



## PRINCIPAIS ERROS COMETIDOS NA GESTÃO AO ABRIR UM NEGÓCIO E COMO EVITÁ-LOS







# INTRODUÇÃO

**N**a hora de abrir um negócio muitos empresários ainda não conhecem todas as nuances e os desafios que os aguarda. Nesse sentido, cometer alguns erros é algo muito comum e totalmente compreensível, dado o processo de aprendizado pelo qual eles estão passando.

Isso não seria nenhum problema, a princípio. Entretanto, erros simples – considerados “bobos” por muitos empresários mais experientes – **podem gerar prejuízos enormes para um negócio que, no início, têm certa dificuldade de se manter pagando suas contas e gerando lucro.**

Esses erros são alguns dos motivos principais que fazem **60% das empresas, em média, fecharem as portas antes mesmo de completarem 5 anos de existência.** Porém, com o passar do tempo e a maior facilidade que os empresários têm para acessar informações de qualidade, esse quadro tende a mudar muito nos próximos anos.

O primeiro passo para que isso aconteça, portanto, é identificar esses erros e, em seguida, eliminá-los por completo da sua gestão. Pensando na importância do assunto, nós resolvemos escrever este e-book.

Nele, daremos o pontapé inicial para que você possa eliminar o primeiro problema, que é saber que ele existe. Para tanto, mostraremos os erros mais comuns que os empresários cometem na hora de abrir um negócio. Acompanhe!





**NÃO SE FORMALIZAR**



A não formalização é um erro muito grave cometido por empresários iniciantes e que **pode arrebatá-lo totalmente o seu negócio do mercado em que atua de forma muito rápida**. Isso acontece porque a maioria das empresas e, até mesmo pessoas físicas, vêm exigindo os respectivos documentos fiscais dos produtos ou serviços que adquirem ao longo da sua existência.

Nesse contexto, uma empresa que não está devidamente formalizada é incapaz de emitir um documento fiscal, limitando de forma considerável a sua capacidade de vendas. Além disso, não podemos esquecer do grande risco que esses empresários correm de serem pegos pelos órgãos de fiscalização.

Atualmente, eles estão mais atentos a movimentações financeiras que as pessoas realizam, e é muito fácil identificar uma atividade empresarial que não está formalizada. O custo do registro de uma empresa é consideravelmente menor que as multas que podem ser aplicadas e as vendas que deixam de ser realizadas pelo fato de o seu negócio não ser formalizado.

Por isso, é fundamental que você saiba os passos para formalizar o seu empreendimento. Discorreremos sobre isso no próximo tópico!

## FORMALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Atualmente, **formalizar uma empresa é muito simples**. A primeira coisa que você tem que fazer é procurar um profissional da área contábil. Ele mostrará qual o tipo de negócio que você pode constituir. Por exemplo, um MEI ou uma empresa optante pelo Simples Nacional, entre outros detalhes mais técnicos.

Depois de fazer essa verificação com os profissionais adequados, você deve proceder com o registro do seu negócio nos órgãos competentes. Atualmente, esse processo é muito simples e rápido. Em muitos estados, já é possível abrir uma empresa totalmente pela internet em apenas alguns dias. Obviamente, em alguns casos será necessário ir até o órgão de registro para executar algum procedimento. Por exemplo: solicitar o credenciamento para emissão de notas fiscais de serviços na prefeitura ou o alvará de funcionamento caso seja exigido etc.

Porém, a parte mais complexa do processo é feita por meio dos portais dos órgãos de registro. Nesse sentido, nada justifica o erro gravíssimo de não formalizar a sua empresa perante a Receita Federal e os demais órgãos responsáveis.





**NEGLIGENCIAR  
A CAPACITAÇÃO  
PROFISSIONAL**

**O empreendedor que está no início da sua jornada no universo dos negócios é o ativo principal de uma empresa.** Isso significa que ele será o responsável pela maior parte da gestão do empreendimento.

Contudo, se você negligenciar a capacitação profissional correrá um sério risco de não conseguir atender todas as demandas que o seu negócio exigirá a partir do momento em que ele for constituído.

Sendo assim, é importante que você se planeje para fazer cursos e treinamentos voltados para sua área de atuação, bem como aqueles que ensinam a gerenciar diversos aspectos do seu negócio. Empreendedorismo não é uma matéria muito difundida no ambiente escolar. Mesmo que fosse, dificilmente seria possível ensinar para uma criança ou jovem todas as nuances e os conceitos que envolvem o universo dos negócios.

Anos depois, ao ingressarem no curso superior — dependendo da área de formação — o empreendedorismo é deixado ainda mais de lado e a pessoa só se lembra dele no momento de abrir um negócio. Por esses motivos, a capacitação e o treinamento são vitais para a continuidade e o sucesso de uma empresa e você não deve negligenciar essas etapas.





**NÃO CRIAR UM  
PLANO DE NEGÓCIOS**

Outro erro comum que muitos empresários cometem é **esquecer do seu plano de negócio**. A maior parte das empresas começa de forma desordenada, vendendo seus produtos e serviços sem fazer todas as pesquisas e os planejamentos prévios necessários.

O plano de negócios nada mais é do que um projeto que demonstra como a sua empresa vai funcionar. Ele abrange desde os investimentos financeiros até as estratégias de marketing que serão utilizadas para alcançar o seu público-alvo.

Nesse documento, constarão todos os objetivos e propósitos do seu negócio. O papel principal é servir como um mapa que auxiliará na tomada de decisões relacionadas aos investimentos e ao futuro da empresa como um todo.

Devido à sua grande importância, bem como a falha que muitos gestores cometem ao esquecer dessa etapa tão fundamental, mostraremos como esse plano pode ser implementado no seu negócio. Continue lendo!



## RESUMO EXECUTIVO

Uma das primeiras etapas da elaboração do plano de negócios é a criação do resumo executivo. Esse processo traz consigo todo o plano de forma centralizada e sucinta. Apesar de ser iniciado na fase de concepção do negócio, todo esse processo é finalizado somente nas últimas etapas.

Assim, ele deve ser publicado e divulgado entre todos os envolvidos nas operações da empresa. Isso é necessário para que essas pessoas tenham em mãos um mapa que as orientará sobre os caminhos e as decisões a serem seguidas, sempre levando em consideração os objetivos empresariais, seus valores e sua missão.

## VISÃO E MISSÃO

Por falar em valores e missão, dentro do plano de negócios também podem ser definidos esses dois elementos. Conceitualmente, eles fazem parte de outro tipo de planejamento – o estratégico, que também é muito importante para o sucesso de um negócio e abrange diversas outras atividades.



Entretanto, desde a concepção do negócio já é importante que o empresário tenha esses dois conceitos muito bem definidos. O primeiro deles, portanto, é a visão. Ela demonstra como a empresa deseja ser vista pelos seus clientes e todo o mercado em si.

A missão é o ponto em que a empresa deseja chegar no futuro. Em outras palavras, ela é o impacto que o empreendimento deseja causar no mercado e na sociedade como um todo. Essa definição guiará os funcionários e gestores em questões financeiras e administrativas do entendimento.



## DESCRIÇÃO GERAL DA EMPRESA

O próximo passo da elaboração do plano de negócios é a descrição geral da empresa. Nesse documento devem ser inseridos o faturamento, a evolução financeira que ocorreu e a expectativa para os anos seguintes. A descrição geral será muito utilizada na hora de conseguir investidores para o seu negócio.

## ANÁLISE ESTRATÉGICA

Análise ou planejamento estratégico serve para identificar um conceito denominado de SWOT. Essa é uma sigla em inglês que significa forças, ameaças, oportunidades e fraquezas. Esse tipo de definição serve para mostrar ao gestor eventuais elementos que possam prejudicar o seu sucesso e crescimento, bem como os que devem ser aproveitados para alavancar suas receitas e o desenvolvimento da empresa.

### PLANO DE MARKETING E VENDAS

Por fim, temos o plano de marketing e vendas. Esse elemento serve para definir quais serão as estratégias de publicidade e divulgação das suas soluções, bem como outros fatores que interferem no processo de vendas, como promoções e condições de pagamento.

Essa última etapa do plano de negócios precisa estar em conformidade com o seu público-alvo. Não há como ter sucesso em uma estratégia de marketing sem conhecer a fundo o perfil das pessoas que você pretende atingir com essas ações.

Inclusive, esse é uma grande falha que muitos empreendedores cometem no início de sua jornada e que discorreremos com mais detalhe em outro tópico deste ebook. Continue lendo!





# ESQUECER O PLANEJAMENTO FINANCEIRO



**A**lém do plano de negócios, outro erro muito comum é simplesmente esquecer do planejamento financeiro. Existe um ditado popular que diz **“quem falha em planejar está planejando para falhar”**.

Isso mostra ao empresário a importância de ele investir tempo e até mesmo dinheiro nesse tipo de planejamento que existe para que um negócio possa prosperar. No caso desse formato são estabelecidos elementos fundamentais das finanças do seu empreendimento.

O foco principal de um planejamento financeiro é auxiliar o empresário no estabelecimento de metas de curto, médio e longo prazo, bem como na fixação de estratégias para que elas sejam alcançadas servindo como uma base fundamental para a tomada de decisões que mantém o negócio no caminho certo.



**NÃO CONHECER O  
SEU PÚBLICO-ALVO**

**P**ara finalizar este conteúdo temos um dos erros mais comuns e prejudiciais cometido por empresários que estão no início de suas carreiras. Estamos tratando do desconhecimento do próprio público-alvo.

Se você não sabe o perfil de pessoas que o seu negócio atenderá, dois sintomas graves aparecerão. Primeiro, você não saberá os produtos ou serviços que podem ser oferecidos a essas pessoas. Conseqüentemente, isso terá um impacto negativo nas suas vendas, o que prejudicará a lucratividade e o faturamento.

---

***O outro grande sintoma que você perceberá será o gasto com marketing sem nenhum tipo de retorno ou com uma efetividade muito baixa. Afinal, se você não conhece o seu público e não sabe como se comunicar com ele, dificilmente alguma estratégia de publicidade funcionará.***

---

Por exemplo, se você decide espalhar panfletos pelas ruas, mas o seu público-alvo são pessoas aposentadas e que dificilmente saem de casa, todo o investimento com essa estratégia foi jogado no lixo.



Vamos dar outro exemplo para você entender a importância de definir um público-alvo. Imagine o caso de pessoas que colocam anúncios em outdoor ou em rádios para alcançar pessoas mais jovens. Sabemos que esse perfil está mais ligado à tecnologia e à internet, então simplesmente não adianta anunciar nesses canais tão poderosos.

Consegue perceber que quando você não conhece seu público-alvo sua empresa tem um custo muito alto com marketing e uma baixíssima ou quase nenhuma eficiência nessa estratégia? Nesse sentido, como seria a estratégia para definir o perfil do consumidor? É o que vamos tratar no próximo tópico.



## COMO DEFINIR O SEU PÚBLICO-ALVO

O primeiro passo para definir o seu público-alvo é fazer uma pesquisa dentro do seu próprio negócio. Se você não tem um banco de dados dos seus clientes é importante que comece a fazer e verificar algumas informações básicas, tais como: gênero, idade, produtos mais adquiridos, entre outras características.

Com esses dados em mãos você consegue extrair informações mais profundas, como medos, anseios e desejos. Quando tiver todas as características muito bem definidas, notará uma grande oportunidade de atingir um número expressivo de pessoas que têm mais possibilidade de comprar seus produtos ou serviços.

Além disso, saberá exatamente o canal de comunicação que deve escolher para alcançar essas pessoas e, principalmente, **o tipo de linguagem que deve ser utilizada para tirá-las de suas casas e levá-las até o seu estabelecimento.**



**CONCLUSÃO**

Como você pode perceber, esses erros são muito simples de cometer, bem como de resolver. Conhecendo cada um deles de forma detalhada fica mais fácil identificar as falhas e corrigi-las em seu negócio antes que ele faça parte da triste estatística que mencionamos no início deste conteúdo.

Portanto, é importante que você não deixe o tempo passar e tome uma atitude agora. Olhe para dentro do seu negócio, verifique se essas falhas existem e elimine-as o quanto antes!





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

Nossa proposta é a construção de oportunidades em conjunto, disponibilizando formações, processos educacionais, oficinas, consultorias e vários serviços para auxiliar empresários no alcance de resultados positivos no empreendimento. Atuamos nas frentes de **estímulo e desenvolvimento do empreendedorismo e no incentivo à formalização dos negócios**, com a criação de oportunidades e soluções de maneira criativa.

