

MERCADO – OS EMPREENDEDORES CONHECEM A REALIDADE?

Além de tudo o que o movimento de apoio ao empreendedorismo já faz, é preciso aproximar um pouco mais os empreendedores das práticas e do cotidiano de seus potenciais clientes. Ciência e tecnologia são fundamentais para o desenvolvimento sustentável, mas sem mercado o empreendedor não terá êxito.

A força motriz do empreendedorismo chama-se MERCADO.

A maioria das soluções surge do debate com o mercado e, neste sentido, o potencial cliente sabe dizer melhor do que ninguém onde seu sapato aperta. Em um país que passa pela expansão dos negócios tal qual ocorre com o Brasil neste momento, há muitos sapatos apertados e faltam pessoas disponíveis e dispostas a desapertá-los.

O leque de oportunidades que se apresenta hoje vai além do simples atendimento às necessidades não atendidas. As empresas existentes não estão conseguindo suprir, e nem mesmo enxergar, todas as necessidades, pois falta mão de obra qualificada, faltam pessoas com capacidade de entender as dores do mercado.

Problema e solução não são óbvios e é preciso empenho para se debruçar sobre o problema e entendê-lo em profundidade.

É preciso muito mais: a gana empreendedora, a garra do empresário, o comprometimento com a solução definitiva, a dedicação – muitas das vezes, exclusiva – exigida pela premência do cliente.

Assumir a relação de fornecimento – desde a concepção da solução até sua entrega, incluindo as adversidades das aplicações em campo – é papel dos empreendedores.

Assim, acredito que os mecanismos de apoio ao empreendedorismo devem dar maior foco e incentivo à aproximação dos empreendedores com seus potenciais clientes. A título de exemplo:

1. Parques Tecnológicos podem atrair empresas de médio e grande portes que demandarão produtos, serviços e soluções das empresas locais – preferencialmente daquelas de pequeno porte;
2. Os programas de capacitação de empreendedores podem focar o atendimento às necessidades de mercado. Neste caso, é ótimo quando um empreendedor tem afinidade com determinada tecnologia para atender um dado mercado. Porém, antes de desenvolver uma solução, conhecer as necessidades dos usuários potenciais, o problema a ser solucionado e a lógica das pessoas que compõem o canal de distribuição fará toda a diferença;
3. Para que um empreendedor possa atender às necessidades específicas de uma indústria, promover visitas não só àquele setor, mas também a indústrias similares para entender o que já se faz em termos semelhantes. Estas indústrias nem sempre estarão abertas a visitas de empreendedores ou estudantes, mas estarão para visitantes com a chancela e com as credenciais de uma universidade, de um centro de excelência ou de um organismo de apoio ao empreendedorismo;
4. O apoio a empreendedores e empresas nascentes deve contemplar, ainda, um segundo momento do ciclo de negócios – aquele em que novas demandas surgirão e o empreendedor não terá base técnica e científica suficiente para garantir uma solução realmente inovadora. Aí, o conhecimento intrínseco à universidade e o aparato de laboratórios e de pesquisadores contribuirão na formação da parceria perfeita.

Enfim, a reflexão que se provoca aqui é que: o mercado é a prioridade e nossos empreendedores nem sempre enxergam esta verdade.

Sidney José Severini Júnior

www.severini.com.br | sidney@severini.com.br

Rua Silvestre Ferraz, 252 – Pav. Superior, Centro – Santa Rita do Sapucaí – CEP 37.540-000

Tel.: 35 34714040 | 35 91420267