

## **De volta à sala de aula**

*Marilena Rocha*

*Investir no aprendizado ajuda a reduzir os riscos de insucesso*

Embora alguns empresários de sucesso se gabem de ter conseguido um bom desempenho nos negócios sem nunca terem feito cursos específicos, o certo é que o empreendedorismo está cada dia mais presente nas salas de aula. Fato que, para os especialistas, pode significar, nos próximos anos, uma redução na taxa de mortalidade entre os novos negócios.

Em parceria com prefeituras de quase todo o País, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) tem levado o ensino de empreendedorismo para comunidades carentes, por meio do programa Aprendendo a Empreender, e para o ensino fundamental com o Jovem Empreendedor Primeiros Passos. Segundo o gerente de Educação do Sebrae-SP, Emerson Morais Vieira, desenvolver uma cultura empreendedora é uma tarefa de longo prazo. "É necessário estimular o ser humano a fazer acontecer, ser protagonista de sua própria vida."

Além de cursos, o Sebrae oferece oficinas. "É importante fazer um curso para tomar decisões corretas e até verificar se você tem o perfil adequado para o negócio almejado", explica Vieira. O gerente tem uma dica para quem acredita ter uma boa idéia, mas está cheio de dúvidas sobre sua capacidade empreendedora. "É preciso desenvolver competências técnicas, estratégicas e comportamentais. E tudo isso se pode conseguir com treinamento. Quanto mais souber, mais capacitado estará", orienta.

### **INJEÇÃO DE ÂNIMO**

Depois de tentar empreender vários negócios que não o levaram a lugar algum, Gerson Santana Silva, de 39 anos, se encheu de coragem e foi conhecer o Sebrae por indicação de colegas. "Eu tinha vergonha, porque era uma pessoa muito simples e achava que não iam me receber bem. Que nada. Abriam a minha mente e passei a me enxergar como um empresário. Aí as coisas andaram", conta.

Nascido na zona leste de São Paulo, foi mandado para o Nordeste quando tinha um ano. "Lá vendi picolé, salgadinho e até tive uma banca de roupa na Bahia." Com 19 anos, voltou para São Paulo e fez vários bicos. Mas acabou conseguindo um emprego, em Guarulhos, onde permaneceu por seis meses. Saiu com R\$ 190 e uma máquina de costura em consignação. "Isso foi em 1991 e até 2000 eu praticamente não saí do lugar. Ou seja, o dinheiro que entrava eu gastava todo."

Na verdade, a lojinha já batizada de Casa de Máquina do Baiano até estava crescendo, em ritmo bem lento. Ele consertava máquinas e vendia as que conseguia comprar. Até que, em 2000, sofreu um seqüestro relâmpago. "Levaram tudo. Fiquei só com quatro maquininhas na prateleira." Foi a partir daí que ele buscou auxílio no Sebrae.

Resultado: a lojinha de 50 metros quadrados hoje se transformou em três lojas com dois andares cada (duas em Guarulhos e uma em Itaquaquecetuba). As três juntas têm um faturamento mensal em torno de R\$ 300 mil. Ele emprega 15 pessoas, tem 385 máquinas e cerca de 3.500 clientes. "É ainda abri uma distribuidora de bebidas no Rio, que está por conta da minha mãe", orgulha-se. Silva acredita que a virada em sua vida foi proporcionada pela injeção de ânimo que recebeu nos cursos que frequentou. Neles, aprendeu a planejar, a controlar o fluxo de caixa e outras particularidades do negócio. "Eu, que até então devia até para agiota, aprendi a não tomar dinheiro emprestado. Aprendi a buscar parcerias", ensina.

### **APRENDENDO BRINCANDO**

No Senac, todos os cursos apresentam um viés de empreendedorismo. "A nossa preocupação é garantir a inserção do aluno no mercado de trabalho", destaca o coordenador do Núcleo de Empreendedorismo do Senac-SP, Daniel Garcia Corrêa. "Os cases aqui são todos do território

brasileiro. Não se empurra nenhum modelo americano aos alunos, pois se trata de culturas diferentes, legislações diferentes."

Para estimular os interessados, as lições são passadas em forma de jogos e competições. A Ilha do Empreendedor, um software de gestão de negócios, faz o aluno pensar todas as etapas de um negócio. Foi numa competição em classe que um grupo de alunos criou uma empresa voltada para a produção de instrumentos musicais ecologicamente corretos (madeira certificada e cordas de garrafa pet). Foi premiada no Senac, na FGV e agora vai participar de competição na Califórnia (EUA).

## **ENXERGANDO OPORTUNIDADES**

Empreendedorismo se aprende sim na escola, afirma o fundador e coordenador do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGVcenn), José Augusto Corrêa. "Não é essencial fazer cursos para se tornar um empreendedor de sucesso. Mas, quanto mais a pessoa se prepara para enxergar oportunidades, mais ela aumentará as chances de sucesso."

Corrêa aponta como exemplo de sucesso total o ex-aluno Rodrigo Veloso, de 29 anos, que abriu, em 2006, a ONE Natural Experience, em Los Angeles, que vende produtos naturais a começar de água de coco em caixinha. Conta hoje com mais de 10 mil pontos de venda no mercado americano.

Um dos coordenadores do curso Empreendedorismo e Criação de Novos Negócios da FGV, Tales Andreassi, entende que os cursos do gênero sempre ajudam, sempre acrescentam algo ao futuro empreendedor. "Ele vai aprender a fazer um plano de negócios, o que por si só reduz a chance de quebrar, porque é uma bússola. Mas não estará livre do imponderável", diz.

Identificar oportunidades e pesquisar o mercado são itens que Andreassi considera fundamentais para o futuro empresário. Da mesma forma que evitar financiamentos, especialmente para a abertura do negócio. Quando for para crescer, então ele considera o recurso válido, desde que o interessado pesquise.

Foi seguindo seus ensinamentos que Batista Gigliotti enxergou uma oportunidade inovadora no mercado de franquias. "Montei uma consultoria em franquias, a Fran Systems, que já está com seis anos e sempre crescendo." Ele tem cerca de trinta clientes e dá emprego a 12 pessoas. "Mas a geração de postos de trabalho para as empresas a que prestamos consultoria deve estar em torno de 4 mil", diz referindo-se a marcas como Burger King, Pizza Hut e Taco Bell, entre outras.

## **CORAGEM PARA EMPREENDER**

"Os cursos podem dar mais segurança e confiança, mas o empreendedor é forjado pelas circunstâncias", alerta o coordenador do Centro de Empreendedorismo do Ibmec São Paulo, Marcos Hashimoto. O professor entende que o brasileiro não se prepara adequadamente para abrir um negócio. "Ele empreende por necessidade. Os que fazem sucesso dão de dez a zero nos empreendedores do mundo inteiro. É bem verdade que são poucos."

O Ibmec iniciou recentemente o Empreenda, uma competição de planos de negócios, com a participação de 18 equipes (cada com até três pessoas). As apresentações acontecerão no mês que vem.

Andréa de Camargo Suga, de 35 anos, entende que o MBA Executivo que fez no Ibmec em 2002 lhe deu ferramentas e coragem para se tornar uma empreendedora. "De lá para cá eu tive várias ocupações, mas o importante é que coloquei a mão na massa. O casamento também ajudou, pois o marido, Arnaldo Suga, de 36 anos, ex-aluno da FGV, já atuava como empresário e firmou com ela algumas parcerias.

A ex-bancária diz que o curso lhe abriu os olhos para diversas oportunidades. "Meu primeiro negócio foi uma corretora na área de benefícios (fundos de pensão e previdência privada). Aí, em parceria com meu marido, fiz um plano de negócios para representação de uma empresa que trabalha com vidros planos para decoração, a Omnidecor."

Também se voltou para o trabalho no ramo mobiliário com um plano de negócios para a SCA, que atua na área de móveis planejados. E se tornou sócia de um asset management (administração de ativos), a Mira Capital. "Faço gestão de patrimônio do fundo que existe há cinco anos. A sua performance no último semestre foi espetacular comprovando que está sendo bem administrado", comemora.

## Procura-se melhor desempenho

 A O baixo custo em relação às consultorias seniores - preços até 70% inferiores - tem atraído pequenas empresas ao ambiente acadêmico em busca das empresas juniores, formadas por alunos orientados por professores. Nesses espaços, empresários procuram melhorias na gestão de seus negócios. Foi assim que Antonio Carlos Foschini, dono da AC Park Estacionamento, de São Paulo, foi bater na porta da Júnior Trevisan Consultores no fim do ano passado. Preciso esperar até o início de 2008 para ser atendido, pela demanda da consultoria. "Reconheço algumas limitações na administração do negócio. Como não tinha uma verba substancial, optei por uma júnior dentro de uma instituição em que confio", afirma. O projeto para a sua rede (24 estacionamentos) consumiu um investimento de aproximadamente R\$ 10 mil, divididos em seis vezes.

No diagnóstico entregue ao empresário, ficou evidenciado que a rede não dava atenção devida a determinadas unidades, bem rentáveis. O trabalho

mostrou ainda que uma revisão na estrutura organizacional era vital. "Alguns funcionários executavam tarefas fora da sua competência, o que gerava ineficiência", comenta Gabriel Nascimento, consultor envolvido no trabalho. Com a elaboração de um plano de negócios, Foschini visualizou pontos fortes e fracos da empresa, bem como as oportunidades. "Indicaram algumas diretrizes da norma de qualidade ISO 9001, como a realização de reuniões com atas, o que já pus em prática. Os funcionários passaram a estar mais comprometidos com o negócio e, no médio prazo, certamente essa mudança se refletirá na performance da rede."

Nas juniores, os valores variam bastante conforme a complexidade de cada projeto, afirma Tiago Gomes, presidente da FCap Jr. Consultoria, de Pernambuco. "Há desde minúsculos projetos que demandam pouquíssimos recursos até processos mais demorados." Para acessar esse serviço, as empresas abrem as portas durante todo o ano. ●

LEONARDO PESSOA,  
ESPECIAL PARA O ESTADO

## Veja onde encontrar uma consultoria

- **ESPM Júnior (ESPM - S. Paulo)**  
Custo médio: R\$ 9 mil  
Atuação: administração, comunicação e marketing.  
Contato: (11) 5085-4565 - mercado@espmjr.org.br
- **AD&M Consultoria (UnB - Brasília)**  
Custo médio: de R\$ 4 mil a R\$ 30 mil  
Atuação: finanças, gestão de pessoas, processos e marketing.  
Contato: (61) 3307-2056 - presidencia@admconsultoria.com.br
- **Empresa Júnior (PUC - Rio de Janeiro)**  
Custo médio: R\$ 7 mil  
Atuação: comunicação, finanças, gestão, tecnologia da informação.  
Contato: (21) 3527-1780 - faleconosco@empresajunior.com.br
- **UFMG Consultoria Jr. (UFMG - Minas Gerais)**  
Custo médio: R\$ 5 mil  
Atuação: planejamento, finanças, RH, marketing.  
Contato: (31) 3499-3560 - ucj@ucj.com.br
- **Jr. Consultoria (UFPR - Paraná)**  
Custo médio: R\$ 2,5 mil  
Atuação: finanças, sistemas de custeio e pesquisa de mercado.  
Contato: (41) 3360-4473 - contato@jrconsultoria.com.br  
Ação Jr. (UFSC - Santa Catarina)  
Custo médio: R\$ 4 mil  
Atuação: pesquisa de mercado, análise de custos, gestão organizacional.  
Contato: (48) 3721-9780 - acaojr@acaojr.com.br
- **Empresa Júnior (UFBA - Bahia)**  
Custo médio: não divulga  
Atuação: marketing, gestão financeira, RH, planos de negócios.  
Contato: (71) 3245-0757 - www.empresajr.com
- **FCap Jr. Consultoria (UPE - Pernambuco)**  
Custo médio: R\$ 2 mil  
Atuação: finanças, marketing, RH, gestão estratégica, logística e qualidade.  
Contato: (81) 3076-9071 - contato@fcapjr.com.br

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 29 out. 2008, Especial Sua Empresas, p. 21-23.