

Uma nota de 100 na mão e uma ideia na cabeça: uma startup custa menos do que você imagina

# CHRIS GUILLEBEAU

Autor de *A arte da não conformidade*

# A STARTUP DE \$100

Abra o negócio dos seus sonhos  
e reinvente sua forma de ganhar a vida



 Editora  
Saraiva

**Best-seller**  
do *New York Times*  
e *Wall Street Journal*

# Chris Guillebeau

## A STARTUP DE \$100

Abra o negócio dos seus sonhos e reinvente sua forma de ganhar a vida



[www.saraivauni.com.br](http://www.saraivauni.com.br)

*Este livro é para os que agem e os que inspiram*

# Sumário

## Prólogo – Manifesto

Um breve guia para conseguir tudo o que deseja

## Parte I

### **EMPREENDEDORES INESPERADOS**

#### Capítulo 1 – Renascimento

Você já tem as habilidades necessárias – só precisa saber em que lugar procurar

#### Capítulo 2 – Dê o peixe

Como embalar e vender felicidade

#### Capítulo 3 – Siga (talvez) sua paixão

Ganhe para fazer o que gosta certificando-se de que sua paixão corresponda ao que as pessoas querem

#### Capítulo 4 – A ascensão do empreendedor itinerante

A localização não é tão importante assim

#### Capítulo 5 – Os novos fatores demográficos

Todos os seus clientes têm algo em comum, mas isso não tem nada a ver com categorias convencionais

## Parte II

### **APRESENTAR SEU FILHO AO MUNDO**

## **Capítulo 6 – O plano de negócios de uma única página**

Se a sua declaração de missão for muito maior do que esta frase, ela pode ser longa demais

## **Capítulo 7 – Uma oferta irrecusável**

O guia passo a passo para criar uma oferta espetacular

## **Capítulo 8 – Lançamento**

Uma viagem para Hollywood – partindo da sua sala de estar ou do café da esquina

## **Capítulo 9 – Como agitar as coisas com a delicada arte da autopromoção**

Propaganda é como sexo – só os perdedores pagam por isso

## **Capítulo 10 – Mostre o dinheiro**

Desde métodos inovadores para levantar fundos até financiamentos improváveis de automóveis

## **Parte III**

### **ALAVANCAGEM E PRÓXIMOS PASSOS**

## **Capítulo 11 – Seguir em frente**

Como ajustar o caminho até o banco com pequenas ações que podem criar grandes aumentos de receita

## **Capítulo 12 – Como criar sua própria franquia**

Instruções de como clonar a si mesmo para se divertir e lucrar

## **Capítulo 13 – Pensamento em longo prazo**

Cresça o quanto *você* deseja crescer (mas não mais que isso)

## **Capítulo 14 – E se não der certo?**

Como ter sucesso mesmo quando tudo der errado

**Conclusão**

**Revelações e fatos interessantes**

**Esperem aí, ainda não acabou!**

**Vinte e cinco estudos de caso selecionados**

**As estrelas deste livro**

**Gratidão**

# Prólogo - Manifesto

## Um breve guia para conseguir tudo o que deseja

Imagine uma vida na qual todo o seu tempo é gasto nas coisas que você quer fazer.

Imagine dedicar toda a sua atenção a um projeto que você mesmo criou, em vez de ser mais uma engrenagem em uma máquina montada para enriquecer os outros.

Imagine entregar uma carta a seu chefe com os dizeres: “Prezado chefe, Venho por meio desta informar que seus serviços não são mais necessários. Obrigado por tudo, mas, a partir de agora, farei as coisas do meu próprio jeito”.

Imagine que hoje seja o seu último dia trabalhando para outra pessoa. E se – muito em breve, não em algum futuro distante e indefinido – você puder começar um dia de trabalho simplesmente ligando um laptop no escritório que montou na sua casa, entrando na loja que você abriu, telefonando a um cliente para lhe dar conselhos ou, em outras palavras, fazendo o que *you* quer e não o que alguém o manda fazer.

Ao redor do mundo, e de muitas maneiras diferentes, milhares de pessoas estão fazendo exatamente isso. Elas estão reinventando as regras do trabalho, se tornando os próprios chefes e criando um novo futuro.

Esse novo modelo de fazer negócios já foi bem desenvolvido por esses empreendedores inesperados, cuja maioria nunca tinha se visto como empresários. É a revolução do *micronegócio* – um jeito de ganhar um bom dinheiro ao mesmo tempo que se leva uma vida independente e significativa.

Outros livros narram a ascensão das startups na internet, incluindo desvarios sobre capital de risco e histórias excêntricas de restaurantes orgânicos abertos em casa. Outros guias ensinam como elaborar planos de negócios de 80 páginas que ninguém jamais lerá e que, de qualquer maneira, não lembram em nada as operações de um negócio de verdade.

Este livro é diferente e tem dois temas centrais: *liberdade* e *valor*. A liberdade é o que todos nós buscamos e o valor é o caminho para chegar lá.

## **De cara com a liberdade**

Mais de uma década atrás, iniciei uma longa jornada, fazendo o necessário para trabalhar por conta própria. Nunca planejei ser um empreendedor; só não queria trabalhar para ninguém. Em um apartamento barato em Memphis, Tennessee, me dediquei a analisar o que os outros fizeram e tentei aplicar a engenharia reversa para replicar o sucesso deles. Comecei importando café da Jamaica e vendendo na internet porque vi outras pessoas ganhando dinheiro com isso; eu não tinha nenhum conhecimento nem habilidade especial em importação, torrefação ou vendas. (No entanto, confesso que consumi grande parte do produto em frequentes “degustações”.)

Se precisasse de dinheiro, aprendi que poderia conseguir o que precisava criando e vendendo alguma coisa, não reduzindo custos ou trabalhando para alguém. Essa distinção foi decisiva, porque a maioria dos orçamentos começa analisando a receita e determinando as alternativas disponíveis. Decidi usar outro método – começando com uma lista do que eu queria fazer e encontrando um jeito de fazer acontecer.

Não fiquei rico com a renda gerada pelo negócio, mas deu para pagar as contas e ganhei algo muito mais precioso do que o dinheiro: liberdade. Eu não precisava cumprir nenhum cronograma, bater nenhum cartão de ponto, elaborar nenhum relatório inútil, seguir nenhuma política de escritório nem comparecer a nenhuma reunião improdutiva.

Passei parte do meu tempo aprendendo como um verdadeiro negócio funciona, mas não deixei que isso interferisse na minha agenda cheia que incluía ler em cafés durante o dia e fazer bicos como músico de jazz à noite.

Em busca de um jeito de contribuir com algo mais elevado para o mundo,

me mudei para a África Ocidental e passei quatro anos trabalhando como voluntário em uma instituição médica de caridade, levando jipes repletos de suprimentos a clínicas na Serra Leoa e na Libéria. Aprendi como a liberdade se conecta à responsabilidade e como poderia combinar meu desejo de independência com algo que ajudasse o resto do mundo.

De volta aos Estados Unidos, desenvolvi uma carreira de escritor do mesmo jeito que aprendi a fazer tudo o que sei: começando com uma ideia e depois descobrindo como concretizá-la ao longo do caminho. Dei início a uma jornada para visitar todos os países do mundo, viajando a 20 países por ano e trabalhando onde quer que eu estivesse. A cada passo do caminho, o valor da liberdade foi um constante guia norteador para mim.

Não existe um programa de desintoxicação para os viciados em liberdade. Uma vez que você souber o que o aguarda do outro lado, vai ser difícil tentar voltar a seguir as regras alheias.

## **A doutrina do valor**

A segunda parte deste livro é sobre o *valor*, uma palavra utilizada com muita frequência, porém, raramente analisada. Neste nosso contexto, o valor é criado quando uma pessoa faz algo útil e o compartilha com o mundo. As pessoas cujas histórias você lerá neste livro tiveram sucesso em função do valor que criaram. Muitas vezes, a combinação de liberdade e valor ocorre quando alguém decide agir fazendo algo que adora: um hobby, uma habilidade ou uma paixão que a pessoa acaba transformando em um modelo de negócio.

A revolução do micronegócio está se desenrolando por toda parte à medida que as pessoas rejeitam o trabalho tradicional, escolhendo seguir o próprio caminho e criando o próprio futuro. Sempre existiram microempresas, mas jamais houve tantas possibilidades convergindo no lugar e no momento certo. O acesso à tecnologia aumentou enormemente e os custos caíram muito. É possível testar instantaneamente sua ideia no mercado, sem ter de esperar meses para avaliar como os clientes potenciais receberão uma oferta. É possível abrir uma conta no PayPal em cinco minutos e começar a receber de clientes de mais de 180 países

imediatamente.

Melhor ainda, se você desenvolver uma comunidade de clientes fiéis, saberá, com antecedência, o que criar para eles e quais serão as suas chances de sucesso sem ter de investir muito. Na verdade, quanto mais você souber como as suas habilidades e conhecimentos podem ser úteis para os outros, maiores serão as suas chances de sucesso.

Talvez o mais importante, a questão determinante do que é arriscado e seguro na carreira, mudou para sempre. Antigamente a escolha era ter um emprego ou assumir um enorme risco trabalhando por conta própria. A nova realidade é que trabalhar como funcionário em uma empresa pode ser uma escolha muito mais arriscada. É muito melhor optar pelo caminho mais seguro e partir por conta própria.

E se você pudesse ter uma vida de liberdade contornando tudo aquilo que acredita ser um pré-requisito? Em vez de fazer um empréstimo, você pode simplesmente começar – agora mesmo – *sem* muito dinheiro. Em vez de contratar funcionários, você pode começar um projeto sozinho, com base na sua combinação pessoal específica de paixão e habilidade. Em vez de fazer uma faculdade de administração (que na verdade não ensina as pessoas a operar uma microempresa), você pode economizar uma pequena fortuna e aprender à medida que avança.

Lembre-se de que este livro não é sobre fundar uma grande startup na internet, nem sobre abrir um negócio tradicional vestindo um terno e indo ao banco para implorar que eles lhe façam um empréstimo, mas é o relato de pessoas que encontraram um jeito de realizar seus sonhos e ganhar um bom dinheiro se ocupando de suas paixões. E se o sucesso dessas pessoas pudesse ser replicado? E se existisse um plano mestre que você pudesse seguir, aprendendo com as pessoas que conseguiram?

## **É um modelo, não uma vaga série de ideias**

Contarei mais sobre a minha própria história à medida que avançamos, mas este livro não é sobre mim – é sobre outras pessoas que encontraram a liberdade e como você pode fazer o mesmo. Durante uma turnê não convencional para promover meu livro, viajei a 63 cidades dos Estados

Unidos e do Canadá (e mais de 15 outros países) e acabei conhecendo pessoas que fizeram a transição de trabalhar para o chefe para trabalhar por conta própria.

Depois, trabalhei com uma pequena equipe para criar um abrangente estudo de vários anos envolvendo mais de cem entrevistados. Analisando uma enormidade de dados (mais de 4.000 páginas de respostas por extenso, além de centenas de telefonemas, sessões pelo *Skype* e trocas de e-mails), compilei as lições mais importantes, que apresento aqui para a sua avaliação e ação. Este modelo para a liberdade é completamente customizável e altamente factível. Em vários pontos ao longo do caminho, você terá a chance de fazer uma pausa e trabalhar no seu próprio plano antes de ler mais sobre o que os outros fizeram.

Algumas pessoas que participaram do estudo são rebeldes natos, decididos desde a juventude a seguir por conta própria, mas a maioria é composta de pessoas comuns que só pensaram em trabalhar por conta própria mais tarde na vida. Várias foram demitidas de um emprego e de repente se viram forçadas a dar um jeito de pagar as contas ou sustentar a família. (Em quase todos esses casos, elas disseram algo como: “Perder o emprego foi a melhor coisa que me aconteceu. Se não fosse forçado, eu jamais teria dado o salto”.)

Não se iluda: o modelo não ensina como ter sucesso trabalhando menos; mas sim como realizar um trabalho *melhor*. A meta não é enriquecer rapidamente, mas construir algo que as pessoas valorizem o suficiente para se disporem a abrir a carteira. Você não apenas estará criando um emprego para si mesmo, mas também estará criando um legado.

Este modelo não envolve segredos, atalhos nem truques de marketing. Você não encontrará exercícios de visualização aqui. Se você acha que pode se aproximar do dinheiro simplesmente pensando a respeito, não leia o livro. Ele trata sobre todas as coisas práticas que você pode fazer para assumir a responsabilidade pelo próprio futuro. Leia-o se quiser criar algo belo no caminho para a liberdade.

Será que você pode ter uma vida significativa orientada a algo que adora fazer? Sim. Será que você conseguirá ganhar dinheiro com isso? Sim, e apresento aqui as histórias de pessoas pioneiras e desbravadoras. Será que

existe um caminho que você pode seguir no seu próprio plano de fuga? Sim! Você encontrará esse caminho aqui. Siga-o para criar a liberdade que tanto deseja.

# PARTE I

**EMPRENDEDORES  
INESPERADOS**

# 1 Rinascimento



## Você já tem as habilidades necessárias – só precisa saber em que lugar procurar

“A necessidade de mudar abriu um caminho no centro da minha mente.”

MAYA ANGELOU

**E**m uma manhã de segunda-feira, no dia 4 de maio de 2009, Michael Hanna vestiu um terno da Nordstrom com uma gravata colorida e se dirigiu a seu escritório no centro de Portland, Oregon. Um profissional de vendas veterano com 25 anos de experiência, Michael passava seus dias comparecendo a reuniões, convencendo clientes a fechar negócios e respondendo e-mails sem fim.

Ao chegar ao trabalho, naquele dia, ele se acomodou em seu cubículo, leu as notícias e checkou seus e-mails. Uma das mensagens era de sua chefe, pedindo para vê-lo mais tarde naquele dia. A manhã transcorreu como sempre: mais e-mails, telefonemas e preparativos para uma grande apresentação de vendas. Michael levou um cliente para almoçar, parando para um café no caminho de volta ao escritório. Ele chegou a tempo de responder mais alguns e-mails e se dirigiu à sala da chefe.

Lá, Michael se sentou e notou que a chefe estava evitando fazer contato visual. “Depois daquilo”, ele conta, “tudo aconteceu em câmera lenta. Eu já tinha ouvido várias histórias sobre essa experiência de outras pessoas, mas nunca me identifiquei com elas. Nunca achei que pudesse acontecer comigo”.

A chefe mencionou a crise econômica, a necessidade inevitável de afastar bons funcionários e assim por diante. Um gerente de RH apareceu do nada, conduziu Michael à sua mesa e lhe deu uma caixa de papelão – *sem brincadeira!* – para ele levar suas coisas para casa. Michael não soube o que dizer, mas tentou manter o otimismo diante dos colegas. Ele voltou para casa às 2h30 da tarde, pensando em como contaria à sua esposa, Mary Ruth, e a seus dois filhos que estava desempregado.

Passado o choque, Michael entrou em uma rotina até então desconhecida,

recebendo seguro-desemprego e procurando um novo trabalho. Não foi fácil. Ele era altamente qualificado, mas o mesmo se aplicava a inúmeros outros candidatos. O setor estava mudando e Michael não sabia se conseguiria encontrar um emprego bem pago no mesmo nível anterior.

Um dia, um amigo, dono de uma loja de móveis, mencionou que tinha um caminhão cheio de colchões de ponta de estoque e não sabia o que fazer com eles. “Você poderia vender os colchões um de cada vez na internet e ganhar uma boa grana”, ele disse a Michael. A ideia pareceu maluca, mas a busca de emprego não estava dando em nada. Michael descobriu que o pior que poderia acontecer era acabar vendendo os colchões a preço de custo. Ele ligou para Mary Ruth: “Querida, é uma longa história, mas tudo bem se eu comprar um monte de colchões?”

O próximo passo foi encontrar um local para estocar a mercadoria. Procurando pela cidade, Michael encontrou uma concessionária que tinha acabado de fechar as portas. A situação também estava difícil no setor imobiliário, de forma que, quando Michael ligou para o proprietário para saber se daria para alugar o antigo *showroom* da concessionária, imediatamente eles fecharam um acordo. O primeiro lote foi vendido rapidamente pela internet e pelo boca a boca, e o maior problema era responder dúvidas de clientes potenciais sobre o tipo de colchão que eles deveriam comprar. “Eu não tinha nenhum plano de negócios e não sabia nada de colchões”, Michael disse. “Eu tinha a impressão que, nas lojas de colchões, em geral, o ambiente não era agradável e os vendedores eram agressivos demais. Eu não sabia que tipo de loja queria abrir, mas sabia que queria um ambiente acolhedor no qual os clientes não fossem destratados.”

Com o sucesso da primeira experiência, Michael decidiu mergulhar de cabeça no mundo dos colchões, conversando com fornecedores locais e negociando com o proprietário para permanecer no antigo *showroom* da concessionária. Mary Ruth criou um site. O conceito de uma loja de colchões sem vendedores agressivos foi bem recebido em Portland e o negócio cresceu quando a loja passou a oferecer o primeiro sistema de entrega de colchões *de bicicleta*. (Um amigo adaptou uma bicicleta de duas pessoas, construindo uma plataforma na traseira capaz de levar um colchão king size.) Os clientes que iam à loja pedalando a própria bicicleta ganhavam frete grátis, uma tática de precificação que inspirou a fidelidade e o *upload*

de inúmeros vídeos de fãs no YouTube.

Michael jamais teria imaginado isso, mas acabou com uma empresa de verdade, lucrativa desde o primeiro lote de colchões e ganhando dinheiro suficiente para sustentar a família. No segundo aniversário de sua abrupta saída da vida corporativa, Michael encontrou no guarda-roupa o terno da Nordstron que usara no último dia do antigo emprego. Nos últimos dois anos, ele não usara aquele terno – nem qualquer outra roupa profissional – uma única vez. Ele pegou sua bicicleta, deixou o terno em um bazar beneficente e prosseguiu para sua loja de colchões. “Os dois anos que se sucederam à minha demissão foram incríveis”, ele conta. “Passei de um sujeito corporativo a um entregador de colchões e nunca fui mais feliz.”



Do outro lado da cidade em relação à loja acidental de colchões de Michael, a empreendedora de primeira viagem Sarah Young abriu uma loja de aviamentos mais ou menos na mesma época. Para explicar por que ela escolheu dar o salto no auge da retração econômica e sem experiência alguma operando um negócio, Sarah disse: “Não que eu não tivesse experiência; só tinha um tipo diferente de experiência. Eu não era uma empreendedora antes, mas era uma compradora. Eu sabia o que queria e isso não existia, então eu criei”. A loja de aviamentos, apresentada em mais detalhes no [Capítulo 11](#), já era lucrativa seis meses depois de sua inauguração e tem atraído um grupo internacional de adeptos.

Enquanto isso, em outros lugares ao redor do mundo, outros empreendedores pulavam a parte de abrir uma loja física e abriram negócios na internet, com um custo inicial praticamente nulo. Na Inglaterra, Susannah Conway começou a dar aulas de fotografia só para se divertir e teve a maior surpresa de sua vida quando percebeu que estava ganhando mais dinheiro do que em seu emprego como jornalista. (Pergunta: “O que você não previu quando abriu seu negócio?” Resposta: “Eu não sabia que estava abrindo um negócio!”)

Benny Lewis se formou em engenharia em uma universidade da Irlanda, mas nunca chegou a exercer a profissão. Em vez disso, encontrou um jeito de sobreviver como um “hacker profissional de idiomas”, viajando pelo mundo

e ajudando seus alunos a aprender a falar outras línguas rapidamente. (Pergunta: “Mais alguma coisa que deveríamos saber sobre o seu negócio?” Resposta: “Sim. Pare de usar o termo ‘negócio’! Estou me divertindo como nunca!”)

Bem-vindo ao estranho novo mundo do microempreendedorismo. Neste mundo, atuando independentemente de grande parte de outros newsletters de negócios mais conhecidos, blogueiros indianos ganham 200 mil dólares por ano. Editores independentes e itinerantes atuam de Buenos Aires a Bangcoc. Negócios de uma pessoa só lançam produtos e geram 100 mil dólares em um único dia, levando gerentes de banco nervosos a fechar as contas bancárias sem saber o que está acontecendo.

Estranhamente, muitos desses negócios incomuns prosperam dando coisas de graça, recrutando, dessa forma, uma legião de fãs e seguidores dispostos a pagar por produtos ou serviços quando eles forem finalmente oferecidos. “Meu plano de marketing se fundamenta em doações estratégicas”, contou Megan Hunt, que faz à mão vestidos e acessórios para casamentos em Omaha, Nebraska, com clientes no mundo inteiro. “Nossa maior iniciativa de marketing é capacitar as pessoas”, explicou Scott Meyer, de Dakota do Sul. “Conduzimos sessões de treinamento, forneceremos materiais gratuitamente e respondemos qualquer pergunta sem cobrar absolutamente nada.”



Em alguns aspectos, empreendedores rebeldes que resistem ao sistema e seguem por conta própria não são novidade alguma. Os *micronegócios* – negócios normalmente operados por apenas uma pessoa – existem desde os primórdios do comércio. Antigamente, comerciantes percorriam as ruas de Atenas e Roma apregoando suas mercadorias. Em muitas regiões da África e da Ásia rural, grande parte do comércio ainda é realizada por meio de pequenas transações e escambos.

Abordagens não convencionais ao marketing e às relações públicas também já existem há muito tempo. Bem antes de ser uma prática comum, uma banda de rock teve a ideia de se comunicar diretamente com os fãs, evitando ao máximo a estrutura tradicional das gravadoras. Os fãs se

sentiram parte de uma comunidade em vez de apenas uma gota em um mar de ouvintes. Ah, e em vez de depender principalmente das vendas de discos a banda pôde contar com as vendas de ingressos e *merchandising* em uma série interminável de shows ao vivo. Você pode achar que o exemplo é contemporâneo, mas o ano era 1967, e a banda era o Grateful Dead.

A novidade, contudo, é a rapidez com a qual é possível abrir um negócio e atingir um grupo de clientes. Hoje, o processo é muito mais rápido e barato do que nunca. Atualmente, passar de uma ideia a uma startup pode levar menos de um mês e custar menos que 100 dólares – basta perguntar a qualquer uma das pessoas cujas histórias você lerá neste livro. O comércio existe desde sempre, mas a escala, o alcance e a conexão mudaram muito. O pau para toda obra que faz pequenos bicos de manutenção doméstica costumava deixar folhetos na mercearia da esquina; hoje ele anuncia no Google a pessoas que fazem a busca “instalação de armário de cozinha” na cidade onde moram.

Não se trata de um clube elitista, mas sim de um movimento de classe média e sem líder. Ao redor do mundo, pessoas comuns estão largando o emprego tradicional e seguindo o próprio caminho. Em vez de combater o sistema, elas estão criando a própria forma de trabalho – normalmente sem muito treinamento e quase sempre sem muito dinheiro. Esses empreendedores inesperados transformaram sua paixão em lucro ao mesmo tempo que criavam uma vida repleta de propósito.

E se você também pudesse fazer isso? E se você pudesse ter a mesma liberdade para decidir seu próprio cronograma e determinar as próprias prioridades? Segue uma boa notícia: A liberdade é possível! Mais uma boa notícia: a liberdade não é algo a ser imaginado em um futuro vagamente distante – o futuro é *agora*.

## **O modelo da startup de 100 dólares**

Já faz pelo menos uma década que tenho ouvido histórias sobre negócios não convencionais, sendo que eu mesmo tive uma série deles. Por meio do meu trabalho como escritor e empreendedor, tive acesso a um amplo círculo de micronegócios: negócios lucrativos, em geral, de uma pessoa só e sem contar

com muito capital inicial. Comecei o processo de elaboração de um abrangente estudo com muitos dos meus amigos e colegas, mas não parei por aí.

Em 2010, produzi com Pamela Slim, autora de *Escape from cubicle nation*, uma série de workshops sobre ideias de negócios de baixo orçamento. Na primeira vez que anunciamos um workshop, as vagas se esgotaram em 90 minutos. Depois começamos a oferecer vagas para outros workshops com vários meses de antecedência, e elas se esgotaram antes do almoço. Como ficou claro que tínhamos encontrado uma demanda por esse tipo de informação, resolvi ir mais longe.

Ao conduzir os workshops, me interessei cada vez mais pelo modelo “siga sua paixão” – a ideia de que pequenos negócios de sucesso muitas vezes são criados por pessoas que desejam se ocupar de um hobby ou interesse pessoal. Entrevistei empreendedores do mundo todo e documentei suas histórias para desenvolver um curso on-line que chamei de *Empire Building Kit*. O curso inspirou o lançamento do projeto em uma escala mais ampla, além de ter inspirado este livro.

No início, tinha em mente um punhado de estudos de caso, mas, ao me preparar para escrever o livro, resolvi ampliar os meus exemplos. Realizei levantamentos on-line e off-line, coletando dados por meio de um formulário no Google que gerou milhares de pontos de dados. Em visitas a 63 cidades da América do Norte em uma turnê para promover um livro, conheci mais empreendedores acidentais não convencionais que me contaram suas histórias.

Quando finalmente fechei o processo de seleção, tinha mais de 1.500 candidatos para escolher, que satisfaziam pelo menos quatro dos seis critérios a seguir:

- **O modelo “siga sua paixão”.** Muitas pessoas se interessam em abrir um negócio baseado em um hobby ou atividade pela qual elas são apaixonadas. Como veremos, nem toda paixão leva a contas bancárias recheadas, mas isso sem dúvida acontece com algumas delas.
- **Baixo investimento inicial.** Meu interesse se concentrou em negócios que requerem menos de 1.000 dólares em capital inicial, especialmente os que

custam praticamente nada (menos de 100 dólares) para começar.

- **Uma renda líquida de pelo menos 50 mil dólares anuais.** Eu queria negócios lucrativos que geraram pelo menos tanto quanto a renda média de um norte-americano. À medida que prosseguimos, você notará que a renda varia consideravelmente, com muitos negócios gerando saudáveis rendas de seis dígitos ou mais.
- **Nenhuma habilidade especial.** Como estamos falando de pessoas comuns que abriram um negócio de sucesso, tendi a escolher negócios que qualquer um poderia operar. Pode ser difícil definir isso, mas uma importante distinção que utilizei foi o fato de que muitos negócios demandam algum tipo de habilidades especializadas, mas se tratam de habilidades que podem ser desenvolvidas em pouco tempo de treinamento ou estudo independente. É possível aprender o processo de torrefação de café enquanto se opera o negócio, por exemplo, mas – espera-se – não dá para aprender a ser um dentista depois de abrir um consultório.
- **Plena divulgação dos dados financeiros.** Os entrevistados no estudo concordaram em revelar sua projeção de receita para o ano corrente e a receita real de pelo menos os dois últimos anos. Além disso, eles tiveram de se dispor a falar sobre receitas e despesas em termos específicos.
- **Menos de cinco funcionários.** Em geral, me interessei por empreendedores inesperados ou acidentais que escolheram deliberadamente permanecer pequenos. Muitos dos estudos de caso são de negócios operados por apenas uma pessoa, o que se relaciona diretamente à meta da liberdade pessoal que muitos entrevistados identificaram.

Excluí negócios em mercados “adultos” ou de legalidade questionável e, na maioria dos casos, também excluí negócios altamente técnicos ou que exigiam habilidades especiais para serem operados. A prova de fogo foi: “Você tem como explicar o que faz à sua avó e estaria disposto a isso?”

Em seguida, busquei analisar negócios abertos por pessoas do mundo todo. Cerca de metade das nossas histórias é dos Estados Unidos e a outra metade é composta de casos do resto do mundo. Do Vale do Silício a Atlanta, os Estados Unidos constituem um verdadeiro catalisador para o

empreendedorismo, tanto em termos de valores quanto de facilidade de começar. Mas, como veremos, pessoas de todas as partes do mundo estão criando os próprios micronegócios, algumas vezes seguindo o modelo norte-americano e outras vezes atuando de forma independente.

Por fim, na última rodada de seleção dos estudos apresentados, minha tendência foi escolher histórias “interessantes”. Nem todo negócio precisa ser glamoroso ou badalado – na verdade, muitos dos casos apresentados aqui não o são –, mas preferi histórias que salientavam a originalidade e a criatividade. Dois anos atrás em Minneapolis, Lisa Sellman chamou a minha atenção ao me contar sobre seu negócio de treinamento de cães. Não dei muita bola no início. Até que ponto treinar cachorros poderia ser um negócio lucrativo? Mas, então, Lisa me contou o quanto ganhava: 88 mil dólares no ano anterior e a caminho dos seis dígitos no próximo ano. De repente me vi interessado. Como Lisa conseguiu isso... e quais são as lições que poderíamos aprender com ela?

Cada empreendedor estudado preencheu vários levantamentos detalhados sobre seu negócio, incluindo dados financeiros e fatores demográficos, além de dezenas de questões discursivas. Os levantamentos em grupo foram seguidos de questões individuais adicionais em centenas de e-mails, telefonemas, videoconferências pelo *Skype* e encontros presenciais em 15 cidades ao redor do mundo. A minha meta foi criar uma narrativa encontrando temas em comum em um grupo diversificado. Os dados coletados renderiam vários volumes enormes, mas tentei apresentar aqui apenas as informações mais importantes. Saiba mais sobre a metodologia do estudo, inclusive os dados dos levantamentos e entrevistas específicas no site <[www.100startup.com](http://www.100startup.com)>.



Em outros estudos, livros e reportagens na mídia, dois tipos de modelos de negócios costumam chamar mais atenção. O primeiro modelo de negócio é o convencional: um inventor tem uma ideia e convence o banco a emprestar dinheiro para as operações, ou uma empresa promove a cisão de uma divisão para criar uma nova empresa. A maioria das empresas negociadas no mercado de ações se encaixa nessa categoria. O segundo modelo de negócio

é a startup impulsionada por um investimento, normalmente focada em capital de risco, aquisição de controle acionário, propaganda e participação de mercado. O negócio é aberto por um fundador ou um pequeno grupo de parceiros, mas, muitas vezes, operado por uma equipe gerencial que reporta a um conselho de administração que, por sua vez, busca melhorar a cotação da empresa com a meta de “abrir o capital” ou ser adquirida.

Cada um dos modelos mais tradicionais tem seus pontos fortes e fracos, além de várias outras características. Nos dois modelos, não faltam histórias de sucesso e fracasso. Mas não nos concentraremos nesses modelos e suas histórias neste livro. Apesar de esses dois modelos de negócios receberem toda a atenção, uma terceira opção tem se desenvolvido sem alardes – uma opção completamente diferente.

A nossa história é sobre pessoas que abrem os próprios micronegócios sem investimento, sem funcionários e, muitas vezes, sem uma noção clara do que estão fazendo. Elas quase nunca têm um plano de negócios formal e muitas vezes não têm plano algum além de “Tentar para ver o que acontece”. Com muita frequência, o negócio decola rapidamente, sem precisar da permissão de um conselho de administração ou administrador. Os testes de mercado são realizados à medida que se avança. “Os clientes estão comprando?” Se a resposta for sim, bom. Senão, o que podemos mudar?

Da mesma forma como a transformação de Michael de um sujeito corporativo a um vendedor de colchões, muitos dos nossos estudos de caso abriram negócios acidentalmente em razão de alguma adversidade, como perder o emprego. Em Massachusetts, o marido de Jessica Reagan Salzman ligou dizendo que voltaria para casa mais cedo do trabalho – e que não voltaria ao escritório no dia seguinte. A demissão inesperada levou Jessica, mãe de um bebê de três semanas, a entrar em ação. Com isso, seu “hobby” de meio expediente na área da escrituração contábil se tornou a principal e única fonte de renda familiar. Na Pensilvânia, Tara Gentile abriu seu negócio com a meta de trabalhar em casa enquanto cuidava dos filhos; o negócio cresceu tão rapidamente que seu marido acabou ficando em casa também.

No velho continente, David Henzell era um diretor da maior agência publicitária nas redondezas de Londres. Ele saiu em parte porque se sentia entediado com o trabalho e em parte por causa de um diagnóstico de

síndrome da fadiga crônica, em razão de suas “responsabilidades crônicas de diretor”. Em sua nova empresa, a Lightbulb Design, é ele quem decide as regras. “Por um tempo, foi a doença que me comandou”, ele conta, “mas agora sou eu que comando a doença. A Lightbulb começou como um jeito de ganhar a vida nos meus próprios termos. Ainda trabalhamos nos meus termos, mas agora estamos arrasando!”

As pessoas que conheceremos neste livro decidiram estruturar seus projetos de maneiras consideravelmente variadas. Algumas acabaram optando pela expansão, contratando ou montando equipes virtuais. Erica Cosminsky chegou a ter uma equipe de transcrição composta de 17 pessoas, mas, ao optar por trabalhar com terceiros em vez de contratar funcionários, ela manteve a liberdade de manter as coisas simples. A fábrica de malas de Tom Bihn, em Seattle, cresceu até se transformar em uma operação de sete dígitos ao mesmo tempo que se manteve completamente independente, rejeitando ofertas de vender seus produtos em megalojas de varejo.

Outros se voltaram a parcerias que possibilitaram que cada pessoa se concentrasse no que faz melhor. Tendo acabado de se formar na faculdade de design e desanimados com seus empregos de início de carreira, Jen Adrion e Omar Noory começaram vendendo mapas customizados a partir de um apartamento em Columbus, Ohio. Patrick McCrann e Rich Strauss eram concorrentes e se uniram para criar uma comunidade para praticantes de esportes de resistência. Várias das nossas histórias são sobre casais – casados ou namorados – abrindo um negócio juntos.

Mas muitos outros escolheram partir em carreira solo, convencidos de que encontrariam a liberdade trabalhando em grande parte sozinhos.

Charlie Pabst era um arquiteto de sucesso com o “emprego dos sonhos”, projetando lojas para a Starbucks. Mas o desejo de autonomia superou o conforto do emprego fixo e cafés de graça: “Um dia, a caminho do trabalho, percebi que não daria para continuar, liguei dizendo que estava doente, escrevi minha carta de demissão e foi assim que tudo começou”. Charlie ainda trabalha como designer, mas agora trabalha em casa, para clientes que ele escolhe.

Veremos essas histórias como um conjunto: um grupo de vozes individuais que, juntas, criam uma composição original. Ao contar como

diferentes pessoas se libertaram da angústia corporativa, o desafio é reconhecer sua coragem sem exagerar suas habilidades. A maioria não é composta de gênios ou empreendedores natos; são pessoas comuns que tomaram algumas importantes decisões transformadoras. Poucos empreendedores são graduados em administração e mais da metade não tinha absolutamente nenhuma experiência anterior no mundo dos negócios. Vários largaram os estudos e outros nunca chegaram a entrar na faculdade.<sup>1</sup>

Ao contar essas histórias, a meta foi traçar um mapa para a liberdade, um esquema que você pode utilizar para aplicar as lições desses casos de sucesso a seu próprio plano de fuga. Avaliando os estudos de caso, é possível identificar três lições do microempreendimento. Nos concentraremos nessas lições ao longo de todo o livro.

## Lição 1: Convergência

Como veremos, a *convergência* representa a interseção entre algo que você gosta de fazer ou é bom fazendo (de preferência os dois) e algo pelo qual as pessoas também se interessam. O jeito mais fácil de entender a convergência é pensar nela como o espaço sobreposto entre aquilo que desperta o seu interesse e aquilo pelo qual as pessoas se dispõem a pagar.

Veja os círculos a seguir:



Nem tudo o que você adora fazer ou que faz bem é interessante para o resto do mundo e nem tudo tem valor no mercado. Eu posso adorar comer pizza, mas ninguém vai me pagar para fazer isso. De maneira similar, uma pessoa individual não será capaz de resolver todos os problemas ou instigar o interesse de todas as pessoas. Mas, na sobreposição entre os dois círculos, onde a paixão ou a habilidade se encontra com a utilidade, um micronegócio fundamentado na liberdade e no valor pode prosperar.

## **Lição 2: Transformação de habilidades**

Muitos dos projetos que analisaremos foram iniciados por pessoas com habilidades *relacionadas*, não necessariamente a habilidade mais utilizada no projeto. Por exemplo, os professores normalmente são bons não só lecionando como também em áreas como comunicação, adaptabilidade, controle de multidões, planejamento de aulas e coordenação de diferentes grupos de interesse (alunos, pais, administradores, colegas). Apesar de a carreira de professor ser nobre por si só, essas habilidades também podem ser utilizadas para abrir um negócio.

A maneira mais fácil de entender a transformação de habilidades é perceber que você provavelmente é bom em mais de uma coisa. Natural da Alemanha, Kat Alder trabalhava como garçonete em Londres quando alguém lhe disse: “Acho que você se daria muito bem em relações públicas”. Kat não sabia nada da área, mas sabia que era uma boa garçonete, sempre recebendo boas gorjetas e agradando seus clientes ao recomendar itens do cardápio que sabia que eles gostariam.

Quando foi demitida de outro emprego temporário na BBC, ela se lembrou daquela conversa. Ela ainda não sabia muito sobre a área de relações públicas, mas conquistou o primeiro cliente em um mês e foi aprendendo à medida que avançava. Quatro anos depois, sua empresa emprega cinco pessoas e possui operações em Londres, Berlim, Nova York e China. Kat era uma excelente garçonete e aprendeu a aplicar habilidades similares de trato com as pessoas para promover seus clientes, criando um negócio mais lucrativo, sustentável e divertido do que trabalhar para alguém e repetir interminavelmente a lista de especiais do dia.

Ao contrário do que muita gente pensa, o sucesso no empreendedorismo não depende necessariamente de ser o melhor em uma determinada atividade. Scott Adams, o criador das tiras de quadrinhos *Dilbert*, explica seu sucesso da seguinte forma:

Consegui ter sucesso como um cartunista com um talento artístico desprezível, algumas noções básicas de elaboração de texto, um senso de humor comum e alguma experiência no mundo dos negócios. Os quadrinhos “Dilbert” são uma combinação dessas quatro habilidades. O mundo está cheio de artistas melhores, escritores mais espertos, humoristas mais engraçados e pessoas mais experientes no mundo dos negócios. O valor está na combinação dessas modestas habilidades.<sup>2</sup>

Para ter sucesso em um projeto de negócios, especialmente um que o empolga, é interessante realizar um meticuloso inventário de todas as suas habilidades que poderiam ser úteis para os outros, com foco na combinação dessas habilidades.

### **Lição 3: A fórmula mágica**

Unir as duas primeiras ideias leva a uma receita não tão secreta na alquimia dos micronegócios:

**Paixão ou habilidade + utilidade = sucesso**

Ao longo do livro, analisaremos os estudos de caso nos referindo a essa fórmula. Jaden Hair criou a Steamy Kitchen, um programa e site de culinária voltados à gastronomia asiática. Partindo de um investimento inicial de 200 dólares, ela recebeu ofertas para escrever livros de receita, aparecer na TV e receber patrocínio corporativo em virtude da união da paixão e da utilidade. As receitas que Jaden divulga todos os dias para um amplo público são fáceis, saudáveis e muito populares – quando a vi em um evento que ela estava promovendo em Austin, mal consegui transpor a multidão de admiradores para cumprimentá-la. (Leia mais sobre a história de Jaden no [Capítulo 2.](#))

Brandon Pearce era um professor de piano que tinha dificuldades com o lado administrativo de seu trabalho. Seu hobby era a programação de computador, de forma que, para resolver o problema, ele criou um software

para ajudá-lo com o cadastro de alunos, agendamento e controle de pagamentos. “Eu não tinha intenção nenhuma de transformar o projeto em um negócio”, ele conta. “Mas, quando outros professores começaram a se interessar, achei que pudesse ganhar um dinheirinho extra com o software.” O dinheirinho extra se transformou em uma fonte de renda de período integral, atualmente com uma receita excedente de 30 mil dólares mensais. Nascido no Estado norte-americano de Utah, Brandon mora com a família na Costa Rica, quando não estão viajando pelo mundo. (Leia mais sobre a história de Brandon no [Capítulo 4](#).)

## O caminho adiante: o que aprenderemos

Na busca pela liberdade, analisaremos os detalhes práticos de abrir um micronegócio pelas lentes das pessoas que conseguiram. Os fundamentos para abrir um negócio são muito simples, você não precisa de um MBA (guarde os 60 mil dólares que pagaria em mensalidades), capital de risco nem um plano detalhado. Você só precisa de um produto ou serviço, um grupo de pessoas dispostas a pagar por ele e um jeito de ser pago. Esses elementos básicos podem ser explicados como se segue:

1. Produto ou serviço: o que você tem para vender.
2. Pessoas dispostas a pagar: os seus clientes.
3. Um jeito de ser pago: como você trocará um produto ou serviço por dinheiro.

Se você tiver um grupo de pessoas interessadas, mas não tiver nada para vender, não tem um negócio. Se tiver algo para vender, mas ninguém disposto a comprar, não tem um negócio. Nos dois casos, sem um jeito claro e simples para permitir que os clientes paguem pela sua oferta, você não tem um negócio. Junte esses três elementos e parabéns! – agora você é um empreendedor.

Esses são os fundamentos essenciais de qualquer projeto; não há necessidade de complicar as coisas. Mas, entrando um pouco em detalhes, ajuda ter uma *oferta*: uma combinação de produto ou serviço *mais* a mensagem para convencer os compradores potenciais. O trabalho inicial

pode ser difícil, mas normalmente, quando o negócio deslança, você pode *reforçar* as vendas aumentando os lucros – se quiser. Ajuda ter uma estratégia – descrita neste livro como *agitar as coisas* – para instigar o interesse e chamar a atenção das pessoas. Em vez de simplesmente aparecer com uma oferta, é interessante criar um *evento de lançamento* para empolgar os compradores antes da hora.

Analisaremos em detalhes cada um desses conceitos, com base na experiência dos empreendedores que apresentaremos no livro. A meta é explicar o que as pessoas fizeram para promover o sucesso do negócio e analisar meticulosamente como isso pode ser replicado em outros negócios. As lições e estudos de caso ilustram um método de criação de negócios que funcionou repetidas vezes: crie algo que as pessoas desejam e dê isso a elas.

Não existe um método infalível; na verdade, o fracasso costuma ser o melhor professor. Ao longo do caminho, conheceremos um artista cujo estúdio desmoronou sob seus pés enquanto ele estava no telhado retirando freneticamente a neve com uma pá. Veremos como um prestador de viagens de aventura se recuperou depois de ficar sabendo que a ilha do sul do Pacífico na qual eles tinham um passeio programado para a manhã seguinte não estava mais recebendo visitantes. Algumas vezes o desafio resulta de negócios demais e não de menos: em Chicago, veremos o que acontece quando um negócio sobrevive sob o peso de 2.000 novos clientes inesperados em um único dia. Veremos como esses bravos empreendedores se mantiveram avançando, transformando desastres potenciais em sucessos duradouros.



Os temas recorrentes da nossa análise são liberdade e valor, mas subjacente aos dois está o tema da mudança. Morando em Seattle, James Kirk montava e administrava centros de dados informatizados por todo o país. Mas, em um salto de fé que levou menos de seis meses da ideia à execução, ele encheu um Mustang 2006 com sua mudança e se mudou de Seattle à Carolina do Sul, com a missão de abrir um café exclusivo na terra de *biscuits* e chá gelado. Assim que tomou a decisão, ele conta, todos os outros caminhos se fecharam: “Teve um momento bem no início quando percebi que é isso que

quero fazer e é isso que vou fazer. E foi assim. Tomei a decisão e o resto se ajeitaria”.

Como veremos, James acabou elaborando um plano de verdade, mas o passo mais importante foi tomar a decisão. Mesmo sem estar pronto, ele decidiu promover uma grande mudança, que logo se concretizou. Poucos meses depois, a Jamestown Coffee foi inaugurada em Lexington, Carolina do Sul. James e sua nova equipe passaram várias semanas trabalhando dez horas por dia para se preparar para a inauguração. E eles conseguiram: uma fita a ser cortada, o comparecimento garantido do prefeito para receber o novo negócio na comunidade e uma fila de clientes ansiosos para conhecer o café. Finalmente, chegou o dia da inauguração e a partir daí James nunca mais olhou para trás.

---

## **PONTOS FUNDAMENTAIS**



- Não há novidade alguma no conceito dos micronegócios; eles existem desde os primórdios do comércio. No entanto, o que mudou foi a capacidade de testar, de lançar e de expandir rapidamente o seu projeto sem precisar investir muito.
  - Para abrir um negócio, você precisará de três fatores: um produto ou serviço, um grupo de pessoas dispostas a pagar por ele e um jeito de ser pago. Todo o resto é completamente opcional.
  - Se você for bom em uma coisa, provavelmente também é bom em outras coisas. Muitos projetos começam com um processo de “transformação de habilidades”, no qual o conhecimento do empreendedor é aplicado a um tópico relacionado.
  - O mais importante: combine a sua paixão e habilidades com algo que as pessoas considerem útil.
-

## 2 Dê o peixe



### Como embalar e vender felicidade

“Pesque um peixe e você pode vendê-lo a um homem. Ensine um homem a pescar e você

arruinará uma maravilhosa oportunidade de negócios.”

**KARL MARX**

A lém de algumas histórias que mencionamos brevemente no [Capítulo 1](#), voltaremos à história da Jamestown Coffee Company à medida que avançamos. Mas, primeiro, vamos analisar um princípio essencial para conquistar a liberdade por meio de um *micronegócio* fundamentado em uma habilidade, um hobby ou uma paixão. O jeito difícil de abrir um negócio é seguir vacilante sem saber se a sua grande ideia terá alguma repercussão com os clientes. O jeito fácil é descobrir o que as pessoas querem e encontrar uma maneira de dar isso a elas.

Outro caminho a considerar é pensar sobre peixes.

Imagine o seguinte cenário: é noite de sexta-feira e você decide ir jantar em um bom restaurante depois de uma longa semana de trabalho. Enquanto você beberica uma taça de vinho para relaxar, o garçom se aproxima para lhe informar sobre o prato do dia. “Temos um delicioso risoto de salmão hoje”, ele diz. “Parece ótimo”, você pensa, e aceita a sugestão. O garçom anota o pedido e se dirige à cozinha enquanto você continua tomando o seu vinho e conversando.

Por enquanto tudo bem, certo? Mas, então, chega o chef e se aproxima da sua mesa. “Vi que você pediu o risoto de salmão”, ele diz com um sorriso aprovador. “Bem, é meio delicado fazer risoto e o salmão também deve estar no ponto... Você já fez risoto antes?” Antes de você poder responder, o chef se vira e começa a caminhar na direção da cozinha. “Bom, vou fazer o seguinte, vou me adiantar e começar com o azeite... Enquanto isso você lava as mãos e me encontra na cozinha.”

Imagino que você nunca tenha passado por algo parecido e, também, imagino que você, provavelmente, não ficaria muito contente de passar por uma situação como essa. Passado o choque inicial (o chef quer mesmo que eu vá à cozinha para ajudar a fazer o risoto?), você provavelmente acharia tudo muito estranho. Você sabe que a comida em um restaurante custa muito mais que em um supermercado – você está pagando um enorme adicional pelo ambiente e pelo atendimento. Se quisesse fazer risoto de salmão, você faria isso na sua casa. Você não foi ao restaurante aprender a fazer um novo

prato; você foi para descontrair e ser servido.

O que esse cenário tem a ver com abrir um micronegócio e mapear um caminho para a liberdade? O problema é o seguinte: muitos negócios se fundamentam na ideia de que os clientes devem ir à cozinha preparar o próprio jantar. Em vez de dar às pessoas o que elas realmente querem, os proprietários do negócio acham que é melhor envolver os clientes nos bastidores... porque eles *acham* que é isso que os clientes querem.

Tudo isso é culpa do velho ditado: “Dê a um homem um peixe e ele comerá por um dia. Ensine um homem a pescar e ele comerá a vida toda”. Pode ser uma boa ideia para pescadores famintos, mas costuma ser uma ideia terrível nos negócios. A maioria dos clientes não quer aprender a pescar. Nós trabalhamos a semana inteira e vamos ao restaurante para que alguém cuide de tudo para nós. Não precisamos saber o que acontece na cozinha; na verdade, podemos nem *querer* saber.

É melhor dar às pessoas o que elas de fato querem e o melhor jeito de fazer isso é entendendo um fato muito simples sobre quem somos. Acerte este ponto e muitos outros aspectos ficarão muito mais fáceis.



Durante 15 anos, John e Barbara Varian fizeram móveis, morando em uma pequena fazenda em Parkfield, Califórnia, uma minúscula cidade com uma placa na entrada informando “População: 18”. A ideia do negócio paralelo surgiu por acaso depois que um grupo de entusiastas por cavalgadas perguntou se eles poderiam andar a cavalo pela fazenda por uma taxa. Eles precisariam comer também – será que John e Barbara poderiam providenciar um lanche? Sim, eles poderiam.

No outono de 2006, eles perderam todo o estoque de móveis em um incêndio e foram forçados a reavaliar toda a operação. Em vez de recomeçar o negócio de móveis, decidiram mudar de negócio. “Sempre adoramos cavalos”, Barbara contou, “então decidimos ver se outros grupos não pagariam para vir à fazenda. Eles construíram um alojamento, fizeram melhorias em outras instalações e criaram pacotes específicos para grupos de cavaleiros, incluindo todas as refeições e atividades. John e Barbara inauguraram o negócio, batizado de V6 Ranch, na propriedade de 20 mil

acres situada exatamente no meio do caminho entre Los Angeles e São Francisco.

A história de Barbara ficou na minha cabeça por causa de uma coisa que ela disse. Eu sempre pergunto aos proprietários de um negócio o que eles vendem e por que os clientes compram deles, e as respostas podem ser reveladoras. Muitas pessoas respondem diretamente a pergunta – “Vendemos tal coisa e as pessoas compram porque precisam dessa coisa” –, mas de vez em quando alguém se sai com uma resposta mais profunda.

“Não vendemos passeios a cavalo”, Barbara afirmou enfaticamente. “O que oferecemos é liberdade. Nosso trabalho ajuda os nossos convidados a fugir, mesmo se for só por um momento, e ser alguém que eles nunca acharam que poderiam ser”.

A diferença é crucial. A maioria das pessoas que visitam o V6 Ranch tem um emprego formal e um número limitado de dias de férias. Por que elas escolheriam visitar uma fazenda em uma minúscula cidade em vez de embarcar em um avião e ir pegar sol em uma praia no Havaí? A resposta está na história e na mensagem por trás da oferta de John e Barbara. Ajudar seus clientes a “fugir e ser outra pessoa” tem muito mais valor que oferecer cavalgadas. Antes de mais nada, o V6 Ranch vende felicidade.



Do outro lado do país, em Washington, D.C., Kelly Newsome também se dedicava a abrir o próprio caminho. Quando entrou na faculdade, ela já tinha a meta de ser uma profissional bem-sucedida. Depois de se formar com as melhores notas da turma na Faculdade de Direito da University of Virginia, foi contratada como advogada bem remunerada em uma empresa de Manhattan – seu sonho por mais de seis anos. Infelizmente, Kelly não demorou a descobrir que analisar meticulosamente a documentação da empresa para verificar sua conformidade com a Lei de Valores Mobiliários dos Estados Unidos dia após dia não era exatamente o que ela esperava. Passada a euforia de ser contratada no seu emprego dos sonhos e diante da realidade de ser uma mera burocrata bem remunerada, Kelly se viu pronta para mudar.

Depois de cinco anos, Kelly largou seu emprego na área de direito

corporativo, que lhe rendia 240 mil dólares anuais, para trabalhar na Human Rights Watch, uma ONG internacional de direitos humanos. O trabalho era mais gratificante que o emprego bem pago anterior, mas também a ajudou a perceber que o que ela realmente queria era trabalhar por conta própria. Antes da próxima mudança, Kelly fez uma pausa para viajar pelo mundo. Ela sempre adorou fazer ioga e, em suas viagens, fez um curso de 200 horas e deu aulas de ioga na Ásia e na Europa. O próximo passo foi a Higher Ground Yoga, um negócio de aulas particulares de ioga que ela fundou em Washington, D.C. Não faltam estúdios de ioga em Washington, mas Kelly queria se voltar a um público-alvo específico: mulheres atarefadas, normalmente executivas, entre 30 e 45 anos, muitas vezes com filhos pequenos ou grávidas. Em menos de um ano, o negócio de Kelly já lhe rendia mais de 50 mil dólares anuais e, atualmente, ela está a caminho de ganhar mais de 85 mil dólares por ano.

Dar aulas particulares na casa do cliente tem seus problemas – em decorrência das grandes nevascas que atingiram a Costa Leste dos Estados Unidos, Kelly passou cerca de três semanas sem conseguir chegar a várias aulas e sua renda foi prejudicada. Mesmo ganhando menos e apesar de não poder dar tantas aulas em razão do mau tempo, Kelly diz que jamais voltaria a trabalhar em uma empresa. Nas palavras dela: “Quando era uma advogada, trabalhei com uma famosa massagista e me lembro de ter dito: ‘Deve ser ótimo poder fazer as pessoas tão felizes’. E é mesmo”. Como Barbara e John, Kelly descobriu que o segredo de uma nova e significativa carreira se relacionava diretamente com ajudar as pessoas a se sentirem bem consigo mesmas.

### **De onde vêm as ideias?**

Quando começar a pensar como um empreendedor, você reparará que as ideias de negócios podem vir de qualquer lugar. Quando for ao supermercado, preste atenção a como eles posicionam a sinalização (placas, faixas etc.) na loja. Estude os preços nos cardápios de restaurantes não só para controlar o seu orçamento, mas também para compará-los com os preços de outros restaurantes. Quando vir um anúncio, tente responder: Qual a mensagem mais importante que a empresa está tentando comunicar?

Ao pensar nesses termos, você começará a notar oportunidades para projetos de

micronegócios onde quer que for. Veja algumas fontes comuns de inspiração.

**Uma ineficiência no mercado.** Você já passou por uma situação na qual não é atendido como esperava ou já se viu procurando algo que não existe? Você provavelmente não é o único cliente frustrado com um mau atendimento e não é a única pessoa que deseja aquele produto inexistente. Faça você mesmo o que deseja comprar e os outros provavelmente também vão querer comprar de você.

**Nova tecnologia ou oportunidade.** Quando todo mundo começou a usar smartphones, isso abriu novos mercados para desenvolvedores de apps, fabricantes de capas protetoras e assim por diante. Mas, a solução mais óbvia não é a única: fabricantes de agendas, diários e cadernos de papel de alta qualidade também viram um aumento das vendas, talvez em parte em razão de clientes que não desejavam transferir sua vida inteira ao formato eletrônico.

**Mudanças no ambiente.** Como vimos no exemplo de Michael, no [Capítulo 1](#), concessionárias de automóveis estavam fechando as portas e, com isso, ele conseguiu alugar sua primeira loja temporária de colchões sem pagar muito. Nem todo mundo teria pensado em alugar uma ex-concessionária de automóveis para abrir uma loja de colchões, mas Michael agarrou a oportunidade.

**Um projeto paralelo ou derivado.** Uma ideia de negócio pode levar a muitas outras. Sempre que um negócio estiver indo bem, pense em desdobramentos, variações e projetos paralelos que também poderiam render lucros. Brandon Pearce, cujo caso será apresentado em mais detalhes no [Capítulo 4](#), fundou a Studio Helper como um projeto paralelo do seu negócio principal, a Music Teacher's Helper. Atualmente, o novo negócio rende sozinho mais de 100 mil dólares por ano.

Dica: Ao pensar em diferentes ideias de negócios, não deixe de pensar no dinheiro. Desenvolva o hábito de equilibrar as questões financeiras com as ideias. Ao realizar um *brainstorming* e avaliar diferentes projetos, o dinheiro não é o único fator a ser levado em consideração – mas é um fator importante. Responda a estas três perguntas para cada ideia:

1. Como receberei por esta ideia?
2. Quanto devo receber por esta ideia?
3. Tem algum jeito de eu receber mais de uma vez?

Analisaremos em mais detalhes o aspecto do dinheiro nos [Capítulos 10 e 11](#).

## O que é valor?

As histórias do V6 Ranch e da Higher Ground Yoga são bons exemplos de como liberdade e valor se relacionam. Na Califórnia, John e Barbara encontraram uma maneira de conciliar seu desejo de viver em estremo

contato com a natureza convidando pessoas para usar a fazenda como uma válvula de escape. Enquanto isso, apesar de Kelly ganhar menos (pelo menos por enquanto) em sua nova carreira, sua saúde está melhor e ela faz o que gosta – troca que ela não se arrepende de ter feito. A principal motivação de Kelly para realizar a mudança foi a liberdade, mas a chave de seu sucesso é o valor que ela proporciona a seus clientes.

Vamos fazer uma pausa para analisar o conceito de *valor*, uma palavra muitas vezes utilizada sem uma explicação mais aprofundada. O que exatamente é o valor? Veja uma definição básica:

**va-lor:** algo desejável e importante, criado por meio da troca ou esforço.

No nosso contexto, um jeito ainda mais fácil de pensar a respeito é: *Valor significa ajudar as pessoas*. Se você estiver tentando abrir um micronegócio e começar ajudando as pessoas, está no caminho certo. Quando se vir empacado, pergunte-se: Como posso proporcionar mais valor? Ou, dito de maneira mais simples: Como posso ajudar mais os meus clientes? Liberdade e valor são diretamente relacionados: é possível buscar a liberdade para si próprio ao mesmo tempo que proporciona valor para os outros. Um negócio tem sucesso em razão do valor proporcionado a seus usuários finais, clientes e compradores.

Mais do que qualquer outra coisa, o valor se relaciona a necessidades emocionais. Muitos empresários falam de seus negócios em termos de *características, funcionalidades ou recursos* oferecidos, mas é muito mais poderoso falar em termos dos *benefícios* recebidos pelos clientes. Uma característica é descritiva, ao passo que um benefício é emocional. Pense na diferença entre as histórias que analisamos até agora neste capítulo. O V6 Ranch ajuda as pessoas a “fugir e ser outra pessoa”. Isso não é mais poderoso do que se limitar a oferecer um passeio a cavalo? As aulas de ioga de Kelly ajudam executivas atarefadas a se preparar para seu dia em um ambiente tranquilo, uma experiência muito mais significativa e individualizada do que ir à academia com centenas de outras pessoas.

Podemos aplicar a mesma lógica aos exemplos que vimos no [Capítulo 1](#). Em seu nível mais básico, poderíamos dizer que Jaden Hair (fundadora da Steamy Kitchen) oferece receitas em seu site, mas muitos outros sites têm

receitas. Um benefício muito mais poderoso, e que Jaden escolheu promover, é que seu trabalho ajuda a unir famílias ao preparar e degustar pratos deliciosos. De forma similar, Megan Hunt faz vestidos de noiva, mas o que importa é que ela também ajuda as noivas a esperar, celebrar e se lembrar de um dia perfeito. Quem não pagaria por isso? A lista a seguir apresenta uma comparação entre recursos e benefícios.<sup>3</sup>

	<b>Característica (descritiva)</b>	<b>Benefício (emocional)</b>
<i>V6 Ranch</i>	Cavalgadas e <i>camping</i>	Venha nos visitar e se transforme em um caubói
<i>Higher Ground Yoga</i>	Aulas particulares de ioga para mulheres atarefadas	Relaxe e comece o dia com uma prática personalizada e orientada
<i>Megan Hunt</i>	Vestidos de noiva e acessórios	Sinta-se especial no seu grande dia
<i>Steamy Kitchen</i>	Receitas e histórias gastronômicas	Reúna a família para cozinhar e saborear uma boa comida
<i>Anonymous Restaurant</i>	Comida e bebidas	Relaxe e deixe que a gente cuide de você depois de uma longa semana de trabalho

Esse tipo de análise se aplica até a negócios que você pode considerar entediantes. Michael Hanna (o sujeito dos colchões) me contou sobre uma família com um bebê que comprou um colchão dele e que voltou dois anos depois com o filho, então com três anos, que estava prestes a ganhar a primeira cama. Esse tipo de história, que Michael tende a privilegiar, é muito mais interessante do que falar sobre molas ou enchimentos.

Em geral, quanto mais um negócio puder se concentrar nos benefícios essenciais em vez de meras características entediantes, maior será a conexão sentida pelos clientes... e mais eles vão comprar. As três estratégias a seguir o ajudarão a aplicar o modelo deste livro à sua própria busca pela liberdade.

## **Estratégia 1: Aprofunde-se para revelar necessidades ocultas**

Você pode achar óbvio que os fregueses de restaurantes não queiram ir à cozinha preparar as próprias refeições, mas algumas vezes o que as pessoas dizem que querem e o que elas realmente querem são duas coisas diferentes. Kyle Hepp, de Santiago, Chile, que fotografa casamentos ao redor do mundo, aprendeu que, algumas vezes, é preciso olhar mais a fundo. Os clientes de Kyle tendem a ser jovens e modernos, e são atraídos pelo trabalho dela por causa do seu estilo não tradicional. Algumas vezes, eles chegam a dizer que não querem *nenhuma* foto tradicional de casamento. “Não gostamos de nada que seja convencional”, um casal afirmou. Kyle concorda e se concentra em tirar fotos divertidas e autênticas do casamento que ela sabe que o casal vai gostar.

Mas, não é só isso. Em razão da sua experiência, Kyle sabe que o que seus clientes querem e o que eles dizem que querem podem ser duas coisas diferentes – e ela também sabe que a família do noivo e da noiva podem ter as próprias preferências. Veja como ela lida com esses desejos conflitantes:

No dia do casamento, eu digo ao casal: “Vamos chamar a família e tirar uma ou duas fotos tradicionais”. Eu tiro as fotos rapidamente e sem dor me certificando de que todo mundo esteja rindo e se divertindo, evitando aquelas fotos terríveis com todo mundo encarando a câmera com aquele sorriso forçado. Depois do casamento, quando entrego as fotos, os pais do noivo ou da noiva adorarão ter aquelas fotos (o que, por sua vez, deixa o casal feliz) ou o próprio casal acaba dizendo que ficou feliz de termos tirado aquelas fotos.

Kyle vai além da encomenda, dando a seus clientes o que eles realmente querem... mesmo se eles ainda não perceberam isso.

## **Estratégia 2: Transforme o seu cliente em um herói**

Na Índia, Purna Duggirala entrou em contato comigo, dizendo que tem um negócio de treinamento “para ajudar as pessoas a fazer coisas incríveis no Microsoft Excel”. O Microsoft Excel não me interessa muito, mas os detalhes financeiros apresentados por Purna chamaram a minha atenção: na coluna “renda líquida no ano passado” do meu levantamento, ele escreveu 136 mil dólares. Um salário como esse já é impressionante até nos Estados Unidos, mas conheço o mundo o suficiente para saber que é uma fortuna na Índia. Além disso, Purna estava a caminho de ganhar mais de 200 mil

PRÉVIA GRATUITA · OFERTA POR TEMPO LIMITADO

## Você chegou ao fim desta prévia.

Continue lendo "A Startup de \$100: Abra o Negócio dos..."  
e mais de 1 milhão de livros — de graça por 30 dias.

★★★★★ Mais de 1 milhão de leitores já aproveitam

### Com o Kindle Unlimited, sua leitura não tem fim:

- ✓ Leia à vontade — explore mais de 1 milhão de títulos sem pagar por livro.
- ✓ Leve para qualquer lugar — baixe o app gratuito e leia onde e quando quiser.
- ✓ Em qualquer tela — celular, tablet, computador ou Kindle — você escolhe.
- ✓ Grandes autores — best-sellers e novos talentos, inclusive títulos em inglês.

**COMEÇAR MEUS 30 DIAS GRÁTIS**

Cobrança só após o período grátis.

- ✓ Pagamento seguro
- ✓ Acesso imediato
- ✓ Cancele quando quiser

Não precisa ter um Kindle: baixe o app gratuito e comece a ler agora.

Se não quiser ler no aplicativo Kindle, compre o livro [clikando aqui](#).