



CONSELHOS

VALIOSOS PARA SE TORNAR
UM EMPREENDEDOR
DE ALTO IMPACTO



Os aprendizados de Empreendedores
Endeavor ao redor do mundo

TODOS SABEM QUE NÃO EXISTE RECEITA PRONTA.

Criar um negócio de alto impacto depende de diversos fatores e características do próprio empreendedor, do mercado, do ambiente e da época. Mas é possível identificar algumas características comuns a todo (ou quase todo) caso de sucesso, que definitivamente ajudam a chegar lá.

.....



Você consegue acreditar que apenas **1,5%** das empresas no Brasil são responsáveis pela geração de **50%** dos novos postos de trabalho, o que equivale a um total de **2,7 milhões** de empregos?

O QUE DIFERENCIA OS **EMPREENDEDORES DE ALTO IMPACTO?**

- **SONHAM GRANDE:** Têm ambição e capacidade de enxergar longe.
- **TÊM BRILHO NO OLHO:** Têm paixão pelo que fazem e, por isso, fazem sempre mais e melhor.
- **INOVAM:** Sabem que para se diferenciar não adianta fazer igual ao concorrente.
- **BOTAM PRA FAZER:** Têm capacidade de executar com excelência.
- **SÃO ÉTICOS:** Fazem com transparência, gestão e profissionalismo.

Ser um empreendedor de alto impacto significa revolucionar indústrias e o meio em que atua, gerar renda e oportunidades de trabalho, proporcionar mobilidade social e inspirar as próximas gerações de empreendedores.

.....



“MAS, AFINAL, COMO EU POSSO ME TORNAR UM EMPREENDEDOR DE ALTO IMPACTO?”

A partir de um estudo realizado pela Endeavor Insight, baseado em entrevistas com 55 empreendedores de Alto Impacto em 11 países, desenvolvemos este e-book com 5 das principais características observadas entre eles e as dicas essenciais para criar seu próprio negócio de alto crescimento.

Esperamos que essa leitura o ajude a dar os próximos passos rumo ao sucesso. Aproveite!

JULIANO SEABRA
DIRETOR GERAL ENDEAVOR BRASIL

[illegible]

As melhores ideias de negócios costumam estar bem debaixo do seu nariz. Quando for começar um empresa, em vez de ficar procurando uma ideia extremamente inovadora, comece com aquilo que você sabe. Os empreendedores podem identificar vantagens competitivas em uma indústria e receber feedbacks mais rápido quando eles já conhecem essa indústria e os potenciais consumidores. Muitos empreendedores se tornaram bem sucedidos criando empresas em áreas em que já tinham experiência.

Dados da Endeavor Insight sugerem que a maioria dos empreendedores de alto impacto começam com o que conhecem.

Entre os melhores Empreendedores Endeavor – aqueles cujas empresas cresceram em média 20% ao ano nos últimos 3 anos – 94% começaram negócios que tinham três fatores:

1.

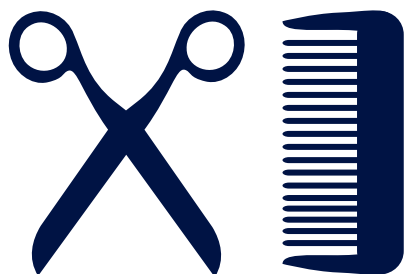
O NEGÓCIO ESTAVA EM UM MERCADO OU INDÚSTRIA EM QUE O EMPREENDEDOR JÁ TINHA ALGUMA EXPERIÊNCIA;

2.

NEGÓCIO USAVA HABILIDADES QUE O EMPREENDEDOR JÁ TINHA ADQUIRIDO

3.

O EMPREENDEDOR TINHA PROXIMIDADE O SUFICIENTE COM OS CONSUMIDORES PARA ENGAJÁ-LOS MUITO CEDO E COM FREQUÊNCIA.



UMA CABELEIREIRA SE TRANSFORMOU EM EMPREENDEDORA DE ALTO IMPACTO COMEÇANDO COM O QUE ELA MAIS CONHECIA: CABELO.

Quando Heloísa Helena Assis (a Zica) descobriu que mulheres com cabelo crespo (como ela) não tinham acesso a produtos de qualidade para seus cabelos no Brasil. Ela decidiu então aproveitar a sua experiência como cabeleireira para desenvolver um produto patenteado que controla e amacia os cachos. Pouco tempo depois, Heloísa e seus sócios Rogério, Leila e Jair abriram o primeiro salão do Instituto Beleza Natural, em 1993. Sucesso imediato, o Instituto rapidamente cresceu e hoje tem 13 salões no Rio de Janeiro, Espírito Santo e Bahia, e planeja abrir a primeira filial em São Paulo. O Beleza Natural emprega mais de 1.300 pessoas, e cada salão atende até 70 mil clientes por mês, com até 40 atendimentos simultâneos através do seu processo de sete passos. **Claramente, porque era representante do seu próprio público-alvo, Heloísa conseguiu desenvolver um produto que atendesse as necessidades dos consumidores por muitos anos e, assim, proporcionar a base para o sucesso do Beleza Natural.**

.....

2. COMECE PEQUENO, **MAS SONHE GRANDE**



As startups mais admiradas dos dias de hoje – os Facebooks, Googles e LinkedIns do mundo – são empresas globais que começaram em mercados locais. Vejamos o Facebook como exemplo. O Zuckerberg começou o Facebook em um nível bastante local, testando o conceito original na Universidade de Harvard. Com o tempo, o Facebook cresceu nacionalmente, e depois globalmente. Hoje, a rede social tem mais de 1 bilhão de usuários ativos, dos quais cerca de 80% vivem fora dos Estados Unidos.

.....

REID HOFFMAN, MEMBRO DO CONSELHO GLOBAL DA ENDEAVOR,
FUNDADOR E PRESIDENTE DO LINKEDIN, FALOU SOBRE A
IMPORTÂNCIA DE “COMEÇAR PEQUENO, MAS SONHAR GRANDE” NO
ENDEAVOR ENTREPRENEUR SUMMIT DE 2011.

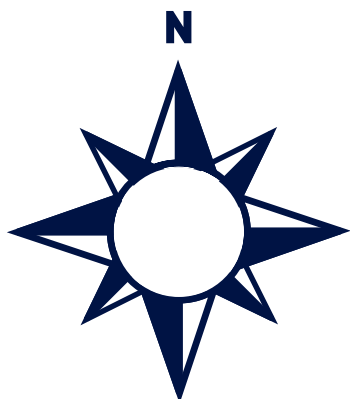
“É claro que você pode mirar em um alvo maior, porque você pode acabar com algo menor de qualquer forma. E parte da razão de isso ser uma regra no empreendedorismo é porque se você não começar mirando alto, quase nunca vai conseguir chegar lá. Tem que ser assim: ‘Como posso ter um impacto global?’. Eu acho que todas as empresas de alto impacto devem pensar em escala global por natureza hoje em dia, por causa da forma como o ecossistema do mercado funciona. Aí você pensa ‘Ok, como eu posso entrar nesse jogo?’. Um dos maiores desafios é como construir algo muito forte com o foco local e então partir para o jogo global. Por exemplo, nós lançamos o LinkedIn com 13 países na lista, e acho que completamos todos os países em 4 meses, adicionando cada pessoa que reclamava que o seu país não estava na lista.”



**Uma pesquisa da Endeavor
Insight mostra que a maioria
dos empreendedores de
sucesso começou localmente,
mas planejou em escala
global.**

ENTRE OS MELHORES EMPREENDEDORES ENTREVISTADOS – AQUELES CUJAS EMPRESAS CRESCERAM EM MÉDIA 20% OU MAIS NOS ÚLTIMOS TRÊS ANOS – 74% FOCARAM EM TER SUCESSO LOCALMENTE NO COMEÇO, PARA CONSEGUIREM APERFEIÇOAR OS ASPECTOS MAIS FUNDAMENTAIS DOS SEUS MODELOS DE NEGÓCIOS. MAS ASPIRAVAM TORNAR SUAS EMPRESAS GLOBAIS E DESENHARAM SEUS NEGÓCIOS DE FORMA QUE FOSSE POSSÍVEL EXPANDIR GLOBALMENTE NO FUTURO.

.....



**QUANDO A EMPREENDEDORA ENDEAVOR COLOMBIANA
LILIAN SIMBAQUEBA FUNDOU A LISIM EM 1996,
ELA SABIA QUE TERIA DE EXPANDIR SUA EMPRESA ALÉM
DAS FRONTEIRAS DA COLÔMBIA PARA TER ALTO IMPACTO.**

No começo, a LiSim tinha muitas oportunidades de negócios na Colômbia, então Lilian decidiu focar primeiro em construir um negócio que fosse muito forte no mercado local. **Quando a crise financeira atingiu a Colômbia, no entanto, os riscos para o core business da LiSim aumentaram substancialmente. Lilian decidiu então que era hora de fazer uma expansão internacional.** Um dos clientes da LiSim era um banco no Equador – o que criou um link natural para o novo mercado. Depois do Equador, a expansão geográfica continuou, na maioria dos casos puxada por clientes e contatos que já existiam. A ACCION International levou a LiSim ao Peru e à Bolívia, e o Banco Mundial a levou para o Egito e África do Sul. Por todo o processo de expansão, Lilian teve de fazer pequenos ajustes no modelo de negócios, mas o modelo original do core business que ela aperfeiçoou na Colômbia permaneceu o mesmo. Hoje, a LiSim opera em 20 países.

.....

3. NÃO SE PRENDA AO PLANO DE NEGÓCIO



Alguns dos empreendedores mais renomados do mundo nunca escreveram um plano de negócio. Esses empreendedores argumentam que, enquanto existe, sim, um valor significativo em se pensar sobre os aspectos fundamentais de um novo negócio, ficar comprometido demais com a cópia impressa de um plano de negócios sufoca a flexibilidade do empreendedor, o que torna difícil a adaptação aos desafios e o aproveitamento de novas oportunidades. Ou seja, ao começar uma empresa, não fique amarrado ao plano de negócio.

.....

NO ENDEAVOR SUMMIT DE 2011, EM SÃO FRANCISCO,
SCOTT MCNEALY, CO-FUNDADOR E CEO DA SUN MICROSYSTEMS,
FALOU PARA OS EMPREENDEDORES ENDEAVOR SOBRE
A NECESSIDADE DE SER FLEXÍVEL COM O PLANO DE NEGÓCIO.

Você não deve
emoldurar
o plano em
capa dura; **deve
criar o plano
online, porque
ele vai mudar.**

“Se você frequentou uma escola de negócios, aprendeu que deve ter uma missão, uma visão, estratégias, objetivos e táticas. Você anota isso tudo e chama de plano de negócio. E isso é um componente necessário do que você está fazendo. O problema é que você não deve emoldurar o plano em capa dura; deve criar o plano online, porque ele vai mudar. E eu digo para todo mundo que chega em qualquer startup com a qual eu esteja envolvido: as coisas mudarão em

cima, embaixo e ao redor de você, mais rápido do que em qualquer outro lugar onde você já trabalhou. Esteja preparado para isso, e aceite as mudanças. Eu não acho que a Apple sabia que processamento de texto seria o seu mercado número um, nem que a IBM percebeu de primeira que o Lotus 123 seria a razão pela qual as pessoas comprariam os seus computadores. Não acho que o eBay sabia que o Beanie Babies seria o que veio a ser, nem que o Google começou sabendo que ranking de páginas de busca e venda de palavras-chave se tornariam o seu modelo de negócios. Então, você tem que se preparar para dar sorte, ser oportunista, e ter o seu plano.”

.....

DADOS DA ENDEAVOR INSIGHT CONFIRMAM QUE
MUITOS EMPREENDEDORES DE ALTO IMPACTO NUNCA
ESCREVERAM UM PLANO DE NEGÓCIO.

71% dos melhores **empreendedores** entrevistados* **não escreveram um plano de negócio**. Além disso, entre todos os empreendedores entrevistados – tanto aqueles que escreveram um plano em papel, quanto os que tinham um plano mental – **80%** fizeram **mudanças nos seus planos** de negócios na fase de startup.

Esses resultados mostram que os empreendedores precisam ter um conceito bruto de estratégias para o futuro; mesmo assim, não devem colocar no papel coisas que podem mudar em questão de minutos.



AS EMPREENDEDORAS ENDEAVOR E IRMÃS NADIA E HIND WASSEF, DO EGITO, NÃO ESCREVERAM UM PLANO DE NEGÓCIO QUANDO FUNDARAM A DIWAN BOOKSTORE, NO CAIRO.

Elas simplesmente mapearam um contorno básico do que queriam vender. Em retrospecto, elas acreditam que se tivessem criado um plano de negócio, a previsão baixa de receita poderia tê-las dissuadido da empreitada. Ao contrário disso, elas abriram sua primeira loja baseadas em um conceito inicial, e foram fazendo os ajustes necessários antes de expandirem para novas localidades. Nadia explica: “Eu nunca quis fazer um plano de negócio formal. Nós só tínhamos um pressentimento e um plano de negócio bem grosseiro nas nossas cabeças. Havia algo de fantástico em poder ter a fluidez de cometer erros e ter o coração aberto para aprender com eles. De longe, o investimento mais valioso que já fizemos foram nossos erros. E se tivéssemos um plano de negócios rígido, provavelmente não nos teríamos permitido explorar e cometer erros”. “Explorar” e adaptar seu plano de negócio parece ter sido a escolha certa para Nadia e Hind. **Hoje, a Diwan Bookstore tem dez lojas no Cairo e emprega mais de 200 pessoas.** Durante a Primavera Árabe de 2011, Nadia e Hind responderam rapidamente à revolução, incorporando-a ao seu plano de negócio: elas ofereceram palestras nas lojas da Diwan, dando aos egípcios um lugar para se reunir e discutir em momentos problemáticos.

* Empreendedores cujas empresas cresceram uma média de 20% ou mais nos últimos três anos.

4. **PROCURE INVESTIMENTOS E GANHE CONSELHOS**



Empreendedores não conseguem fazer tudo sozinhos: pesquisas comprovam que atrair investidores de risco e conselheiros talentosos ajuda a evitar riscos para seus negócios. Jeff Bussgang é sócio da Flybridge Capital Partners, um Entrepreneur-in-Residence no Harvard Business School's Rock Center for Entrepreneurship, autor do livro 'Mastering the VC Game' e do site seeingbothsides.com. Ele falou com a Endeavor sobre como é importante captar tanto o investimento quanto os conselhos das pessoas.



O acesso aos **conselhos** destes investidores e pessoas de confiança é um **componente ainda mais importante do sucesso.**

“É fácil se apaixonar pela sua própria ideia, mas muito mais difícil convencer os outros dela. O processo de perseguir o investimento e o conselho de outras pessoas necessita de um rigor de pensamento e um teste prático do plano. Obviamente, levantar capital pode te dar recursos para uma rápida expansão, mas o acesso aos conselhos destes investidores e pessoas de confiança é um componente ainda mais importante do sucesso. Investidores

experientes, como os de Venture Capital e anjos, são animais da busca por padrões que já foram expostos a uma grande variedade de pessoas e situações de startups – permitindo, assim, que evitem certos obstáculos e acelerem o progresso do seu negócio. Se você vai escolher um investidor, escolha cuidadosamente – é um relacionamento mútuo. Tenha certeza de ter o máximo de zelo por sua relação com ele ao passo que ele te conduz”.

.....

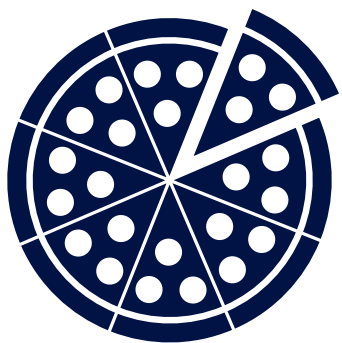
UMA PESQUISA DA ENDEAVOR INSIGHT DESCOBRIU
QUE OS EMPREENDEDORES ENDEAVOR PROCURARAM AJUDA
EXTERNA DAS SEGUINTE FORMAS:

1.

Atrair investidores de riscos e/ou dividir riscos financeiros com seus clientes e fornecedores. **66% dos Empreendedores Endeavor** entrevistados disseram que tinham, pelo menos, **duas fontes de funding quando começaram.**

2.

Procurar conselhos externos dos mentores. **74% dos melhores empreendedores** entrevistados* tiveram **mentores fortemente engajados** quando estavam fundando seus negócios.



CARLO GONZAGA, EMPREENDEDOR ENDEAVOR DA ÁFRICA DO SUL, ACREDITA QUE VÁRIAS CABEÇAS (E TALÕES DE CHEQUE) SÃO REALMENTE MUITO MELHORES DO QUE UMA.

O sul-africano começou a franquia de pizzarias Scooters (hoje parte do grupo Taste Holdings) com 90% de recursos próprios. Sabendo, entretanto, que conseguir capital externo o ajudaria a desenvolver a sua empresa mais rapidamente, ele procurou também novas fontes de financiamento. O seu primeiro investidor estratégico foi um grupo de restaurantes chamado Nando's, que ofereceu uma colaboração não estritamente financeira: a ajuda dos membros do Nando's não deu apenas ao Scooters mais credibilidade como franqueador de restaurantes, mas também proporcionou a Carlo conselheiros experientes da indústria de restaurantes. Com os executivos da Nando's e um conselho de diretores como mentores, Carlo conseguiu expandir sua rede de pizzarias para outras franquias de restaurantes. Em 2011, a Taste Holdings foi listada na bolsa de valores de Joanesburgo.

* Empreendedores cujas empresas cresceram uma média de 20% ou mais nos últimos três anos.

5. A EXPERIÊNCIA TE LEVA MAIS LONGE



Alguns dos empreendedores mais icônicos do mundo descobriram uma ideia de negócio na garagem da casa dos pais. O sucesso deles sempre levanta a questão:

**COMO JOVENS EMPREENDEDORES
COM POUCA EXPERIÊNCIA DE NEGÓCIO
CONSEGUIRAM CRIAR EMPRESAS GIGANTES?**

Isso acontece porque um pouco de experiência já vale muito no caminho rumo ao alto impacto. Empreendedores sempre precisam de experiência prévia, mas não muita a ponto de fazê-los evitar riscos e deixarem de ser flexíveis.



.....

MICHAEL DELL É O CASO PERFEITO PARA ESTUDAR A REGRA DE “UM POUCO DE EXPERIÊNCIA JÁ VALE MUITO EM SEU CAMINHO”.

“As minhas perspectivas de negócio aumentaram quando eu comecei a dirigir, aos 16 anos. Isso aumentou significativamente o meu leque de oportunidades de emprego. Consegui um trabalho em um jornal local em Houston. Eu vendia assinaturas. E o engraçado é que eu supostamente tinha que fazer isso pelo telefone. Mas observei que as pessoas que estavam

**Se você não tem
muito a perder,
falhar não é
grande coisa.**

assinando jornal geralmente tinham duas características em comum: ou elas estavam mudando de casa ou estavam se casando. E você pode descobrir muito sobre pessoas que estão se mudando, pois estão fazendo uma hipoteca, e essa informação é bastante acessível. No Texas, quando você se casa, precisa criar um contrato de casamento, colocando o seu endereço

onde você quer que o contrato seja enviado. Então eu criei uma campanha direta de cartas para mandar uma oferta de assinatura do jornal para todas as pessoas em 16 condados na região de Travis, onde fica Houston. E deu muito certo, muito mesmo, além de ter sido muito divertido. Foi como um estágio embrionário em marketing direto. (...) Se você não tem muito a perder, falhar não é grande coisa. Quando eu comecei a companhia, não tinha muita gente prestando muito a atenção no que eu estava fazendo. Tem que aprender errando, aprender fazendo” - Michael Dell na Universidade do Texas, Austin (novembro de 2009).

MICHAEL COM CERTEZA APRENDEU COM SEUS ERROS ENQUANTO JOVEM EMPREENDEDOR. HOJE, A DELL É UMA EMPRESA QUE CONSTA NA RELAÇÃO DA FORTUNE COMO UMA DAS 50 MAIS ADMIRADAS NO MUNDO, E TEM UMA RECEITA ANUAL DE 60 BILHÕES DE DÓLARES.

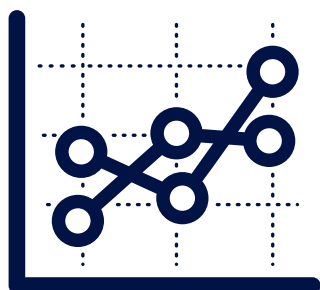
UM ESTUDO DA ENDEAVOR INSIGHT CONFIRMA QUE “UM POUCO DE EXPERIÊNCIA TE LEVA MAIS LONGE”:



78% dos mais impactantes empreendedores*

entrevistados **começaram** seus negócios **antes dos 31 anos**. Além disso, os melhores empreendedores já tinham experiência com negócios próprios: **58% tinham empreitado e 96% tinha alguma experiência na área**, seja na família ou na escola, mesmo sem, de fato, terem iniciado um negócio.

.....



EMPREENDEDORES ENDEAVOR TAMBÉM CONFIRMAM QUE “UM POUCO DE EXPERIÊNCIA TE LEVA MAIS LONGE”:

O passado de Wences Casares, criador do Lemon.com, é parecido com o de Michael Dell. Wences também se lançou ao empreendedorismo ainda jovem, criando um diretório de lista telefônica na Patagônia, Argentina, que rendeu 80 mil dólares quando ele ainda era adolescente. Quando tinha apenas 20 anos, tirou um semestre de férias do colégio, emprestou 75 mil dólares de amigos e começou o primeiro provedor de internet de seu país. A sua terceira empreitada (quando foi selecionado pela Endeavor), o Patagon.com, veio três anos depois, em 1997, com 23 anos. Neste ponto da sua carreira, Wences já tinha se provado e aprendido muito sobre startups e como ser um empreendedor serial, aquele que já sentiu o gosto do sucesso e uma pitada de decepção na carreira. Mas ainda era um jovem que aceitava correr grandes riscos e podia ser flexível. O Patagon.com, um corretor da bolsa online, tornou-se o primeiro destino online para finanças na América Latina e Espanha. **No ano 2000, Wences vendeu a parte majoritária da empresa para o Banco Santander por 585 milhões de dólares.** Mais tarde, o argentino passou a procurar ainda mais riscos de uma forma diferente, dedicando-se como mentor de muitos Empreendedores Endeavor.

* Empreendedores cujas empresas cresceram uma média de 20% ou mais nos últimos três anos.

EMPREENDEDOR QUE SONHA GRANDE NÃO PERDE A CHANCE DE SE ATUALIZAR

Uma das missões da Endeavor é a educação: potencializar as iniciativas de ensino de empreendedorismo no país, oferecendo conteúdo de alta qualidade ligado ao tema para estudantes universitários, educadores e empreendedores atuantes ou potenciais.

Ao realizar um curso Endeavor a distância, você ganha mais conhecimento e ferramentas para realizar seus sonhos e ainda ajuda a contribuir com a causa e o ambiente de empreendedorismo do Brasil. **Conheça mais sobre a Endeavor.**



COMO ESCALAR E INOVAR
EM SEU NEGÓCIO



PRIMEIROS PASSOS PARA
CRIAR SEU NEGÓCIO



MARKETING PARA
EMPREENDEDORES



COMO CRIAR UMA STARTUP
COM POUCOS RECURSOS"

INSCREVA-SE
AGORA!

endeavor
BRASIL