

ENTENDA A IMPORTÂNCIA DO ERRO NO EMPREENDEDORISMO



INTRODUÇÃO.....	3
QUAL É A IMPORTÂNCIA DO ERRO NO EMPREENDEDORISMO?	5
QUAIS SÃO OS ERROS MAIS COMUNS NO EMPREENDEDORISMO?	7
COMO APRENDER COM OS ERROS?.....	14
CONCLUSÃO.....	20
SOBRE O SEBRAE PE.....	22



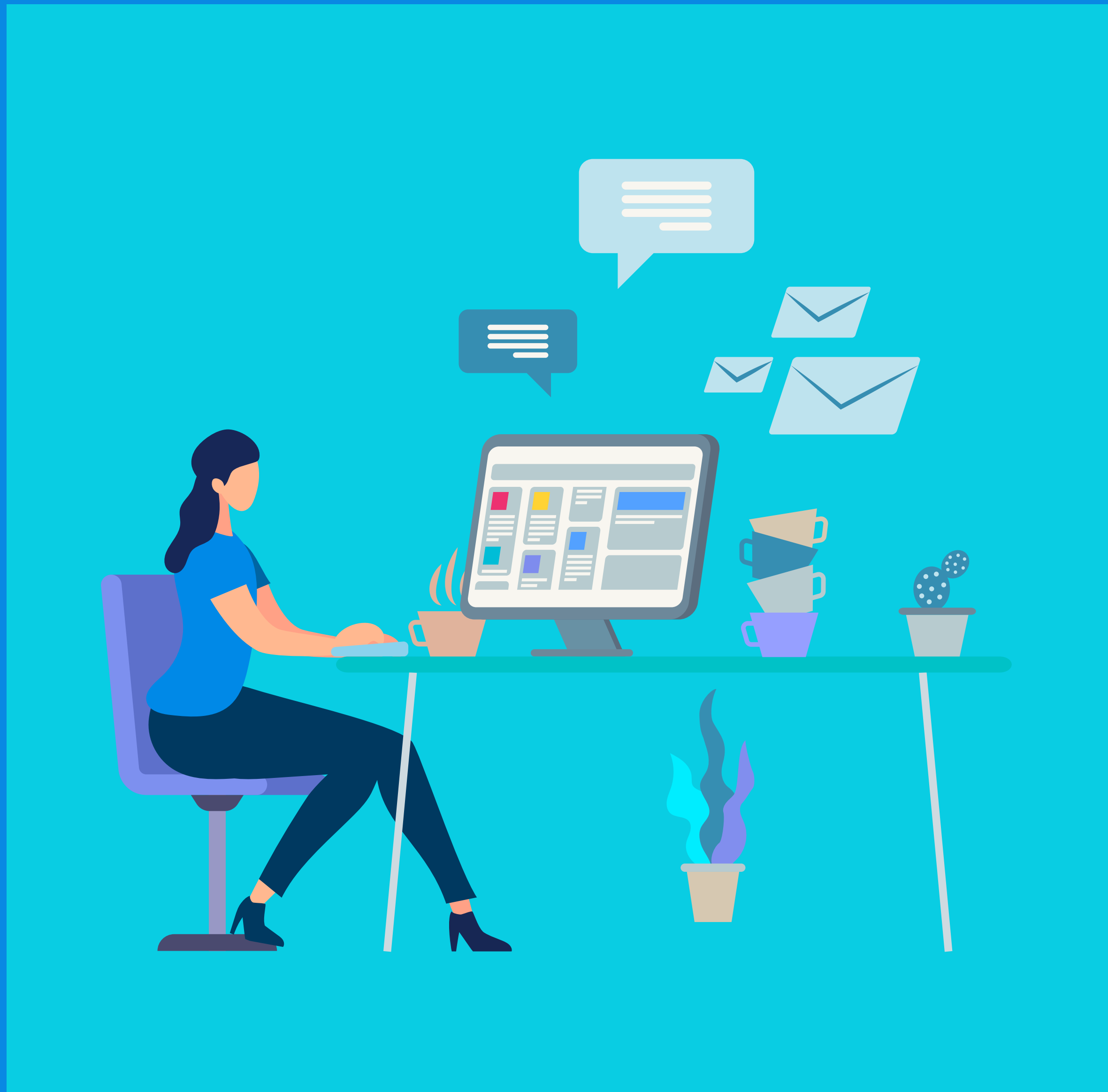
INTRODUÇÃO



Você pode reparar: quando o assunto é empreendedorismo, as pessoas querem ver casos bem-sucedidos no mercado, espelhando-se no modelo de negócios de cada um e tomando nota de todas as decisões acertadas das pessoas por trás deles. Já os erros, por sua vez, comumente são ignorados, desconversados ou considerados irrelevantes nesse processo.

Contudo, o que muita gente se esquece é de que errar, principalmente quando você acaba de tirar a empresa do papel, pode ser um caminho de muito aprendizado sobre o funcionamento do mercado, de evolução pessoal e de ganho de experiência em gestão de marca. Afinal, como diz o ditado popular: **“sem erros, não há acertos”**.

Foi por conta disso que montamos um guia superinteressante para você entender o papel do erro no empreendedorismo. Continue a leitura e saiba mais!



**QUAL É A
IMPORTÂNCIA
DO ERRO NO
EMPREENDEDORISMO?**

QUAL É A IMPORTÂNCIA DO ERRO NO EMPREENDEDORISMO?

O erro é essencial porque ele permite ao empreendedor colocar as ações dele em perspectiva. Dessa forma, é possível identificar e compreender que determinadas estratégias podem não ser tão eficazes ou benéficas para a marca que ele tem – inclusive, mesmo que concorrentes já as tenham adotado antes.

Isso porque cada modelo de negócio funciona de uma forma específica, tem características próprias, investimentos diferentes e públicos (ou nichos de públicos) que podem variar entre o que foi pensado inicialmente e a realidade atual do comércio. Não há uma receita de bolo pronta para que todos possam crescer e lucrar da mesma forma no mercado.

Outro ponto interessante é que a falha gera a oportunidade para que você consiga **enxergar pontos fracos** que, muitas vezes, passam despercebidos na sua empresa. Assim, você se torna capaz de remediá-los a tempo e, se preciso, até de reestruturar aquilo que fundamenta a sua empresa.





**QUAIS SÃO OS ERROS
MAIS COMUNS NO
EMPREENDEDORISMO?**

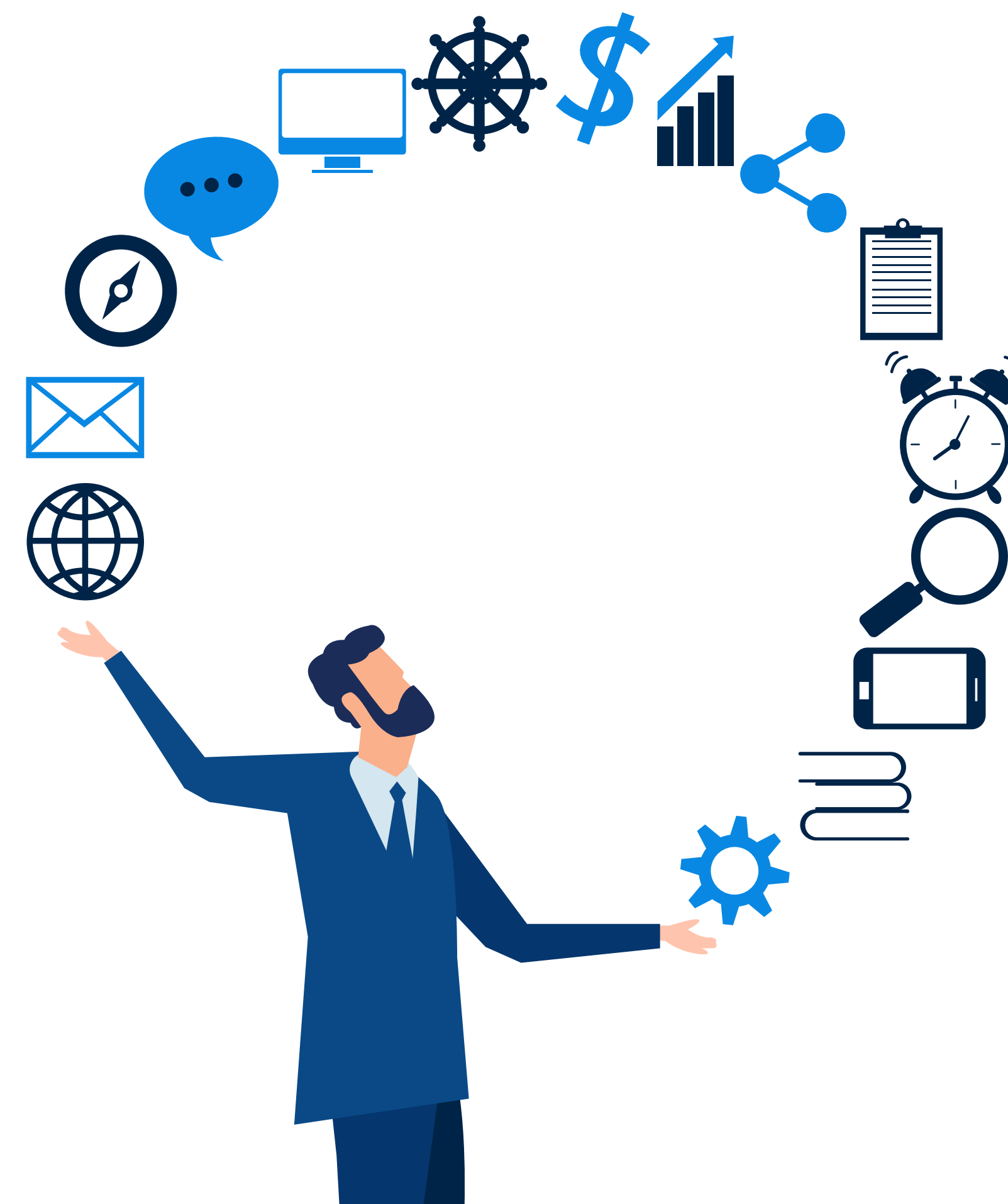
Neste capítulo, vamos mostrar alguns dos erros mais comuns no empreendedorismo – aqueles que são cometidos independentemente do tempo de abertura do negócio, do ramo escolhido e do porte da empresa. Assim, você terá a oportunidade de avaliá-los para reconhecer se está tomando decisões igualmente equivocadas e o principal: assumir uma atitude preventiva para não repetir nenhum deles no seu negócio. Confira!

NÃO FORMALIZAR O NEGÓCIO

Para começar, há o erro de não formalizar o negócio. A pessoa abre um estabelecimento e começa a comercializar produtos, mas não tem qualquer registro formal. A princípio, ela pode acreditar que não precisa disso e, por achar que isso envolve muita burocracia, nem mesmo buscar se informar a respeito.

A questão é que, com o tempo, os problemas começam a surgir. Por exemplo, não dá para conseguir linhas de crédito para melhorar o local, não dá para vender para outras empresas porque não há como emitir nota fiscal, não é possível contratar funcionários legalmente e ainda há o risco de interdição por não haver um alvará de funcionamento.

Tudo isso poderia ser facilmente resolvido se o **empreendedor procurasse a agência do Sebrae mais próxima dele**, já que, entre os serviços oferecidos por nós, estão justamente o suporte para formalização e a regularização de pequenos negócios.





NÃO ESTABELECECER METAS

Outro equívoco comum é trabalhar sem metas. Afinal, elas nada mais são do que indicadores de como anda a evolução do seu negócio, tanto externamente quanto internamente. No primeiro caso, elas mostram se a empresa está crescendo, se há sazonalidade e em qual velocidade esse avanço acontece.

No segundo caso, por outro lado, elas apontam como está o controle interno de despesas, revelando se algum setor está com desperdício ou mau uso de recursos. Logo, não definir metas externas e internas aos níveis mensal, semestral e anual impede que você identifique antecipadamente quando algo está errado com a lucratividade e a expansão de mercado da marca.

Além disso, também dificulta **reconhecer se algum departamento está sendo muito oneroso e trazendo mais prejuízos do que benefícios** para a companhia, o que, por sua vez, atrasa possíveis intervenções que resolveriam o problema.

SER DESORGANIZADO QUANTO ÀS FINANÇAS

Um terceiro erro que também é visto em vários negócios é a desorganização quanto às finanças. Por exemplo, o empreendedor não cria uma conta PJ para a empresa, deixando que todas as movimentações de dinheiro ocorram na conta pessoal dele.

Isso é algo que pode parecer prático, especialmente quando você está começando uma marca e ela é pequena, mas acredite: em longo prazo, esse hábito se torna uma dor de cabeça. Isso porque será difícil identificar quais entradas e saídas dizem respeito à marca – uma vez que o extrato é unificado. **Para completar, aumentam as chances de, em caso de imprevistos, você gastar o saldo disponível e comprometer as contas do estabelecimento.**

Há ainda outro exemplo que podemos citar: o costume de fazer pequenos saques de dinheiro do caixa do negócio para despesas pessoais. Esse é um problema porque, por mais que as quantias sacadas sejam pequenas e você até as reponha depois, há o risco de se perder a mão e não haver um controle sobre o total retirado. Com isso, surge um déficit nas suas finanças que prejudica o **fluxo de caixa**.





DIVULGAR INCORRETAMENTE O NEGÓCIO

Além do que já foi citado, há a divulgação incorreta do negócio. Ela acontece, basicamente, quando você deixa o marketing de escanteio por não querer investir nele e acredita que apenas o fato de ter um estabelecimento em um local comercial e bastante movimentado é o suficiente para que surjam clientes.

Contudo, isso está longe de ser verdade. Tenha em mente que é preciso ser visto para ser notado. Portanto, não dá para esperar que o seu público chegue até você, ainda mais em um mercado competitivo e com tantas opções de concorrentes online e offline.

É preciso que você vá até eles por meio de campanhas publicitárias, ações de marketing de atração e da presença na internet – **em especial, nas redes sociais.**

OPTAR POR NÃO TER COLABORADORES MESMO PRECISANDO

Há empreendedores que, mesmo precisando bastante de auxílio na empresa, optam por não ter funcionários. Muitos fazem isso para não ter gastos extras e nem precisar lidar com questões trabalhistas. Acontece que esse é um erro que sai caro, pois a pessoa acaba acumulando uma série de funções e, à medida que a clientela aumenta, vai se tornando inviável dar conta de todo mundo.

Resultado: os atrasos nas tarefas se tornam frequentes, o serviço peca na qualidade, o atendimento fica lento e os consumidores só acumulam queixas e críticas ao negócio.

Portanto, é importante considerar o tipo de empresa que você quer ter, se haverá um estabelecimento físico, a quantidade de atividades realizadas no local de trabalho e o ramo no qual vai atuar (que pode ter maior demanda de atendimento presencial ou online) para traçar uma média de colaboradores que serão necessários.



ATUAR SEM UM PLANEJAMENTO DE ESTOQUE

A falta de estoque é mais um equívoco frequente no universo do empreendedorismo. Muitos comércios que trabalham com a venda de produtos adotam como regra ter uma quantidade pequena de cada produto – apenas o necessário para fazer um mostruário.

Acontece que, dependendo da demanda dos clientes, esse mostruário pode acabar em menos de 24h e a loja pode ficar sem mercadoria até mesmo por dias. Afinal, ela precisará ir atrás do fornecedor para comprar ou encomendar uma nova remessa e ainda poderá lidar com a possibilidade de as peças estarem em falta.

Por isso, planejar um estoque pode fazer a diferença para economizar na aquisição de produtos – já que, quanto maior a quantidade, mais negociável é o valor final – e o principal: **garantir as vendas** – principalmente quando você já tem um catálogo de itens com grande saída.

TRATAR O CLIENTE DE QUALQUER JEITO

Já o sétimo e último erro é ser descuidado em relação ao atendimento que o cliente recebe nas diferentes etapas da compra. Isto é, a sondagem de preço, a negociação das condições de pagamentos, a aquisição do produto/serviço, a entrega de mercadoria e o pós-venda.

O motivo disso é simples: quando o consumidor sente que há descaso em uma ou mais dessas etapas, ele passa a considerar a compra, como diz o ditado, um investimento furado. O serviço da empresa passa a ser visto não só como ruim, mas também como desrespeitoso.

A partir daí os consumidores desapontados começam a repassar (tanto presencialmente quanto virtualmente) para familiares, amigos e conhecidos que o local deve ser evitado a todo o custo, o que gera perda de lucro e um **dano grave à imagem da marca**. Portanto, é preciso investir na experiência do cliente, pois isso pode garantir tanto o sucesso quanto o fracasso de uma companhia.



COMO APRENDER COM OS ERROS?

”Entendi que erros acontecem e, ao contrário do que se pensa, eles podem ser úteis para a evolução do meu negócio. Inclusive, já estou por dentro daqueles que são mais recorrentes entre os empreendedores. Porém, como posso aprender, de fato, com as minhas falhas?”, você pode estar pensando.



É por isso que, nas próximas linhas, você verá um passo a passo de como acompanhar, analisar e mensurar os erros para amadurecer a sua atuação profissional e tornar a sua gestão de negócios mais exitosa. Confira!

LISTE OS ERROS COMETIDOS

O primeiro passo é registrar os erros cometidos para você ter uma ideia clara não apenas do período e do contexto em que eles ocorreram, mas também dos detalhes de cada uma dessas estratégias falhas. Para tanto, você pode montar uma planilha esmiuçando-os da seguinte forma:

- » ações que foram colocadas em prática;
- » profissionais que estavam envolvidos;
- » investimento que foi feito;
- » público-alvo idealizado;
- » objetivo que se esperava alcançar.

AVALIE QUAIS PARTES DAS ESTRATÉGIAS FORAM EQUIVOCADAS

A segunda etapa do seu exercício de aprendizado a partir dos erros é avaliar qual parte das estratégias listadas anteriormente foi equivocada por mau planejamento, estruturação, organização ou pesquisa prévia. Por exemplo, uma estratégia de lançamento de um produto X para o público jovem adulto podia ter tudo certo (profissionais, orçamento disponível, público-alvo adequado e objetivo). Porém, as ações tomadas para divulgar o novo item podem não ter sido bem pensadas.

Isso porque você optou por anunciar em mídias com menos adesão entre os seus potenciais clientes, como o rádio e o jornal, deixando a internet de fora. Contudo, ela é o meio de comunicação e de informação que eles mais usam.

Para se ter ideia, segundo um [levantamento](#) de 2019, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), **as faixas de 20 a 24 anos e 25 a 29 anos são as que mais estão conectadas no país.** Na primeira, 92,7% das pessoas utilizam as redes no dia a dia. Já na segunda, por sua vez, a média é de 92,6%.





PENSE EM SOLUÇÕES QUE PODERIAM TER SIDO ADOTADAS

Depois das duas últimas fases, chega o momento de você considerar quais soluções poderiam ter sido adotadas para que a estratégia inicial não tivesse se tornado o erro que virou. Peguemos o exemplo do lançamento do produto.

Nele, o problema foi o meio escolhido para divulgar o item. Isso poderia ter sido evitado se uma pesquisa de mercado tivesse sido feita com quem já é cliente e também se encaixa no perfil desejado de consumidor. Ela serviria para sondar quais mídias esse público acessa no dia a dia e, a partir daí, o tempo que ele passa nelas, qual plataforma é a mais usada, quais as personalidades que exercem influência na intenção de compra dele etc.

ALINHE O APRENDIZADO COM OS SEUS OBJETIVOS PROFISSIONAIS

A cada ciclo de erro e reavaliação sobre por que essa falha aconteceu, você tem a chance de obter informações preciosas para tornar a sua visão de negócio mais precisa e eficiente, não tendo medo de equívocos no futuro. Utilizando mais uma vez o exemplo dos tópicos anteriores, você aprendeu que, antes de partir para as ações de divulgação de um produto/serviço, é importante fazer um levantamento para **conhecer mais a fundo o seu público**, assim como os hábitos e as particularidades dele.

Portanto, esse aprendizado pode (e deve) ser absorvido e alinhado com os seus objetivos profissionais, como é o caso da criação de uma relação próxima entre marca e consumidores, melhora no posicionamento da imagem da empresa e fidelização de clientes.



FAÇA UM PÓS-ACOMPANHAMENTO PARA ANALISAR OS RESULTADOS

O último passo é fazer um pós-acompanhamento alguns meses depois de você completar as etapas anteriores para conferir como foi o aproveitamento dos seus aprendizados e a adoção deles no negócio.

A ideia aqui é simples: checar se o sistema de informações que você montou contribuiu para aperfeiçoar a gestão da empresa e se já há resultados que indiquem o tamanho do impacto positivo que eles geraram. A partir daí, já dá até para pensar, inclusive, em novas soluções e alternativas para aqueles pontos que tiveram pouca ou nenhuma mudança.





CONCLUSÃO

Como você conferiu neste e-book, não precisa temer, envergonhar-se ou mesmo assumir uma postura paranoica quanto à possibilidade de errar. Ser empreendedor não significa acertar sempre, mas, sim, ser capaz de superar desafios, reinventar-se e aprender com as próprias falhas enquanto tenta inovar e transformar o mercado.

Por isso, não deixe de revisar os principais erros que apresentamos aqui, além, é claro, de tomar nota das dicas de como analisar e assimilar possíveis equívocos para contorná-los de forma estratégica e fazer o seu negócio crescer cada vez mais!





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.