



## **ADVANCE Business School**

**Os melhores conceitos e práticas de  
Gestão, Marketing e Vendas  
aplicados à sua empresa**

© 2009, **ADVANCE Marketing Ltda.**

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9.610 de 19/02/98.

Nenhuma parte desse livro, sem autorização prévia e por escrito da ADVANCE Marketing, poderá ser reproduzido ou transmitido sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros.

ADVANCE Marketing Ltda.  
R. Afonso Bras 473 – 1 andar  
04511-011 Vila Nova Conceição  
São Paulo / SP – Brasil

Telefone: +55-11-3044-0867

Email: [advance@advancemarketing.com.br](mailto:advance@advancemarketing.com.br)

Web-site: [www.advancemarketing.com.br](http://www.advancemarketing.com.br)

A ADVANCE Marketing é uma empresa de treinamento e consultoria em gestão, vendas e marketing.

Nossa missão é maximizar a performance das empresas através de consultoria em áreas vitais, desta forma, fortalecendo e tornando o canal de vendas e distribuição melhor preparado para competir.

Para isto contamos com uma grande rede de profissionais e escritórios em São Paulo, Miami, Califórnia, México, Argentina e Nova Zelândia.

Fazem parte do nosso portfolio de clientes empresas como Microsoft, Oracle, IBM, Intel, Progress, Avaya, Cisco, Symantec, Serasa, Bematech e mais de 500 outras empresas.

Oferecemos, ao mercado, **treinamento e consultoria** nas áreas:

- ✓ Plano estratégico e plano de gestão empresarial
- ✓ Empreendedorismo e Plano de Negócios
- ✓ Planejamento de marketing e canal
- ✓ Atividades de marketing e geração de demanda
- ✓ Planejamento de recursos humanos, motivação e remuneração
- ✓ **Vendas** - capacitação da equipe de vendas utilizando metodologias como Solution Selling, Target Account Selling, SPIN Selling, Value Selling e Strategic Selling
- ✓ **Tele-vendas** – eficiência máxima em atendimento e vendas por telefone
- ✓ **Liderança e Coaching** – treinamento de liderança para gestores

Adicionalmente, oferecemos **serviços** nas áreas:

- ✓ Pesquisas de mercado
- ✓ Atividades de marketing e geração de demanda
- ✓ Geração e acompanhamento de oportunidades

## Sobre o Autor

### Prof. Dr. José Dornelas

É um dos maiores especialistas nacionais em empreendedorismo e plano de negócios, autor de best-sellers pela editora Campus: "Empreendedorismo, transformando idéias em negócios", "Planejando incubadoras de empresas" e "Empreendedorismo Corporativo", tendo sido, este último, finalista do prêmio Jabuti 2004.

## Guia Prático do Empresário de Sucesso – Índice

Sobre o Autor	3
Capítulo 9 – Empreendedorismo em 7 passos	4
Passo 1 – Assumir riscos	4
Passo 2 – Identificar oportunidades	5
Passo 3 – Conhecimento, organização e independência	5
Passo 4 – Tomar decisões	5
Passo 5 – Liderança, dinamismo e otimismo	5
Passo 6 – Planejamento e plano de negócios	5
Passo 7 – Tino empresarial	6

# Empreendedorismo em 7 passos

Por Prof. Dr. José Dornelas

O interesse de toda a sociedade em relação aos pequenos negócios é explicado pelo seu grande significado político e econômico. Político porque as micro e pequenas empresas funcionam como fator de equilíbrio da estrutura empresarial brasileira e coexistem com as grandes empresas. Econômico porque geram grande número de empregos, por isso, contribuem muito na geração de receitas e na produção de bens.

No entanto, muitos empresários não conseguem manter as portas de suas empresas abertas por muito tempo. Pesquisas do SEBRAE-SP mostram que cerca de 58% das empresas de pequeno porte abertas em São Paulo não passam do terceiro ano de existência.

O que leva tantas empresas à extinção? O que faz com que outras sobrevivam aos trancos e barrancos?

O fracasso pode estar ligado à falta de dinheiro no mercado, escassez de recursos próprios, entrada de novos concorrentes e mudanças das políticas do governo. Mas, uma das causas mais frequentes do fracasso está ligada, diretamente, aos próprios empreendedores, isto é, à falta de habilidade administrativa, financeira, tecnológica e mercadológica.

A força que empurra o empresário para o sucesso é, sem dúvida, a vontade de enfrentar o desafio de abrir o próprio negócio. Mas somada a essa vontade tem que haver a disposição para adquirir conhecimentos e para desenvolver comportamentos adequados a empreendedores bem-sucedidos. Pesquisas feitas com empresários de sucesso identificaram qualidades especiais comuns a todos eles e que foram responsáveis por garantir o seu lugar no mercado. Dentre uma destas qualidades, está a importância que os empresários dão ao plano de negócios, utilizado-o não apenas como um documento para captação de recursos, mas como uma ferramenta de gestão empresarial, sendo visto como um mapa que guiará a empresa ao seu destino e ao cumprimento de seus objetivos.

Neste fascículo vamos apresentar o tema “empreendedorismo e plano de negócios”.

Porém, antes de iniciar precisamos esclarecer que o empreendedorismo pode ser tanto corporativo quanto de “start-up”:

**Empreendedorismo corporativo** – procura trabalhar os conceitos do empreendedorismo e da inovação através de programas voltados ao desenvolvimento do perfil empreendedor de funcionários e executivos e na implementação de novos projetos e negócios corporativos. Aplica-se a empresas já constituídas, de médio e grande porte, através de treinamentos, palestras, seminários, workshops e consultorias.

**Empreendedorismo de start-up** – procura trabalhar com potenciais empreendedores e empresas inovadoras em estágio inicial de desenvolvimento, através de treinamentos, palestras e consultorias relacionadas ao empreendedorismo, plano de negócios, inovação e capital de risco.

## EMPREENDEDORISMO EM 7 PASSOS:

### Passo 1 – Assumir riscos

Esta é a primeira e uma das maiores qualidades do verdadeiro empreendedor. Arriscar conscientemente é ter coragem de enfrentar desafios, de tentar um novo empreendimento, de buscar, por si só, os melhores caminhos. É ter autodeterminação. Os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a lidar com eles.

### **Passo 2 – Identificar oportunidades**

Ficar atento e perceber, no momento certo, as oportunidades que o mercado oferece e reunir as condições propícias para a realização de um bom negócio é outra marca importante do empresário bem-sucedido. Ele é um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

### **Passo 3 – Conhecimento, organização e independência**

Quanto maior o domínio de um empresário sobre um ramo de negócio, maior será sua chance de êxito. Esse conhecimento pode vir da experiência prática, de informações obtidas em publicações especializadas, em centros de ensino, ou mesmo de "dicas" de pessoas que montaram empreendimentos semelhantes.

Possuir senso de organização, ou seja, ter capacidade de utilizar recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos de forma racional. É bom não esquecer que, na maioria das vezes, a desorganização principalmente no início do empreendimento compromete seu funcionamento e seu desempenho.

Determinar seus próprios passos, abrir seus próprios caminhos, ser seu próprio patrão, enfim, buscar a independência é meta importante na busca do sucesso. O empreendedor deve ser livre, evitando protecionismos que, mais tarde, possam se transformar em obstáculos aos negócios. Só assim surge a força necessária para fazer valer seus direitos de cidadão-empresário.

### **Passo 4 – Tomar decisões**

O sucesso de um empreendimento, muitas vezes, está relacionado com a capacidade de decidir corretamente. Tomar decisões acertadas é um processo que exige o levantamento de informações, análise fria da situação, avaliação das alternativas e a escolha da solução mais adequada. O verdadeiro empreendedor é capaz de tomar decisões corretas, na hora certa.

### **Passo 5 – Liderança, dinamismo e otimismo**

Liderar é saber definir objetivos, orientar tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, estimular as pessoas no rumo das metas traçadas e favorecer relações equilibradas dentro da equipe de trabalho, em torno do empreendimento. Dentro e fora da empresa, o homem de negócios faz contatos. Seja com clientes, fornecedores e empregados. Assim, a liderança tem que ser uma qualidade sempre presente.

Um empreendedor de sucesso nunca se acomoda, para não perder a capacidade de fazer com que simples idéias se concretizem em negócios efetivos. Manter-se sempre dinâmico e cultivar um certo inconformismo diante da rotina é um de seus lemas preferidos.

O otimismo é uma característica das pessoas que enxergam o sucesso, em vez de imaginar o fracasso. Capaz de enfrentar obstáculos, o empresário de sucesso sabe olhar além e acima das dificuldades.

### **Passo 6 – Planejamento e plano de negócios**

Existe uma importante ação que somente o próprio empreendedor pode e deve fazer pelo seu empreendimento: planejar, planejar e planejar. No entanto, é notória a falta de cultura de planejamento do brasileiro, que por outro lado é sempre admirado pela sua criatividade e persistência.

Os fatos devem ser encarados de maneira objetiva. Não basta apenas sonhar, deve-se transformar o sonho em ações concretas, reais, mensuráveis. Para isso, existe uma simples, porém para muitos, tediosa, técnica de se transformar sonhos em realidade: o planejamento.

Muito do sucesso creditado às micro e pequenas empresas em estágio de maturidade é creditado ao empreendedor que planejou corretamente o seu negócio e realizou uma análise de viabilidade criteriosa do empreendimento antes de colocá-lo em prática.

Quando se considera o conceito de planejamento, têm-se pelo menos três fatores críticos que podem ser destacados:

1. Toda empresa necessita de um planejamento do seu negócio para poder gerenciá-lo e apresentar sua idéia a investidores, bancos, clientes e para seus parceiros, sejam eles fornecedores ou seus funcionários,
2. Toda entidade provedora de financiamento, fundos e outros recursos financeiros necessita de um plano de negócios da empresa requisitante para poder avaliar os riscos inerentes ao negócio, e
3. Poucos empresários sabem como escrever adequadamente um bom plano de negócios. A maioria destes é composta de micro e pequenos empresários, os quais não têm conceitos básicos de planejamento, vendas, marketing, fluxo de caixa, ponto de equilíbrio e projeções de faturamento. Quando entendem o conceito, geralmente não conseguem colocá-lo objetivamente em um plano de negócios.

### **Passo 7 – Tino empresarial**

O que muita gente acredita ser um "sexto sentido", intuição, faro empresarial, típicos de gente bem-sucedida nos negócios é, na verdade, na maioria das vezes, a soma de todas as qualidades descritas até aqui. Se o empreendedor reúne a maior parte dessas características terá grandes chances de êxito. Quem quer se estabelecer por conta própria no mercado brasileiro e, principalmente, alçar vôos mais altos na conquista do mercado externo deve saber que clientes, fornecedores e mesmo os concorrentes só respeitam os que se mostram à altura do desafio.

### **Considerações Finais**

Com o constante aumento do desemprego, muitos ex-funcionários de empresas têm se jogado, sem qualquer preparo, na aventura de montar um negócio próprio, com o sonho de independência financeira, de liberdade e de ficar rico. A história tem mostrado que uma pequena parcela desses mesmos aventureiros, também chamados de empreendedores, são os grandes responsáveis pelo desenvolvimento econômico e crescimento do país. Porém, a grande maioria encontra uma nova decepção quando opta pelo negócio próprio e acaba conhecendo uma realidade cruel, a qual mostra quão vil é o mercado com aqueles que não estão preparados.

A economia de mercado não permite aos principiantes ou apenas sonhadores saírem vitoriosos. Isso não significa que se devem aceitar os fatos e deixar que o mercado sempre imponha as regras do jogo. Pode-se sim, com um **planejamento eficaz, contínuo e, o mais importante, com uma análise realista**, construir empresas de sucesso mesmo em tempos de crise. Para isso, o futuro empreendedor deve compreender as regras do jogo antes de jogar e se convencer, a partir de dados concretos, que há uma possibilidade de sucesso no futuro empreendimento.

O problema é que as ferramentas disponíveis a esses empreendedores, destinadas a fornecer-lhes suporte nesta tarefa, são mal compreendidas e precariamente utilizadas. O plano de negócios é um exemplo claro de ferramenta de gestão comprovadamente eficiente em muitos casos, mas que, em outros, pelo fato de não ser adequadamente compreendida, acaba não agregando valor à ação empreendedora e cai no descrédito.

Os fatores principais que levam a esse cenário são muitos, mas o principal é o fator cultural do brasileiro que não crê no planejamento e prefere errar e aprender com os erros. Essa experiência de aprender com os erros seria sempre válida se fosse possível repeti-la mais de uma ou duas vezes, o que geralmente não ocorre por diversos fatores, tais como quantidade de recursos escassos, tanto financeiros como materiais, e número limitado de investidores dispostos a investir.

Desta forma, é cada vez mais evidente e necessário que os empreendedores não apenas possuam as qualidades necessárias, mas principalmente, que vejam o planejamento, materializado por meio do plano de negócios, como a sua principal arma para construir ou levar o seu empreendimento a um crescimento com bases sólidas e rumo ao sucesso.

O tema é extenso, porém procuramos abordar os principais pontos de forma a apresentar a você quais os principais requisitos para ser um empreendedor de sucesso, seja dentro da empresa onde você trabalha ou naquela que você deseja constituir!