

Todos os passos para transformar uma ideia em negócio

Novos empreendedores contam as medidas que adotaram para criar a própria empresa; especialistas indicam etapas e cuidados necessários

CRIS OLIVETTE

18 Novembro 2018 | 07h56



Silvia Ottani, fundadora da loja virtual Hestia Objetos de Casa. Foto: Alex Silva/Estadão

Ano novo, vida nova. Esse é o desejo da arquiteta, Silvia Ottani e do veterinário, Marcelo Drummond, que se preparam para empreender a partir de fevereiro de 2019. Ela vai lançar o e-commerce Hestia Objetos de Casa, para comercializar utensílios feitos de madeira, pedra, peças de linho e de crochê 100% natural, além de produtos tradicionais feitos de ágata e de vidro.

Drummond, por sua vez, está montando pequena fábrica artesanal de charcutaria (processo para preparar carnes curadas, salgadas e defumadas). Ele batizou a marca de Por Scii Artisan Culture. “O nome vem do esperanto e significa saber. Por isso, nossa frase de impacto é: Sabor é saber. E saber é Por Scii”, diz.

Antes de colocarem as empresas em operação, os dois fizeram cursos para que pudessem organizar o que tinham em mente. “Só assim foi possível transformar a ideia em negócio. Há tempos quero ter negócio próprio na área que envolve convívio e

beleza dentro de casa, oferecendo produtos que trouxessem aconchego, feitos com materiais naturais”, conta Silvia.

No entanto, ela não sabia como trilhar esse caminho e buscou ajuda fazendo os cursos de plano de negócios, modelo de negócio e design thinking. “Aos poucos, o caminho ficou mais claro. Vi que é possível trabalhar com excelência tendo um pequeno negócio.”

Depois de entender a sequência que deveria seguir passou para a prática. “Montei o modelo de negócio, selecionei fornecedores, pesquisei sobre o mercado de e-commerce e o funcionamento das plataformas.”

Agora, a empreendedora pesquisa embalagens e cria planilha com os valores das peças. “Já comprei cerca de 90% dos produtos. Em dezembro, o site ficará pronto e em janeiro vamos inserir as informações das peças. Na primeira semana de fevereiro, a loja entrará no ar. A divulgação será feita pelo Instagram e Facebook.”

Silvia segue os procedimentos formais de abertura de firma como MEI e de registro da marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi).

Estudar o mercado é etapa essencial

Para empreender não basta ter uma boa ideia, porque antes de iniciar a operação é preciso cumprir muitas etapas. Analista de negócios do Sebrae-SP, Tamara Murari Braga recomenda que o processo seja iniciado com a modelagem do negócio, que pode ser feita com ajuda da ferramenta Canvas, pois ela permite desenvolver e esboçar modelos de negócios.

“É importante projetar os caminhos a serem seguidos e pesquisar o mercado para validar as ideias sobre este novo negócio. O contato com o perfil de cliente pretendido é algo crucial na definição dos rumos da empresa”, afirma.



João Gabriel Hargreaves Ribeiro, diretor da aceleradora Instituto Gênesis, da Puc-Rio.
Foto: Alexandra Alves/Divulgação

Diretor do Instituto Gênesis, aceleradora da PUC-Rio, João Gabriel Hargreaves Ribeiro lembra que em razão da grande velocidade do mundo empresarial, a ideia deve ser precedida de imediata avaliação da demanda do mercado. “É interessante montar um mínimo produto viável (MVP), para testar o negócio e receber sugestões, críticas e feedback do mercado.”

Tamara afirma que a viabilidade de um negócio deve ser obtida por meio de levantamento do investimento inicial, custos envolvidos na produção ou na prestação do serviço, na estruturação da empresa e da expectativa de retorno que poderá gerar. “O plano de negócios auxilia no detalhamento do projeto e no cálculo de viabilidade.”

Ribeiro acrescenta que antes de colocar o projeto em prática, o empreendedor tem de certificar-se de que a ideia é juridicamente viável. “É importante conhecer as legislações aplicáveis ao negócio. Confirmada a viabilidade jurídica, algumas ações devem ser adotadas logo de início para a proteção e o sucesso do negócio como, por exemplo, o registro da marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi).”

Segundo ele, também é muito importante que as relações com colaboradores, parceiros e funcionários estejam bem estruturadas desde o início, por meio do auxílio de um advogado, para garantir maior segurança jurídica ao negócio.

Tamara afirma que a pesquisa de mercado e o plano de negócio darão segurança para definir o momento de lançar-se no mercado. “Mapear as estratégias dará clareza às decisões.”

Lançamento

Idealizador da fábrica artesanal da charcutaria Por Scii Artisan Culture, Marcelo Drummond já cumpriu várias etapas que antecedem o lançamento e pretende operar oficialmente a partir de fevereiro.



Marcelo Drummond, dono da charcutaria Por Scii Artisan Culture. Foto: Lucyana Araújo Sarginson/Divulgação

Sua formação em veterinária incluiu estudo sobre abate e processamento de carnes, entre eles a charcutaria. Hoje, professor universitário, ministra a disciplina 'tecnologia da carne'. "A paixão pela área surgiu durante as aulas praticas, porque junto com os alunos produzimos presuntos, linguiças etc."

Drummond diz que a coragem para montar o negócio veio após o curso Alimentação fora do lar, transforme sua ideia em negócio. "Me senti pronto para criar a empresa, pois tive contato com assuntos que desconhecia, como fluxo de caixa."

Sua preparação incluiu curso de charcutaria no Brasil e na Inglaterra, onde fez especialização na The School of Artisan Food. No início de 2018, de volta ao Brasil, fez mais cursos de empreendedorismo e começou a comprar equipamentos. "Agora, procuro local para montar a fábrica artesanal. Também estou fazendo fichas técnicas dos produtos e cálculos de custo."

Drummond já participa de feiras artesanais para divulgar o negócio. "Além de vender em feiras, vou fornecer para empórios e mercearias. Quero fortalecer a marca nesse ambiente de produtos artesanais."

Startup

Quando a intenção é criar uma startup, o CEO da aceleradora Startup Farm, Alan Leite, diz que o empreendedor deve fazer autoanálise para entender se está realmente pronto. "Empreender significa correr riscos, mais ainda quando é um negócio inovador. Quanto mais inovador, maior o risco."

Segundo ele, o futuro empresário precisa ter consciência de que necessita ter recursos para se manter enquanto o negócio não gera receita, ou durante o período em que a receita gerada deve ser reinvestida na startup.



Alan Leite, CEO da aceleradora Startup Farm. Foto: Helena Navarro/Divulgação

“Também deve avaliar quais habilidades possui e quais faltam, para saber o tipo de sócio que deve buscar. Além disso, vale estabelecer um limite de perda, ou de investimento de tempo e dinheiro, que esteja disposto a empregar, caso o desempenho do negócio não saia como o imaginado no início.”

Leite diz que no caso de startup, o lançamento deve ocorrer o mais rápido e na menor escala possível. “Isso é fundamental para obter feedback do mercado para desenvolver o negócio.”

No caso da startup Musca, especializada em soluções com base em internet das coisas, inteligência artificial, big data e análise preditiva, a certeza de que os sócios estavam no caminho certo veio na fase experimental do projeto, no primeiro cliente.

“Soubemos que era hora de lançar a empresa quando esse cliente nos disse que iríamos revolucionar o mercado e que gostaria de investir no negócio”, conta o CEO, Mário Santos.

Segundo ele, tudo começou durante conversa entre ele e os outros sócios sobre problemas e dificuldades na manutenção de elevadores. “Criamos a empresa para entregar solução inovadora e ágil, em um setor pouco explorado no mundo.”

A tecnologia desenvolvida pela Musca, diz Santos, gera economia de até 99% no tempo para diagnosticar e resolver problemas, sem a necessidade de deslocar um técnico até o local.



Mário Santos, CEO da Musca. Foto: Arquivo pessoal

Ele afirma que o perfil complementar dos sócios contribuiu para amadurecer o projeto, porque cada um tinha seu know-how. “Criamos a empresa para ser global e escalável, mas quando vimos que tínhamos 60 empresas de cinco países querendo ser parceiras e utilizar os serviços, vimos que estávamos fazendo algo com potencial transformador massivo.”

O projeto foi iniciado em 2017 e a operação começou em setembro deste ano. “Já faturamos R\$ 150 mil. Nosso desafio é crescer 15 vezes em 2019.”

LINK: <https://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/o-processo-para-transformar-uma-ideia-em-negocio/>