

Empregos

Carreiras & Concursos

Confira **257** ofertas de empregos e **4.248** vagas em concursos. **E2 e E4**

CADERNO **E** | PIRACICABA,
DOMINGO, 17 DE MAIO DE 2015

EDIÇÃO DE HOJE
Ignácio Garcia Jr. | ignacio@ijpjournal.com.br



➔ Arraso Filhos

Moda, saúde, estilo e um guia completo de educação na nova edição de **Arraso Filhos**, já nas bancas

JORNAL DE PIRACICABA

Empreendedorismo sem idade

Enquanto muitos jovens se preparam para entrar na universidade, outros já buscam montar o próprio negócio



Felipe Bernardino montou o primeiro negócio aos 18 anos

Fotos: M. Germano/JP

Stefanie Archilli
stefanie@ijpjournal.com.br

Enquanto a maioria dos jovens está focada no início da faculdade, alguns deles estão pensando no mercado de trabalho. Mas não é um emprego que eles procuram. Esses jovens querem montar o próprio negócio. Uma tarefa que parece quase impossível devido a pouca idade, mas há exemplos bem-sucedidos de quem começou aos 18 anos, como o publicitário Felipe Bernardino, de 34 anos.

Bernardino montou aos 18 anos a empresa Banda Solaris Eventos e Produções, que até 2013 atuava no mercado artístico/musical de formaturas, eventos sociais e corporativos no Estado de São Paulo e também em cidades do sul de Minas Gerais.

O publicitário uniu a experiência pessoal na área da música (a família é de músicos), a formação profissional em publicidade e o apoio financeiro da família para cuidar do próprio negócio. "Entrei na faculdade de Publicidade e Propaganda pela Unimep (Universidade Metodista de Piracicaba) e cresci em mim um fascínio enorme pelo mercado de eventos, por ser vasto e de boa rentabilidade financeira. Como na época tínhamos um pequeno grupo musical, aproveitei isso e parti para o ramo das formaturas e eventos maiores", relatou.

Bernardino chegou a ter 25 pessoas trabalhando diretamente ou indiretamente sob o comando dele. Porém, no início da empresa, ele precisou de muito apoio dos pais e do irmão para conquistar espaço no mercado de eventos. "A maior dificuldade que encontrei foi a falta de credibilidade frente ao mercado. Meus clientes me olhavam de forma estranha, pelo fato de ser jovem e não terem tanta confiança em contratar o serviço da minha empresa. Mas quando entregava o serviço bem feito, todos admiravam a garra e persistência que tive", afirmou.

A experiência de sucesso levou o publicitário a iniciar outro negócio após 10 anos atuando no mercado de festas de formatura. "Com a experiência que tive, adquiri know hall muito grande de conhecer muitas empresas do

segmento e extrair o melhor de todas para que nascesse a Agência Zorra, que atua no segmento de formaturas e MKT Universitário", disse Bernardino, hoje sócio proprietário e diretor de projetos da agência Zorra.

Para Giovanna Baccharin, jornalista e criadora da SoulBusiness, empresa que presta assessoria para empreendedores no planejamento e criação de novos negócios e também no desenvolvimento de marcas autênticas, iniciativas como a de Bernardino são totalmente possíveis, sem contar a idade. "É possível montar o próprio negócio em qualquer idade. Em abril, o Brasil recebeu a palestrante ilustre Kylee Majkowski, de 30

anos, que é CEO da Tomorrow's Lemonade Stand (Banca de Limonada do Amanhã), que ensina jovens empreendedores a começar seus negócios. E temos ainda o carioca João Camargo, de 13 anos, da marca Do João, voltada para o ramo de bolos e doces e que faz um tremendo sucesso. Essa é a prova de que nunca é cedo demais", disse.

IDEIA

O negócio de Bernardino começou porque ele teve uma ideia. E ideias podem surgir a todo momento, sendo inovadoras ou não. "Não é preciso inovar para empreender, temos padarias e salões de cabeleireiro

abrindo todo mês em qualquer lugar", relatou Giovanna.

Porém, para investir em mercados hiper competitivos, é mais seguro ser diferente do que ser mais do mesmo. "Para aumentar as chances de sucesso, acredito que a inovação seja certamente a melhor receita. E o mais importante aqui é que não é necessário inventar um novo produto ou uma nova solução do zero. É possível inovar fazendo alterações em produtos e negócios que já existem", informou.

Segundo ela, no caminho do jovem empreendedor, ele precisa visualizar novos ângulos e diferenciais autênticos para os negócios. "Acredito que buscar criar um 'oceano azul' dentro de qual-

quer mercado seja a melhor forma de se destacar, mas é preciso fazer isso ouvindo o mercado, conhecendo bem o cliente. Afinal, criar algo novo que ninguém deseja é fracasso na certa. O consumidor deve ser o foco da criação de qualquer negócio", afirmou.

CAPITAL

A pouca idade não é um impedimento para montar o próprio negócio, nem mesmo a ideia inovadora. Mas o fator financeiro é.

Conforme Giovanna, quando se tem pouco capital, é preciso abusar da criatividade e contar com a ajuda de pais, familiares e amigos. "É mesmo o empreendedor com dinheiro

de sobra, aconselho a começar pequeno. Faço isso porque um empreendedor de primeira viagem está testando não só uma ideia de negócio, mas também e, principalmente seu próprio espírito e habilidades empreendedoras. Então, começar pequeno é a melhor forma de aprender como ele mesmo funciona, além do negócio e também do mercado", relatou.

De acordo com a jornalista, para um empreendedor de primeira viagem fazer o negócio prosperar, é preciso manter o foco nas necessidades do mercado, compreender quem é o cliente e o que ele precisa. "Se você tem um negócio que está resolvendo um problema ou desejo real, fica mais fácil contornar outros problemas. Por outro lado, a busca por informação e formação é fundamental", afirmou.

Giovanna disse que, mesmo empreendedores com mais anos de experiência, devem criar uma rede de suporte para a troca de ideias e o aconselhamento. "Buscar mentores também é fundamental para qualquer dono de negócio", informou.

ERROS

Na opinião da profissional, o maior erro do empreendedor sem experiência é acreditar que ele consegue prever e planejar exatamente o que irá acontecer. "Vejo isso acontecer de novo e de novo e é algo que muitas vezes só a experiência ensina, ou seja, a realidade é a de que podemos e devemos nos preparar, mas é apenas a realidade do mercado, o contato real com o cliente que vai dizer se o que imaginamos serve ou não para o mercado", relatou.

Portanto, para alcançar o sucesso, é preciso manter contato direto com o cliente, testar ideias e investir pouco no começo. "Empreender não é uma corrida de 100 metros rasos, é uma maratona de longa distância, então, a vontade e a visão do empreendedor são fundamentais nesse processo", disse.



Giovanna Baccharin defende o empreendedorismo em qualquer idade