. Para que o seu negócio se destaque e evolua cada vez mais, você pode contar com um grande parceiro: o SEBRAE São Paulo. Por meio de cursos, palestras, consultorias, oficinas, ensino à distância (EAD), nas mais variadas áreas de conhecimento empresarial, o SEBRAE São Paulo oferece toda a capacitação necessária para a sua empresa crescer saudável e lucrar muito mais. SEBRAE São Paulo. O grande parceiro das pequenas empresas.



HISTÓRIAS QUE CONTAM A TRAJETÓRIA DO EMPREENDEDORISMO

No momento em que produzíamos esta edição, divulgávamos dois estudos que nos ajudam a corroborar o que defendemos há décadas: os pequenos negócios são a mola propulsora do desenvolvimento verdadeiramente sustentável.

Esses empreendimentos fecharam o primeiro trimestre deste ano no azul, com faturamento 3,6% superior na comparação com o mesmo período de 2012. Somente em março, a receita foi de R\$ 45,5 bilhões e ocupação de 7,2 milhões de paulistas, ou seja, 40% do total de pessoal ocupado no Estado de São Paulo.

Esses resultados refletiram no rendimento real dos empregados dos pequenos negócios (+11%) e na folha de salários (+9,2%), já descontada a inflação. De onde vem esse vigor? Essa é uma questão que apresenta respostas múltiplas e, por isso, dedicamos as próximas páginas a depoimentos e histórias de empreendedores e especialistas. O brasileiro é um povo realmente empreendedor. O estudo Global Monitor Entrepreneurship (GEM) de 2012 mostra que 30,2% da população adulta (18 a 64 anos) estava envolvida com uma atividade empreendedora e que 43,5% dos brasileiros desejavam ter um negócio próprio.

Outro estudo mostra que a persistência é um traço marcante do brasileiro empreendedor: dos que fecharam uma empresa, em 2011, 43% voltaram à atividade empresarial. Quando se fala em melhoria de planejamento e gestão, o Sebrae-SP está de portas abertas para os empresários que desejam sair da zona de mortalidade empresarial. À nossa rede presencial de aten-

dimento, orientação e capacitação, formada por 150 pontos em todo Estado, soma-se à rede virtual – portal web, 0800, mídias sociais, ensino a distância.

No campo de políticas públicas, avançamos sobremaneira, com a regulamentação e implementação da Lei Geral, que traz, entre outros benefícios, a redução da carga tributária, da burocracia e garante o acesso à inovação e ao financiamento. Recentemente, tivemos duas boas notícias nessa área, resultado também de nosso trabalho de sensibilização dos formuladores e executores de políticas públicas. Com a criação da Secretaria da Micro e Pequena Empresa, em maio, o governo federal sinaliza que está disposto a ser legítimo defensor de ambiente mais propício à consolidação de um sistema produtivo competitivo.

No Estado de São Paulo, vivenciamos movimento pró-desburocratização. Em maio, o governador Geraldo Alckmin anunciou a criação do Via Rápida Empresa. Os interessados em abrir uma empresa ou mudar o contrato social podem dirigir-se a esse único local. O resultado? Empresas abertas em até cinco dias. A média atual é de 120 dias. O Sebrae-SP, que congrega informações vitais sobre o cotidiano dos milhões de pequenos negócios, vai colaborar ainda mais nesse sentido, integrando esforços com essas iniciativas, para que os resultados almejados sejam obtidos na velocidade que a sociedade espera.

Alencar Burti, presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae-SP



ENTREVISTA

Mauricio de Sousa fala
do seu sucesso como
empreendedor



ATUALIDADE

Saiba as iniciativas
e novidades do Sebrae-SP

Conheça as histórias de
empreendedores seriais
que nunca param de
criar projetos

NEGÓCIOS
Faça um teste para
saber a que distância
você está de ser um
empreendedor serial

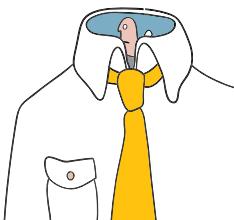
GESTÃO
Empreender pode ser
aprendido na escola por
meio de metodologia
desenvolvida pelo Sebrae



CASES
Leia sobre as trajetórias
de empreendedores
seriais que revolucionam
o mundo



CENÁRIO
Veja como superar um
fracasso nos negócios,
fato que merece até
comemoração



CENÁRIO
Acompanhe a linha do tempo de eventos que
marcaram a história do empreendedorismo

PANORAMA
Carlos Miranda, mestre em administração
pelo Ibmec-RJ, analisa o empreendedor serial

NÃO PARAM NUNCA

ada os detém. Até o fracasso é aprendizado para levar ao êxito de novo projeto. Inquietos, criativos e destemidos, eles são os empreendedores seriais que transformam negócios em sucesso. **Conexão** dedica esta edição a histórias que motivam a trajetória de pessoas que planejam abrir um negócio ou que vislumbram ampliá-lo ou diversificá-lo.

Nossas páginas de entrevista são dedicadas ao maior formador de leitores do Brasil, Mauricio de Sousa, autor que já alcançou o extraordinário número de 1 bilhão de revistas publicadas, com histórias traduzidas para 50 idiomas em mais de 120 países.

Muitos dos empreendedores citados nesta edição gravaram seu nome na história mundial com companhias conhecidas internacionalmente e que atingem milhares de pessoas. Nessa galeria, encontram-se Walt Disney, que criou a maior empresa de entretenimento do planeta; Richard Branson, do Grupo Virgin, com mais de 250 empreendimentos; e Steve Jobs, idealizador da Apple, um ícone no setor de tecnologia da informação.

Alcançar o status de empreendedor serial independe do porte da empresa, mas sim da perseverança do seu líder. Vem de Valinhos, no interior do Estado, um exemplo. Ela já foi empregada doméstica e secretária. Depois de amargar dois negócios fracassados, abriu uma empresa de limpeza. Telma Rodrigues, do Grupo WSC, vai de vento em popa e só pensa em ampliar a organização.

Para saber se você tem esse perfil, nossa consultoria elaborou um teste que lhe fornece uma pontuação, resultando em uma descrição do seu grau de empreendedorismo. Na linha do tempo, mostramos que há muito existem os empreendedores seriais que ajudaram a modificar o dia a dia das pessoas, o ambiente dos negócios e o mercado. Foram muitos desde que, em 1755, foi publicado o livro *Ensaio sobre a natureza*

do comércio em geral, do economista irlandês Richard Cantillon, no qual cunha o termo "empreendedor".

Mas há também quem paralise diante do fracasso, esmorecendo com a perspectiva de novo desafio. É possível vencer esse temor partindo para nova experiência? Saiba que em outras culturas, incluindo a americana, o fracasso faz parte da cartilha do sucesso. Há até encontros para comemorá-lo como marco zero de novo projeto que vingará. A ideia foi trazida para o Brasil e ocorre em Porto Alegre, no evento batizado de FailCon.

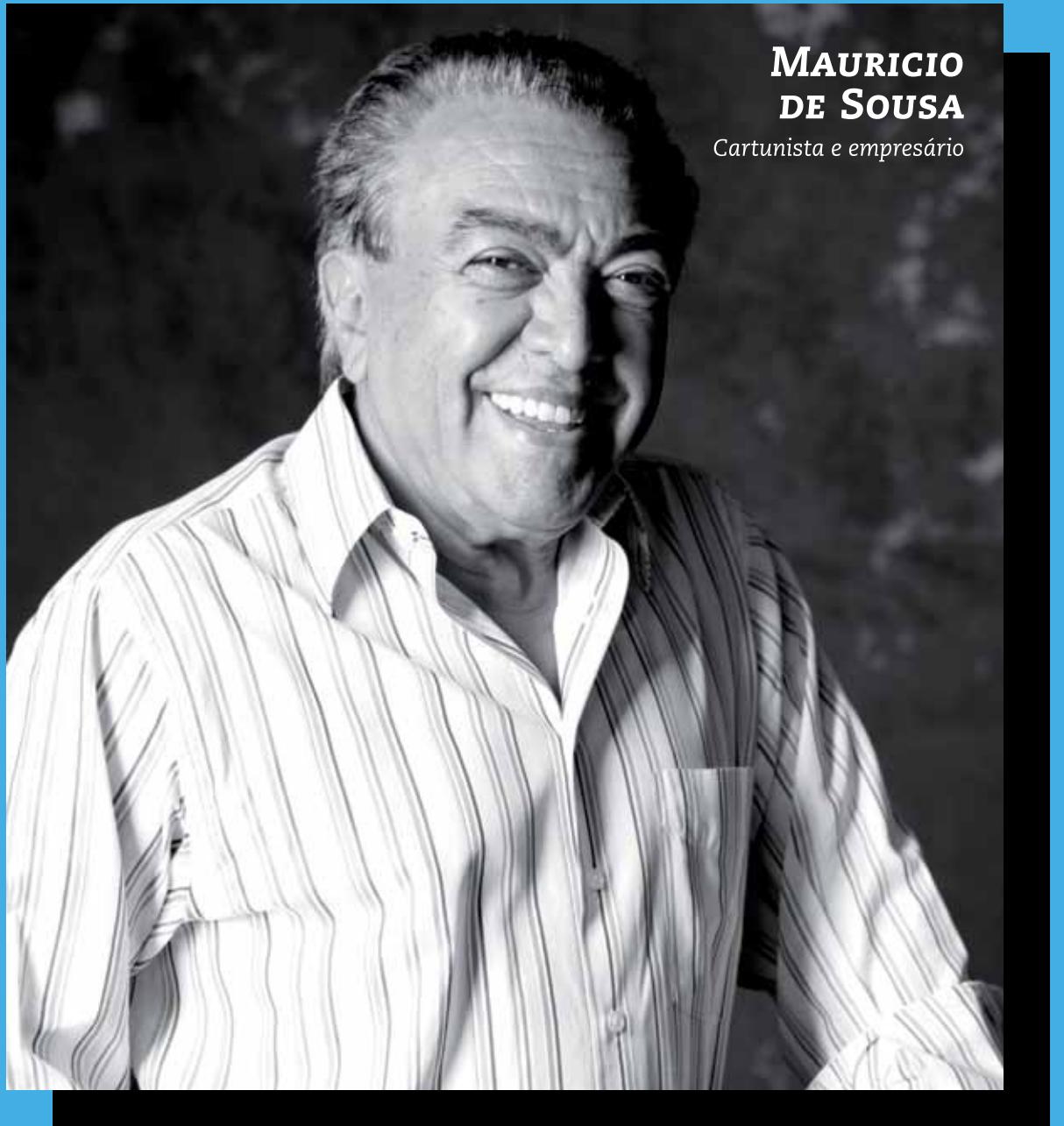
Embora a personalidade contribua para a formação de um empreendedor serial, suas qualidades podem ser estimuladas por meio da educação. O Sebrae-SP capacita milhares de professores das redes pública e particular para ministrarem cursos de educação empreendedora, desde a educação infantil até a universidade. Cursos que já formaram mais de 350 mil jovens.

Leia as reportagens e empreenda.

A diretoria



Bruno Caetano
Diretor-superintendente



MAURICIO DE SOUSA

Cartunista e empresário

O homem dos QUADRINHOS

POR SELMA PANAZZO FOTOS: DIVULGAÇÃO

O dom veio ainda na infância, quando desenhava nos cadernos escolares. Aos 19 anos, saiu do interior e partiu para a capital atrás do sonho de ser desenhistas. Após negativas de publicarem suas tiras, ele manteve seus planos e transformou-se em grande empreendedor. Só em 1959 que os projetos começaram a dar certo para Mauricio de Sousa. Foi quando criou o cachorrinho Bidu, logo levado para as páginas de um jornal paulista, e então, não parou mais. Em 1970, lançou seu maior sucesso: a revista da Mônica, com tiragem de 200 mil exemplares. O gibi Turma Mônica Jovem, outra inovação, só nos quatro primeiros números vendeu mais de 1,5 milhão de exemplares. Seus quadrinhos são comercializados em cerca de 50 países. Outro grande projeto foi o Parque da Mônica, inaugurado em 1993, no Shopping Eldorado, em São Paulo. A inquietude desse cartunista fez também com que envolvesse pela TV e pelo cinema, produzindo filmes da turminha da Mônica. Tanto sucesso tem receita? "Nunca se sentir fracassado, mesmo que haja tropeços, e traçar planos a longo prazo", conta Mauricio na entrevista para **Conexão**.

QUAIS SÃO OS PRECEITOS BÁSICOS PARA CRIAR UM PERSONAGEM QUE FAÇA SUCESSO, COMO SÃO OS SEUS?

Mauricio de Sousa – Tem de haver uma identificação do personagem com o leitor. Você tem de fazer um punhadinho de personagens com características que pareçam com gente que você conhece, como um irmão, parente, amigo, conhecido, vizinho, qualquer coisa assim. Se você criar personagens humanos, carregados de humanidade, carregados de características que você encontra virando uma esquina, abrindo uma porta, conversando com desconhecido, você tem um personagem de sucesso. A receita é você basear-se em alguém que exista. Tanto que foi o que fiz. Olhava o que estava acontecendo ao meu lado e então copiava minha filha, minha avó, meu tio, meu amigo e assim por diante.

E ESSA FÓRMULA TAMBÉM GARANTE O SUCESSO COM O PÚBLICO INFANTO-JUVENIL? É ESSA EMPATIA?

Mauricio – Aí já muda um pouquinho. Se você quer fazer uma história para jovens, tem de fazer personagens jovens. E assim por diante. Por isso, que estou pretendendo, no futuro, fazer a Turma da Mônica adulta, porque o pessoal que aprendeu a lê-la, que acompanha a Turma da Mônica Jovem, daqui a algum tempo estará com mais idade, adulto, vivendo outro tipo de situação de vida. Quero, então, seguir esse público, também com essas identificações temporais, acompanhando suas mudanças.

NÃO CONSIDERO UMA COISA QUE NÃO DÁ CERTO COMO UM FRACASSO. PENSO QUE É COISA DE CABEÇA, COISA DE TEMPERAMENTO. O FRACASSADO, O QUE USA ESSE TERMO JÁ É FRACASSADO

E ISSO É UM PLANO PARA LONGO OU PARA MÉDIO PRAZO?

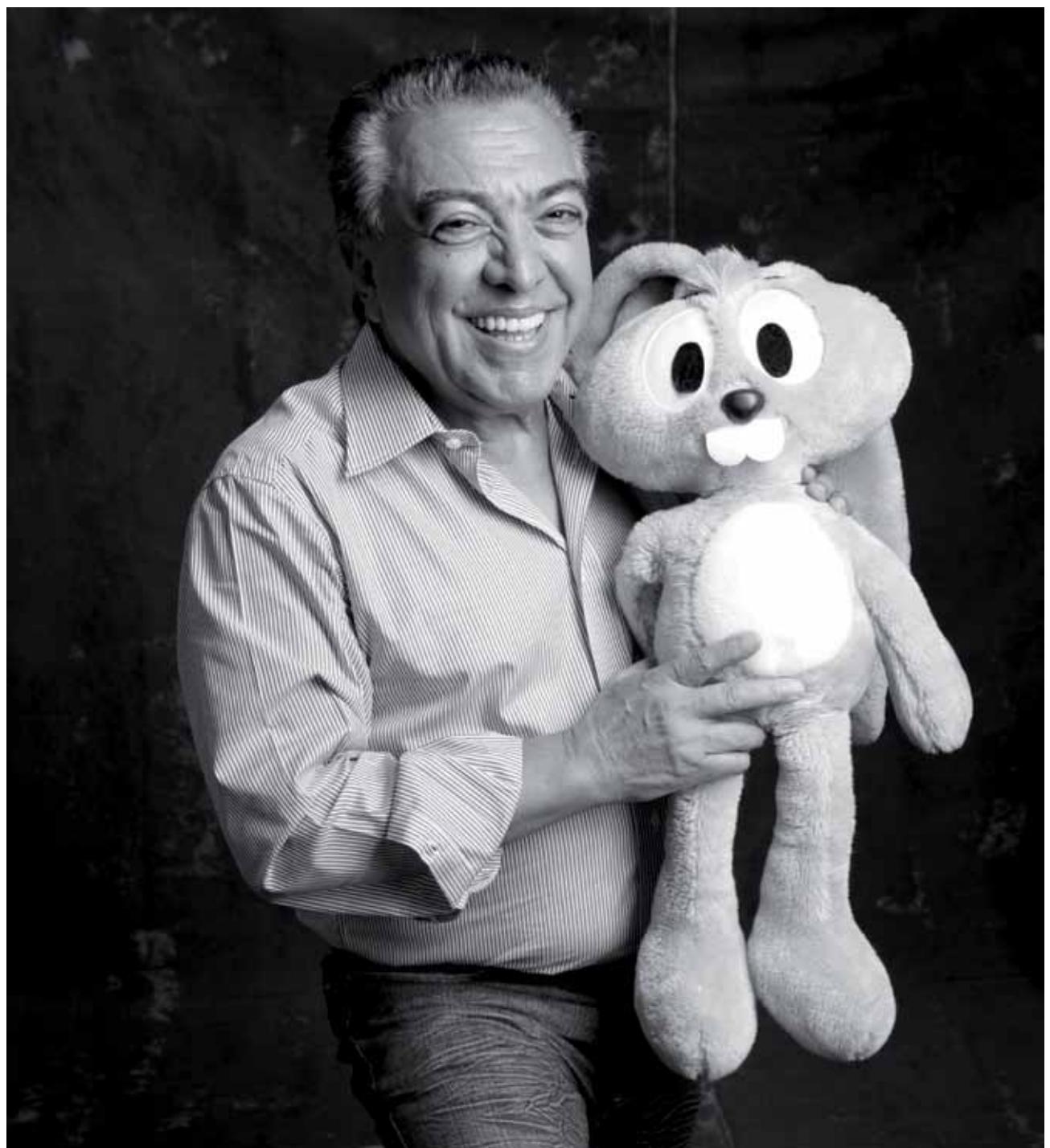
Mauricio – Gostaria de fazer amanhã. Mas não dá. Tudo tem de amadurecer, tem de ser muito bem-feito, muito bem estudado. Nesse caso, tenho de ter uma equipe de apoio, tem de ter psicólogo do meu lado, jornalista, pedagogo, um monte de gente me dando alguma consultoria, para que a gente possa contar uma história com diversas personagens, observando inúmeros ângulos.

VOCÊ FALOU DE EQUIPE MULTIDISCIPLINAR QUE PRECISA PARA TRABALHAR. A GESTÃO COMPARTILHADA É PROPÍCIA PARA CRIAÇÃO?

Mauricio – Nem sempre. A maioria dos criadores gosta de criar sozinho, trancar-se em um cantinho, ficar em um momento de prospecção e ficar inventando, refletindo. No entanto, não pode inventar nada que não tenha vivido ou que não tenha conhecimento muito apurado, muito profundo. Então, tem o momento da solidão, todavia, tem o momento do aprendizado, há o momento da vida, da vivência. Ninguém cria sem ter vivido a situação. Não sei fazer uma história que não tenha vivido alguma coisa parecida, ouvido, conhecido, analisado ou lido a respeito.

VOCÊ JÁ PASSOU POR ALGUM FRACASSO, E COMO FOI ESSA EXPERIÊNCIA?

Mauricio – Não considero uma coisa que não dá certo como um fracasso. Penso que é coisa de cabeça, é coisa de temperamento. O fracassado, o que usa esse termo já é fracassado. E a pessoa que fala "vou fazer isso acontecer, doa a quem doer, vou para frente, vou realizar, pode demorar, mas vou", esse aí não é candidato a fracasso coisa nenhuma, é candidato a aprender com eventuais coisas que não deem certo. Uma vez fiz um livrinho, com a Escola Panamericana, sobre meus projetos lindos e maravilhosos que não foram adiante. Chamei de Os Impublicados.



O BRASILEIRO É EMPREENDEDOR NATO OU FALTA PERSEVERANÇA PARA NÓS?

Mauricio – O brasileiro, normalmente, é criativo. Em um País com a colonização que tivemos, burocratizado, que inventa dificuldade até onde não tem, penso que o brasilei-

ro tem de aprender a nadar, se virar conforme o que está acontecendo. É questão de sobrevivência. Então, como é criativo, está resolvendo. O que falta, em 500 anos, e que não resolvemos ainda, não sei explicar por que, é dar educação formal à nossa criançada, desde cedinho.

Com educação e criatividade, o País seria a locomotiva do mundo.

NA SUA EMPRESA, QUAIS OS VALORES QUE VOCÊ NÃO ABRE MÃO?

Mauricio – Nunca aceitei contratos gigantescos, nem cheques gigantescos, quando eles iriam

alterar o caminho que desenhei para nossa criação, para nossa produção, para nosso futuro. Mudar a rota que se planejou para a vida é inegociável.

HOJE, VOCÊ SE CONSIDERA MAIS UM HOMEM CRIATIVO OU MAIS UM HOMEM DE NEGÓCIOS?

Mauricio – O homem de negócio hoje precisa ser muito criativo.

cinco ou seis anos, estudei como é que os sindicatos americanos vendiam histórias em quadrinhos para os jornais e para o mundo todo. Pedia para o pessoal da redação, para os diretores de redação me cederem todo o material propagandístico dos sindicatos americanos, para saber como agiam, vendiam, traduziam, cobravam, forneciam os cuidados até mesmo legais, ju-

coisa qualquer que você tira lá uns trocados para poder viver, e enquanto isso faz amizade, conhecendo os chefes, os diretores de redação e tudo mais, planeja melhor, aperfeiçoa seus desenhos, quando voltar a apresentá-los". Segui esse conselho, entrei no jornal fazendo outra coisa qualquer que era reportagem policial, que nunca tinha pensado nisso. Mas também foi bom, comunicação, jornalismo, aprendi a escrever uma linguagem superdireta, objetiva, que é ideal para caber no balão da história em quadrinhos.

SEUS FILHOS SEGUIRAM SEUS PASSOS?

Mauricio – Tenho dez filhos e seis já estão trabalhando aqui comigo. Não obriguei, não falei venha aqui, venha fazer assim e assado. Eles se ajeitaram, olharam, viram, gostaram, estão fazendo bem-feito, e o sétimo está vindo aí, o meu caçula.

ATÉ QUANTOS ANOS VOCÊ PRETENDE TRABALHAR?

Mauricio – Ah, enquanto meu médico disser que posso. Ele falou que está apostando em mais uma boa temporada, de mais uma sobrevida útil para o desenhista, para o autor, de mais uns dez, 15 anos. Acho que com algumas descobertas científicas, alguns remedinhos que estão inventando, a gente pode até dar uma esticadinha maior.

8

VAI TER MUITO PROJETO ASSINADO POR VOCÊ AINDA?

Mauricio – Terá. Aliás, uma das coisas que precisa passar para o público, especialmente o pessoal de mais idade, é que faça projetos a longo prazo, não faça projeto para amanhã, senão depois de amanhã fica sem saber o que fazer, fica desanimado. Monte um projeto a longo prazo, sempre. Daí, todo dia você está se cobrando a continuação do que planejou. —

O QUE FALTA, EM 500 ANOS, E QUE NÃO RESOLVEMOS AINDA, É DAR EDUCAÇÃO FORMAL À NOSSA CRIANÇADA, DESDE CEDINHO. COM EDUCAÇÃO E CRIATIVIDADE, O PAÍS SERIA A LOCOMOTIVA DO MUNDO

Realmente, por força das circunstâncias, tive de andar com as duas rodas da bicicleta; a roda da frente é a arte e a de trás é o negócio. Então, estou me equilibrando relativamente bem nas duas.

QUE DICAS VOCÊ PODE PASSAR PARA O EMPREENDEDOR QUE ESTÁ INICIANDO UM NEGÓCIO OU RECOMEÇANDO DEPOIS DE UMA FASE PIOR?

Mauricio – Olha, a pessoa tem de ter certa sensibilidade para pensar em torno da atividade, o que olhou e que deu o primeiro encantamento. Onde está o "maravilhamento" dele? Cada pessoa tem sua particularidade, seu gosto. Se "maravilhou" tal coisa, que estude aquilo, que vá a fundo no prazo que pensou. Tem de se preparar para ser o melhor naquilo.

COM DEDICAÇÃO TOTAL?

Mauricio – Total. Tem de mergulhar. Eu fiz isso. Enquanto era repórter na Folha da Manhã, durante

rídicos, registro. Quando comecei a desenhar, já estava na minha cabeça montado todo o processo que veio em seguida, de fazer as tiras, redistribuir para o Brasil, depois fazer revista, fazer desenho animado, fazer parque temático. Tudo isso planejei naquela época.

E VOCÊ COMEÇOU COM O CÃOZINHO BIDU?

Mauricio – Foi o Bidu, em tirinhas de jornal.

E A PUBLICAÇÃO FOI NA FOLHA DA MANHÃ, HOJE FOLHA DE S. PAULO?

Mauricio – Exatamente. Seguindo até uma orientação de velho jornalista que viu quando eu cheguei na Folha, com meus primeiros desenhos e o chefe de arte do jornal falou "desista, isso aí não dá futuro, vai fazer outra coisa na vida". Daí, passando pela redação, ele falou: "o que houve menino?". Contei e choraminguei a história, e ele falou, "olha, faça o seguinte, entra no jornal para fazer outra



MINHA CASA MELHOR

O Programa Minha Casa Minha Vida foi ampliado pelo governo federal. Todos os beneficiados pela iniciativa e em dia com as prestações do imóvel têm direito a uma linha de crédito de R\$ 5 mil para compra de até dez móveis e eletrodomésticos. A medida é ótima oportunidade de negócio para o micro e pequeno varejo, já que o programa pretende montar uma rede de 13 mil lojas credenciadas.

“Micro e pequenos negócios podem e devem participar e um levantamento do Sebrae-SP apontou 105 mil micro e pequenas empresas no Estado de São Paulo aptas a vender para o programa”, explica o diretor técnico da entidade, Ivan Hussni. “Vamos orientar os varejistas. A adesão do lojista é rápida e simples.”

PARCERIA DE PESO

O Acessa SP e o Sebrae-SP assinaram o Termo de Cooperação Técnica em Empreendedorismo. Pelo acordo, celebrado com a Secretaria de Gestão Pública do Estado de São Paulo – responsável pelo programa Acessa SP –, serão capacitados, nos 704 pontos de atendimento do programa distribuídos pelo Estado, cerca de 2,6 milhões de usuários do sistema Acessa SP, com conteúdos específicos de empreendedorismo. O evento foi realizado no fim de junho, no Memorial da América Latina, em São Paulo. O diretor-superintendente do Sebrae-SP, Bruno Caetano, destaca que a parceria é importante passo. “Os cursos ajudarão tanto as pessoas que têm interesse em empreender, como aquelas que já são donas do próprio negócio, mas querem melhorar a gestão da sua empresa. Ao não se profissionalizar, o empresário certamente perde espaço no mercado.”

BELEZA PURA

Os empreendedores do setor de salão de beleza da cidade de Taboão da Serra (SP) ganharam dois projetos importantes para impulsionar seus negócios. O “Matrix – Imagine Tudo o que Você Pode Ser” cria uma rede de microdistribuidores de produtos profissionais para cabeleireiros em comunidades carentes, além de desenvolver o empreendedorismo nos salões de beleza. Já o “Beleza Empreendedora” tem o objetivo de levar informações sobre gestão empresarial e estimular os empreendedores a inovarem e aumentarem a competitividade dos negócios que administram.

SEMANA ACADÊMICA EM TATUÍ

O presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae-SP, Alencar Burti, fechou, em 7 de junho, a 1ª Semana Acadêmica de Administração da Faculdade Ideal Paulista, em Tatuí, no interior paulista. O tema do evento foi a Gestão do Conhecimento em Múltiplas Oportunidades de Negócios. Diante de uma plateia de 200 alunos, professores, empresários e lideranças locais, Burti debateu as principais oportunidades de negócio e os entraves mais comuns para o sucesso dos empreendimentos. Para ele, a burocracia é o aspecto que impacta mais negativamente na competitividade das empresas brasileiras. “A sociedade precisa organizar-se para ir além da burocracia. E isso só será possível com atuação conjunta, sensibilizando nossos formuladores e executores de políticas públicas sobre os melhores caminhos para gerar empregos e renda”, afirma.



PRODUZA FÁCIL

Mais de 200 pequenos produtores rurais de vários municípios paulistas que visitaram a 20ª Hortitec – Exposição Técnica de Horticultura, Cultivo Protegido e Culturas Intensivas – aderiram ao “Produza Fácil”, ferramenta de planejamento para o cultivo de hortaliças, legumes e frutas, desenvolvida pelo Sebrae-SP. Com o objetivo de aproximar o pequeno produtor das novidades do setor, a entidade levou para o evento 32 missões de diversas regiões do interior paulista e de sete Estados. Os produtores receberam orientação e consultoria gratuita sobre gestão nas pequenas propriedades rurais, além do acesso às ferramentas e aos serviços oferecidos pelo Sebrae-SP.

ANIVERSÁRIO DO SIMPLES NACIONAL

Os seis anos de implantação do Supersimples – regime tributário que reduz em média 40% os impostos das micro e pequenas empresas – foram comemorados em Brasília (DF), em 25 de junho, na sede do Sebrae nacional. O sistema de tributação simplificada já teve a adesão superior a 7,3 milhões de pequenos negócios e arrecadou mais de R\$ 200 bilhões para os cofres da União, dos Estados e municípios. No evento, também houve destaque para o Microempreendedor Individual (MEI), categoria que incorpora mais de 3 milhões de brasileiros que puderam formalizar seu negócio por meio da criação dessa nova figura jurídica, que também faz parte do Supersimples.

IRREQUIETOS POR NATUREZA



CONHEÇA AS HISTÓRIAS DE EMPRESÁRIOS INCANSÁVEIS, QUE NUNCA PARAM DE INOVAR E DIVERSIFICAR SEUS NEGÓCIOS. SUAS LIÇÕES SÃO ESTÍMULOS PARA QUEM ESTÁ ABRINDO OU TOCANDO UM EMPREENDIMENTO

Por André Zara

Mesmo após falhar, eles nunca desistem. Com o sucesso garantido, nunca param de inovar. São os empreendedores seriais, um tipo especial de empresário, incansável em bater suas próprias metas para tornar seus negócios maiores, diversificados e relevantes no mercado. **Conexão** entrevistou especialistas e empresários com esse perfil para mostrar o que eles têm de diferente e quais lições podem ensinar.

“O empreendedor serial está sempre em busca de novas oportunidades e tem isso como um comportamento natural, podendo ou não ser em negócios já estabelecidos, para criar soluções ou serviços inovadores”, afirma o consultor de marketing e estratégia empresarial do Sebrae-SP Wlamir Bello. Para ele, esse perfil está de acordo com os de empreendedores de sucesso contemporâneos, adequados à velocidade do mundo de hoje, sua concorrência e as mudanças no perfil de clientes. “Uma pessoa com espírito empreendedor se pergunta por que sua empresa é

importante para o mercado, como se diferencia dos concorrentes. Um simples dono de negócio pede que os clientes se adequem às suas propostas”, completa.

Segundo o professor de empreendedorismo do Insper, Marcelo Nakagawa, um empreendedor serial é mais profissional, pois aprendeu com sua experiência a lidar com técnicas de gestão e a avaliar a capacidade das pessoas. “Eles sabem identificar chances, correr riscos e medir os impactos, sejam positivos ou negativos, de cada nova empreitada. Também são bons em formar equipes, captar recursos e rápidos para tomar decisões”, explica.

Um dos empreendedores com essas características é Robinson Shiba, criador da rede de restaurantes China in Box e hoje presidente do Grupo TrendFoods, incluindo as marcas Gendai, Owan e Brevitá. O empresário começou o negócio, que faturou R\$ 280 milhões no ano passado, com pequeno salão no bairro de Moema, na capital paulista, em 1992. Formado em odontologia, chegou a ter três consultórios, porém a



Foto: Ollio Pelosi

QUANDO COMECEI, EU OFERECIA PRATICAMENTE O MESMO PRODUTO, MAS APRESENTAVA DE MANEIRA DIFERENTE, SEJA NA EMBALAGEM OU DANDO OS BISCOITOS DA SORTE

Robinson Shiba, criador da rede de restaurantes China in Box

ideia de criar a própria empresa era mais forte. Vendeu dois consultórios e pegou emprestado dinheiro com o pai para apostar em um modelo de negócio que conheceu ao trabalhar em alguns restaurantes orientais nos Estados Unidos. A ideia era um formato similar, mas com foco nas entregas de pratos típicos, como o yakissoba. Na época, já havia alguns restaurantes e até uma franquia concorrente atuando em shoppings, contudo, ele decidiu investir em diferenciais. "Quando comecei, eu oferecia praticamente o mesmo produto, mas apresentava de maneira diferente, seja na embalagem ou dando os biscoitos da sorte", conta.

Por seis meses, ainda atuou como dentista até abandonar a profissão para dedicar-se exclusivamente ao negócio. Em dois anos, já tinha seis lojas, pois reinvestia todos os lucros na expansão da empresa, com unidades próprias ou em sociedade com amigos. "Muita gente começou a perguntar-me se eu não queria franquear, mas não entendia o modelo. Por isso, busquei uma consultoria para desenvolver o formato." Em 1994 e 1995, participou de duas feiras de franchising e vendeu em cada uma 35 unidades. "No fim de 1995, já tínhamos 80 lojas. Foi um período muito divertido e assustador. Mas pegamos o bom momento da economia

e tive ótimas pessoas ao meu lado para ajudar, como minha esposa, formada em administração, e minha irmã, em publicidade", relembra. Em 2007, Shiba e um sócio formaram a TrendFoods, para abrigar várias marcas. Com as mudanças, a empresa investiu em algumas experiências sem sucesso, entretanto, nada o suficiente para diminuir seu ímpeto empreendedor. "Vejo o fracasso como grande aprendizado do que não repetir. Mas ele sempre está contemplado no plano de negócio, estabelecendo quais riscos estamos dispostos a correr e o retorno esperado. Sou mais conservador e mesmo quando abri o China in Box vendi apenas dois consultórios, deixando um se o restaurante não desse certo."

Apesar do sucesso, Shiba não se acomoda e, no fim do ano passado, vendeu uma participação minoritária da TrendFoods ao fundo de investimento Laço Management, um braço de um grupo dos Estados Unidos. "Aceitamos o dinheiro para expandir mais rapidamente com lojas próprias e ocupar espaços antes da concorrência. Minha meta é crescer sempre", completa.

TUDO DE NOVO

Quem também apostou em inovação para chegar ao topo foi David Pinto, fundador e presidente da franquia Dr. Resolve. Em 2010, quando reformava o apartamento para casar-se, percebeu como era difícil achar mão de obra especializada para o serviço. Como já estava pensando em abrir um negócio, investiu na ideia de assistência a reparos domiciliares. Na época, trabalhava na área de expansão de uma franquia de cursos profissionalizantes, mas arriscou. "Abri uma loja piloto e, após três meses, expandi para financiar o negócio, escolhendo o modelo de franquia", conta. Em pequeno evento para 20 pessoas em São Paulo, vendeu as primeiras unidades e deu o primeiro passo na ex-

pansão. "Foi um movimento ousado, mas se eu seguisse as convenções, não teria conseguido."

A empresa foi uma das primeiras a usar o modelo de microfranquia (até R\$ 80 mil), ainda pouco conhecido na época, e cresceu rapidamente em 2011, abrindo 352 unidades, a maior expansão de uma rede naquele ano, segundo a Associação Brasileira de Franchising. "O serviço que oferecíamos era novidade, com um formato de negócio simples que poderia começar com um profissional 'coringa' e pouco investimento. Por isso, nos destacamos." E o que começou com serviços de reparos e reformas, logo se expandiu para a manutenção de eletrodomésticos, oferecimento de diaristas e um instituto para treinar mão de obra, agrupando os diferentes ramos de atuação na Resolve Franchising. "Estamos nos posicionando como um serviço para solucionar problemas. Começamos com reparos, mas abrimos diversos leques conforme percebíamos as oportunidades de negócios." Hoje, a empresa tem cem colaboradores diretos, 600 unidades no Brasil e dez na Colômbia. Com um faturamento de R\$ 200 milhões em 2012, os planos de internacionalização estão a todo vapor e, no segundo semestre, a rede deve abrir sua primeira unidade em Miami (EUA) e, no ano que vem, chegar ao México. "Sonho no futuro abrir capital na Bolsa", assegura.

OUSADIA CRIATIVA

Essa ousadia é uma marca comum aos empreendedores seriais, tanto de homens quanto mulheres. Cristina Boner é um exemplo disso começando pela sua formação em uma área tradicionalmente dominada por homens: tecnologia da informação. Após anos dando aulas em uma universidade e trabalhando como funcionária pública fundou sua própria empresa, a TBA, em 1992. Começou o negócio com dois de seus melhores alunos na época e

um vendedor, em uma sala de 40 m² no subsolo de um prédio comercial de Brasília. Por um ano, ainda conciliou as aulas com a empresa, vendeu carro e penhorou joias para fechar a folha de pagamento. "Foram tempos difíceis, mas acreditava que o negócio valia a pena. Por isso, in-



Foto: Ollio Pelosi

O SERVIÇO QUE OFERECÍAMOS ERA NOVIDADE, COM UM FORMATO DE NEGÓCIO SIMPLES QUE PODERIA COMEÇAR COM UM PROFISSIONAL 'CORINGA' E POUCO INVESTIMENTO. POR ISSO, NOS DESTACAMOS

David Pinto, fundador e presidente da franquia Dr. Resolve

sistí." A empresa especializou-se em desenvolver soluções para as plataformas da Microsoft, o que a levou a um de seus mais arrojados passos. Quando Bill Gates veio ao Brasil, em 1996, Cristina decidiu chamar a atenção de um dos homens mais ricos do mundo de uma maneira pouco ortodoxa: contratou um avião para puxar uma faixa de 150 metros cruzando os céus da capital brasileira com a frase "Welcome, Bill Gates. TBA". Por sorte, o empresário estava perto de uma janela e interrompeu sua reunião para observar. No dia seguinte, a empresária foi chamada para conhecer o empreendedor norte-americano, com quem nos anos seguintes manteve contato, pois a TBA ganhou diversos prêmios de excelência da Microsoft. "Com Bill Gates, aprendi que o importante é lançar o produto primeiro, participar do dia a dia do negócio, entender cada área, ser inovador e persistir sempre", conta.

Anos depois, Cristina embarcou em outro plano ambicioso. Proprietária há anos de uma fazenda em Minas Gerais, criava gado, como é costumeiro na região. "Todo mundo cortava madeira para ter gado, mas aquilo me incomodava. Por isso, comecei a plantar mogno e fui diminuindo a criação." No entanto, ela não sabia que a árvore não podia ser plantada sozinha, mas em florestas heterogêneas para prevenir pragas. Quando descobriu, derrubou toda a plantação. "Mas, por isso, me aprofundei no assunto e me apaixonei. Com a pesquisa, mudei para a espécie teca." Em 2008, formalizou a iniciativa e abriu a EBFlora para gerir o negócio. Hoje, ela está no conselho de administração das duas empresas que criou, sendo que a previsão de faturamento para a companhia de tecnologia neste ano é de R\$ 500 milhões (a TBA tornou-se Globalweb Corp, após joint venture com outra organização do mesmo segmento) e sua plantação está avaliada em

R\$ 1 bilhão. "Gosto da dualidade dos negócios: trabalhar com a tecnologia e sua rapidez e com as árvores que demoram anos para crescer."

NEGÓCIO ARRISCADO

Assumir riscos é uma constante na vida de todo empreendedor, porém existem empresários seriais que têm prazer e são especializados em criar negócios para depois vender. Ricardo Bellino é um desses, definindo-se como um empreendedor de risco. Desde jovem, tinha talento para os negócios, vendendo camisetas, promovendo festas ou fazendo acordos para arranjar clientes para outros comerciantes. Seu primeiro negócio de sucesso foi aos 21 anos, quando teve a ideia de trazer para o Brasil a agência de modelos Elite, do empresário John Casablancas. Após insistentes pedidos, conseguiu agendar uma reunião em Nova York, mas acabou sendo recebido pelo irmão de John, responsável pelas franquias. Para apresentar o potencial do mercado no País levou uma fita de vídeo com exemplos de beleza das mulheres brasileiras, porém as conversas não avançaram pela falta de dinheiro de Bellino. O empreendedor continuou insistindo e retornou diversas vezes aos EUA, custeando as passagens como entregador, até finalmente conseguir falar com Casablancas e propor uma parceria. Contra todas as expectativas, Casablancas gostou

da ideia e topou. "Eu prefiro que me chamem de louco, pois assim sei que a ideia vai dar certo. Quando dizem que é impossível quer dizer que há menos concorrência", diz. Após o episódio, começou a empreender de forma contínua nas mais diferentes áreas. Bellino participou da criação da primeira top model virtual do mundo, chamada Webbie Tookay, contratada por ser a estrela da campanha publicitária de uma empresa de celular. Ele também fechou uma parceria com o bilionário norte-americano Donald Trump para desenvolver um empreendimento imobiliário no Brasil, em uma reunião que durou apenas três minutos. "Meu negócio é identificar oportunidades, colocar minha energia, viabilizar o negócio, criar valor e depois sair. Esse é meu jogo e o que gosto de fazer", conta. Sua última investida é criar uma escola de empreendedorismo internacional chamada Escola da Vida, para trabalhar as habilidades necessárias aos empresários de sucesso. "Vamos identificar talentos para investir nas suas ideias e fomentar negócios. Estamos adquirindo uma casa em Barcelona (Espanha) para realizar um programa de 111 dias de imersão para pessoas de todo o mundo." Uma das lições será que correr risco implica eventuais fracassos. "É preciso saber a hora de desistir, pois não vale a pena gastar tempo em uma coisa sem probabilidade de

COM BILL GATES, APRENDI QUE O IMPORTANTE É LANÇAR O PRODUTO PRIMEIRO, PARTICIPAR DO DIA A DIA DO NEGÓCIO, ENTENDER CADA ÁREA, SER INOVADOR E PERSISTIR SEMPRE

Cristina Boner, membro do Conselho de Administração da EBFlora e Globalweb Corp (antiga TBA)



Foto: Su Stathopoulos

dar certo. Na agência de modelos, vi muitas mães que acreditavam que a filha era linda. Mas é preciso colocar sua ideia à prova e escutar técnicos e especialistas para ter sucesso."

Que o diga Telma Rodrigues, dona do Grupo WCS, empresa especializada em limpeza em Valinhos (SP). Natural de Uberlândia (MG), ela teve outros dois negócios que não deram certo antes de acertar com o atual. Sua primeira tentativa foi em 1995. Ela trabalhava em um hotel e, com suas economias, abriu uma academia de ginástica. "Sempre tive vontade de empreender, sonhando com carreira de sucesso trabalhando para mim mesma", afirma. Para atingir meta, concentrava todas as questões de gestão (trabalhava das 5h às 22h), mas um problema de saúde forçou seu afastamento da empresa, deixando os dez funcionários cuidando do negócio. "Quando voltei, não tinha mais aluno. A equipe não estava pronta."

Após dois anos, fechou as portas e teve de recomeçar como empregada, em um hotel e depois em uma empresa que fazia faxina após obras. Mudou-se para Campinas (SP), em

CONFIRA SETE DICAS DOS EMPREENDEDORES SERIAIS ENTREVISTADOS POR CONEXÃO PARA QUEM QUER COMEÇAR UM NEGÓCIO.

PLANEJAMENTO

Conhecer todos os aspectos e variáveis do negócio é primordial. Fazer um plano de negócios é obrigatório e depois validar suas ideias com outras pessoas, estando aberto a críticas e sugestões.

CONFIANÇA

Muitas vezes é difícil ter coragem para começar e algumas inovações podem não ser entendidas pelas pessoas. Nessa hora, é preciso ter convicção do seu plano e no seu desejo de ser empresário.

CRIVATIVIDADE

Comece sempre inovando, não importa em qual área, seja na propaganda, no produto, no atendimento etc. O importante é diferenciar-se e não ser uma cópia da concorrência.

EQUIPE

Escolher corretamente sócios e funcionários pode garantir a sobrevivência da empresa. Tente admitir pessoas com competências e perfis diferentes do seu para que sirvam de complemento.

ENTREGA

A melhor forma de marketing é entregar bom serviço e no prazo estipulado. Não pegue mais trabalho se acha que não entregará. Uma propaganda ruim corre mais rápido do que uma boa.

FOCO

Tenha atenção total em sua iniciativa no começo. O trabalho duro é necessário e ninguém vai se esforçar mais do que o dono para garantir que a empresa seja um sucesso.

APRENDIZADO

É preciso sempre buscar informações e novidades para o negócio progredir. Ler sobre a trajetória de sucessos e fracassos de outros empreendedores pode ser ótima fonte de ideias.

2000, para trabalhar em loja de móveis e também foi governanta em uma casa de família. Quando juntou dinheiro novamente, montou outro negócio: vender lingerie. "Achei que se preparasse uma equipe poderia lucrar muito, mas não me programei e tinha só dinheiro para começar. Cheguei a ter 15 vendedores, girava bastante dinheiro, contudo, havia problema de inadimplência e atraso nos pagamentos", conta. A falta de controle e planejamento fez o negócio durar cerca de um ano. "É difícil levantar-se após a queda, dormir depressivo, mas é preciso ter convicção do que você quer", lembra.

Mais uma vez, voltou a ser empregada, desta vez trabalhando como secretária na empresa de segurança de um amigo. Arrendou a companhia, porém, nunca desistiu do seu sonho. Em 2008, lembrou-se do modelo de negócio da empresa de limpeza pós-obras onde trabalhou e começou a juntar dinheiro. Para não cometer os mesmos erros, investiu em um curso superior de processos gerenciais e participou de todas as capacitações que conseguisse no Sebrae. Em 2011, o Grupo WCS começou a funcionar de sua casa com um telefone e computador, oferecendo persistentemente o serviço para engenheiros e construtoras. Depois, passou a oferecer limpeza para empresas e, em 2012, em residências. Com a lei de domésticas, já começou a sentir aumento dos negócios. Hoje, tem 19 funcionários, atende a 11 empresas e três construções. Só não está expandindo mais para não sobrecarregar sua capacidade de gestão e por falta de mão de obra qualificada. Para seguir a equipe, paga acima do mercado e oferece bônus para quem não falta no mês. "Mesmo assim, ainda frequento todos os cursos de empreendedorismo possíveis, para aprender e trocar experiências com outros empresários."



Quiz

Que tipo de empreendedor você é?

O SEBRAE-SP DESENVOLVEU UM TESTE PARA AJUDÁ-LO A DESCOBRIR QUAL SEU PERFIL DE EMPREENDEDORISMO

Por Renato Fonseca de Andrade,
gerente de Desenvolvimento e Inovação Sebrae-SP



Dentre os empreendedores, existe um perfil especializado em criar empresas, fazê-las crescer e então partir para novo projeto de negócio. Não parar nunca. É o chamado empreendedor serial. Será que você é assim? O Sebrae-SP preparou um teste que pode indicar que tipo de empreendedor você é e qual a distância que está desse perfil, tema desta edição.

As questões ao lado irão ajudá-lo a identificar-se com esse comportamento. Cada resposta tem um peso na pontuação final que mostra o grau de empreendedorismo em que você se encontra. Seja qual for o resultado, o importante é não desistir e buscar ajuda para aperfeiçoar-se e continuar seus projetos com mais chance de sucesso. E o Sebrae-SP é ótimo caminho para isso. Bom teste.

1. VOCÊ PRODUZ IDEIAS PARA APROVEITAR OPORTUNIDADES?

- a) Com frequência
- b) De vez em quando
- c) Raramente

2. COM RELAÇÃO AOS RISCOS DE UM NEGÓCIO, VOCÊ:

- a) Procura evitar riscos de todos os tipos
- b) Tem afeição ao risco na busca por oportunidades
- c) Procura alianças com outros empreendedores para lidar com riscos

3. QUAL A AFIRMAÇÃO QUE MELHOR DEFINE SUA ATUAÇÃO?

- a) Fico sempre sabendo das novidades por outras pessoas
- b) Eventualmente, participo de eventos sobre tendências
- c) Procuro antecipar tendências, buscando fontes de informações de vanguarda

4. VOCÊ AGE ORIENTADO PARA METAS?

- a) Raramente
- b) De vez em quando
- c) Com frequência

5. VOCÊ TOMA DECISÃO BASEADO NA INTUIÇÃO?

- a) Sim, com muita frequência
- b) Procuro combinar intuição com planejamento
- c) Não me sinto confortável em seguir a intuição

6. VOCÊ INVESTE NA FORMAÇÃO E MANUTENÇÃO DA SUA REDE DE CONTATOS?

- a) Não acho importante ter uma rede de contatos
- b) Minha rede de contatos é densa e me apoia na realização de projetos
- c) Sei da importância da rede de contatos, mas preciso melhorar nesse aspecto

7. AS PESSOAS DIZEM QUE VOCÊ É ENTUSIASMADO?

- a) Sim, ouço essa afirmação com frequência
- b) De vez em quando as pessoas referem-se a mim dessa maneira
- c) Dificilmente ouço essa afirmação

8. VOCÊ TEM FACILIDADE EM DELEGAR FUNÇÕES?

- a) Sim, é uma maneira de otimizar o tempo
- b) Entendo que a delegação é algo importante, entretanto, somente a pratico eventualmente
- c) Prefiro exercer controle direto sobre todas as atividades

9. COMO É SUA DEDICAÇÃO EM FORMAR EQUIPES?

- a) Acho importante, mas a falta de tempo me atrapalha
- b) Sou bastante dedicado na formação de equipes de trabalho
- c) Tenho dificuldade em formar equipes de trabalho

10. VOCÊ É AUTOCONFIANTE EM RELAÇÃO AO QUE ACREDITA?

- a) De vez em quando sou influenciado pelo que as outras pessoas dizem ou pensam
- b) Mudo a direção conforme a influência das outras pessoas
- c) Sim, tenho plena crença naquilo que faço

SOMA DOS PONTOS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a	2	0	0	0	2	0	2	2	1	1
b	1	2	1	1	1	2	1	1	2	0
c	0	1	2	2	0	1	0	0	0	2

RESULTADO:

DE 0 A 8 PONTOS: você deve procurar aprimorar suas características comportamentais para ser um empreendedor serial. Procure orientação no Sebrae-SP.

DE 9 A 14 PONTOS: você apresenta algumas características de empreendedores seriais. Continue o desenvolvimento. Procure orientação no Sebrae-SP.

DE 15 A 20 PONTOS: você apresenta sinais de maturidade em comportamento empreendedor serial. Busque aprimorá-los sempre. Procure orientação no Sebrae-SP.

Obs.: Este quiz é baseado em aspectos gerais relacionados ao comportamento de empreendedores e tem finalidade meramente ilustrativa e para sensibilização.



PERSISTÊNCIA se aprende na escola

PROGRAMA DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA DO SEBRAE-SP JÁ
FORMOU MAIS DE 350 MIL JOVENS, PREPARADOS PARA CRIAR NEGÓCIOS

Por Denize Guedes

Anna Carolina Gomes Cardim Duarte de Azevedo, de 20 anos, tem o nome tão grande quanto o tamanho da persistência que adquiriu. E tudo na escola, com professor, apostila, lições e trabalho de conclusão de curso. Ela é uma entre os mais de 350 mil alunos que já participaram do Programa de Educação Empreendedora do Sebrae-SP, dedicado a disseminar a cultura da livre iniciativa desde a educação infantil até a universidade, em parceria com instituições de ensino. Mais de 19.600 professores, capacitados pelo Sebrae-SP, conduzem hoje turmas no Estado de São Paulo ao longo de um ano letivo.

Foi no Colégio Guilherme Dumont Villares, no Morumbi, zona sul da capital paulista, escola onde estudou a vida inteira antes da universidade, que Anna Carolina tomou contato com os conceitos e a atitude empreendedora, seis anos atrás. Pioneiro em firmar convênio com o Sebrae-SP, em 2003, o Dumont Villares tem em sua organização curricular dois dos três cursos que compõem o programa: Jovens Empreendedores Primeiros Passos (Jepp), para alunos de 1º ao 9º ano do ensino fundamental, e Formação de Jovens Empreendedores (FJE), para os de 1ª a 3ª séries do ensino médio. O terceiro, em realidade, é uma disciplina, empreendedorismo – lecionada em universidades.

Para a diretora-geral do Dumont Villares, Eliana Baptista Pereira Aun, o Jepp e o FJE estão alinhados com a filosofia do colégio no sentido de desenvolver nos alunos a competência para trabalhar e viver em sociedade de modo cooperativo. “É indispensável que a escola se mobilize para oferecer aos jovens a oportunidade de entrar no mercado de trabalho mais fortalecidos, seguros, criativos e, sobretudo, mais felizes. Aprende-se a apurar a sensibilidade, a proatividade, a conviver saudavelmente com as frustrações e a perseverar sempre”, diz Eliana.

Os cursos incluídos na grade extracurricular acabam por diplomar os jovens em noções que, eventualmente, apenas conheciam em uma graduação. Anna Carolina é um caso de quem chegou diplomada. “Estou no 2º ano de relações públicas na USP (Universidade de São Paulo) e o interessante é a densa base do curso do Sebrae-SP. Por exemplo, fiz um trabalho para a matéria teoria das organizações e era quase fazer o mesmo feito por meu grupo na escola: pensar uma empresa, seus valores, sua visão de futuro, sua missão, seu público-alvo”, conta a universitária.

COM A MÃO NA MASSA

A experiência de Anna Carolina no ensino médio, com mais quatro amigas, resultou na “criação” da escola Shiva, de aulas de teatro, dança e outras atividades corporais. Mas chegar a ela não foi nada zen como o nome do empreendimento sugere. Havia pedras e desvios no caminho. “Tivemos de mudar de negócio algumas vezes. Depois de ficarmos encantadas com a ideia, sentimos não termos levado em conta vários aspectos”, conta.

O primeiro projeto era a de uma loja de perfumes exclusivos. Foi abandonado por perceberem a necessidade de laboratório, máqui-

nas, insumos, expertise no desenvolvimento de fragrâncias, muito dinheiro. O segundo era de uma balada. Também deixado de lado porque não havia consenso sobre qual público focar. O terceiro era de outra loja, mas de roupas femininas top. Fracassado por quererem vender para um público amplo.

“O professor colocava a ideia à prova e víamos o insucesso no



Foto: Su Stathopoulos

“DESENVOLVEMOS A ESTRUTURA, PENSAMOS NA CONJUNTURA ECONÔMICA, NOS PAGAMENTOS, PROJETAMOS PARA TRÊS E CINCO ANOS DE FUNCIONAMENTO”

Anna Carolina Gomes Cardim Duarte de Azevedo, aluna do Programa de Educação Empreendedora do Sebrae-SP

resultado. E assim fomos chegando a Shiva. Desenvolvemos a estrutura, pensamos na conjuntura econômica, nos pagamentos, fizemos projeção para três e cinco anos de funcionamento, planejamento para esse período”, lembra Anna Carolina.

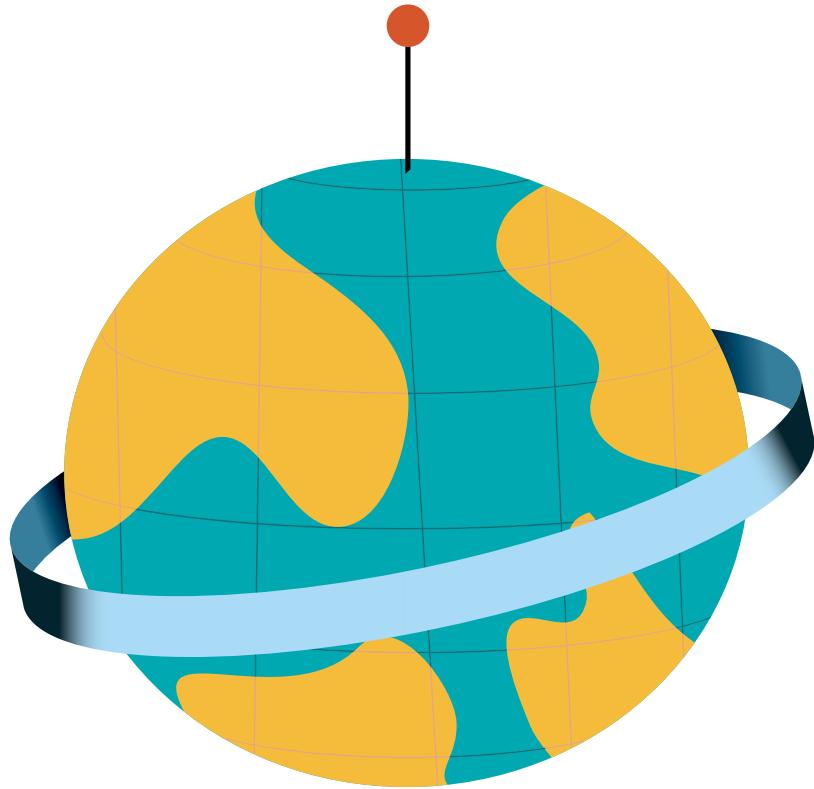
Sobre seu destino, a futura RP diz estar “encantada com o mundo das organizações” e quer aprender mais sobre como é trabalhar dentro de uma. Perguntada sobre o que levou de melhor do aprendizado, diz: “Acho a perda de uma ingenuidade excessiva, não no mal sentido. Aprendi a avaliar se algo tem condições de dar certo ou não”.

VISÃO PARA A VIDA

Os jovens que passam pelo curso não necessariamente vão ser donos do próprio negócio. “Incutir em meninos e meninas o espírito do empreendedorismo é ampliar os horizontes de quem vai construir o Brasil do amanhã. A ideia não é transformá-los todos em donos de empresa, mesmo porque cada um seguirá seu rumo”, explica a consultora do Sebrae-SP Ana Maria de Araújo Brasílio.

Percalços no caminho, como os enfrentados por Anna Carolina e suas amigas, fazem parte do eixo educacional do programa, simulando o que muitas vezes vão encontrar na vida profissional, seja no próprio negócio, seja dentro de uma empresa. “Estimula-se o comportamento empreendedor, que é correr risco calculado, buscar informação e fazer planejamento. No ambiente corporativo, a visão empreendedora contribui para uma postura mais ativa”, resume a consultora.

E qual conselho a universitária Anna Carolina daria a um empresário que tenha passado por grande revés? “Aprenda com o que deu errado, acerte os pontos e tente de novo. Eu faria isso.”



A ARTE DE CONSTRUIR NEGÓCIOS

AS HISTÓRIAS DE PERSONAGENS DA EUROPA, DOS EUA E DA ÁFRICA QUE GOSTAM DA ADRENALINA DE CRIAR MÚLTIPLOS PRODUTOS E EMPRESAS

Por Enzo Bertolini

Abrir uma empresa é o sonho de muitos, mas poucos, dentro de uma proporção mundial de 6 bilhões de pessoas, o fazem. Esse número cai ainda mais quando se fala em abrir diversos negócios. Os empreendedores seriais têm em seu DNA a habilidade de enxergar oportunidades que mais ninguém vê ou que não parece ser um negócio em um primeiro momento.

Empreendedores seriais existem há muito tempo, como Benjamin Franklin, um dos líderes da Revolução Americana (1775-1783), inventor dos óculos bifocais, do para-raios, do aquecedor a lenha, além de ter criado a Universidade da Pensilvânia e o Corpo de Bombeiros, entre muitas outras atividades.

No último século, alguns desses empreendedores destacaram-se por suas criações e por impactarem o mundo, gravando seu nome na história. Uma das características marcantes desses empresários é o apren-

dizado conseguido com as falhas. Erro não os faz desistir, apenas orienta a ajustar o que for necessário para prosseguir no projeto ou, ainda, começar outro do zero. "Muito sucesso foi embasado nos fracassos anteriores", comenta o coordenador do Centro de Empreendedorismo da Faap, Marcos Hashimoto.

Para o diretor-geral da Endeavor Brasil, Juliano Seabra, estar constantemente apaixonado pelo ato de construir negócios reflete em como você vai operar. "Empreender em série é execução, mais do que qualquer outra coisa, pois não é todo mundo que tem capacidade de tirar as coisas do papel de uma maneira uniforme e gerar o resultado esperado."

Conexão fez um resumo da história de empreendedores seriais de sucesso internacional e que, em algum momento, fizeram parte da vida da maioria das pessoas por meio de seus negócios. Vamos lembrá-los.

WALT DISNEY

Maior empresa de entretenimento e mídia do mundo, a The Walt Disney Company começou com Walter Elias Disney, responsável pela criação dos personagens Mickey Mouse, Pato Donald, Pateta, Pluto, entre tantos outros que habitam o imaginário de crianças e adultos.

Após retornar do voluntariado com a Cruz Vermelha Internacional na I Guerra Mundial, Disney conseguiu um emprego de cartunista no Pesmen-Rubin Art Studio, onde conheceu Ubbe Iwerks, que com seu irmão Roy Disney, seriam os criadores dos estúdios Disney.

Antes da fama, entretanto, o empresário criou e faliu o Laugh-O-Gram Studio por não conseguir administrar os altos salários dos funcionários. Já em Hollywood, por volta de 1920, ele recomeçou a empreender com a animação "Alice Comedies", futuramente o filme Alice no País das Maravilhas.

Outro sucesso de Disney na mesma época foi Coelho Osvaldo. Porém, o empresário foi enganado pela produtora para quem produzia as animações e todas as suas criações e seus colaboradores foram roubados por seu antigo cliente, pois elas não foram assinadas em seu nome. Apesar de ter sido trapaceado, o desenhista tinha na manga sua mais famosa criação: Mickey Mouse.

A partir desse personagem, nascido em 1928, o empreendedorismo da Disney cresceu fortemente. Os desenhos passaram a ter som e pouco tempo depois se tornaram coloridos. Os custos da tecnologia eram proibitivos e Disney improvisou, criando seu modelo próprio de sonorização.

O longa-metragem do clássico Branca de Neve e os Sete Anões deu novo fôlego financeiro à empresa, que quase fechou, pois um dos sócios de Disney manipulou o valor dos ingressos para enriquecer. A II Guerra Mundial levou sua empresa a quase quebrar mais uma vez. Disney foi salvo novamente por um filme: Cinderela.

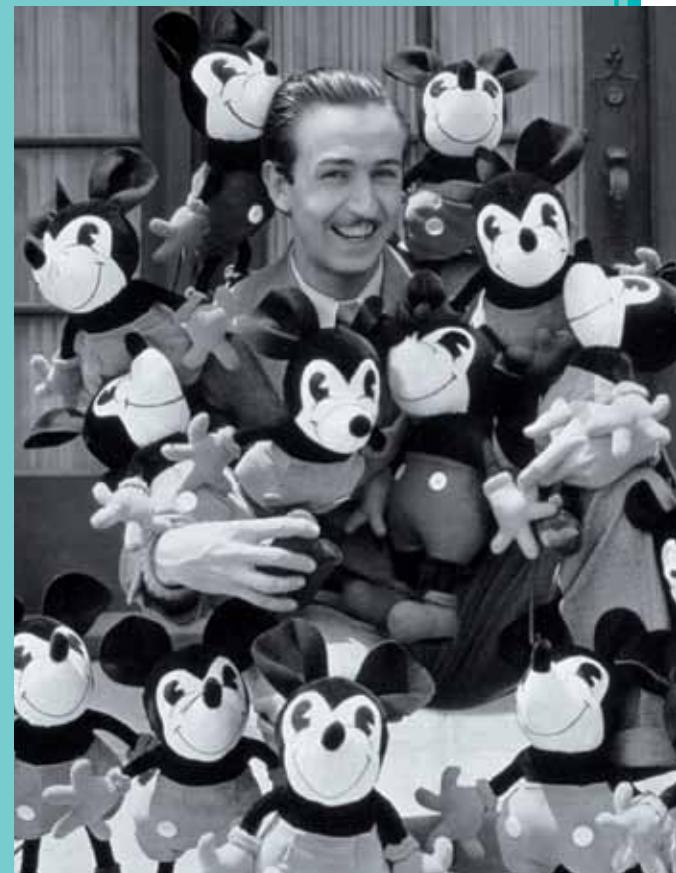


Foto: Folhapress

Na década de 50, o executivo diversificou a área de atuação da sua empresa e inaugurou a Disneylândia, imenso parque de diversões na Califórnia. Outro parque semelhante foi construído na região da Flórida, o Walt Disney World, inaugurado em 1971, após sua morte. Mais parques foram construídos posteriormente nos Estados Unidos, na França, no Japão e em Hong Kong.

Após alguns anos de turbulência, novo ciclo de expansão da companhia iniciou-se com a compra dos estúdios Pixar, o que fez com que Steve Jobs, CEO da Apple e dono da Pixar, se tornasse o maior acionista pessoa física da The Walt Disney Company.

A dedicação e persistência transformaram o nome Walt Disney em um império que inclui inúmeros canais de televisão e elevados rendimentos originados na venda direta de filmes e livros, e nos direitos de utilização por outras entidades das imagens dos personagens.

SIR RICHARD BRANSON

Criador do Grupo Virgin e com mais de 250 empresas, Sir Richard Branson atua em mais de uma dezena de setores em diversos países, que vão da música à aviação, vestuário, biocombustíveis e até viagens aeroespaciais.

Sua história no mundo dos negócios começa com a criação da revista *Student* quando tinha apenas 16 anos. Nos anos 70, ainda em Londres, Branson abriu a primeira loja da Virgin, tornando-se uma rede e o embrião da gravadora Virgin Records, vendida 20 anos depois para a americana EMI.

Em 1984, insatisfeito com os serviços prestados pela gigante British Airways, Branson penho-

rou casa, carro e gastou todas as suas economias para criar a Virgin Atlantic Airways, com o objetivo explícito de rivalizar com a poderosa concorrente. Quase 30 anos depois, a empresa está presente em dezenas de países, além de ter gerado a Virgin Trains, no Reino Unido. "Começo uma empresa quando encontro algo que me interessa", disse em uma entrevista à revista *The New Yorker*.

Uma das suas últimas empreitadas é a Virgin Galactic, companhia de turismo espacial. Pelo menos cinco espaçonaves já estão sendo construídas. Um porto espacial para o lançamento das aeronaves está sendo construído no Novo

México (EUA) e será o primeiro dedicado a voos comerciais para o espaço. Mais de 600 turistas desembolsaram US\$ 250 mil para ser um dos passageiros da Virgin Galactic. No Brasil, há três agências credenciadas para vender o pacote, todas em São Paulo. Além do transporte de passageiros, a empresa também desenvolveu um foguete para condução de satélites.

Além do espaço, Branson já investiu US\$ 400 milhões no desenvolvimento de combustíveis alternativos e comprometeu-se a destinar os lucros do negócio de aviação nos próximos dez anos para o desenvolvimento de energias alternativas.

ELON MUSK

Sul-africano, Elon Musk é conhecido por suas criações e seus investimentos em novas tecnologias nas várias empresas que criou. Com apenas 11 anos, inventou seu próprio game, mais tarde vendido por US\$ 500 para uma empresa sul-africana. Aos 17, mudou-se para os Estados Unidos, pois não queria prestar serviço militar obrigatório e ser conivente com o Apartheid.

Musk buscou inspirações em Thomas Edison, Nikola Tesla, Bill Gates, Steve Jobs e Walt Disney. Desde o início, concentrou-se em três temas que, segundo ele, afetariam o futuro da humanidade: internet, energia limpa e espaço.

Após formar-se em economia e física pela Universidade da Pensilvânia, mudou-se para a Califórnia

e fundou a Zip2, empresa desenvolvedora de conteúdo para portais de notícia. Em 1999, a empresa foi comprada pela Compaq por US\$ 307 milhões. No mesmo ano, fundou o serviço de pagamento online PayPal, comprado em 2002 pelo eBay, por US\$ 1,5 bilhão.

A SpaceX foi criada ainda em 2002 para desenvolver e fabricar foguetes e espaçonaves para transporte de carga e passageiros. Ela conseguiu um contrato de até US\$ 3,1 bilhões com a Nasa, agência espacial americana, para 12 voos até a Estação Espacial Internacional (EEI) e tornou-se a primeira companhia privada a colocar um satélite em órbita e a ter uma espaçonave acoplada à EEI. A meta é levar o homem a Marte até 2020.

Em 2008, Musk inaugurou a Tesla Motors, fabricante de carros elétricos. O primogênito foi o Tesla Roadster, que vendeu cerca de 2.500 unidades para 31 países. Outros modelos devem estar à venda até 2014. O sistema de carregamento de energia da empresa também é vendido para outras montadoras. Seu objetivo é produzir veículos elétricos de baixo custo, para massificação do uso.

A criação da SolarCity é mais uma ação de Musk, com a Tesla, para combater o aquecimento global. Aberta em 2005, a empresa é a maior fornecedora de painéis solares dos Estados Unidos. Musk acredita que, em 30 anos, esta será a principal fonte de energia do planeta.

STEVE JOBS

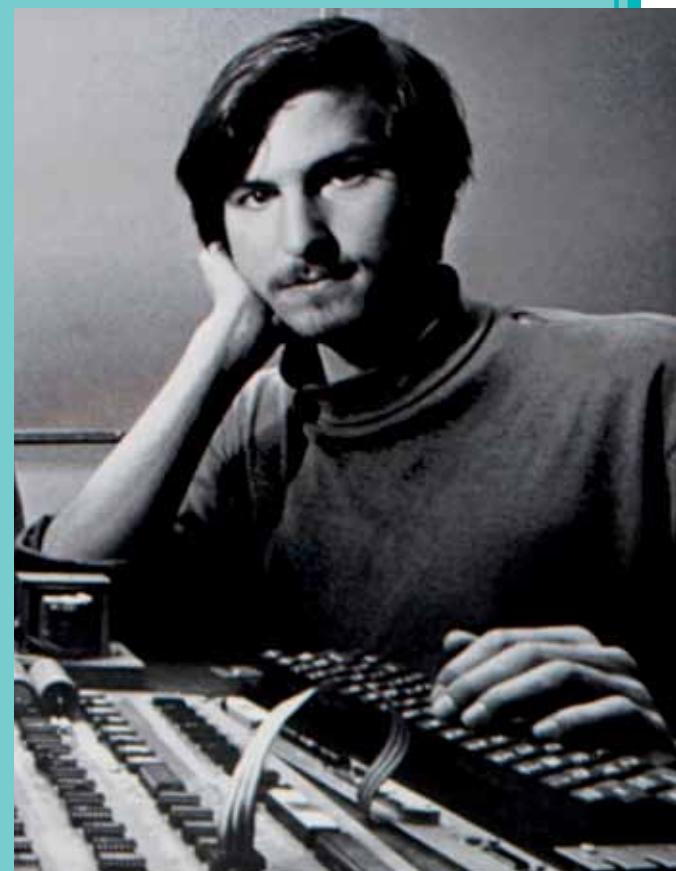
Ainda jovem, Steve Jobs começou a empreender pouco depois de largar a faculdade. Ao lado de Steve Wozniak, criou a Apple, empresa de desenvolvimento de computadores pessoais. No fim da década de 70, sua primeira grande obra: o Apple II, o computador pessoal mais bem-sucedido da história, com vendas de quase 6 milhões de unidades em 16 anos. A próxima unanimidade em venda foi o Macintosh, que apresentou como inovação a interface gráfica, tela de bitmap desenvolvida e o uso do mouse.

Por ser muito exigente e excêntrico em quase tudo que fazia, Jobs começou a entrar em conflito com o alto escalão da companhia e foi expulso da empresa que fundou. A saída o levou a começar novo investimento, a NeXT Computer, além de comprar uma divisão de computação gráfica da Lucasfilm, rebatizada de Pixar.

Jobs mostrou-se mau administrador e o computador desenvolvido por ele foi um fracasso em vendas por ser muito caro. Entretanto, o sistema operacional utilizado interessou a Apple, que comprou a NeXT e levou Jobs junto. Após 11 anos fora, ele retornava à empresa que havia criado.

Entre as primeiras ações na companhia, o empresário cortou projetos e concentrou esforços no iMac. A inovação foi colocar dentro do monitor componentes que antes eram alocados no gabinete, com um design diferenciado. Em paralelo, o Pixar Studios fechou parceria estratégica com os Estúdios Disney e criou, produziu e lançou o Toy Story, o primeiro filme feito unicamente em computação gráfica.

No início do novo milênio, Jobs ainda foi o pai do iPod, dispositivo que revolucionou a indústria fonográfica, após anos sofrendo com a pirataria crescente e tornou-se no principal tocador de áudio digital do mundo. Surgiu então nova demanda pela compra de músicas individualmente, que a Apple atendeu com o iTunes, programa



base do tocador de música e também plataforma para aquisição online de músicas.

O passo seguinte da Apple foi dado com o desenvolvimento do iPhone, que criou uma indústria de aplicativos, demanda que não existia ainda, gerenciada pela AppStore. Até 2012, foram mais de 650 mil aplicativos e 30 bilhões de downloads em 120 países.

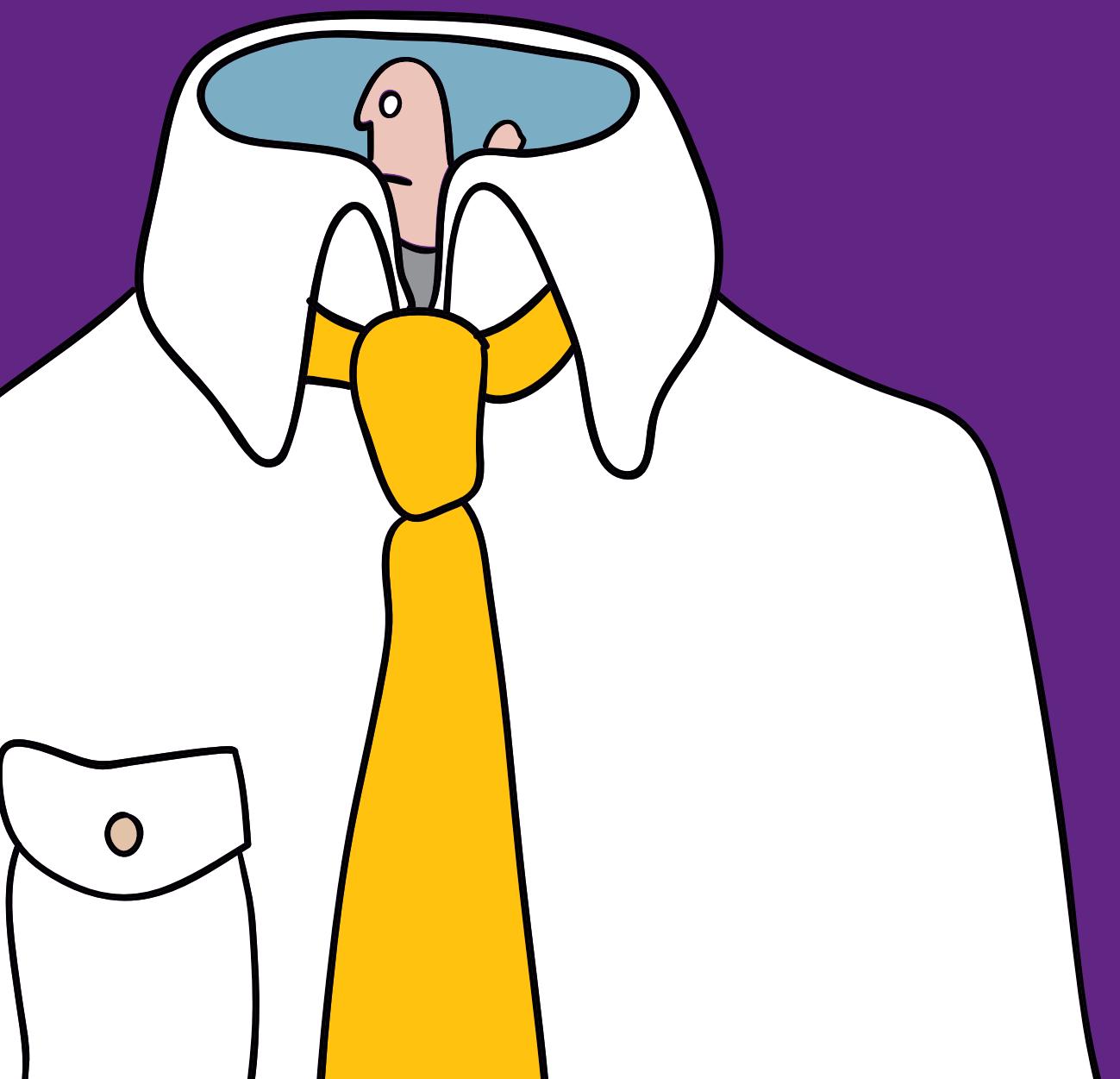
A última grande revolução de Jobs foi o lançamento do iPad, dispositivo portátil que fica entre um notebook e um smartphone e permite ler livros digitais, acessar sites na internet, enviar e-mails e utilizar aplicativos próprios para esses dispositivos, um dos grandes diferenciais desses aparelhos. Novo nicho foi desbravado.

Jobs morreu em outubro de 2011, vítima de câncer pancreático. Em seus 56 anos de vida, ele deixou verdadeiro legado tecnológico e seu empreendedorismo em série e inovação inspiraram muitos empresários da nova geração, como Elon Musk.

SEM MEDO *de fracassar*

SAIBA DE ONDE VEM O MEDO DA DERROTA, COMO
ESSA CONCEPÇÃO VARIA ENTRE CULTURAS E POR
QUE A FALHA E O ÉXITO SÃO LADOS DA MESMA MOEDA

Por Denize Guedes



Amoeda que instiga o empreendedor a colocar suas ideias em prática e seguir acreditando nelas até concretizá-las ou a paralisar diante do fracasso é a mesma. Os lados é que mudam. De um, fica o sucesso, do outro, o fracasso. “Essas experiências estão enraizadas no inconsciente humano como formas de dar sentido aos sonhos buscados, às oportunidades que vão sendo colocadas. São como os dois lados de uma mesma moeda chamada de pulsão, de motivação”, afirma o psicanalista, conferencista e autor de livros como *Psicologia do Brasileiro* e *Psicologia ao Acaso*, Jacob Pinheiro Goldberg.

Até o sucesso, tudo bem. É natural vê-lo como motivador. Mas e o fracasso? Está relacionado a medo, parálisia, desistência? Goldberg explica que essa noção varia entre as culturas e que o brasileiro, de modo geral, pode tender à melancolia após uma empreitada que não vingou. “É preciso não alimentar a ideia de ‘coitadinho’. Infelizmente, temos uma tendência até bipolar de achar que é a glória ou é o abismo. Devemos ultrapassar isso, dar o próximo passo. Em inglês, há uma expressão ótima para o caso: work in progress (trabalho em andamento). Nossa atividade, assim como a vida, é um trabalho permanente de educação. E o fracasso é um dos movimentos dessa aprendizagem”, diz.

A sexta e mais recente pesquisa do Sebrae-SP sobre a Taxa

de Sobrevivência e Mortalidade de Empresas no Estado de São Paulo confirma pontos colocados por Goldberg. O primeiro é sobre a dificuldade de encarar a derrota como conhecimento adquirido e de dar o tal próximo passo em direção a nova tentativa. No estudo, dentre os empresários que constituíram negócio entre 2003 e 2007 e fecharam as portas durante os cinco primeiros e críticos anos de vida, “o principal rumo tomado depois da experiência de fracasso, por 31% deles, foi arrumar um emprego com carteira assinada. Muito embora, 27% tenham optado por seguir como autônomos e 16% voltaram a ter empresa. Somando esses grupos, quase metade, 43%, seguiu no empreendedorismo”, relativiza o consultor do Sebrae-SP Pedro João Gonçalves.

Os números, porém, não demonstram crescimento do “empreendedor que não desiste”. A primeira vez que o interesse pelo destino dos “malsucedidos” ganhou lugar no levantamento de mortalidade foi na terceira edição, relativo a empresas abertas entre 1997 e 2001. Ao cabo daqueles anos, o cenário mostrava-se mais favorável à ousadia: apenas 25% haviam partido para um emprego formal, enquanto 14% voltaram a abrir negócio próprio e 28% arriscaram-se como autônomos.

Outro ponto da pesquisa mais recente que faz eco aos apontamentos do psicanalista diz respeito à aprendizagem proporcionada pelo fracasso: 63% das empresas que tinham ultrapassado a barreira dos cinco anos de existência eram lideradas por profissionais que já haviam atuado no ramo. “Não dá para saber se o empresário tinha vindo de um fracasso, mas pode ter sido o caso”, comenta Gonçalves. “Agora, sem dúvida, ter experiência é um dos fatores que contribuem para o sucesso.”

O consultor, por sua vez, aproveita para chamar a atenção para a queda da taxa de mortalidade das empresas com até cinco anos de vida observadas ao longo das edições do estudo. “Caiu de 71%, na primeira pesquisa (realizada no fim dos anos 1990), para 60%, na terceira, e 58%, na última. Apesar de ser suave, esse declínio é importante porque vai minimizando perdas na sociedade. Para se ter uma ideia, das 84 mil empresas paulistas que encerraram suas atividades em 2008, R\$ 18,2 bilhões deixaram de ser faturados e, só em recursos pessoais (investimento dos empresários), perdeu-se R\$ 1,4 bilhão”, dimensiona Gonçalves.

CONFERÊNCIA DA DERROTA

Três anos atrás, o sócio-diretor da startup gaúcha de soluções para internet Ionatec, Rafael Chanin, de 31 anos, perdeu cerca de R\$ 100 mil, entre recursos próprios, dos sócios e de investidores. Isso no intervalo de um ano, R\$ 8,3 mil por mês. “É a história de fracasso que precede o surgimento da Ionatec”, conta. “Tínhamos a ideia de fazer um serviço para torcedores de futebol ‘tirarem sarro’ um do outro por meio de mensagem de voz no celular. Havíamos feito pesquisa de mercado, tudo certinho. Trabalhamos por longo período no desenvolvimento da tecnologia de voz, de cobrança via cartão e, quando lançamos, cerca de oito meses depois, ninguém usava”, lembra.

Em qual parte do processo o erro poderia ter se escondido? “Gastamos muito tempo e dinheiro com outros aspectos sem nos preocupar em testar as respostas do público-alvo. Achávamos que aquele nosso ‘filho’ era perfeito e encantaria as pessoas”, explica. “A experiência serviu muito para trabalharmos a questão do feedback, do teste de repostas. Por isso, na Ionatec hoje somos muito próximos

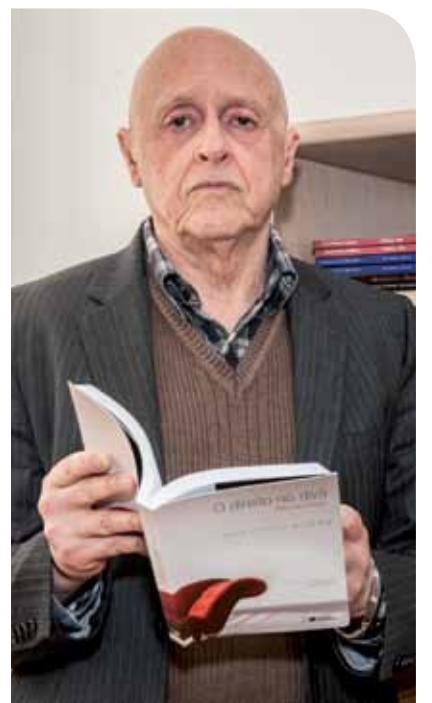


Foto: Ollício Pelosi

INFELIZMENTE, TEMOS UMA TENDÊNCIA ATÉ BIPOLAR DE ACHAR QUE É A GLÓRIA OU É O ABISMO. DEVEMOS ULTRAPASSAR ISSO, DAR O PRÓXIMO PASSO

Psicanalista Jacob Pinheiro Goldberg

do cliente. Temos ciclos curtos de desenvolvimento porque aprendemos que isso diminui a chance de entregar o que ele não quer."

A experiência deu ainda mais frutos. Em 19 de outubro, Chanin e o amigo também empreendedor Flávio Steffens de Castro, da startup Woompa, vão receber de volta em Porto Alegre a segunda edição brasileira da FailCon. A iniciativa é uma espécie de "conferência da derrota", nascida na comunidade de novas – e falidas – empresas de tecnologia de São Francisco, na Califórnia, Estados Unidos, em 2009. "Eu e o Flávio, também com história de fracasso na trajetória de empreendedorismo dele, resolvemos entrar em contato com a organização do evento para fazê-lo aqui. Mandamos um e-mail e deu certo", conta Chanin.

No ano passado, a primeira edição reuniu 130 participantes e levou à capital gaúcha gente como Jonny Ken Itaya, fundador do Migre.me, um dos sites pioneiros em transformar endereços muito longos de páginas na internet em endereços

bem curtinhas, além de outros sete palestrantes. "Itaya contou como já havia falhado por não dar bola para contratos, por não ouvir a opinião de amigos, por exemplo", recorda o organizador brasileiro.

Chanin explica que a ideia não é fazer uma exaltação do erro, nem terapia de grupo, mas mostrar para a comunidade de tecnologia que pessoas do meio hoje reconhecidas no mundo já passaram por graves reveses. E são prova de que "é possível abraçar a falha e não só jogar para debaixo do tapete".

"Geralmente, o empreendedor tem apoio da família. Mas sempre aparece aquela pessoa que dá um cutucão: 'Cadê o resultado? Não deu certo ainda?' Então, a FailCon é um ambiente informal, de troca, em que as pessoas estão lá para compartilhar suas histórias, entender que dar errado faz parte do jogo e serem estimuladas a usar essa experiência a seu favor", resume.

Não à toa, um dos "mantras" da FailCon norte-americana, já replicada em nove países, tão diversos como Índia, Noruega e Austrália,

é: "Estudar os próprios fracassos e os de outros para se preparar para o sucesso". E justamente por serem o outro lado da moeda, foram os eventos em que casos de sucesso são alardeados a uma plateia extasiada que provocaram a ideia da FailCon. "Cass Phillipps, idealizadora de tudo, uma produtora experiente na área de eventos de tecnologia, percebeu que falar de sucesso inspira, mas não ajuda a replicar o case, até porque ele é único. Na prática, compartilhar o erro, o que não deu certo, ajuda mais por dar subsídios concretos", diz Chanin.

MOLHO DO VALE DO SILÍCIO

Pode parecer contrassenso pensar no Vale do Silício, na Califórnia, berço de empresas como Google e Facebook, para ficar apenas em dois exemplos, como um lugar falido. Mas para cada dez tentativas de negócio na região, nove terminam retumbantemente mal.

Por isso, há quem considere o fracasso o verdadeiro segredo do sucesso da região. "Steve Jurvetson, sócio da empresa Draper Fisher Jurvetson, descreve-o como o molho secreto do Vale do Silício", diz a diretora executiva do programa para empreendedorismo da Universidade de Stanford, Tina Seelig, no livro *What I wish I knew when I was 20* (O que eu gostaria de ter sabido quando tinha 20 anos, em tradução livre, não publicado no País).

"Ideias engenhosas são resultado de separar o que funciona do que não funciona em um experimento com muitas abordagens para determinado problema. Nesse processo, naturalmente, obtém-se muitos achados inesperados e descartam-se muitas teorias. O certo é que se você não está jogando fora boa parte de suas ideias, ainda não tentou opções suficientes", escreve Tina sobre o espírito que permeia o Vale do Silício.

No livro, Tina também se debruça sobre como diferem drama-

ticamente mundo afora a disposição para assumir riscos e a reação ao fracasso. Enquanto na terra de Larry Page, Sergey Brin, criadores do Google, e Mark Zuckerberg, fundador do Facebook, festas são dadas para comemorar o fracasso de quem fica mais perto do sucesso, no Japão, suicídios são comuns entre jovens que não entram para a faculdade e empresários falidos. Tamanha a desonra que imaginam causar à família.

"Em algumas culturas, demissões por causa de falhas são tão comuns que os indivíduos têm quase alergia de assumir o menor risco que seja. Esses países associam a vergonha a um tipo de fracasso e, desde pequenas, as pessoas são ensinadas a seguir um caminho com chance de sucesso bem definida,

em oposição a tentar algo que possa conduzir ao desapontamento", expõe Tina. "Em certos lugares, como na Tailândia, alguém que tenha fracassado repetidas vezes pode até escolher novo nome na tentativa de 'dar um restart' em sua vida inteira", completa a escritora.

Foi o que a levantadora de peso tailandesa Chanpim Kantatian fez antes de participar da Olimpíada de Pequim, em 2008. Apesar de sucessivas derrotas em torneios, competiu naqueles jogos rebatizada de Prapawadee Jaroenrattanarakoon. E, então aos 24 anos, inscreveu seu (novo) nome na galeria imortal de feitos olímpicos ao quebrar o recorde em sua categoria, de até 53 quilos, por erguer um total de 221 quilos. Apesar de não se tratar de uma empresa, e sim de uma atleta,

seu espírito empreendedor vale de estímulo no ambiente de negócios.

O finlandês Miki Kussi, fundador da startup Sauna, não defende nada tão radical quanto reiniciar a própria vida com outro nome para superar reveses do caminho. Para ele, deveria ser instituído o Dia Nacional do Fracasso. Na linha da FailCon, sua ideia é aproveitar a data para que empreendedores lembram de seus erros, repassem o que aprenderam com eles e incentivem outros a empreender. E persistir.

Já a dica do CEO da SurveyMonkey, líder no fornecimento de soluções de questionários baseados na web, Dave Goldberg, talvez cause um pouco menos de estranhamento. "Encare o fracasso como um investimento em educação para aprender a como ser um empreendedor. Não existe universidade para isso e, sob esse ângulo, você encontra motivação para passar pelas partes difíceis", disse ele em uma palestra do TED, organização que acredita que boas ideias têm de ser espalhadas. "Levei entre cinco e seis anos para aceitar que a empresa estava funcionando. E o que me fez passar pelo primeiro ano e meio foi saber que falharia, mas aprenderia."

Se você não se convenceu de que fracassar não é assim um mau negócio, veja qual a estratégia de direção da Khosla Ventures, do famoso investidor indiano Vinod Khosla: colocar dinheiro em projetos que tenham, acredite, 90% de probabilidade de falir. "Ele (Khosla) está disposto a absorver o custo de nove 'bolas fora' em troca de 'grande tacada'. É claro que ninguém quer falhar, nem ele. Mas o fracasso é uma parte inevitável do processo criativo. Ainda mais quando se faz algo nunca antes feito", escreve Tina, de Stanford.

Henry Ford, que unanimemente mudou o mundo, é lembrado por achar o fracasso "a única oportunidade de começar de novo de maneira mais inteligente". Sábia lição.



O PRINCIPAL RUMO TOMADO DEPOIS DA EXPERIÊNCIA DE FRACASSO, POR 31% DELES, FOI ARRUMAR UM EMPREGO COM CARTEIRA ASSINADA E 16% VOLTARAM A TER EMPRESA

Consultor do Sebrae-SP Pedro João Gonçalves

HISTÓRIA do empreendedorismo

MUITO SE CAMINHOU DESDE QUE EM 1755

O ECONOMISTA IRLANDÊS RICHARD CANTILLON CRIOU
O TERMO EMPREENDEDOR. O CONCEITO ESTÁ EM ALTA.

Por André Zara



SÉCULO 18

Revolução Industrial é impulsionada por mudanças tecnológicas, como o uso da máquina a vapor, acelerando e alterando permanentemente a produção.



1845

O gaúcho Irineu Evangelista de Souza (1813-1889), conhecido como Barão de Mauá, constrói os estaleiros da Companhia Ponta da Areia, em Niterói (RJ).



1903

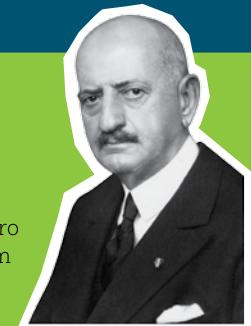
Henry Ford (1863-1947) funda sua companhia de produção automotiva em Detroit (EUA), criando o modelo de linha de produção em massa que revolucionaria a indústria.

1755

O economista irlandês Richard Cantillon (1680-1734) cunha o termo "empreendedor" em sua obra *Ensaio sobre a natureza do comércio em geral*, publicada postumamente em 1755. Ele o define como uma pessoa que assume os riscos, impostos por mudanças e demandas de mercado.

1937

Morre o empreendedor Conde Francesco Matarazzo (1854-1937), imigrante italiano cuja família chegou ao Brasil com pouco dinheiro e fez fortuna, tornando-se o homem mais rico do País em sua época.



1972

Criação do Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa (Cebræ), que se tornaria o Sebrae.

1988

Chegada da internet ao Brasil.

1950

A escola de idiomas Yázigi abre sua primeira franquia em São Paulo, sendo uma das pioneiras do modelo de negócio no Brasil.

1975

Bill Gates funda a Microsoft. Um ano depois, Steve Jobs começa a Apple, dando início à disputa entre as duas das maiores empresas de tecnologia do mundo.



Ao longo da história da humanidade sempre existiram empreendedores de sucesso. No entanto, eram casos esparsos de pessoas com grande determinação pessoal e não incentivadas por um movimento empreendedor como conhecemos hoje, que começou a surgir no Brasil na década de 1990. "Antes, o tema era tratado como gestão exclusiva de pequenas empresas, não havia grande interesse e estudos com foco no assunto", conta o coordenador do centro de empreendedorismo da Fundação Getulio Vargas de São Paulo, Tales Andreassi.

A explicação para a chegada e o desenvolvimento das ideias no País durante o período foi o momento econômico da época. Com a liberalização da economia e privatizações, os ideais de passar a carreira inteira em uma mesma empresa começaram a ser ultrapassados. "As jornadas ficaram mais longas e os

salários mais achatados. Em paralelo, surgiram diferentes exemplos de pessoas que começaram a ganhar muito dinheiro com pequenos negócios que cresceram rápido", explica Andreassi.

Outro grande impulso foram os exemplos vindos do Vale do Silício, nos Estados Unidos, na década de 80. Era uma época de crise no país, quando muitos formados, sem conseguir arranjar emprego, abriam suas empresas de tecnologia. "A diferença dos Estados Unidos é sua cultura voltada para o empreendedorismo, pois, desde cedo os jovens são incentivados a serem criativos e independentes", lembra Andreassi.

Com esse cenário, trabalhar para uma empresa ficou menos atrativo. As pessoas então começaram a pensar em opções e ter boa noção que negócios poderiam ser mais lucrativos e satisfatórios, dispensando o chefe e trilhando os próprios caminhos.

1990

O Sebrae deixa de ser instituição pública e passa a ser privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública, mantida por repasses das maiores empresas do País.



1992

A primeira Feira do Empreendedor ligada ao Sebrae ocorre em Pernambuco.

1994

É sancionada a Lei nº 8.955/94, que detalha o conceito de franchising, dispõe sobre o contrato e relações entre franqueado e franqueador.

2003

A Lei nº 10.735/03 exige que os bancos privados e públicos apliquem, em operações de microcrédito, o valor correspondente a, no mínimo, 2% dos saldos dos depósitos à vista, incentivando o crédito para micro e pequenas empresas.

2008

A Lei complementar nº 128/08, cria a categoria de Microempreendedor Individual para formalizar trabalhadores autônomos.

2013

Criação da Secretaria da Micro e Pequena Empresa do governo federal.

1991

Surge no Brasil o primeiro centro de empreendedorismo, na FGV, coordenado pela professora Ofelia Sette Torres.



1989

Lançado o primeiro livro didático sobre empreendedorismo no Brasil, intitulado *O Empreendedor - Fundamentos da Iniciativa Empresarial*, de Ronald Degen.

1999

Sancionado o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

2006

Sancionada a Lei Geral para Micro e Pequena Empresa, com inovações como o regime tributário diferencial conhecido como Simples Nacional.

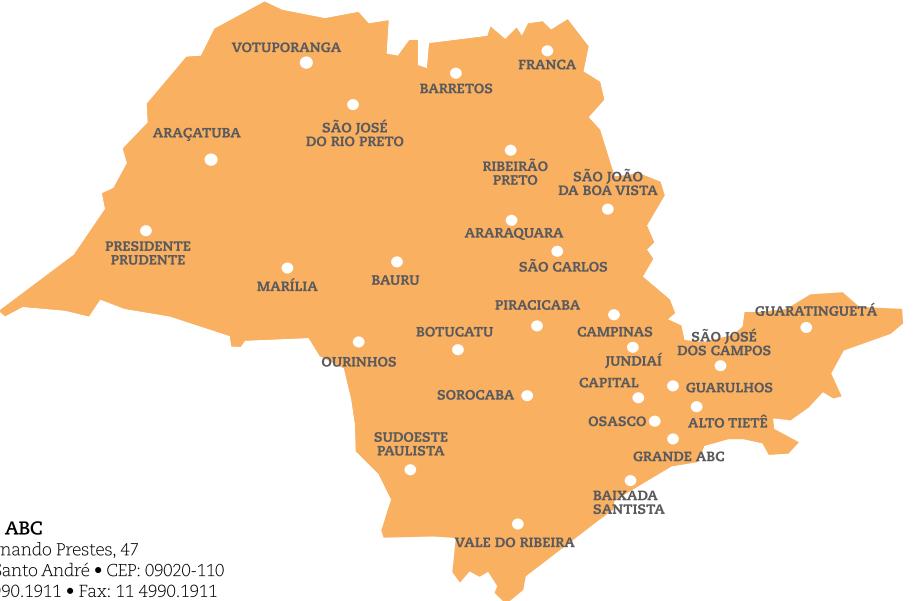
2011

A Lei nº 12.441/11 instituiu a empresa individual de responsabilidade limitada (EIRELI).



Fotos: Reprodução

ESCRITÓRIOS REGIONAIS DO SEBRAE-SP



SEDE

EDIFÍCIO MARIO COVAS
R. Vergueiro, 1117
Paraíso • CEP: 01504-001
Tel.: 11 3177.4500

CAPITAL

CENTRO
R. Vergueiro, 1.071
Paraíso • CEP: 01504-001
Tel.: 11 3177.4635 • Fax: 11 3177.4672

LESTE I
R. Itapura, 270
Tatuapé • CEP: 03310-000
Tel.: 11 2225.2177 • Fax: 11 2225.2177

LESTE II
R. Vitorio Santim, 57
Itaquera • CEP: 08290-000
Tel.: 11 2074.6601 • Fax: 11 2074.6601

INTERIOR DO ESTADO

ARAÇATUBA
Avenida das Araçás, 2113
Centro • CEP: 16010-285

NORTE
R. Duarte de Azevedo, 280/282
Santana • CEP: 02036-021
Tel.: 11 2976.2988 • Fax: 11 2976.2988

ESTE
R. Clélia, 336/344
Pompeia • CEP: 05042-000
Tel.: 11 3832.5210 • Fax: 11 3832.5210

SUL
Av. Adolfo Pinheiro, 712
Santo Amaro • CEP: 04734-001
Tel.: 11 5522.0500 • Fax: 11 5522.0500

REGIÃO METROPOLITANA

ALTO TIETÉ
Av. Francisco Ferreira Lopes, 345
Vila Lavínia • Mogi das Cruzes
CEP: 08735-200
Tel.: 11 4722.8244 • Fax: 11 4722.9108

BAIXADA SANTISTA
Av. Dona Ana Costa, 416/418
Gonzaga • CEP: 11060-002
Tel.: 13 3289.5818 • Fax: 13 3289.4644

PAS Pontos de Atendimento ao Empreendedor

Brasilândia
Rua Parapuã, 491
Tel.: 11 3991.4848
pabrilandia@sebraesp.com.br

Campo Limpo
Rua Mario Neme, 16/22
Tel.: 11 5842.2373
pacampolimpio@sebraesp.com.br

Cidade Ademar
Av. Cupecé, 2861
Tel.: 11 5562.9312
pacidadeademar@sebraesp.com.br

Itaim Paulista
R. Manoel Bueno da Fonseca, 129
Tel.: 11 2568.5086
paitaimpaulista@sebraesp.com.br

Jaraguá
Rua Friedrich Von Voith, 142
Tel.: 11 3943.1103
pacampolimpio@sebraesp.com.br

Rio Pequeno
Av. Rio Pequeno, 155
Tel.: 11 3719.2311
pacriopequeno@sebraesp.com.br

São Mateus
Rua Felice Buscaglia, 348
Tel.: 11 2015.6366
pasaoamateus@sebraesp.com.br

Sapopemba
Av. Sapopemba, 2824
Tel.: 11 2021.1110
paejaragua@sebraesp.com.br

Tremembé
Av. Maria Amália L. de Azevedo, 241
Tel.: 11 2267.1003
patremembe@sebraesp.com.br

PAEs Postos Sebrae-SP de Atendimento ao Empreendedor

ALTO TIETÉ

Ferraz de Vasconcelos: R. Bruno Altafin, 26 • Centro • CEP: 08501-160 Tel.: 11 4675.4407

Itaquaquecetuba: Est. Sta. Isabel, 1100 CEP: 08577-010 • Tel.: 11 4642-1116 / 7307 ramal 230

Suzano: R. Portugal Feixo, 106 • Centro CEP: 08674-002 • Tel.: 11 4742.3579

ARAÇATUBA

Andradina: R. Paes Leme, 1280 • Centro • CEP: 16901-011 Tel.: 18 3723.5411

Birigui: R. Roberto Clark, 460 • Centro • CEP: 16200-014 • Tel.: 18 3641.5053

Ilha Solteira: R. Rio Tapajós, 158 Zona Norte • CEP: 15385-000

Penápolis: R. XV de Novembro, 305 Centro • CEP: 16300-000 Tel.: 18 3652.1918

ARARAQUARA

Ibitinga: R. Quintino Bocaiúva, 498 Centro • CEP: 14940-000

Itápolis: R. Odilon Negrão, 570 Centro • CEP: 14900-000 Tel.: 16 3262.1534

BAIXADA SANTISTA

Cubatão: R. Padre Nivaldo Vicente dos Santos, 41 • Centro CEP: 11510-261 - Tel.: 13 3362.6025

BARRETOS

Bebedouro: Av. Hércules Pereira Ortal, 1367 • Jardim São Sebastião CEP: 14701-200 • Tel.: 17 3343.8420 ou 17 3343.8395

BAURU

Lençóis Paulista: R. Cel. Joaquim Gabriel, 11 • Centro • CEP: 18680-000

BOTUCATU

Laranjal Paulista: R. Barão do Rio Branco, 107 • Centro • CEP: 18500-000 Tel.: 15 3383.9127 ou 15 3383.9128

CAMPINAS

Artur Nogueira: R. Duque de Caxias, 2204 • Jd. Santa Rosa

Indaiatuba: Av. Eng. Fábio Roberto Barnabé, 2800 • CEP: 13331-900 Tel.: 19 3834.9272

Jaguariúna: R. Júlia Bueno, 651 sala 6 e 7 • Centro • CEP: 13820-000 Tel.: 19 3867.1477

Paulínia: Av. Pres. Getúlio Vargas, 527 CEP: 13140-000 • Tel.: 19 3874.9976

Sumaré: Pça. da República, 203 Centro • CEP: 13170-160 Tel.: 19 3828.4003 / 19 3903.4224 r. 30

PIRACICABA: R. Pe. Fabiano, 560 • Centro • CEP: 13360-000 • Tel.: 19 3491.3649

Limeira: Rua Boa Morte, 725 • Centro • CEP: 13480-074 Tel.: 19 3404.9838

Santa Bárbara d'Oeste: R. Riachuelo, 739 • Centro • CEP: 13450-020 Tel.: 19 3499.1012 ou 3499.1013

Valinhos: R. Invernada, 595 Vera Cruz • CEP: 13271-450 Tel.: 19 3829.4019 / 19 3512.4944

GUARATINGUETÁ

Campos do Jordão: Av. Januário Miráglio, 1330 • CEP: 12460-000

Cruczeiro: R. Orávio Ramos, 172 Centro • CEP: 12701-360 Tel.: 12 3141.1107 / 3143 1613

Pindamonhangaba: R. Albuquerque Lins, 138 • Centro • CEP: 12410-030 Tel.: 12 3642.9744

GUARULHOS

Aruá: R. Adhemar de Barros, 95 Centro • CEP: 04401-290 Tel.: 11 4653.3521

Mairiporá: Av. Tabalhão Passarela, 375 • Centro • CEP: 07600-000 Tel.: 11 4419.5790

JUNDIAÍ

Bragança Paulista: R. José Guilherme, 432 • Centro • CEP: 12900-231

Itatiba: R. Cel. Camilo Pires, 225 Centro • CEP: 13250-270 Tel.: 11 4534.7893 ou 11 4534.7896

MARÍLIA

Paraguaçu Paulista: R. Sete de Setembro 765 • Centro • CEP: 19.700-000

Itapetininga: R. Centro, 153 • Centro • CEP: 18200-005 Tel.: 15 3272.9218 ou 15 3272.9210

Itu: Av. Itu 400 Anos, s/n • Itu Novo Centro • CEP: 3300-200 Tel.: 11 4886.6104

São Sebastião: Av. Expedicionário Brasileiro, 207 • Centro CEP: 11600-000 • Tel.: 12 3892.1549

Taubaté: R. Armando Salles de Oliveira, 457 • Centro • CEP: 12030-080 Tel.: 12 3621.5223

Ubá: R. Dr. Esteves da Silva, 51 Centro • CEP: 11680-000 Tel.: 12 3834.1445

SOROCABA

Boituva: R. João Leite, 370 • Centro CEP: 18550-000 • Tel.: 15 3263.1413

Itapetininga: R. Campo Salles, 230 Centro • CEP: 18200-005 Tel.: 15 3272.9218 ou 15 3272.9210

Itu: Av. Itu 400 Anos, s/n • Itu Novo Centro • CEP: 3300-200 Tel.: 11 4886.6104

Piedade: Pça. da Bandeira, 81 • Centro CEP: 18170-000 • Tel.: 15 3244.3071

Porto Feliz: R. Ademar de Barros, 320 Centro • CEP: 18540-000 Tel.: 15 3261.9047

Salto: R. Nove de Julho, 403 • Centro CEP: 13320-005 • Tel.: 11 4602.6765

Salto de Pirapora: Pça. Antônio Leme dos Santos, 2 • Centro CEP: 18130-400 Tel.: 11 4784.1383

Tatuí: R. XV de Novembro, 491 Centro • CEP: 18270-310 Tel.: 15 3305.4832

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO: R. S. Paulo, 777 Higienópolis • CEP: 15804-000 Tel.: 17 3531.5313

José Bonifácio: R. Vinte e Um de Abril, 420 • Centro • CEP: 15200-000 Tel.: 17 3245.3561

Mirassol: R. Sete de Setembro, 1855 Fundos • Centro • CEP: 15130-041 Tel.: 17 3253.3434

Novo Horizonte: R. Jornalista Paulo Falzeta, 1 • Vila Paty • CEP: 14960-000 Tel.: 17 3542.7701

Olímpia: Pça. Rui Barbosa, 117 Centro • CEP: 15400-000 Tel.: 17 3279.7390

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Caraguatatuba: R. Taubaté, 90 Sumaré • CEP: 11661-060 Tel.: 12 3882.3854

Ilhabela: Pça. Vereador José Leite dos Passos, 14 • B. Velha CEP: 11630-000 Tel.: 12 3895.7220

Jacareí: Rua Lamartine Dellamare, 153 • Centro • CEP: 12327-010 Tel.: 12 3952.7362

São Sebastião: Av. Expedicionário Brasileiro, 207 • Centro CEP: 11600-000 • Tel.: 12 3892.1549

Taubaté: R. Armando Salles de Oliveira, 457 • Centro • CEP: 12030-080 Tel.: 12 3621.5223

Ubá: R. Dr. Esteves da Silva, 51 Centro • CEP: 11680-000 Tel.: 12 3834.1445

SOROCABA: R. João Leite, 370 • Centro CEP: 18550-000 • Tel.: 15 3263.1413

Itapetininga: R. Campo Salles, 230 Centro • CEP: 18200-005 Tel.: 15 3272.9218 ou 15 3272.9210

Itu: Av. Itu 400 Anos, s/n • Itu Novo Centro • CEP: 3300-200 Tel.: 11 4886.6104

Piedade: Pça. da Bandeira, 81 • Centro CEP: 18170-000 • Tel.: 15 3244.3071

EMPREENDEDORES NÃO, TRANSFORMADORES

CARLOS MIRANDA, MESTRE EM ADMINISTRAÇÃO
E MBA EM FINANÇAS PELO IBMEC-RJ.
SÓCIO-FUNDADOR DA BR OPPORTUNITIES

ico impressionado com a quantidade de pessoas que têm buscado os famosos “caminhos” para, por meio de uma jornada de alguns dias, de alguma forma, mudar sua vida. Conheço vários casos de gente que, após essas jornadas, passou a ver sua vida e tudo aquilo que carrega de uma maneira completamente diferente, e que a partir dessa nova visão criada de desafios, realmente transformou sua trajetória. Sempre gostei de comparar o ato de empreender a uma jornada dessas, fundamentalmente porque é uma rota na qual os empreendedores começaram muito mais para alterar seu dia a dia do que apenas para ficar rico.

De fato, quando conversamos com empreendedores bem-sucedidos, uma das coisas mais comuns ouvidas é que o objetivo principal, quando começaram seu negócio, não foi enriquecer. Isso parece fácil de ser dito se considerarmos apenas seu momento atual de prosperidade. No entanto, se olharmos a história de cada um deles, veremos que o que os impulsionou e impulsiona é a vontade de fazer diferente.

Melhor do que empreendedores, essas pessoas deveriam ser chamadas de transformadores, por ser essa sua real essência. Mudar a própria vida parece meio óbvio, já que em 100% dos casos foi isso o que ocorreu com qualquer pessoa na conquista do seu sonho.

Porém, para que isso se realizasse, não só buscaram marcar a vida de seus clientes ou consumidores, por meio da inovação, mas fundamentalmente tiveram de trazer pessoas para dentro de seus sonhos, de sua jornada e também impactá-las.

Essa inquietude de transformar faz com que nunca desistam e nem parem de empreender: aumentando, diversificando os seus negócios ou até mesmo recomeçando após eventuais fracassos.

Embora ser dominado por essa meta pareça uma expressão forte demais, na verdade, isso só ocorre em função do grande prazer que a mudança proporciona e pode gerar. Esse poder é provavelmente uma das maiores experiências e dos aprendizados que os empreendedores acumulam ao longo da vida.

A cada novo negócio ou desafio, ele alcançará fazer mais rápido e melhor, conseguindo com que sua jornada seja cada vez mais produtiva e carregada de prazer.

Esse prazer torna-se um hábito e mesmo aqueles que já conquistaram tudo podem ser vistos iniciando novos projetos, investindo ou colaborando de alguma forma com pessoas que estão prestes a iniciar sua história comercial. Alguns chamam esses de empreendedores seriais, mas na verdade eles são aqueles que, no limite, perceberam também a importância que têm dentro do ecossistema e para a sociedade como um todo.

É lógico que mesmo para esses empreendedores, os momentos de fracasso foram sofridos e traumáticos. No entanto, quando perguntamos sobre tais períodos, ouvimos duas coisas: a alegria por não terem desistido e o quanto aprenderam com os momentos difíceis. Por isso, independentemente do momento que você está nessa trajetória, lembre-se do seu papel de transformador de pessoas e como diria Fernando Pessoa: “Não existem viagens, mas sim viajantes”. —



Libras - Língua Brasileira de Sinais Mais acessibilidade para o Empreendedor



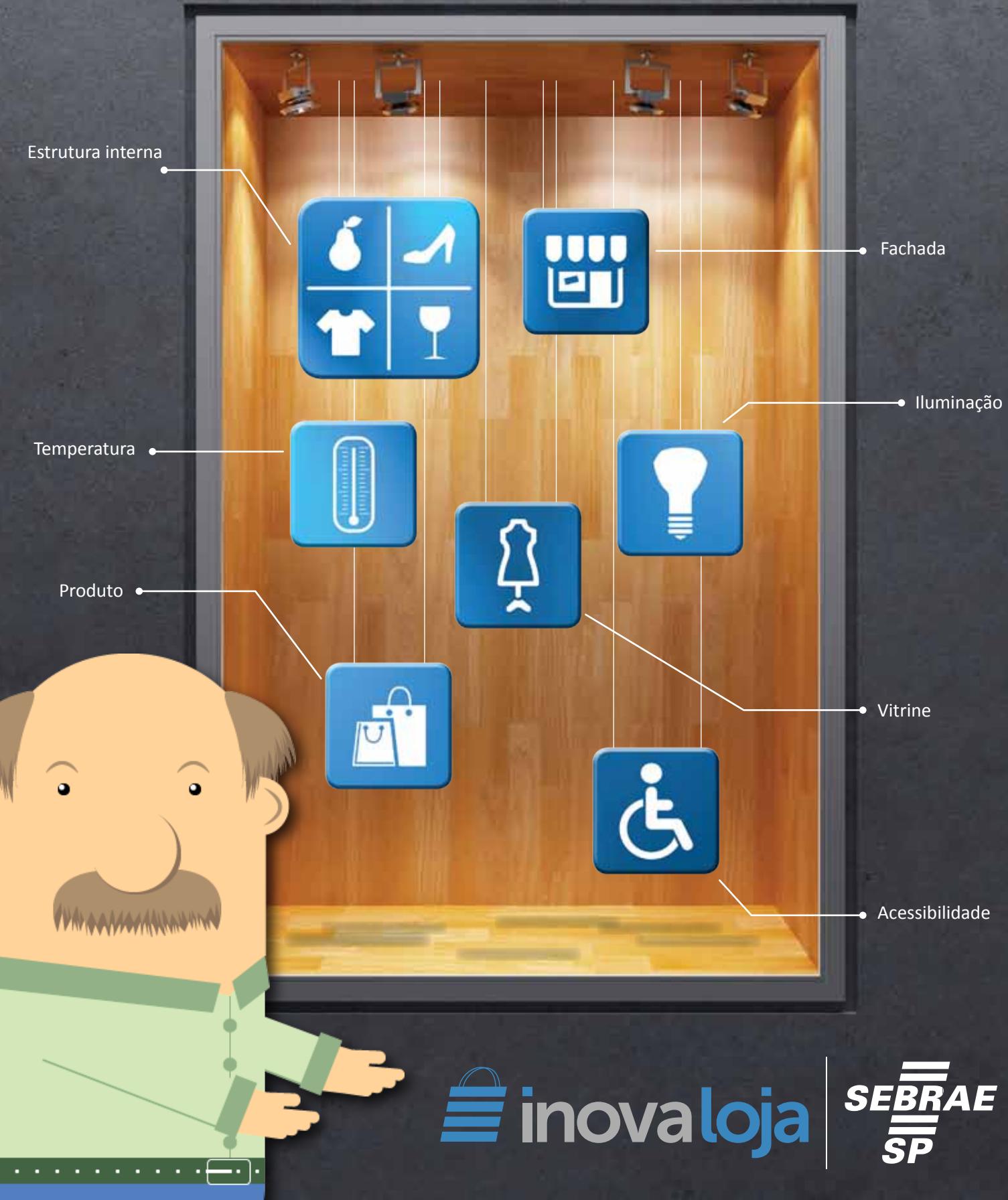
Para tornar a comunicação acessível ao cliente com deficiência auditiva e proporcionar um ambiente mais acolhedor, o SEBRAE-SP disponibiliza o serviço de **Intérprete de Libras** em seus eventos presenciais. A solicitação do serviço deverá ser comunicada no ato da inscrição e com antecedência de 5 (cinco) dias úteis à data de realização do evento. Com esta antecipação, o SEBRAE-SP providenciará as melhores condições de acessibilidade em respeito às necessidades de cada um.

O cliente, ou seu representante, poderá se inscrever pessoalmente nos **Escritórios Regionais**, pelo **portal do SEBRAE-SP** ou pelo **0800 570 0800**.



Que tal dar um banho de loja no seu estabelecimento?

O Inova Loja é o programa gratuito do Sebrae-SP que te ensina a aproveitar ao máximo seu espaço, melhorar sua imagem e aumentar seu potencial de vendas. Acesse e confira! <http://sebrae.sp.br/inovaloja>



inovaloja

SEBRAE
SP