

## Consultores recomendam "espionagem" do bem a concorrentes e fornecedores

---

**Afonso Ferreira**

Abrir uma loja em uma rua de comércio especializado pode ser uma excelente oportunidade de negócio, mas o empreendedor precisa ter alguns cuidados para não ser "engolido" pelos concorrentes. Um bom planejamento e o conhecimento da área de atuação são indispensáveis para quem pretende se instalar em um dos endereços consagrados de São Paulo ou outras cidades.

O coordenador do MBA em Gestão de Marcas da Trevisan Escola de Negócios, Marcos Hiller, recomenda fazer uma pesquisa detalhada na região. "O empreendedor tem de estudar, conversar com pessoas da área para entender como ela funciona. A falta de preparo é o principal motivo de mortalidade das empresas."

O professor da Escola de Administração de Empresas da FGV Maurício Morgado sugere visitar os concorrentes como um cliente comum e avaliar o atendimento, os preços e os produtos para entender um pouco mais sobre o mercado. "É uma espionagem no bom sentido, que serve para observar aspectos positivos e negativos de cada loja", diz.

O contato com clientes e fornecedores também ajuda a compreender o ramo em que o empresário pretende atuar. "Antes de começar a vender, é preciso saber com qual material o produto é feito e as diferenças entre os fabricantes."

Antes, planeje todos os gastos

Os gastos com a manutenção do negócio também precisam estar bem claros antes de iniciá-lo. Despesas como aluguel, condomínio, energia elétrica, salários de funcionários e até a própria sobrevivência do empreendedor devem ser colocadas no papel.

"Quem quer abrir uma loja tem de se imaginar na pele de um empresário, sentir-se disposto a enfrentar todos estes sacrifícios. Pensar apenas em ganhar dinheiro não é bom."