

10 Comportamentos que todo empreendedor pode desenvolver para ser bem-sucedido



SEBRAE

FEBRABAN



MEU BOLSO EM DIA

FEBRABAN EDUCAÇÃO

Plataforma Meu Bolso em Dia

Aprenda gratuitamente a se organizar, sair das dívidas e juntar dinheiro para viver com mais tranquilidade, hoje e no futuro.

Aqui você encontra cursos, vídeos e outros materiais interativos, em uma jornada de aprendizagem personalizada, com informações e conhecimentos adequados ao seu perfil e ao seu momento de vida.

Tudo de uma maneira simples e do seu jeito!

plataforma.meubolsoemdia.com.br/ 

Apresentação

A Febraban (Federação Brasileira de Bancos) e o Sebrae Minas Gerais firmaram um convênio que resultou na criação de conteúdos para apoiar o desenvolvimento dos micros e pequenos empreendedores, que são um importante público-alvo do programa Meu Bolso em Dia.

Como parte dessa cooperação, entre 2021 e 2022 o Sebrae-MG produziu uma série de dez artigos sobre cada um dos comportamentos que são determinantes para o sucesso do empreendedor. Mais do que as habilidades gerenciais, vimos o quanto características e atitudes pessoais podem determinar o futuro dos negócios.

Considerando a relevância do tema e a qualidade desse conteúdo, decidimos criar este e-book, condensando as dicas e orientações trazidas pelo Sebrae-MG em um guia que pode ser consultado e compartilhado com facilidade, chegando a um número cada vez maior de pessoas.

Afinal, os empreendedores têm ajudado a transformar o mundo. E quanto mais puderem acessar conhecimento, mais longe iremos como sociedade.

Nossos agradecimentos aos times do Sebrae-MG e da Febraban e a você, leitor, que busca informações para aprimorar suas competências empreendedoras e financeiras.

Esperamos que este e-book seja útil para você!

Equipes do Meu Bolso em Dia e do Sebrae-MG

Menu

10 comportamentos empreendedores

Entenda o conceito	05
1. Busca de oportunidades e iniciativa	06
2. Busca de informações	11
3. Correr riscos calculados	15
4. Persistência	20
5. Estabelecimento de metas	24
6. Planejamento e monitoramento sistemáticos	27
7. Exigência de qualidade e eficiência	30
8. Comprometimento	35
9. Persuasão e rede de contatos	40
10. Independência e autoconfiança	45

Entenda o conceito

Ser um empreendedor significa utilizar ideias inovadoras para promover mudanças em processos ou até mesmo na vida de um grupo de pessoas. Ele não precisa, necessariamente, ser dono de uma empresa.

O empreendedor pode colocar suas ideias em prática e gerar transformação em qualquer ambiente no qual esteja inserido. Esse ambiente pode ser a empresa da qual é proprietário, o seu trabalho formal ou informal, ou um projeto social.

Segundo Joseph Schumpeter, “o empreendedor é aquele que, por meio de novas combinações, realiza inovações no sistema econômico e nos processos”.

Muitos imaginam que, para ser empreendedor, é preciso nascer com tal aptidão. E isso não é verdade! As características do comportamento empreendedor podem ser desenvolvidas.

“Assim como vemos em atletas, artistas e diversos outros profissionais de alta performance, ninguém consegue chegar ao sucesso sem muito treino e dedicação. Mesmo que a pessoa tenha facilidade em algumas áreas, ela precisará investir horas e horas para aperfeiçoar uma série de características necessárias para dominar aquela área de conhecimento.”

Millor Machado

Na década de 1980, a ONU (Organização da Nações Unidas) realizou um estudo, junto com o psicólogo e professor David McClelland, cujo objetivo era mapear comportamentos comuns entre empresários de sucesso residentes em diferentes países. O que se buscava descobrir eram quais características comportamentais eram comuns aos participantes do estudo.

Chegou-se, assim, às dez características de empreendedores de sucesso. A seguir, você conhece cada uma delas e como elas podem contribuir para a evolução de qualquer empreendimento!



01. Busca de oportunidades e iniciativa

Quem possui características de comportamento com inclinação para a busca de oportunidades e iniciativa:

- Toma as atitudes necessárias antes de ser solicitado ou, até mesmo, de ser forçado pelas circunstâncias.
- Parte para a ação com o objetivo de expandir o seu negócio a novos produtos, serviços ou áreas.
- Enxerga e aproveita aquelas oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.

Se você está à procura de soluções inovadoras para o seu negócio ou para um projeto no qual está trabalhando, ou gostaria de empreender em um novo segmento, talvez já tenha se feito o seguinte questionamento: como identificar oportunidades e, em seguida, atuar para que elas se tornem realidade?

Dê espaço para as suas ideias fluírem...

Novas oportunidades são identificadas por meio de ideias. E, acredite, é possível inovar utilizando a criatividade a seu favor. Uma técnica que pode ajudar a estimular os processos cognitivos e facilitar a criatividade é o *brainstorming*.

A premissa dessa técnica é deixar que as suas ideias fluam livremente, sem julgamentos, e sejam escritas rapidamente antes que o cérebro decida racionalizar sobre elas. Dessa forma, evitamos que julgamentos sejam realizados antes mesmo de darmos a chance de aquela ideia se expressar e se estruturar.

A sua ideia de negócio é viável?

É importante que, após conceber uma ideia, você não pare por aí! É preciso estudar a sua viabilidade e ficar de olho no mercado. Para nós, do Sebrae:

“Ter uma ideia para um novo produto ou serviço, ou reconhecer uma oportunidade é apenas a primeira etapa do processo. O próximo passo está em tomar a decisão de ir em frente, ou seja, fazer algo efetivo em relação a essa ideia. A ação empreendedora acontece porque pessoas tomam essa decisão e agem a respeito dela”.

O plano de negócios

Isso quer dizer que, caso você esteja pensando em abrir um negócio para comercializar um produto ou serviço, por exemplo, é preciso se dedicar ao planejamento. Antes de formalizar a empresa ou, mesmo, somente ofertar um produto, é necessário estudar se há um mercado disposto a pagar por ele, compreender e organizar as finanças (do negócio e pessoais), simular resultados, desenhar uma proposta de valor e conhecer a jornada do seu cliente. Para isso, você pode começar construindo um plano de negócios.

O plano financeiro

O resultado final do seu plano de negócios será o plano financeiro, já que ele apresenta, em números, todas as ações que foram planejadas. Dedicar um tempo para a construção do plano financeiro vai ajudar você a calcular indicadores como:

- Ponto de equilíbrio: aquele faturamento mínimo necessário para que a sua empresa não venha a ter prejuízo.
- Prazo de retorno do investimento: o período de tempo que terá de aguardar para recuperar o valor que foi investido inicialmente.
- Lucratividade: o ganho que a empresa terá quando avaliada a relação entre o lucro e a receita total.

É importante ficar de olho no valor a ser gasto para dar início ao negócio – isso pode incluir a compra de insumos ou matéria-prima, equipamentos, veículos, realização de reformas, pagamento de fornecedores, dentre outros.

Despesas e receitas

As despesas e receitas precisam ser avaliadas, para entender se o investimento é viável. Se você busca transformar uma oportunidade em um empreendimento de sucesso, o PNBOX é uma alternativa interessante, intuitiva e com funcionalidades que ajudarão você a fazer o seu plano de negócios.

Mas, se abrir uma empresa não é o seu objetivo, também é possível identificar oportunidades em seu ambiente de trabalho, por exemplo. Ter boas ideias vai muito além de criar um negócio: você pode propor melhorias em processos, utilizar uma ferramenta digital para transformar um modelo de trabalho estático em um modelo mais ágil ou mesmo sugerir um novo projeto que irá beneficiar a empresa e o cliente.

Você não precisa, necessariamente, esperar por uma oportunidade totalmente nova para ter iniciativa. É possível transformar aquilo que já existe em algo mais eficiente. Isso também é uma oportunidade! Basta ter atenção à sua viabilidade e propor essa melhoria.

Alimente sua rede de contatos

Outra dica que pode ajudar a identificar oportunidades é diversificar os lugares que você frequenta e as pessoas com as quais você se relaciona. Esses momentos podem ser muito relevantes para ouvir diferentes opiniões e, conseqüentemente, expandir o seu olhar para novas possibilidades.

Um bom exemplo é participar de encontros em que é possível trocar experiências e conhecimentos com outros empresários ou pessoas do seu ramo de atividade e de outros também. Esses momentos podem gerar insights para serem aplicados no seu negócio ou no seu projeto, de acordo com as boas práticas de outras empresas. Trocar experiências nos ajuda a evitar erros e contribui para que tenhamos novas percepções e atitudes frente a uma determinada situação.

Fique de olho no mercado

Buscar novos mercados, pesquisar novas tendências ou agir para expandir ou diversificar o negócio, produtos ou serviços podem ser meios para aumentar o faturamento de um empreendimento – seja ele pequeno ou grande.

Um exemplo disso é o aumento da utilização de serviços de entrega durante a pandemia. Percebida essa demanda como uma oportunidade, o empreendedor pode avaliar a possibilidade de utilizar um delivery próprio ou plataformas de entrega para divulgar seus produtos.

Invista em marketing digital

Investir em marketing digital também pode ser uma boa ideia! Crie uma mídia social para o seu negócio, faça lives com assuntos que estejam relacionados ao seu produto ou serviço. Chame alguém ou alguma empresa que possa complementar essa experiência com um assunto bacana para a sua live. Afinal, a utilização das mídias sociais como ferramenta de divulgação e comercialização tem crescido significativamente.

Mas uma nova estratégia nem sempre se resume a utilizar um serviço novo de entrega ou de divulgação. Uma lavanderia especializada em lavagem de peças de roupas sociais, por exemplo, pode identificar uma oportunidade e expandir o serviço para a lavagem de roupas de cama, mesa e banho, por exemplo.

Se o seu serviço só era oferecido no formato presencial – cursos, consultorias, mentorias, consultas, etc. –, utilize plataformas digitais que possam lhe dar a oportunidade de oferecer o serviço de maneira virtual para o seu cliente. Mas com atenção para não perder a qualidade, claro!

A criatividade, a busca de oportunidade e a iniciativa podem ser percebidas em pequenas atitudes que, se inovadoras, fazem toda a diferença para o negócio. Então, aqui estão três atitudes que valem ouro:

- **Ouse:** quebre paradigmas e não permita que modelos engessados restrinjam a sua capacidade de identificar oportunidades.
- **Analise:** novos comportamentos trazidos por uma situação inesperada podem ser transformados em oportunidades.
- **Construa:** proponha novos modelos e ideias para um produto ou serviço.

A busca por oportunidades e iniciativa exige determinação, criatividade e inovação. Procure novas tendências e mercados em expansão. Renove, reconstrua, recomece!



02. Busca de informações

Seja para montar um negócio ou para se atualizar sobre as tendências do seu nicho de mercado, é importante que o empreendedor esteja atento às mudanças que acontecem à sua volta. Isso poderá ajudá-lo a antever e, até mesmo, se preparar para acontecimentos que não estão no seu radar. Por isso, a busca de informações é um dos comportamentos de um empreendedor de sucesso, devendo ser praticada constantemente.

Essa característica empreendedora demanda pesquisa e atualização constantes. Estamos falando, aqui, sobre informações relacionadas aos clientes, fornecedores, concorrentes, ou seja, sobre o próprio negócio. É fundamental estar atento a esses pontos para ter uma visão mais estratégica sobre o empreendimento.

O empreendedor que tem essa característica desenvolvida:

- Envolve-se pessoalmente na avaliação do seu mercado.
- Investiga sempre como oferecer novos produtos e serviços.
- Busca a orientação de especialistas para tomar decisões.

A seguir, veremos algumas orientações trazidas pelo **Sebrae Bahia** sobre cada um desses tópicos:

Cuide pessoalmente da avaliação do mercado

Estar à frente do processo de avaliação do mercado é uma forma de o empreendedor obter do seu entrevistado respostas mais subjetivas e muito importantes. Nesses casos, há uma tendência de o entrevistado dar informações extras e que não foram solicitadas, mas que podem ser essenciais para a tomada de decisão.

Se a opção for contratar uma empresa de pesquisa para coletar esses dados, tudo bem! Esse tipo de pesquisa irá agregar dados que serão muito úteis para o negócio. Mas, ainda assim, é possível complementar essa experiência. Realizar algumas entrevistas com clientes ou fornecedores será um bônus e tornará a experiência mais subjetiva. Mas, atenção, oriente-se sobre as formas de realizar as entrevistas e abordagens para que sejam ainda mais proveitosas.

Investigue sempre como oferecer novos produtos e serviços

De acordo com o facilitador do Empretec do Sebrae, Hermon Freitas:

“A palavra ‘investiga’, escrita nesse comportamento, é a sua capacidade de perceber algo mais. É preciso investigar e buscar um detalhe que só você consiga captar para poder melhorar o seu atendimento, o seu produto ou o desenvolvimento de algo dentro da gestão da sua empresa. A presença do empreendedor nessa busca de informação faz com que isso aconteça”.

Essa investigação vai além das pesquisas em vídeos, sites, aulas ou entrevistas. É uma busca pelo diferencial, pelo segredo que está por trás do sucesso de um modelo de negócio.

Busque a orientação de especialistas para tomar decisões

Procure orientação com quem entende do assunto! É, sim, muito importante conhecer todas as áreas de gestão da sua empresa. Entretanto, contar com suporte de especialistas no assunto (ou assuntos) é fundamental. Identificar a pessoa, empresa ou instituição adequada para esse trabalho é de suma importância.

Nesse sentido, Hermon Freitas associa a figura do empreendedor a um grande maestro que, em uma orquestra, consegue identificar os sons que saem de cada instrumento. E, para isso, ele não precisa saber tocá-los. A questão é: ele tem especialistas em cada instrumento. E, juntos, produzirão a música perfeita!

A dica de Hermon para os empreendedores:

“Converse mais com o seu contador, com o escritório de contabilidade da sua empresa. Ele é o especialista. O contador, hoje, é um assessor contábil. Muitos não compreendem o tamanho da influência que os impostos e a carga tributária têm na sua empresa e ficam assustados. Acham até que estão tendo lucro e, muitas vezes, não conseguem entender a complexidade dos impostos no nosso país”.

E quando falamos de especialistas, não estamos tratando apenas dos contadores. É importante entrar em contato com advogados, por exemplo, que podem auxiliar com os contratos da empresa já constituída e, também, antes da sua formalização. Pequenos detalhes podem interferir diretamente no que já foi e no que ainda será conquistado.

E quando falamos sobre investimentos? Segundo Freitas, “para entender a melhor forma de investir o seu dinheiro, consulte uma pessoa que, efetivamente, irá te ajudar na tomada de decisões. Decisões estas que podem interferir no sucesso do seu negócio”.

Comparar condições e taxas é importante, não somente para contratar empréstimos e financiamentos, mas também para investir o seu dinheiro. Buscar, no mercado, opções atrativas e seguras de investimentos é fundamental. Para isso, há profissionais habilitados que, de forma segura, orientam sobre as diversas alternativas disponíveis, ajudando a identificar as mais adequadas ao seu perfil.

Concluindo

Como falamos, a busca de informações deve ser uma constante na vida de todo empreendedor e daqueles que estão se planejando para isso. Novos hábitos de consumo podem surgir em momentos inesperados. E é importante que eles sejam observados e prospectados.

O aumento de demanda por comida via delivery, por exemplo, foi grande desde o início da pandemia. Mas será que essa tendência vai continuar no pós-pandemia? Pode ser que sim. Ou podem surgir outros serviços que ainda não existem. Por isso, validar, pesquisar e buscar informações é mais que interessante para o negócio, é fundamental.

Assim, o principal recado é: mantenha-se atualizado! Busque dados e informações sobre os clientes, fornecedores, concorrentes, tendências e sobre os processos da empresa. Dessa forma, será muito mais fácil definir estratégias de ação.



03. **Correr riscos calculados**

Correr riscos calculados envolve a disposição de assumir desafios e responder por eles. Para isso, é muito importante que o empreendedor esteja munido de informações, dados e indicadores suficientes para entender os riscos que estão envolvidos, caso uma determinada decisão seja tomada.

Estar munido de informações não está ligado diretamente ao nível de instrução de um empreendedor – ou seja, se ele tem o ensino fundamental, médio, técnico, graduação ou especialização. O que realmente importa, nesse momento, é a sua percepção e avaliação do mercado e dos demais aspectos do negócio.

Para analisar riscos, é preciso contar, também, com informações relativas à viabilidade econômica e financeira do negócio.

Para correr riscos calculados:

- Procure e avalie alternativas para tomar decisões.
- Busque reduzir as chances de erro.
- Aceite desafios moderados, com boas chances de sucesso.

A seguir, veremos de forma detalhada cada um desses aspectos, com base nas **orientações** do Sebrae Bahia:

Procure e avalie alternativas para tomar decisões

Tomar decisões é algo muito presente na vida dos empreendedores. Para reduzir os riscos de tomar uma decisão equivocada, procure ter mais de uma alternativa para que você possa se decidir entre elas. Para isso, é importante ter o máximo de informações possíveis. Ah, e não se esqueça de relembrar as suas experiências com outras situações semelhantes. Isso faz muita diferença e pode contribuir bastante para a decisão que você precisa tomar agora!

Busque reduzir as chances de erro

Antes de tomar uma decisão, é possível utilizar ferramentas para avaliar os riscos ou contratar uma empresa de pesquisa, por exemplo, para apurar alguns dados e entender se há viabilidade para aquela ideia de um novo produto, um novo serviço, a abertura de uma filial, a mudança de endereço, dentre outras.

É preciso planejamento e avaliação dos “prós e contras”.

Se você ainda não tem uma empresa e pretende empreender, aprimorar essa característica é muito importante para que o futuro negócio tenha ainda mais chances de sucesso.

Com essa atitude, crescem as chances de deixar de perder dinheiro em um investimento errado, por exemplo.

Desafios moderados, com boas chances de sucesso. Será?

Propor-se a um novo desafio, que seja moderado, é ir um pouco além, dar um passo a mais, o que exige um pouco mais de você. Mas é preciso avaliar muito bem a escolha desses desafios.

O empenho e o trabalho são essenciais para ter sucesso diante do risco. Novamente, a informação correta e adequada para a decisão é fundamental para minimizar os riscos. Acessar pessoas com experiência na área e se amparar em dados técnicos e práticos pode tornar seu desafio moderado.

Agora que já conhecemos as três características do empreendedor para “correr riscos calculados”, vamos entender como um bom planejamento financeiro é importante durante esse processo.

Tenha um bom planejamento financeiro para correr riscos calculados

O empreendedor deve, através de um bom planejamento, calcular os riscos que irá assumir. Um exemplo: vender muito não, necessariamente, é sinal de muito lucro. Afinal, do que adianta vender e não receber?

Nesse caso, o prejuízo será dobrado. Primeiro, porque não entrarão no caixa da empresa os recursos referentes à venda. Depois, porque sairão do caixa recursos para pagamento do produto, dos colaboradores envolvidos na venda e dos impostos. Hoje, oferecer boas condições de pagamento para os clientes é um diferencial competitivo, mas o risco de não receber pode aumentar se a gestão não for feita adequadamente.

Toda vez que uma empresa concede ao seu cliente um determinado prazo para pagar por sua compra, ela está concedendo crédito. Para evitar o prejuízo, é importante diminuir o risco da concessão de crédito.

Não dá para conceder crédito para qualquer cliente e aumentar a inadimplência. Mas também não se deve partir para ações mais radicais, por exemplo, passando a vender somente à vista. Isso pode levar à perda de muitas vendas. O caminho é buscar um equilíbrio, através de um bom planejamento e da gestão de crédito. Neste sentido, utilizar meios de pagamento eletrônico,

como cartões de crédito, por exemplo, traz mais segurança quanto ao recebimento.

Outro fator financeiro a ser considerado é a formação correta dos preços de venda dos seus produtos e serviços. A precificação adequada é importante para a composição das margens de lucro, para garantir um serviço competitivo para a empresa e atrativo para os clientes.



Em se tratando de planejamento financeiro, manter as finanças pessoais independentes das finanças da empresa é um ato de extrema importância. Você já ouviu a frase “empresa pobre, empresário rico”? Isso significa que as retiradas (ou o salário) do empreendedor são superiores ao que o caixa da empresa suporta.



O ideal é estabelecer um valor que combine expectativa de remuneração do empreendedor com a capacidade de pagamento da empresa. Assim, todas as despesas pessoais do empreendedor e de sua família são cobertas pelo “salário” pago pela empresa, ou seja, por sua retirada ou pró-labore. Do caixa da empresa, devem sair somente recursos para pagamentos referentes às despesas da empresa.

Conheça o histórico do seu cliente

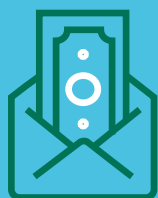
Para os casos de crediário próprio, é fundamental adotar ações e procedimentos para que se possa correr riscos calculados. Uma dessas ações é consultar o histórico do cliente, verificar se há algum impedimento em seu CPF ou CNPJ.

Mas será que é tão simples assim? Quando consultamos os dados de um cliente, estamos olhando para o seu passado. Quando damos a ele um crédito, estamos preocupados com o seu futuro. É

claro que um bom histórico é uma boa notícia. Mas não pode nos dar a certeza de que o mesmo comportamento continuará sendo repetido. É preciso ter mais cautela. Buscar referências também pode ser uma boa ideia. De preferência de empresas do nosso conhecimento. Elas terão mais liberdade em nos dizer a verdade.



Uma alternativa é ir flexibilizando as condições de pagamento a cada nova compra. Na primeira compra, parte do pagamento, por exemplo, deverá ser à vista. O risco de inadimplência incidirá somente na parte restante. Na próxima compra, a parcela à vista pode ser diminuída ou pode ser oferecido um prazo menor do que o dos clientes tradicionais. Após algumas compras e com uma certeza maior da qualidade de pagamento do cliente, pode-se oferecer os prazos tradicionais.



Situações como essa são muito comuns, sobretudo em municípios de menor porte localizados nas diferentes realidades do Brasil. Se, por um lado, vendas com pagamento com cartões de crédito e débito e outras formas digitais já são rotina para os negócios localizados nos grandes centros urbanos do país, em muitas cidades pequenas o crediário ainda sobrevive.



Para empreender, é preciso fazer uma análise bem rigorosa dos riscos envolvidos em cada situação do negócio, assumindo aqueles desafios com maiores chances de sucesso. Isso é correr riscos calculados!



04. Persistência

Vivemos hoje no chamado “mundo VUCA” – das palavras em inglês Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity ou, em português, volatilidade, incerteza, complexidade e ambiguidade. Tudo muda muito rápido e o tempo todo. Por vezes, é até difícil manter-se atento e por dentro de todas as mudanças e inovações trazidas por esse novo conceito, que tenta explicar a complexidade e a imprevisibilidade dos nossos tempos.

Quem tem uma empresa, independentemente do seu porte, sabe que as incertezas também afetam a realidade do negócio. Para se adaptar às mudanças trazidas pelo mundo VUCA e aos obstáculos presentes no dia a dia do empreendimento, é preciso ser persistente!

Uma pessoa persistente é aquela que:

- Não desiste diante de obstáculos.
- Reavalia e insiste ou muda seus planos para superar objetivos.
- Esforça-se além da média para atingir seus objetivos.

Cynthia Serva, especialista em empreendedorismo, ressalta, em entrevista para a revista *Exame*: “uma das características mais marcantes (e importantes!) de um empreendedor talvez seja a persistência. Persistência significa firmeza em seguir um sonho, um objetivo, apesar de todos os obstáculos que irão surgir, inclusive os fracassos iniciais. Não conheço nenhum empreendedor de sucesso que não tenha tido uma boa dose de persistência e de perseverança para levar seu projeto adiante”.

Para alguns, maiores, para outros, menores, mas o fato é que para grande parte dos empreendedores, fracassos momentâneos fazem parte dessa jornada. E são “justamente os fracassos que mostraram onde e por que estavam errando, e como poderiam melhorar na próxima tentativa”, completa a especialista.

Hermon Freitas, facilitador do Empretec (seminário de formação de empreendedores criado pela ONU, a Organização das Nações Unidas, e ministrado no Brasil, exclusivamente pelo Sebrae), traz algumas **dicas** sobre o desenvolvimento de um comportamento persistente. Veja a seguir!

Como manter a persistência diante de tantas adversidades

Segundo o facilitador, é importante ter foco e objetivo muito claros. Dessa forma, mesmo que as adversidades aconteçam, você colocará a sua energia nos pontos importantes para o alcance da sua meta. Com uma meta clara, a sua persistência será direcionada. E esse direcionamento te ajudará a voltar para o caminho nos momentos em que os obstáculos te tirarem do eixo.

Busque informações

De acordo com Hermon Freitas, quando uma pessoa se planeja para novo projeto, por exemplo, ela precisa buscar informações para se adequar e conseguir tomar a decisão correta.

Mas atenção: a persistência em busca de informações pode causar o efeito inverso e levar o empreendedor à inércia, ou seja, em vez de tomar uma decisão, ele fica indeciso frente a tantas informações e não consegue “sair do lugar”. Por isso, é importante persistir, tendo sempre um objetivo em mente.

Não confunda persistência com insistência

Neste ponto, a especialista em empreendedorismo, Cynthia Serva, faz um alerta: “existe uma linha muito tênue que separa uma pessoa persistente de uma insistente. Apesar de os dois tipos acreditarem firmemente em seus propósitos, a diferença está em como elas agem”.

Para a especialista, a pessoa insistente tende a repetir um mesmo modelo para chegar a um determinado objetivo. Já o persistente se atenta para os sinais que possam surgir e que vão guiar a busca de outros caminhos que, talvez, sejam melhores do que o original.

“Fique atento para perceber quando a estratégia adotada na fase do planejamento não está dando certo. Mesmo que isso signifique começar de novo, de forma diferente. Mesmo com um bom planejamento, as coisas podem não acontecer exatamente como o previsto, e é aí que a autoconfiança e a persistência devem entrar. A maioria dos grandes empreendedores não acertou de primeira, mas eles acreditavam em si mesmos e também em seus sonhos”, declara Chyntia.

Quem tem talento não precisa de persistência?

A resposta para essa pergunta é: não! Uma pessoa pode ser talentosa, ter muitas ideias e ser criativa. Mas, se não for aplicada energia para realizar aquilo que foi idealizado, não adianta. O talento está diretamente associado à criatividade. E a criatividade está ligada ao novo. E, para realizar o novo, será preciso persistência para derrubar as barreiras impostas a ele, como ressalta Hermon Freitas. Sendo assim, será necessária uma dose de persistência para que o empreendedor não desista daquilo em que acredita.

Não se esqueça da habitual gestão da empresa

É importante que o empreendedor, mesmo diante de um objetivo construído, não se esqueça do funcionamento normal da empresa. Para o facilitador do Empretec, “quando você percebe que perdeu o foco na gestão do negócio e até na sua gestão pessoal, é necessário reavaliar o sentido que a sua persistência está tomando”. Sendo assim, é importante não deixar de lado as questões rotineiras que fazem parte da gestão da empresa, ao mesmo tempo que persiste em um novo projeto. O equilíbrio, aqui, é essencial!

Concluindo

A persistência é algo a ser exercido de maneira contínua. Executar novos projetos, lidar com fatores externos à empresa, motivar a equipe – tudo isso exige persistência. Persistir e ser flexível é um importante caminho para atingir os seus objetivos e se permitir vislumbrar novas oportunidades, quando aquilo que está sendo feito já não está surtindo bons resultados.



05. Estabelecimento de metas

É muito importante estabelecer as suas metas com uma visão clara de longo prazo, com objetivos de curto e médio prazos e mensuráveis (através de indicadores de resultado) e, claro, perseguir os objetivos traçados.

Mas como tirar do papel esses sonhos? Vamos a algumas dicas valiosas para quem quer colocar em prática tudo aquilo que planejou.

Tenha clareza sobre a diferença entre meta e tarefa

A primeira delas é ter clareza sobre a distinção entre uma meta e uma tarefa. Meta é aprender um novo idioma; tarefa é procurar o melhor curso de inglês, com bons professores, que atenda às suas expectativas e, só assim, realizar a matrícula. Do ponto de vista financeiro, exemplos de metas seriam reduzir o endividamento, aumentar as reservas financeiras, aumentar o faturamento mensal, etc. Cada um deles dá uma ideia do lugar aonde pretendemos chegar. Mas atenção, para ser meta, é preciso mensurá-la, definindo o valor ou percentual para a redução do endividamento ou para o aumento do faturamento, por exemplo, e, também, determinar um prazo para o seu atingimento. Mais adiante falaremos sobre isto!

Com essa ideia clara, é hora de dar a partida nas tarefas necessárias para se chegar à meta. Então, se você estabelece a meta de aumentar o faturamento mensal da sua empresa, precisa planejar as tarefas para chegar lá. Pode ser estabelecendo um programa de fidelidade para os seus clientes, investindo no treinamento da sua equipe de atendimento, usando estratégias de marketing, dentre outras.

Em resumo, a tarefa pode ser considerada como uma atividade que você precisará realizar para alcançar a meta, que é o alvo com um maior significado e relevância.

Vincule um número à sua meta

Entendido este lugar desejado, uma segunda dica é, portanto, quantificar o tamanho da evolução em relação à data atual. Para isso, vai ser fundamental atrelar um número à sua meta. Você quer reduzir seu endividamento, mas em qual percentual? 30% a menos que hoje? 50%? A ideia de quantificar te ajuda, também, a acompanhar a sua evolução.

O mesmo raciocínio vale, também, na hora de definir o tempo necessário para atingir aquela meta – dias, semanas, meses, um ano, mais de um ano. Dessa maneira, fica mais fácil comparar aonde você chegou, aonde você gostaria de ter chegado, aonde quer ir. Isto permitirá entender se atingiu ou não o resultado desejado e, se não, o quanto falta.

Fracione a sua meta em metas menores

Uma outra questão importante é compreender o tamanho daquilo que planejamos, para que possamos fracionar aquela meta em metas menores. Digamos que você quer aumentar suas reservas financeiras em R\$ 10.000 no próximo ano. Mais interessante do que enunciar essa meta para o ano, seria dividi-la em metas de curto, médio e longo prazo. Entender que, para chegar aos R\$ 10.000, precisa ter economizado X até março, junho ou setembro te ajuda a perceber a evolução do seu planejamento. Outra forma bastante eficaz é definir quanto precisa poupar e em que investir mensalmente (por exemplo), para que em um ano atinja o montante projetado.

Defina metas que sejam desafiadoras

Mais uma dica valiosa é colocar metas que sejam desafiadoras, mas, ao mesmo tempo, possíveis de serem alcançadas. Não dá para dizer que sua meta é crescer 300% no ano, porque isso, provavelmente, será impossível de alcançar em muitos setores econômicos. Por outro lado, crescer 2% ao ano, dependendo do segmento da empresa, talvez seja um objetivo um pouco tímido, nada desafiador. Coloque metas que o motivem a avançar, que façam com que você precise se esforçar!

Um ponto importante, nesse momento, é ser realista e estar a par das circunstâncias que cercam o seu negócio. Se o valor foi superestimado, como no exemplo do crescimento de 300%, revise a meta. É possível diminuir o valor estimado inicialmente ou mesmo aumentar o prazo previsto para se adequar às circunstâncias e aos recursos disponíveis. O planejamento é importante para você estipular uma meta que seja realista e condizente com o número de colaboradores da sua empresa, o tempo para a sua execução, os seus recursos, etc.

Tenha um plano de ação

Por fim, todas as metas que você estabeleceu precisam ser acompanhadas de um plano de ação. Ele será a sequência de atividades necessárias que, se bem desempenhadas, irão permitir o alcance das suas metas. Seja detalhista aqui. Enumere todas as ações que precisará colocar em prática para chegar ao objetivo. Além disso, não deixe de perceber que algumas tarefas são inter-relacionadas, ou seja, só podem ser realizadas quando uma tarefa anterior for concluída.

De posse do seu plano de ação, ficará muito mais fácil tornar uma resolução em um objetivo alcançado! Ah, e sempre que possível, registre seus pensamentos. O simples ato de escrever é uma maneira de aumentar o foco para o alcance da meta.



06. Planejamento e monitoramento sistemáticos

Planejamento é uma daquelas palavras frequentemente associadas ao sucesso de um negócio. Costuma-se exaltar o planejamento das empresas que alcançam bons resultados e, por outro lado, colocar “na conta” da falta do planejamento o fracasso de outras. Por mais que seja realmente um fator decisivo para a performance de uma empresa, um bom planejamento, se não acompanhado de um monitoramento sistemático, pode não trazer os frutos desejados.

Um planejamento bem-feito mostra o norte, o objetivo a alcançar e também o caminho a ser percorrido para se chegar lá. Mas aí o tempo passa e ficamos nos perguntando: será que estamos cumprindo o planejado? Será que a empresa tomou o rumo certo? É aí que entra o monitoramento sistemático, que nada mais é do que o acompanhamento, de tempos em tempos, do que já realizamos em comparação àquilo que tínhamos planejado executar.

O empreendedor que realiza o seu trabalho utilizando o planejamento e monitoramento sistemáticos “desenvolve a organização de tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, a fim de que possa ter resultados medidos e avaliados. O empreendedor com essa característica bem trabalhada:

- Enfrenta grandes desafios, agindo por etapas.
- Adequa rapidamente seus planos às mudanças e variáveis de mercado.
- Acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento da tomada de decisão.

A seguir, iremos abordar os aspectos presentes em cada uma dessas características de forma mais detalhada.

Enfrenta grandes desafios, agindo por etapas

Após estabelecer uma meta ou um desafio a ser alcançado, é importante dividi-la em tarefas menores com prazos de conclusão bem definidos. Ao dividir uma meta em pequenas tarefas que, juntas, o farão chegar ao objetivo final, o empreendedor poderá se agraciar do sentimento de realização a cada vez que finalizar as tarefas dentro do prazo. O que acaba sendo mais produtivo para manter o entusiasmo e o foco no atingimento da meta.

Além disso, ter o controle de todas as pequenas tarefas necessárias para se chegar a uma meta ajuda a garantir o controle dos resultados, sendo possível, inclusive, otimizar aqueles processos que não tiveram o resultado esperado.

Adequa rapidamente seus planos às mudanças e variáveis de mercado

Diante do monitoramento dos resultados das pequenas tarefas, é importante avaliar a necessidade de revisar, modificar ou adaptar os processos para que a meta seja atingida. Realizar adequações de acordo com as circunstâncias e necessidades não é improvável, é ser flexível. Diante da realidade volátil, incerta, complexa e ambígua na qual estamos inseridos, é importante monitorar constantemente os resultados para avaliar a necessidade de possíveis ajustes.

É de suma importância compreender se aquilo que foi planejado na sua empresa está acontecendo de acordo com o que foi programado.

Acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento da tomada de decisão

Para realizar um monitoramento eficaz, um aliado poderoso são os indicadores financeiros, que representam a medição da situação atual e serão comparados com a situação ideal, ou seja, com aquilo que havia sido planejado. Eventuais desvios poderão ser corrigidos para que os objetivos almejados ainda possam ser atingidos.

E quais os principais indicadores financeiros à disposição do seu negócio? Diversas opções aparecem e será dado destaque a algumas delas. O primeiro é a “Evolução do faturamento”. Ele vai medir o percentual de variação do faturamento da empresa em relação ao período anterior.

Outro item relevante a ser medido é o “Percentual de endividamento”, que poderá ser visualizado como o percentual do faturamento comprometido para pagar dívidas ou como o percentual dos recursos captados que vieram de empréstimos e financiamentos.

Também podem ser medidos o “Prazo Médio de Estocagem”, “Prazo Médio de Recebimento” e “Prazo Médio de Pagamento”. Respectivamente, eles irão mostrar o tempo médio (em dias) que uma mercadoria permanece parada nos estoques, o tempo médio que você leva para receber por suas vendas e para pagar suas contas.



Será que clientes demoram a pagar, enquanto seus fornecedores te dão um prazo curto? Isso pode prejudicar seu fluxo de caixa! E seus produtos, ficam muito tempo parados antes de serem vendidos? O capital de giro será afetado se você descobrir que a resposta para essa pergunta é “sim”.



Outro indicador extremamente importante é o “Índice de Rentabilidade”, que irá mostrar qual o percentual das suas vendas que sobra como lucro líquido. Quanto maior o resultado encontrado, mais lucrativa a sua empresa.



Ao elaborar um planejamento, não se esqueça de incluir metas para cada um dos indicadores. E tão importante quanto planejar qual valor deseja atingir nesses indicadores, será o monitoramento que deverá fazer ao longo do ano. É com esse monitoramento sistemático que você poderá corrigir desvios e tomar decisões importantes para o futuro da empresa.



07. Exigência de qualidade e eficiência

Sabe aquele momento em que você compra um produto ou serviço e sente que fez a escolha certa, que o seu dinheiro foi “bem gasto” e as suas expectativas foram atendidas ou, até mesmo, superadas? Pois é, essa sensação diz muito sobre a qualidade que um produto ou serviço oferece.

Proporcionar uma boa experiência para o cliente deveria fazer parte do dia a dia de qualquer negócio, ser algo comum e não um diferencial. Já imaginou se todos os produtos e/ou serviços que consumimos nos entregassem exatamente aquilo que esperamos? Seria maravilhoso, não é? Mas nem sempre isso acontece. Por isso, aquelas empresas que o fazem passam a ter um diferencial competitivo, sobressaindo em relação às demais.

Para realizar uma entrega com qualidade, é importante executar os processos de maneira eficiente. Nessa relação de qualidade e eficiência, a qualidade nada mais é do que a percepção do cliente sobre aquilo que ele adquiriu, seja este um produto ou um serviço, e a eficiência é aquilo que acontece nos bastidores da empresa até a entrega ao cliente final.

O dono de um negócio, seja ele formal ou informal, que desenvolve um comportamento empreendedor caracterizado pela exigência de qualidade e eficiência nas entregas, tende a fazer sempre mais e melhor. Para o Sebrae, empreendedores que possuem essa característica:

- Melhoram continuamente seus negócios ou seus produtos.
- Satisfazem e excedem as expectativas dos clientes.
- Criam procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade.

A seguir, detalhamos cada um desses aspectos, para que você possa desenvolvê-los no dia a dia da sua empresa. Vamos lá?

Melhorar continuamente o negócio ou seus produtos

Encontrar maneiras de realizar os processos da melhor forma possível está diretamente ligado à qualidade de uma entrega. E se, além de fazer melhor, você ainda encontrar uma forma de reduzir os custos e fazer mais rápido – sem perder a qualidade, claro – aí você estará, também, sendo eficiente.

“A eficiência é uma relação entre custos e benefícios. Assim, a eficiência está voltada para a melhor maneira pela qual as coisas devem ser feitas ou executadas (métodos), a fim de que os recursos sejam aplicados da forma mais racional possível.”

Idalberto Chiavenato, escritor e consultor administrativo

Se você já está pensando em alternativas para a redução dos custos da sua empresa, temos uma dica: para o Sebrae, uma boa estratégia é otimizar os processos produtivos. Trabalhar a produtividade com eficiência e excelência é a melhor forma de cortar gastos e aumentar a lucratividade do negócio.

Simple ações de eliminação de desperdícios nos processos, minimização de distância e perdas com refugo podem diminuir custos de produção em empresas de fabricação de produtos, por exemplo.

Aplicando esses conceitos na rotina da empresa, você poderá proporcionar ganhos nos processos internos e benefícios na entrega para os seus clientes.

Satisfazer e (por que não?) superar as expectativas dos clientes

A busca pela satisfação dos clientes deve ser uma constante na rotina de qualquer empreendedor. Com o acesso rápido e simplificado dos consumidores à internet, as lojas físicas já não são mais a única opção de compra.

As lojas virtuais vêm se tornando mais comuns a cada dia, e esse cenário provocou mudanças para os donos de negócios, que tiveram que lidar com o aumento da concorrência, que não está mais, somente, na loja ao lado ou na próxima esquina.

Para driblar essa situação, os empreendedores podem utilizar ferramentas de atração, retenção e fidelização de clientes. Em uma realidade em que o diferencial não é somente o preço, é preciso pensar em estratégias que levem o consumidor até o seu negócio, seja ele físico ou virtual, e alimente nele a decisão de compra pelo seu produto ou serviço.

O consumidor está em busca de “algo a mais”, além do preço. O Sebrae considera que esse algo a mais é aquilo que diferencia a sua marca ou produto. Basicamente, o consumidor busca encontrar no produto/serviço adquirido alguns fatores, como, por exemplo: boa aparência, confiança, segurança e durabilidade.

Quer que a sua marca, seu produto ou serviço sejam vistos, lembrados e indicados? Investir na experiência do cliente é fator essencial para atingir esse objetivo.

Criar procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade

Estabelecer procedimentos e seguir padrões de qualidade pode soar, para algumas pessoas, como uma forma burocrática de conduzir processos na empresa. Mas não devemos levar para esse lado. A gestão da qualidade do negócio é capaz de elevar os padrões de um empreendimento.

Para ampliar a competitividade da sua empresa, é preciso ser capaz de oferecer produtos e serviços de qualidade, com uso eficiente de recursos, baixo impacto ambiental e satisfação de todos os envolvidos. A gestão da qualidade serve para que a empresa atinja o nível máximo de qualidade em todos os seus processos, passando por todas as etapas do negócio.

A seguir, veremos algumas posturas, recomendadas pelo **Sebrae**, que farão a diferença na hora de você aplicar as estratégias de gestão da qualidade no seu negócio:

- Verifique a origem da matéria-prima: garanta que princípios éticos sejam adotados também por seus fornecedores.
- Seja um exemplo: mantenha a ordem e a limpeza em todos os setores.
- Envolver as pessoas na qualidade: todos os funcionários devem entender que são parte do processo de qualidade, ou as chances de falhar serão aumentadas.
- Treine seus funcionários para que eles adotem as posturas definidas.
- Faça pesquisas de satisfação com o cliente: o feedback de quem compra pode abrir novas maneiras de pensar o produto ou serviço.
- Acompanhe medindo: avalie o desempenho constantemente e tome decisões com base em fatos e dados concretos.
- Corrija: ao identificar falhas, solucione-as por ordem de prioridade, começando com o problema mais crítico.
- Quanto melhor sua qualidade, melhor o seu preço: produtos reconhecidos pelos clientes como sendo de melhor qualidade passam a ter preferência nas compras, mesmo que o preço seja um pouco mais alto.
- Melhore sempre: a estrutura “PDCA” (planejar, fazer, checar e agir) é estratégia para manter o aprendizado na empresa. Trabalhe para não repetir falhas, registre as soluções e promova melhorias contínuas.

Agora que você já conheceu a fundo todas as características do comportamento empreendedor de exigência de qualidade e eficiência, chegou a hora de refletir e entender a melhor maneira de colocar a mão na massa. Isto será muito útil para tornar os processos da sua empresa mais eficientes e ter ainda mais qualidade nas suas entregas.



08. Comprometimento

Um erro comum de alguns empreendedores é acreditar que basta oferecer um bom produto ou prestar um bom serviço que o sucesso do negócio está garantido. Ter produtos ou serviços de qualidade é condição necessária, mas não é suficiente. É preciso ir além: para o bom desempenho da empresa, é preciso comprometimento!

O termo comprometimento se originou da palavra em latim *compromissos*, que simbolizava o momento em que duas pessoas faziam uma promessa recíproca. Ou seja, os dois lados teriam que se esforçar para garantir que um objetivo fosse alcançado, caminhando juntos. Vamos combinar que esse conceito não está longe daquele que entendemos, hoje, como significado da palavra comprometimento, não é mesmo?

Seja em um relacionamento entre duas pessoas, entre uma pessoa e um projeto ou causa ou, também, entre uma pessoa e uma empresa, comprometer-se exige esforço, persistência e muita dedicação.

O comprometimento é uma importante característica empreendedora e envolve sacrifício pessoal. E, quando há uma empresa envolvida, também exige colaboração dos funcionários e esmero com os clientes. O empreendedor que possui esse comportamento:

- Traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso.
- Atua em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados.
- Coloca o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo.

Vamos conhecer mais detalhes sobre cada uma dessas características e como o comprometimento com a gestão financeira de uma empresa pode fazer toda a diferença para o seu sucesso!

Comprometimento organizacional

Se um empreendedor espera que a sua empresa lhe proporcione um retorno positivo, será necessário esforço por parte dele e da sua equipe para que o resultado esperado seja alcançado. Aqui voltamos ao que falamos anteriormente, da questão da reciprocidade, lembra? Se você quer que a sua empresa tenha sucesso, também precisa se comprometer para alcançar esse objetivo.

Existem, na literatura, três tipos principais de comprometimento de indivíduos com as organizações. São eles:

- Comprometimento afetivo: está relacionado com o desejo de continuar fazendo parte do negócio. Fazer parte do negócio é visto como uma realização pessoal.
- Comprometimento instrumental: é voltado para a necessidade (que pode ser financeira ou pela falta de outras alternativas no mercado, por exemplo) de trabalhar naquela empresa.
- Comprometimento normativo: é a obrigação moral em permanecer trabalhando na organização. Nesse caso, há grande sensação de pertencimento por parte do empregado ou empreendedor.

Uma pessoa pode ter diferentes níveis de cada um dos comprometimentos citados, fazendo com que sejam variados os motivos pelos quais cada pessoa permanece em uma organização.

Para aqueles empreendedores que agem de maneira comprometida com o seu negócio, é comum que:

- Tragam para si mesmos as responsabilidades sobre sucesso e fracasso: se existe um problema que pode afetar diretamente a conclusão de um determinado trabalho, é fundamental assumir a responsabilidade que lhe foi dada e encontrar uma solução para que aquele trabalho seja

concluído com sucesso. Isso vale para empresários e colaboradores. Transferir a culpa pela ocorrência do problema para terceiros não vai resolvê-lo!

- Atuem em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados: em complemento ao comportamento anterior, caso seja percebido que algum dos colaboradores precisa de ajuda para terminar uma tarefa, a colaboração é essencial! Só não deixe isso se tornar um hábito e busque compreender os motivos pelos quais a ajuda está sendo necessária naquele momento.
- Coloquem o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo: isso quer dizer que, se a sua empresa promete algo para o cliente, ela precisa cumprir. Colocar em risco a imagem da empresa para obter lucros rápidos ou no curto prazo, em vez de prezar a relação com o cliente no longo prazo, não é a melhor maneira de construir a relação sólida e sustentável com o cliente e, portanto, de buscar a perenidade do negócio.

Uma das atitudes que também podem influenciar no sucesso de um empreendimento é o comprometimento com a gestão financeira do negócio. Veremos a seguir alguns pontos de atenção sobre a importância de se comprometer com as finanças.

A importância de se comprometer com a gestão financeira de um negócio

A gestão financeira de uma empresa não pode ser deixada de lado, pelo contrário, precisa ser foco de muita atenção e zelo por parte do empreendedor. Ela possui uma relevância enorme por uma série de razões.

Vamos imaginar que uma empresa, devido a uma gestão financeira inadequada, não está conseguindo honrar os compromissos com seus fornecedores. Qual a consequência disso? Eles não irão mais fornecer produtos ou insumos. Assim, a produção pode parar ou a área de vendas ficar desabastecida. Com menos vendas, o faturamento poderá desabar, e os recebimentos de clientes cairão bastante. Como a empresa irá quitar os compromissos já assumidos?

Diante dessa pergunta, percebemos o quão importante é o comprometimento do empreendedor em honrar os compromissos da empresa perante os seus fornecedores.

Outra questão importante é que erros em outras áreas podem afetar as finanças do negócio. Escolher uma localização errada para uma loja, por exemplo, pode gerar um movimento pequeno de carros e pessoas, não trazendo a movimentação esperada, gerando baixo faturamento e, até mesmo, prejuízos para a empresa.

Qual a consequência das poucas vendas? Provavelmente, levarão a dificuldades para honrar os compromissos. Problemas com a qualidade do produto fabricado também podem desencadear prejuízos. Produtos de má qualidade são menos vendáveis, podem gerar insatisfação pós-venda, dentre outros fatores que impactam as finanças. Isso permanecendo, em pouco tempo, a empresa pode não conseguir mais pagar as contas e honrar seus compromissos financeiros.

Não há outra saída para evitar todas essas situações a não ser melhorar a gestão financeira do negócio: uma boa gestão financeira acontece em três etapas. Vamos a elas:

Registro das informações financeiras

A primeira delas é o registro de todas as informações financeiras do negócio: vendas, compras, pagamentos, recebimentos. E, nesse caso, não há meio termo. Quando se fala em todas as informações, isso quer dizer que são necessárias todas elas. A forma de registro dessas informações é o menos importante. Ele pode ser feito em um sistema, em uma planilha eletrônica ou até mesmo em um livro-caixa. O que importa é fazê-lo.

Esta etapa pode parecer maçante e chata, mas, acredite, vale a pena (e é fundamental) comprometer-se com ela!

Organização em ferramentas de controle financeiro

Agora sim, depois de serem registradas, essas informações podem (e devem!) ser organizadas em ferramentas de controle financeiro. As principais delas são o DRE, o fluxo de caixa e o balanço patrimonial. O DRE (Demonstrativo do Resultado do Exercício) mostra as receitas e despesas de um negócio em um determinado período. Dessa forma, é possível levantar o resultado do mês, do ano, do período e saber se a empresa está tendo lucro ou prejuízo.

Além disso, assim é possível mapear as receitas e despesas. Saber quais são as mais importantes e aquelas que devem ser acompanhadas mais de perto. Outra ferramenta financeira básica, mas de extrema importância, é o fluxo de caixa, que mostra se a empresa está gerando dinheiro na velocidade e na quantidade necessárias para enfrentar os compromissos assumidos. Já o balanço patrimonial é uma fotografia da situação econômico-financeira da empresa naquele momento.

Análise dos dados

A terceira etapa é a análise dos dados. Compreender o que as informações coletadas e organizadas estão dizendo sobre o negócio, quais as notícias positivas e quais preocupações estão no horizonte dão ao empreendedor condições ou para manter a estratégia ou para corrigir os rumos do negócio.

Com mais informações, a assertividade na tomada de decisões do empreendedor irá aumentar. Apesar de ser a última e mais importante etapa, a análise está diretamente ligada às anteriores, ou seja, à qualidade das informações levantadas.

Em resumo, ter ou não ter comprometimento para alcançar uma boa gestão financeira explica bastante como um negócio prospera enquanto outro não consegue avançar.



09 Persuasão e rede de contatos

É comum empreendedores e pessoas interessadas em abrir uma empresa escutarem de amigos, familiares e conhecidos que ser dono do próprio negócio é um caminho difícil e cheio de obstáculos. É, isso não é mentira! Mas existem comportamentos e atitudes que podem auxiliar a contorná-los e promover o crescimento do negócio, como as habilidades de persuasão e de criação de uma rede de contatos.

“As características do comportamento empreendedor de persuasão e rede de contatos são um aditivo para acelerar o crescimento do negócio. É possível usá-las com sócios e empregados, mas também com clientes, fornecedores e, até, com concorrentes. E, se você souber fazer isso bem, vai conseguir destravar o seu potencial mais rapidamente e encontrar um caminho mais limpo para o crescimento.”

Renato Santos, facilitador do Empretec do Sebrae Distrito Federal

Essas características englobam o uso de estratégias para influenciar e persuadir pessoas e se relacionar com pessoas-chave que possam ajudar a atingir os objetivos do seu negócio. Dessa forma, o empreendedor:

- Cria estratégias para conseguir apoio para os seus projetos.
- Obtém apoio de pessoas-chave para seus objetivos.
- Desenvolve redes de contatos e constrói bons relacionamentos comerciais.

Mais adiante, vamos conversar um pouco mais sobre a importância do *networking* para um empreendimento. Mas, antes, vamos a alguns conceitos.

O que são persuasão e redes de contatos

A persuasão é a ação de convencer alguém a aceitar uma ideia. No mundo dos negócios, é possível, por exemplo, construir estratégias para o convencimento sobre os benefícios e as qualidades de um produto ou serviço. Caso o argumento seja bem aceito pelo receptor, negócios vão sendo efetivados, vendas são realizadas e um relacionamento de confiança mútua pode ser iniciado.

Além da persuasão, a rede de contatos é uma importante aliada para o alcance de um objetivo. Mais conhecida no mercado pelo termo *network*, a rede de contatos possui relevância para aqueles empresários que buscam parcerias e conexões para a geração de novas oportunidades, podendo contribuir para a evolução do negócio.

As redes de contato (também chamadas redes pessoais, interpessoais ou sociais, dentre outras denominações) possuem tamanha relevância que são amplamente estudadas no meio acadêmico. Há, inclusive, linhas específicas de pesquisas que investigam como os laços interpessoais influenciam pessoas, empresas, sociedade.

Um dos principais teóricos e precursores do tema é o sociólogo inglês Mark Sanford Granovetter. Em uma de suas publicações, ele afirma que “as transações econômicas de todo tipo estão repletas de conexões sociais” (GRANOVETTER, 1985, p. 63). As professoras da PUC Minas, Liliane Oliveira e Gláucia Guimarães, abordam o tema, relacionando-o com o empreendedorismo, em seu artigo Redes sociais, informação, criação e sobrevivência de empresas.

Diferença entre *network* e *networking*

Em linhas gerais, a diferença entre os dois termos é puramente semântica. O termo *network* é utilizado para descrever a conexão existente entre um grupo de pessoas, que estão ligadas por interesses comuns. Em suma, é uma palavra da língua inglesa que tem como significado a criação de uma rede de contatos.

Quando falamos em *networking*, nos referimos às ações que são desenvolvidas pela rede de contatos. Quando empresários fazem *networking*, por exemplo, eles se reúnem para a formação de relacionamentos comerciais, o compartilhamento de informações, de experiências, e para discutir oportunidades de negócios.

A importância do *networking* para o seu negócio

Imagine que você possua um negócio de fabricação de brindes contendo produtos de higiene, como sabonetes líquidos, shampoo e condicionador artesanais. Certo dia, e de maneira inesperada, você recebe uma encomenda de um cliente cuja quantidade a ser entregue estava acima do esperado e a quantidade de frascos para envasar os produtos não seria suficiente.

Então você se pergunta: devo aceitar ou recusar, já que não tenho embalagens suficientes para entregar todos os kits? Nesse momento, você se lembra de um amigo que vende os recipientes de que você tanto precisa para envasar os sabonetes e outros produtos e decide entrar em contato para saber se ele pode atender à sua demanda com urgência.

De pronto, seu amigo aceita a sua demanda e lhe envia, imediatamente, os produtos. Dessa forma, você conseguiu atender à demanda por meio da sua rede de contatos, garantindo a satisfação do seu cliente.

Renato Santos comenta que “essas são pessoas que já interagiram com você antes e desenvolveram um bom relacionamento pessoal ou profissional e que, por isso, tendem a te apoiar com mais boa vontade e atenção quando você precisar no futuro. E é assim que agem os empreendedores, eles investem no desenvolvimento de redes de contato poderosas, a longo prazo, para que possam contar com o apoio de pessoas que estão predispostas a ajudá-los em todos os tipos de situação. E, com isso, a vida fica muito mais fácil”.

O *networking* pode impulsionar consideravelmente o posicionamento da sua empresa no mercado

O *networking*, em si, não tem foco direto nas vendas de uma empresa, mas, a partir dele, é possível construir relacionamentos que podem gerar oportunidades de negócios e atrair mais clientes.

Quando você possui perfil em uma mídia social, com frequência de postagens que convençam sobre a qualidade do seu produto ou serviço (persuasão), por exemplo, é possível que, quando alguém da sua rede de contatos tiver uma demanda ligada ao seu tipo de negócio, a sua empresa seja lembrada.

E, quando essa pessoa for acionada por um terceiro buscando uma indicação, pode acontecer de ela também indicar a sua empresa! Sendo assim, possuir uma rede de contatos ativa é essencial para ser visto, para ser lembrado e, sobretudo, potencializar negócios.

Até aqui, vimos que o *networking* pode gerar oportunidades e, como consequência, a sua empresa pode aumentar o faturamento e expandir sua atuação. Nada melhor que acompanhar a expansão das vendas, o aumento do número de colaboradores e, principalmente, o crescimento do lucro. Mas, mesmo com todas essas notícias positivas, não se pode deixar de acompanhar a gestão financeira do negócio. Principalmente para verificar se esse crescimento está se dando de forma saudável.

Atenção às finanças no momento de expansão do negócio é essencial

Para alguns empreendedores, a impressão que fica é que, se há um aumento no faturamento e nos lucros da empresa, ela só pode estar saudável. Contudo, não é sempre assim. Existem casos em que empresa pode estar com uma rentabilidade em queda. Em outras palavras, os empreendedores podem estar com um retorno sobre o seu patrimônio menor. Mesmo com o crescimento das vendas e aumento do lucro? Sim, mesmo assim!

É importante lembrar que a rentabilidade de um negócio tem relação com a margem de lucro (ou lucratividade) apresentada. E é exatamente a lucratividade que pode estar em queda. Vamos a um exemplo: imagine uma empresa que tenha um faturamento mensal de R\$ 30.000,00 e despesas e custos mensais totais na casa de R\$ 21.000,00.

O DRE (Demonstrativo de Resultado do Exercício) dessa empresa irá mostrar um resultado (faturamento menos despesas) positivo. No caso em questão, R\$ 9.000,00. Para achar a margem

de lucro, é preciso dividir o lucro pelo total do faturamento e multiplicar por 100. Encontramos então o valor de 30%. Essa é a lucratividade da empresa.

Vamos continuar trabalhando com esse mesmo exemplo. Vamos supor que tudo foi dando certo, e as vendas foram se expandindo. Mas que também foi necessário ampliar o quadro de colaboradores, mudar para uma nova sede e comprar um veículo. Alguns meses depois, o faturamento mensal da empresa tinha dobrado e estava no patamar de R\$ 60.000,00. Suas despesas também tinham crescido e estavam na casa de R\$ 48.000,00.

Nesse novo cenário, o DRE mostra um crescimento expressivo do lucro, agora calculado em R\$ 12.000,00 mensais. Dividindo esse valor pelo total do faturamento, podemos verificar que a margem de lucro agora é de 20%. Pode-se então observar que ela caiu bastante. Antes era de 30% e agora diminuiu para 20%. E por que isso aconteceu? Porque as despesas cresceram mais que o faturamento.

As vendas cresceram 100% e as despesas, quase 130%. A empresa ficou menos eficiente. E é a análise através de ferramentas de controles financeiros que deixa claro como isso ocorre, dando possibilidades de o empreendedor implementar novas ações e estratégias para o negócio.

Diante do exemplo, é possível perceber a importância da análise constante dos dados financeiros do negócio. Não se concentrar somente no valor que a empresa vem faturando, mas também no conjunto de despesas, e o percentual da margem de lucro são fundamentais para a gestão financeira, não importando o estágio ou situação em que o negócio se encontra!

Conclusão

Expandir a sua rede de contatos e buscar novas oportunidades para o crescimento do seu negócio através do convencimento sobre os benefícios do seu produto ou serviço faz parte da evolução de um empreendimento. Como vimos, esse é um comportamento a ser desenvolvido ou potencializado e começa por você!



10. **Independência e autoconfiança**

Os empreendedores que desenvolvem os comportamentos de independência e autoconfiança adquirem autonomia para agir e manter sempre a confiança no sucesso. Um empreendedor que possui essas características:

- Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros.
- É otimista e determinado, mesmo diante da oposição.
- Transmite confiança na própria capacidade.

Não foi por acaso que essa foi a última característica a ser tratada aqui. Para que o empreendedor desenvolva a sua independência e, também, a sua autoconfiança, é necessário que ele utilize todos os outros nove comportamentos trabalhados neste e-book.

Quando se deparar com alguma situação que exige o seu posicionamento, o empresário já precisa ter um planejamento embasado em boas informações, agir de maneira persistente, ter ideia dos riscos que determinada atitude vai gerar para o negócio, ter as suas metas bem estabelecidas, se comprometer a entregar com qualidade e de maneira eficiente.

Enfim, é necessário estar com todos os nove comportamentos, citados anteriormente, muito bem alicerçados, para que a sua postura não seja confundida com arrogância e especulação.

A seguir, vamos compreender um pouco melhor os detalhes sobre as ações dos empreendedores que possuem independência e autoconfiança bem desenvolvidas.

O empreendedor que tem independência e autoconfiança:

1. Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros

A autoconfiança está diretamente associada ao autoconhecimento. É necessário conhecer a si mesmo e, também, conhecer a sua empresa, para que seja possível formar opiniões concretas e que façam sentido para a real situação do negócio. O empreendedor que possui os comportamentos de independência e autoconfiança bem desenvolvidos busca a liberdade em momentos de tomada de decisões.

Atenção! Não confunda autoconfiança com arrogância. Ignorar outras opiniões que possam ser relevantes e importantes para a tomada de decisões não é a melhor escolha. Prefira se planejar para construir a base de conhecimento sobre o seu negócio, apoiado nos outros comportamentos empreendedores de sucesso, para criar uma lógica nas suas estratégias e garantir uma tomada de decisão mais certa. Assim, não será preciso agir apenas pautado pela influência da opinião de terceiros.

2. É otimista e determinado, mesmo diante da oposição

A atividade empreendedora é marcada por altos e baixos. As dificuldades vão existir, e é necessário saber contorná-las para manter o seu negócio ativo. Muitas vezes, diante dos momentos difíceis, pode ser comum ouvir muitas opiniões como, por exemplo: “O seu negócio não vai durar”, “Acho melhor você fechar, para não ter um prejuízo maior” ou mesmo “Tem certeza de que vale a pena continuar?”.

São comentários como esses que podem fazer com que empreendedores desistam de sua atividade. Mas, para aqueles que possuem independência e autoconfiança, a visão sobre a situação da empresa e sobre quais atitudes deve tomar para contornar a dificuldade já está bem definida.

3. Transmite confiança na própria capacidade

De novo, para enfrentar uma tarefa difícil ou um desafio, o primeiro passo é confiar na própria capacidade de resolver os problemas. E essa confiança você só desenvolve através da união de todas as características do comportamento empreendedor, utilizadas em conjunto.

Para desenvolver a independência e a autoconfiança, o empreendedor precisa estar conectado a todas as outras nove características do comportamento empreendedor citadas anteriormente, além de estar em dia com a saúde financeira da sua empresa. Dessa forma, fica muito mais fácil tomar decisões.

Como manter em dia a saúde financeira da sua empresa

Uma boa saúde financeira pode ser causa e consequência para a independência e autoconfiança. Então, precisamos persegui-la! Ouvimos por diversas vezes as pessoas dizerem que desejam possuir uma boa saúde financeira. E é provável que nós mesmos já tenhamos manifestado alguma preocupação com a nossa própria. É interessante como usamos a palavra “saúde” para falar de dinheiro.

Vale a pena dar uma olhada no significado dessa palavra antes de fazer considerações sobre o que fazer e o que não fazer com nossas finanças e as da nossa empresa. Uma rápida busca ao dicionário nos leva a definições como “estado de equilíbrio dinâmico entre o organismo e o ambiente”, “bem-estar”, “estado de normalidade de funcionamento do organismo humano”, entre tantas outras.

Equilíbrio nas relações

É justamente porque a nossa relação com o dinheiro precisa do equilíbrio e porque essa relação é capaz de trazer bom funcionamento, bem-estar e autoestima, que costumamos usar o termo saúde financeira com tanta frequência. De cara, fica a pergunta: sua relação com o dinheiro é equilibrada?

Para atingir esse equilíbrio, devemos pensar que, assim como para alcançar uma boa saúde do corpo devemos adotar bons hábitos, o mesmo deve acontecer com nossas finanças. São os bons hábitos do dia a dia que irão nos permitir alcançar objetivos financeiros, seja no curto, médio ou no longo prazo. Por exemplo, será que você sabe exatamente com o que você ou sua empresa estão gastando? Você consegue identificar aqueles hábitos que têm sido os vilões da sua vida financeira?

Analisar de maneira direta e realista questões como essas pode ser o primeiro passo para assumir uma posição de controle das finanças. O conhecimento do real cenário financeiro do negócio auxilia no momento de tomada de decisões, quando o empreendedor precisa manter um ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores.

Outro grande aliado de uma boa saúde financeira é o planejamento, que pode ser colocado em prática através de uma ferramenta simples chamada orçamento. Seja o orçamento da empresa ou da família, é nele que anotamos tudo que esperamos receber e gastar em uma data futura. Esse exercício de pensar no futuro permite identificar problemas, lacunas, maus hábitos e, assim, pensar em soluções.

Relação dinâmica com o dinheiro

O processo de cuidar do dinheiro é cheio de nuances e de mudanças. Voltando à primeira definição apresentada para saúde, vemos a palavra “dinâmico”. Nossa relação com o dinheiro é dinâmica! E precisamos reconhecer isso. Bons momentos financeiros podem ser seguidos de despesas inesperadas, perda de renda ou surpresas desagradáveis. Acompanhar e planejar sempre deve ser a tônica dessa relação.

Por fim, assim como para nosso corpo, também para o nosso “bolso” cabe a recomendação do autoconhecimento. Afinal, o autoconhecimento é a base da autoconfiança. Para ter confiança em si mesmo e em suas decisões, é preciso se conhecer. Pergunte-se sempre: como sou eu no trato com o dinheiro? Sou impulsivo? Planejado? Corro riscos desnecessários? Sou ponderado? Ou arrojado? Conhecer a si mesmo já é, por si só, um passo enorme no caminho para uma vida financeira equilibrada e com bem-estar.

FICHA TÉCNICA

FEBRABAN

Diretoria de Cidadania Financeira

Amaury Martins de Oliva

Uelton dos Santos Carvalho

SEBRAE MG

Unidade de Articulação para o Desenvolvimento Econômico

Alessandro Flávio Barbosa Chaves

Alanni de Lacerda Barbosa de Castro

Renata Cristina Moreira

TEXTO E LAYOUT

Casa Azul Conteúdo e Design para Sustentabilidade

Inez de Oliveira (edição)

Ana Paula Lopes (layout)

Claienny Viana (diagramação)

Maria Inês Caravaggi (revisão)

IMAGENS

iStock

@meubolsoemdia

www.meubolsoemdia.com.br



MEU BOLSO EM DIA
FEBRABAN EDUCAÇÃO

Este e-book é uma realização conjunta:



FEBRABAN