

EMPREENDEORISMO

Ter consciência de seus sonhos, atos, recursos e limitações.

Ser criativo/a, significa criar ativamente, então delete a imagem de que apenas UMA idéia vencedora bastará para mudar a sua vida.

Se Você já leu em algum lugar que são necessários 1% de inspiração e 99% de transpiração, pode tomar isto como referência, e até considerar muitos ciclos "inspiração/transpiração" na evolução da sua idéia, que a partir deste momento alterará até a sua percepção sensorial.

Pratique no papel e no computador: rabiscar desenhos ou projeções numéricas, e depois formatá-las em programas gráficos (Paintbrush) ou planilhas (Excel), é um dos primeiros passos. Acostume-se desde esta fase, a gerar pastas e subpastas para documentar seu caminho, com arquivos, imagens, links de páginas de internet e anotações. Se precisar enviar a alguém, utilize formato PDF.

O seu tempo terá que ser expandido ou organizado, de tal forma que Você irá se empenhar na idéia que lhe veio à cabeça, validando-a (ou descartando-a), e pesquisando vários de seus aspectos: lucro, sacrifício, tempo, recursos, pessoas, legislação, cultura, etc.

FASE DA INSPIRAÇÃO

Principais sites que Você deve conhecer para pesquisar/validar idéias e portadores/as delas:

google (também no modo imagens), registro.br, inpi, biblioteca nacional, youtube, empresasdobrasil, consultasocio, escavador, serasa, lattes, e diversos juris(*)

Idéia nova é como gripe, e costuma reunir um monte de gripados na mesma "sala de consultório".

Não moderar seu entusiasmo, pode colocar portadores/as de "idéias menores" em contato com a sua e "contagiá-las" de modo equivocado. Evite convidar outros "visionários/as" para fazer parte do seu time, antes de conhecê-los/las melhor.

Entenda que "conhecer melhor" não se resume por ler perfis de redes sociais ou C.Vitae.

(*) Há dúzias de sites que pesquisam processos judiciais a partir de nomes, CPF ou CNPJ. Utilize-os para começar a conhecer melhor os/as simpatizantes/candidatos/as a parceiros/as de sua "causa".

Outros sites de busca, ajudam a determinar perfis de pessoas que se aproximam de você. Não faça julgamentos de forma puritana ou precipitada. Se encontrar algo que desabone seu/sua potencial parceiro/a de negócios, apresente a ele/a e peça explicações.

Utilizar o **google.com** para ver imagens de produtos existentes, pode regionalizar sua busca. Utilize também termos em inglês ou outro idioma. A ausência de imagens e/ou páginas do que está procurando, não significa inexistência do objeto de sua busca - muito cuidado com precedências.

O **registro.br** só valida nomes nacionais terminados em ".br"; faça buscas internacionais a partir de portais como whois.net, latnic.net, etc. Lembre-se que possuir o "domínio" com o nome de seu

produto ou serviço irá significar um grande diferencial de mkt caso você cresça. Considere inclusive a estratégia de registrar o nome da empresa e de cada produto, para agregar valor por custos anuais irrelevantes, uma vez que todos os domínios secundários poderão estar re-direcionados ao mesmo website, inclusive para páginas diferentes.

No **INPI.gov.br** você terá acesso a MARCAS, PATENTES, DESENHOS INDUSTRIAIS, etc.

No caso de MARCA, Se encontrar nomes similares ou semelhantes, consulte um/uma profissional do setor para lhe ajudar na determinação da melhor estratégia de gestão de Marcas, que envolve desde o pedido de representação/franquia, até a opção de registro em classes NCL diferentes da existente.

No caso de PATENTES ou DIs, uma assessoria jurídica especializada pode reverter direitos, caso seu invento foi pirateado, ou tem precedência sobre o que consta como depositado. Nos demais casos, valem os mesmos raciocínios aplicáveis em gestão de Marcas.

Na Biblioteca Nacional (**bn.gov.br**), você encontrará trabalhos autorais em diversas áreas, o que preenche lacunas de patentes não-depositadas ou marcas que caducaram(deixaram de ser inéditas).

A plataforma **lattes.cnpq.br** é o "linkedin" dos acadêmicos/as brasileiros/as. Costuma inclusive linkar as teses defendidas, o que já qualifica seu conteúdo.

O **Youtube.com** se torna muito útil quando você acerta na chave de busca (a exemplo do google); É muito comum encontrar idéias já em avançado estado de execução, e isto pode mudar sua posição de inventor/a para representante comercial, o que lhe demandará registros de nomes, marcas, e domínios locais como forma de nacionalização, e sinalizar poder de fogo a parceiro/a internacional.

Lembre-se que Você está buscando validar se a sua criação é original. Se não for, considere a hipótese de recomeçar tudo em outra direção, caso não obtenha uma representação comercial, ou não se conforte com a condição de concorrente.

Tesla passou por esta situação, e para não ser uma sombra de Edison, foi além de seu tempo, e ainda hoje nos surpreende com seus inventos.

Quando Você SATURAR de tanta informação, e passar a pôr em prática, resumindo e expurgando meios e caminhos, é sinal que a fase de inspiração terminou, e você entrou na :

FASE DA INOVAÇÃO

Nem sempre é preciso criar algo novo para inovar.

Se Você detectou algum erro de posicionamento comercial em algum produto promissor, formule um plano de negócios, registre-o, e apresente a detentor/a do produto. Isto pode lhe render emprego, sociedade, ou perda de tempo e até demandas judiciais. Por isso as pesquisas pessoais são úteis.

Modelos de negócio não são registráveis no Brasil. O que personaliza um negócio, são os registros de marca, site, design, processo, novos materiais, tecnologia, textos, videos, acordos, etc. Mas o que valida mesmo é a aceitação no mercado. Lembrar que atendimento e outras variáveis de Marketing podem produzir histórias diferentes, em locais diferentes, para o mesmo produto/serviço.

Se Você está gerando algo novo, produto ou serviço, o passo seguinte ao dos registros de Internet, e de marcas e patentes no INPI, é a construção de um website que apresente sua idéia ao público certo. Qual é o público certo ? Talvez Você gaste algum tempo nesta fase para descobri-lo.

Fazer isto de forma genérica, ou gratuita, irá lhe render muita perda de tempo. Spams nascem com cadastros em sites gratuitos (e lhe consomem muito tempo). Concorrentes nascem em sites bem-intencionados, com muitos detalhes sobre o negócio. Curiosos/as existem aos milhões...

Pessoalmente sou contra blogs e perfis gratuitos por outros motivos: Eles ferem leis de concorrência, leis de direito autoral, e principalmente leis contábeis, pois se você não consegue sustentar o custo mensal de uma hospedagem de site, como pensa em se tornar o próximo sucesso da BV ?

Não adianta fazer outdoor em via movimentada para vender jazigos de cemitério; também não se recomenda mala-direta... Conhecimento técnico de canais de mídia costuma ser de alta relevância para que recursos publicitários sejam maximizados.

Atente para empresas de comunicação que são especialistas em segmentos de negócios: Se podem lhe ajudar a se diferenciar do que já existe, também podem estar limitando seu mercado.

Consultores generalistas (os que atendem diversos segmentos), podem pecar ao não seguir tendências do seu segmento, mas também podem colocá-lo/a em uma posição de destaque, justamente por pensar de forma inovadora.

Em ambos os casos peça para ver o Portfolio, e/ou meios de consultar seus/suas Clientes.

Cuidar da sua imagem, como Você cuida do seu coração, ou das estruturas do seu imóvel, é coisa para Profissional. Não pense em economizar nesta área, pois são os pequenos detalhes que "matam" as grandes idéias. E duas cabeças, via de regra, pensam melhor que uma.

Uma coisa é certa: Se você não inovar, não conseguirá chegar em lugares que ainda não foram explorados. Outra coisa é comprovável: Se inovar demais, poderá se perder em um deles...

Se você já tem a prestação de serviço ou ciclo de produção/entrega ajustados e operacionais, serão os/as Clientes que irão validar sua nova idéia.

Neste ponto, as críticas poderão ajudá-lo/a ou dispersá-lo/a ou inibi-lo/a. É sua capacidade de organização e foco que lhe manterão no caminho inicialmente previsto, ajustando eventuais arestas.

Aliás, falando em previsão, você treinou simulações na sua planilha ? Acreditou no quadro otimista ou no pessimista ? Conciliou cada meta de vendas com o tempo necessário para concretizá-las, inclusive no pós-venda ? Fez teste de mercado ? Evitou a armadilha da auto-referência ?

Clientes demandarão, no mínimo, dois tipos de controle: Fluxo de caixa e cadastro com módulo de CRM, que em bom português seria ficha de resumo de visitas (mesmo sendo visitas virtuais ou telefônicas). Fazer isto de cabeça, significa que sua MEI nunca se tornará sequer Ltda, quiçá S/A.

Se o seu serviço é mensal, nunca deixe de cobrar ou pior: cobre duas vezes. Esta é uma das funções de seu programa de fluxo de caixa, que lhe ajudará nisto. Sei que você está tentado a fazê-lo na mesma planilha eletrônica que usou para fazer simulações. Mas a voz da experiência lhe soprará: - utilize um software que registre isto em base de dados. O tempo irá lhe mostrar porque.

Se os produtos que Você entregou tem garantia, ou ciclo de vida, o CRM lhe ajudará a fidelizar e renovar negócios. E nos casos mais peculiares irá lhe mostrar relações que você nunca imaginou: Ex: Mercadinho que vendia pimenta africana por R\$ 1,00 e carne de arenque a R\$ 100,00/kg.

- Vou parar de comprar esta pimenta, que não dá lucro nenhum ! (pensou o/a dono/a)
- Dê uma olhada antes na base de lista de compras: 90% dos compradores de arenque, compraram a pimenta também... (relatou a voz inaudível do software de CRM).

O tempo estará lhe ensinando a pensar e agir de forma cada vez mais otimizada e sagaz.

Em algum momento, à luz da contemplação, seu negócio estará indo bem. Você tem site com e-commerce, marca registrada (concedida), alguns programas que lhe custaram caro (mas já se pagaram), sua propaganda já consta como custo mensal, seus clientes estão contigo a mais de 5 anos, e sua retirada de pró-labore é... menor que o salário do/a seu/sua amigo/a, que trabalha como Gerente em uma rede maior que a sua.

Você empreendeu, INOVOU, mas tudo isto (ainda) não mudou sua auto-estima, ou sua auto-avaliação - que pesa bastante quando os desejos de sua família entram no cômputo dela.

FASE DO CRESCIMENTO

Não há como desfrutar do trabalho, se ele não gerar todas as contas pagas, e alguma sobra.

"Alguma" quanto ? Bem vindo/a ao mundo real. Você passou por várias etapas, que demandaram alguns anos de árduo trabalho; teve que sacrificar alguns sonhos, como aquela faculdade ou pós-graduação, aquela viagem ao Alaska, aquela chácara com piscina no alto da serra...

Não, Você não sacrificou. Você adiou. Era necessário que o mercado validasse sua capacidade de inovação e sua determinação. Pois o que Você inseriu, foi uma nova cultura, que demandou tempo para se ajustar e re-organizar as outras existentes. Estou falando de uma década, no mínimo.

O seu reconhecimento virá a partir de agora. Sua incansável busca de novas formas de fazer as coisas, gerou novas riquezas e guiou outras pessoas, que também passaram a empreender.

A riqueza, agora retornará como consequência. E claro, fazer o seu "pé-de-meia" deve ser um dos planos para o futuro. Você começará a crescer, à medida que poupar, e destinar parte desta poupança à expansão daquilo que Você agora sabe, seguramente, ser um bom negócio.

Capital externo, nesta fase, pode ser de boa ou péssima ajuda. Boa, quando suas exigências não comprometem o controle de seu negócio. Por exemplo: Empenhar um imóvel, comprado a muito sacrifício, e de uso estratégico, para obter capital de giro: Se o negócio cair, o imóvel vai junto.

Por outro lado, um/a novo/a sócio/a que entre apenas com "trabalho", deverá ter mais que 10% ? Este percentual geralmente remunera muito bem quem tráz novos negócios (inclusive pagando os encargos trabalhistas). Fuja de "Anjos" que lhe pedem 51% do negócio. Avalie meticulosamente ofertas que fixam percentuais sobre faturamento. Você quer alavancas, portanto dispense âncoras.

Considerar também que hoje, capital pode vir na via financeira, na modalidade intelectual, no fator energia, no vetor tempo, e até na vertente saúde, se for algo que demanda longo prazo.

Pessoas não são capital; são portadores dele. Lembre-se disso na hora que for remunerá-las pelo uso de suas "propriedades", e não por suas "personalidades". Quem não distinguir, pode errar feio.

Premissas à parte, olhe com atenção para o histórico do trabalho que você empenhou. Se quiser se manter fiel a ele, seus/suas novos/as Clientes terão o perfil semelhante aos atuais, e encontrá-los/as às vezes basta formular um pedido de novas indicações. Ou propor novos serviços, que Você incorporou (e domina) por força do relacionamento com outros/as Clientes.

Motivá-los/as com brindes e sugestões de melhorias em seus próprios negócios, também é uma forma de gerar uma "moeda de troca", que vira novos contatos à medida que seu/sua Cliente perceber na proatividade desta postura, um canal de duas vias.

Você cresce junto com seus/suas Clientes. Os/As Clientes deles/as também deverão estar crescendo. Isto se torna uma rede de networking, e precisa de alguma forma ser incentivada a se auto-conhecer e se inter-relacionar.

Clubes, jantares, eventos esportivos, e outras formas de convívio social, fazem sua "moeda pessoal" se valorizar, mesmo que você seja reservado/a - o que estaria denotando algum zelo por sua auto-imagem. Só evite os excessos. "Se for dirigir, não beba" é um ditado útil para motoristas e líderes.

Aliás, LIDERANÇA é a palavra que resume esta fase.

FASE DA RENOVAÇÃO

O mercadinho está se tornando uma rede de supermercados, e a cidade onde Você começou dobrou de tamanho, comportando inclusive mais concorrência.

Isto é bom ou mal ? É uma oportunidade ou ameaça ? Tira-lhe o sono por preocupação ou por ansiedade de assumir a liderança do mercado ?

Sua equipe está formada. Você inclusive a tutelou no uso das melhores ferramentas, evitando que gostos pessoais se sobrepusessem à cultura da Empresa.

Também fidelizou o relacionamento com seus/suas fornecedores/as estratégicos/as, aqueles/as que nunca lhe abandonaram, e foram co-responsáveis pelo seu sucesso. São seus "olhos e ouvidos" externos. Esteja sempre atento/a, porque lhe trazem novas/velhas informações.

Isto não significa que Você está fechado para novas idéias. Afinal, foi com elas que chegou aqui.

Sucessão, é uma palavra que começa a aparecer no seu "share-of-mind". Ela irá designar, ela irá transformar, e até "sepultar" pessoas ao seu redor.

Tom Watson, no livro "IBM, Pai, Filho & Cia.", relata com maestria esta questão. De Sucessor a Sucedido, a preocupação com o crescimento sustentável, e sua vida pessoal como pano de fundo.

Mas e quando, o coração ainda pulsa, e sua energia ainda te movimenta por mais desafios ?

A renovação pode se basear no estigma da águia, que decorridos 20 anos de vida, precisa se afastar

da vida que leva e arrancar seu bico retorcido e curvado que lhe impede de caçar, o que exige controle de dor e medo. As que conseguem, voltam com o bico em crescimento, e vivem mais 20 anos, agora melhores pelo uso da experiência.

Metáforas à parte, o vinho que você gosta está mais refinado. Mas continua sendo feito de uva.

Então, a vida lhe apresentará um novo desafio ? Ou Você ainda não aprendeu a deletar aquela velha idéia de apenas uma idéia vencedora... Serão muitos desafios !

E se lhe parecer que terá que começar tudo de novo, e isto te motiva, seja bem-vindo/a ao seletor clube dos/as Empreendedores/as: Pessoas normais, mas determinadas, que adquiriram consciência do poder de seus sonhos, da responsabilidade por seus atos, da sua capacidade de organizar recursos em pró de um ideal, e das limitações que precisam ser superadas.

Se lhe pairam algumas dúvidas quanto ao seu destino, volte ao início do texto e releia tudo de novo.

** Se Você gostou deste texto, acesse os links abaixo, para conhecer (e gostando, participar das) iniciativas empreendedoras:*

<http://www.hotellibero.com.br/reservar.htm> (mecanismo de reservas) ©

<http://www.latmontezuma.com.br> (modelo de negócios) ©

<http://www.salvicampos.com.br/diveros/index.htm> (Dataprice, mecanismo de cotação instantâneo) ©

<http://www.saojoao.net.br/display.htm> (brinde simples e sedutor) DI ®

<http://www.saojoao.net.br/estante.htm> (sem pregos e/ou parafusos) DI ®

<http://www.software.adm.br> (exemplos de websites empreendedores) ©

Fabio Jose de Carvalho Teixeira
Empreendedor Convicto e Consultor/Gestor de Inovação

© 2017 by Fábio José de Carvalho Teixeira :: reprodução livre, sem alterações e/ou supressões.