

classificados

negócios



Aimar de Paula está no sexto empreendimento

06 páginas
187 anúncios

Para anunciar ligue 3226 4000 ou acesse classificados.folha.com.br

Você pode pagar em até 3 vezes no cartão de crédito

no verso empregos

CERTIFICAÇÃO Produtos da Amazônia devem ter selo em 2013

Pág. 4

Lição do primeiro fracasso alimenta futuro sucesso

Falência deve ser considerada parte de processo de empreendedorismo

FELIPE GUTIERREZ DE SÃO PAULO

Fechar as portas traz mais do que experiências e sentimentos negativos. Muitas vezes, os erros da primeira empresa serão os propulsores do sucesso da segunda — ou das demais —, avaliam especialistas em empreendedorismo.

“É raro acertar o modelo [de início], sem nenhuma história de fracasso durante o processo”, ressalta Juliano Seabra, diretor de educação e pesquisa do Instituto Endeavor Brasil, ONG que promove o empreendedorismo.

Eduardo Ourivivo, 44, abriu o primeiro restaurante no começo da década de 1990. No início, diz ele, foi muito bem.

Com sócios, montou mais nove pontos — dois com o mesmo nome e outros sete. “Para abrir novas unida-

des, tomávamos dinheiro emprestado e ficamos com uma dívida que custava, em média, 5,5% [em juros] ao mês.”

No fim da década, ele sentiu o mercado piorar e as vendas diminuírem. “Quebramos, foi horrível”, recorda.

Para Ourivivo, o Spoleto, re-

de de alimentação do qual é sócio, é consequência de erros e acertos anteriores.

“O fato de termos tido várias operações ajudou, pois aproveitamos o melhor de cada uma delas”, analisa.

ESGOTAMENTO

“É evidente que ninguém quer fracassar, mas quem experienta ganha com isso”, diz Luiz Barreto, presidente do Sebrae Nacional (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

A morte de negócios é normal, afirma. Há “rotatividade natural, esgotamento e aumento de concorrência — o mercado tem regulações naturais”, considera Barreto.

Mas, independentemente dos motivos, os empresários que fracassam são penalizados socialmente, afirma ele. “A família vira o rosto: ‘lh, es-

se cara não deu certo’.”

Isso não acontece em países com cultura empreendedora mais forte, como os Estados Unidos, segundo ele.

Aimar de Paula, 41, está no sexto negócio e parece não se importar com a avaliação feita sobre suas experiências.

Aos 18, teve escola de música. Depois, abriu quatro restaurantes. Alguns fecharam por desentendimento de sócios e outros, por mau planejamento ou má localização.

“Achava que era só ter talento, bom produto e vontade de trabalhar. [Mas] é preciso dominar fluxo de caixa e outras variáveis”, avalia.

Há um ano, ele abriu empresa de “personal chef”, que tem um funcionário e atende a clientes que queiram refeições personalizadas.

» LEIA MAIS nas pág. 2 e 3

“A recuperação [do empresário] depende de como se gerencia o fracasso

JULIANO SEABRA
diretor da Endeavor

Negócios acabam, mas a experiência sempre é acumulada

LUIZ BARRETO
presidente do Sebrae Nacional

Índice

- Empresas compra e venda
Franquias/repres. e sociedades
Beleza/inst./prod. e serviços
Máquinas, equip. e motores
Alim. / eventos / festas / buffets
Antiguidades / coleções
Aulas e cursos
Beleza / estética
- Comunicados
Créditos e serviços financeiros
Detetives
Exoterismo
Informática
Instrumentos musicais
Leilões
Mensagens religiosas
Náutica / aeronáutica
Profissionais liberais
Serviços funerários
Acompanhantes
Clínicas de massagem
Livraria

Prática auxilia mudança de rota

Montar e gerir uma empresa traz benefícios a quem quer constituir novo negócio ou ter emprego

DE SÃO PAULO

Experiências com um negócio fracassado são usadas mesmo quando há mudança radical de foco ou migração para o mercado de trabalho.

“Algumas tarefas são universais, como administrar capital de giro e questões burocráticas”, afirma Marcelo Aidar, coordenador de curso de empreendedorismo da FGV (Fundação Getúlio Vargas).

Antônia Joyce Venâncio, que realizou o sonho de ter um café, em 1996, no Jardim Bonfiglioli (zona oeste de São Paulo), confirma o saldo positivo de gerir uma empresa.

O local era “bonito e charmoso”, mas teve de ser fechado depois de três anos.

“O público não diferenciava o café expresso do comum, e a aparência [refinada] do lugar intimidava os clientes”, justifica ela, que atribui o fracasso à falta de pesquisa.

Depois que o café falu, Venâncio foi trabalhar em uma produtora de vídeos. Ao ser demitida, empreendeu de novo, mas migrou para um negócio bastante diferente do anterior: venda porta a porta de bonecas artesanais.

Comercializava o produto em reuniões de amigas. A loja Preta Pretinha nasceu dessa forma, há 11 anos.

“Tenho bonecas obesas, nariguda, com orelha de abano, moradora de rua, cadeirante, com câncer e amputada”, lista. “Não dá para ficar só em uma coisa [apenas um tipo de produto]”, considera ela.

A diversidade também faz parte da vida empresarial de Felipe Albuquerque, 26.

Seu primeiro empreendimento, um site com ofertas de imóveis e veículos na região oeste do Estado de São Paulo, não deu certo.

Para financiá-lo, usou o dinheiro que recebeu no período em que trabalhou como empregado em uma usina.

“Existe um tempo de maturação do negócio, até começar a dar retorno. Mas cal-

culei mal e faltou dinheiro.”

Para manter o site, ele e o sócio começaram a prestar consultoria de crédito empresarial — que tornou-se a atividade principal depois de perceberem que o negócio na internet não traria resultado.

EMPREGO

A experiência empreendedora também pode auxiliar quem deseja garantir um emprego, na avaliação de Marcelo Dechelli, diretor da consultoria Michael Page.

O supervisor Marcos Dechelli, 50, que diz ter adquirido habilidades no ano em que teve distribuidora de produtos de limpeza, é exemplo.

Antes da empresa, Dechelli havia trabalhado apenas em ambientes muito técnicos. Com o negócio próprio, aprendeu “a lidar com o público e com os fornecedores”.

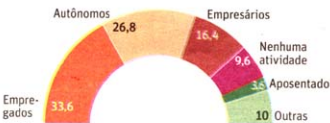
Para Lucca, há uma ressalva em relação a ex-empresários que querem trabalhar como empregados. Quem passou muito tempo gerindo um negócio não está acostumado a ter chefe, assinala.



A empresária Antônia Joyce Venâncio em sua loja de bonecas étnicas artesanais, em SP

NOVO RUMO

Aonde vão donos de empresas que foram à falência, em %



MORTALIDADE DE NEGÓCIOS NOS DOIS PRIMEIROS ANOS



Fontes: Sebraes Nacional e São Paulo

Mortalidade de novas empresas no Brasil é de 27%, aponta censo

DE SÃO PAULO

Em média, 27% dos empreendimentos fecham nos dois primeiros anos no Brasil.

É o que aponta o primeiro censo do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), que fez parceria com a Receita Federal para conhecer o destino de pequenas empresas.

Pelo estudo, Pernambuco é o Estado em que a mortalidade de negócios com até dois anos é maior: 42%.

Nesse percentual está a empresa de acessórios de Adilton Alves do Nascimento, 45, que foi fechada no ano passado no Recife.

Nascimento, que original-

mente é publicitário, faz uma lista de problemas que teve de enfrentar: “Não tinha formação na área e não conseguia capital de giro nem repor todos os produtos”.

Para Roberto Castelo Branco coordenador do Sebrae-PE, uma das explicações para a taxa de mortalidade pernambucana ser superior à do país é o aquecimento do mercado de trabalho.

Cerca de um terço dos empreendedores só abre empresa porque não tem emprego, segundo Castelo Branco.

Quando os empresários encontram colocação, fecham o negócio. “[Eles] preferem a segurança do salário, dos benefícios e da Previdência.”

Frustração é usual depois da falência

Experiência de fracasso vale mais que a de sucesso, mas empreendedores têm receio de se expor, afirma analista

DE SÃO PAULO

Há dez anos, Roberto Miranda, 38, foi abordado por um oficial de justiça em casa. A visita era para tomar um veículo do então empresário, que acumulava dívidas e não tinha recursos para pagar nem a conta de energia.

"[Ele] falou para tirar os pertences [do automóvel]. Fiquei com os óculos escuros e os CDs vendendo meu carro ir embora", lembra.

Esse foi um dos momentos mais dramáticos da vida profissional de Miranda, que sempre quis ser empresário.

Em 1991, abriu uma agência de promotores de venda.

A empresa cresceu, chegou a ter 40 empregados, mas erros estratégicos o fizeram perder clientes e receita. A solução foi trabalhar como empregado — tornou-se gerente de marketing.

"Foi desastroso. Eu não sabia ser funcionário", reflete ele, que foi demitido um ano depois. Hoje dono de uma escola de hotelaria, diz que a experiência foi traumática, mas tem orgulho de contá-la.

Sentimento de perda e frustração são as principais emoções que empresários ex-



Roberto de Andrade, em sua empresa, em São Paulo

perimentam ao fechar um negócio, segundo pesquisa do Sebrae-SP (leia abaixo).

Para o professor de estratégia do Insper David Kallás, um dos motivos é o apego, que cresce com o tempo.

AVALIAÇÃO

O professor de empreendedorismo do Ibmec João Bonomo diz que, após a sensação de derrota, empresários fazem autoanálise para tentar

entender os erros.

"Para a experiência, fracasso vale mais do que sucesso, mas ninguém quer se expor com isso", diz.

Depois de fechar uma empresa de comércio eletrônico de pneus e rodas importadas, Roberto Andrade, 30, abriu outras duas — de impressão em 3D e de aplicativos.

"Minha maior motivação é provar para mim que consigo ser meu próprio chefe."

ENTREVISTA

Derrota empresarial deve ter espaço em economia evoluída

Especialista britânico defende tentativa e erro para adaptação de empreendimentos

DE SÃO PAULO

"Toda cultura deve fazer as pazes com o fracasso e com a adaptação", defende o economista britânico Tim Harford, 38, que lançou o livro "Adapt: Why Success Always Starts with Failure" (Adaptação: por que o sucesso sempre começa com o fracasso, em tradução livre).

Confira, a seguir, entrevista com o autor, que defende o método da tentativa e erro para buscar soluções para problemas empresariais.

*

Folha - Pequenas empresas têm tendência maior a fracassar do que grandes?

Tim Harford - São questões diferentes. Para uma grande empresa, o problema é levar a informação correta a quem toma decisões.

Em pequenas, isso não existe — o dono está servindo ao cliente ou criando um programa no computador e consegue ver o que funciona.

Mas, se muitas ideias falham, a empresa fecha. Não há como evitar — talvez [investir em] pequenas apostas que tragam retorno.

Por que é difícil reconhecer uma derrota?

Existem vários motivos. Uma empresa pode fazer um investimento alto em um novo produto que pode ser bom, mas cujo tempo ainda não chegou, por exemplo.

Há razões pessoais. Ficamos ansiosos até com pequenas perdas e faremos muitas coisas para evitá-las, correndo riscos cada vez maiores.

É um processo natural de negação: "Vou tentar com mais intensidade — é só mais um pouco de dinheiro", e esse aparente fracasso vai tomar-se, no fim, um grande sucesso".

Em algumas culturas, um fracasso é mais constrangedor do que em outras. Isso afeta o sucesso empresarial em determinados países?

Há diferenças culturais, mas nem sempre são as que esperamos. Alguns asiáticos são mais incentivados a chegar a respostas por tentativa e erro do que americanos.

As economias bem-sucedidas têm de achar uma forma de acomodar fracassos. Toda cultura precisa fazer as pazes com o fracasso e a adaptação.

EMOÇÕES O que dizem ter sentido empresários que faliram*

% de respostas



*Respostas espontâneas. Fonte: Sebrae-SP