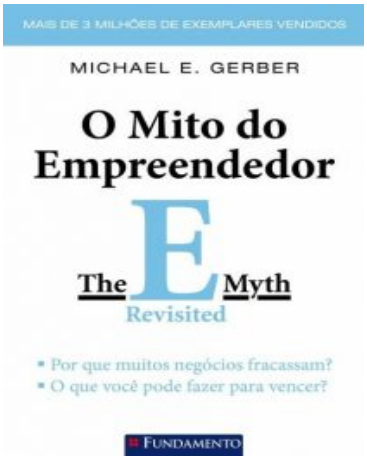
O Mito do Empreendedor

A todo instante, novos negócios são iniciados no mundo inteiro. No entanto, muitos não sobrevivem à infância. Mas onde está o problema? Segundo o livro O Mito do Empreendedor, a principal causa dessa morte imatura das empresas está na falta de conhecimento dos proprietários.



No Brasil, por exemplo, somente no primeiro semestre de 2018, foram criados 1.262.935 negócios. No entanto, segundo levantamento do Sebrae, um terço dos empreendimento no país fecham em dois anos.

Então, se você é empresário ou está pensando em iniciar um negócio novo, aprenda com O Mito do Empreendedor, de Michael Gerber, como aumentar as suas chances de sucesso. O autor revela, também, quais são os erros mais comuns e aborda as diferentes fases de uma empresa até a maturidade, dando dicas de posicionamento para cada momento.

Resumo do Livro

Convenhamos que “O Mito do Empreendedor” é um título bastante impactante, mas tenha a certeza que o conteúdo aqui disposto é igualmente forte.

Aqui, você verá a explicação clara de porque algumas empresas não conseguem prosperar ou crescer, e como tudo isso sempre se volta à mentalidade de seus donos ou sócios.

Abordaremos tanto os motivos para falhas e fracassos, como a maneira de amadurecer ideias e corrigir erros – dos mais simples aos mais gritantes.

Recomendamos esta leitura para empreendedores e pessoas que desejam começar suas carreiras no mundo dos negócios e iniciar/desenvolver empresas feitas para vencer.

Se faz sentido para você, fique até o final e “exploda sua cabeça”.

Boa leitura!

Empreendedor: Mitos e Verdades

Michael Gerber vai direto ao ponto, ou seja, para ele, empreendedor não é aquela pessoa nobre em uma jornada para fazer do mundo um lugar melhor. Isso é mito. Segundo ele, a maioria da empresas começa com profissionais muito bons em sua área, que tiveram uma inspiração e decidiram que não querem mais que outras pessoas lucrem com o talento e trabalho deles.

Aí vem o primeiro equívoco. Ou seja, O Mito do Empreendedor afirma que quase todos os donos de novas empresas acreditam que, porque entendem da parte técnica, sabem também como colocar o negócio para rodar e crescer. Michael Gerber garante que essas são duas coisas diferentes e não fazer essa distinção é um erro fatal.

Na verdade, em um novo negócio, ser capaz de fazer o trabalho técnico pessoalmente é mais uma deficiência do que um ativo. Os motivos são vários, entre eles, o fato das habilidades de negócios serem muito mais importantes para qualquer nova empresa do que o conhecimento técnico.

Três em um

Construir um negócio exige do dono um conjunto de três de perfis, que devem agir simultaneamente. São eles:

O perfil empreendedor

Tem a visão do negócio. Transforma cada questão trivial em uma grande oportunidade comercial. É o sonhador, que foca no futuro e em suas ambições.

O perfil técnico

Refere-se às habilidades para construir o negócio. É aquele que gosta de fazer as coisas e vive no presente, ver resultados e não tolera interrupções.

O perfil gestor

Fornece os sistemas, traz ordem e garante que tudo funcione redondinho. É aquele que foca no passado e se agarra ao status

quo.

De acordo com O Mito do Empreendedor, a personalidade típica de um novo empresário é 10% empreendedora, 20% gestora e 70% técnica. Entretanto, o perfil ideal seria 33% empreendedor, 33% gestor e 33% técnico.

Crie uma marca duradoura

O livro O Mito do Empreendedor alerta que, ao abrir um negócio, o produto ou serviço que você está vendendo não é a coisa mais importante. Pelo contrário, o que tem maior peso é como você aparece aos olhos do consumidor.

O seu jeito de se apresentar é a base da sua marca. E para criá-la, você precisa desenvolver o logotipo, a forma como se tornará visível (vitrine), embalagens, a forma de atendimento ao cliente e de como se comunicará com ele de modo geral.

Michael Gerber ensina que você deve apresentar esses itens ao cliente da maneira que gostaria de ser lembrado. Isso é conhecido como a experiência do cliente.

O Mito do Empreendedor e as fases de uma empresa

A maioria das empresas passa por três fases de crescimento:

1. A infância – quando o perfil técnico está em primeiro plano.
2. A expansão – quando melhores habilidades de gestão são necessárias.
3. A maturidade – quando a visão do empreendedor para guiar a empresa rumo a um futuro brilhante se faz necessária.

Na teoria, parece tudo muito simples e fácil de conduzir. Na prática, porém, a história é diferente. Como já mencionamos, muitas empresas sequer passam da primeira fase.

De acordo com O Mito do Empreendedor, muitos problemas vêm à tona, quando o dono do negócio decide fazer o que ele quer e não o que precisa ser feito. Na verdade, é imprescindível ficar atento, porque as necessidades da empresa vão variar nos diferentes estágios de seu desenvolvimento.

Por exemplo, para uma empresa que acabou de nascer, o técnico é o principal. A infância termina quando o técnico fica cansado de fazer tudo e percebe que alguma coisa precisa mudar na empresa, se quiser progredir.

Já na fase de expansão, o dono do negócio entra em uma zona de conforto. Ou seja, ele tem uma série de responsabilidades, que ele se sente pessoalmente confortável em executar.

Crescendo além dessa zona de conforto

Quando a zona de conforto começa a ficar pequena demais para o negócio, o livro O Mito do Empreendedor explica que existem quatro caminhos possíveis:

1. Voltar a ficar pequeno: Essa é a tendência natural da maioria dos donos técnicos.
2. Ir fundo: Tentar crescer o negócio com velocidade.
3. Aguentar firme: Na esperança de que algum tipo de ordem apareça no meio do caos.

4. Passar o negócio para o estágio de maturidade: Se o dono estiver disposto a aprender novas habilidades e assumir prioridades diferentes.

O modelo de negócio ideal

Um bom modelo de negócios não está preocupado apenas com o resultado gerado. Pelo contrário, ele é composto pelos seguintes elementos:

- “Como o negócio funciona”, em vez de “que trabalho precisa ser feito pelo negócio”.
- “Como o negócio vai gerar lucro”, em vez de “como o negócio vai gerar receita de vendas”.
- “Para onde o negócio vai no futuro”, em vez de “como o presente pode ser replicado inúmeras vezes”.
- “Como o negócio opera como um todo”, em vez de “o que cada parte do negócio faz”.
- “A visão do futuro do negócio”, em vez de “focar no modelo que está funcionando no presente”.

O modelo do negócio vem à tona durante o estágio de maturidade. O foco passa, então, para o atendimento às necessidades dos clientes em categorias demográficas específicas. Ou seja, o cliente assume o lugar central da estratégia da empresa. Isso exige tempo e atenção.

Nessa nova perspectiva, a maneira como o negócio é realizado passa a ser muito mais importante do que o tipo de negócio que é feito. Se o modelo de negócios usado for equilibrado, ele irá fornecer oportunidades iguais para o empreendedor, o gestor e o técnico de contribuírem para a construção de uma grande empresa.

Montando seu negócio como uma franquia

O Mito do Empreendedor garante que, se você quer ter sucesso com o seu negócio, construa-o em sistemas e não em funcionários individuais. Isso porque, um sistema é um processo definido que pode ser replicado, quando e onde necessário.

Para construir uma cadeia de franquias bem-sucedidas em sua empresa, você precisa obedecer duas regras:

- Seu modelo deve entregar valor que excede consistentemente as expectativas dos clientes, funcionários, fornecedores e credores.
- Seu modelo deve ser capaz de ser operado por pessoas que têm baixos níveis de habilidade.

No entanto, além de um modelo de franquia que é dependente de sistemas e não de personalidades ou especialistas, você deve:

- criar um sistema em que pessoas comuns possam produzir resultados extraordinários. Seu modelo deve ser totalmente ordenado – com um sistema para tudo, para que os clientes, funcionários, gestores e donos saibam o que está acontecendo.

Todos os sistemas precisam ser documentados em um Manual de Operações formal e por escrito. Nele devem mostrar como entregar um serviço uniforme e previsível.

Os problemas-chave que a maioria das pessoas ignora

- Como o negócio pode ser organizado para trabalhar de maneira produtiva e eficiente quando eu não estou lá?
- Como os funcionários podem ser motivados a trabalharem sem supervisão direta?
- Como os sistemas podem ser organizados para atender a um grande número de clientes de maneira eficiente e consistente?
- Como posso ser dono do negócio sem ter que estar lá todas as horas e todos os dias?
- Como posso maximizar o tempo gasto, fazendo coisas que gosto?
- Como posso minimizar o tempo gasto, fazendo coisas que odeio, mas que precisam ser feitas?

As 3 atividades essenciais

Tudo no mundo dos negócios está mudando diariamente e a empresa precisa ser flexível e responsiva o suficiente para se mover com essas mudanças, se quiser gerar valor agregado.

O Mito do Empreendedor descreve três atividades que lhe dão poder para realizar mudanças e avançar, formando a fundação do processo de desenvolvimento do negócio,

1 – **Inovação**: Criatividade é pensar em novas ideias, enquanto a inovação ocorre sempre que boas ideias são colocadas em prática. A inovação gera um alto nível de energia e diferencia o negócio por ser ousado, progressivo e avançado. Também inclui a habilidade de simplificar o negócio em seus elementos críticos.

2 – **Quantificação**: São os números que mostram quanto impacto a inovação gerou. Armado com especificidades, o planejamento do seu negócio vai receber uma nova urgência e relevância.

3 – **Orquestração**: É similar à otimização. É o processo de remover as complexidades operacionais do negócio, para produzir os melhores resultados. Depois que você já orquestrou alguma coisa, os resultados se tornam previsíveis e consistentes.

As 7 etapas do desenvolvimento do negócio

Após dominar as 3 atividades fundamentais, chegou a hora de executar as 7 etapas do processo de desenvolvimento do negócio:

1. Objetivo principal

O primeiro passo para desenvolver uma empresa é responder a perguntas como: O que você mais valoriza em sua vida? Que tipo de vida você quer ter? Em resumo, grandes pessoas têm uma visão de como querem que suas vidas se desenvolvam e não deixam tudo por conta do destino.

2. Objetivos estratégicos

São métricas ou padrões pelos quais você especifica como o sucesso será medido. Não existem padrões “certos” ou “errados”, mas alguns dos padrões mais usados são: financeiro; uma oportunidade de valor; alcance geográfico; prazo e posicionamento do negócio.

3. Estratégia organizacional

Um descritivo precisa ser preparado para cada posição, especificando os resultados a serem alcançados por aquele profissional e os padrões que medirão esses resultados. Fazendo isso, o processo de desenvolvimento do negócio força a criação de um modelo para que o negócio cresça. Desenvolvendo um mapa organizacional que cresce à medida que a empresa cresce, mais pessoas farão tarefas táticas específicas – permitindo que mais tempo seja gasto no desenvolvimento das estratégias do negócio. Além disso, o mapa organizacional fornece um modelo para desenvolvimento de manuais e outros materiais escritos. Códigos e sistemas também podem ser organizados por meio dele.

4. Estratégia de gestão

Quanto mais simples e direto o sistema de gestão, melhor. A maioria dos sistemas de gestão de primeira classe desenvolvidos por franquias são checklists que formam um manual de operações. Cada checklist detalha os passos específicos que os funcionários devem tomar para criar um cliente satisfeito. Dessa maneira, novas pessoas podem ser treinadas para trabalhar com o mesmo nível de competência que os funcionários experientes.

5. Estratégia de pessoas

Aqui, a ênfase principal é criar um ambiente para que cumprir as responsabilidades seja mais importante do que evitá-las.

Para fazer isso, leve seus funcionários a sério e tenha certeza de que eles entendem porque devem fazer alguma tarefa. Idealmente, uma boa estratégia de pessoas vai convencer os funcionários que servir aos clientes vale a pena. Esse conhecimento e orientação devem gerar um senso de propósito nos funcionários.

6. Estratégia de Marketing

Para ter um marketing efetivo, é preciso saber quem é o seu cliente e quais são suas necessidades. Isso é feito por meio da compilação de um perfil demográfico de seus clientes atuais. Com essas informações, você pode se focar em um tipo de mensagem de marketing que já trouxe uma resposta favorável no passado. Tudo que um negócio faz deve ser integrado no processo de marketing.

7. Estratégia de sistemas

Um negócio precisa ter três tipos de sistemas para ser bem-sucedido:

- **Sistemas físicos:** Objetos inanimados como computadores, escritórios, materiais de trabalho etc.
- **Sistemas maleáveis:** Pessoas, ideias, documentos, procedimentos etc.
- **Sistemas de informação**: Fornecem dados sobre as interações entre os sistemas físicos e maleáveis.

Cada sistema se integra no programa geral da sua empresa de maneira a criar uma sinergia interna. Os melhores sistemas de negócios são tão integrados que é impossível separá-los. Seu protótipo de franquia deve demonstrar como seus sistemas são eficientes e produtivos.

Conclusão

Se você conseguiu entender quais são as habilidades exigidas para que seu negócio cresça e como trabalhar com cada uma delas, já deu o primeiro passo para chegar lá. Mas se você quer se aprofundar um pouco mais no assunto, leia do livro O Mito do Empreendedor, no 12min.

E, agora, que tal se inspirar nas histórias de 10 empreendedores de sucesso? Além disso, você pode continuar aprendendo, cada dia mais. O 12min tem uma biblioteca riquíssima de microbooks sobre empreendedorismo, liderança, produtividade e várias outras categorias.

Nós selecionamos uma sugestão de leitura muito especial pra você. Anote aí:

Feitas Para Durar – Jim Collins & Jerry Porras

Conheça as práticas bem-sucedidas das empresas visionárias. Esse livro é resultado de uma ampla pesquisa em que os autores tinham um objetivo claro: descobrir o que torna uma organização realmente excepcional e diferente das demais. Imperdível!

Boa leitura e ótimos aprendizados!

E se esse artigo foi valioso para você, compartilhe-o com os

seus amigos!