

Especial

Pequenas e médias empresas



Pressa de crescer

3,1 mil empresas já movimentam R\$ 2 bilhões ao ano e crescem em total de projetos, investidores e programas de fomento. Por **Jacilio Saraiva**, para o Valor, de São Paulo

Startups querem iniciar novos negócios em setores como tecnologia, varejo e educação. Especialistas ouvidos pelo **Valor** afirmam que há novas oportunidades de mercado também para companhias nascentes em áreas como transporte, logística e business to business (B2B). Segundo Guilherme Junqueira, gestor de projetos da Associação Brasileira de Startups (ABStartups), que reúne 3,1 mil empresas, o segmento movimentou R\$ 2 bilhões ao ano e cresce no número de empreendimentos, investidores e programas de fomento.

“As startups quebram paradigmas de mercado por serem mais versáteis, inovadoras e rápidas no atendimento às necessidades dos clientes”, diz Junqueira. “Elas conseguem enxergar demandas antes das grandes corporações, criam soluções para problemas do cotidiano e ainda ganham dinheiro com isso.” Mas como se destacar no meio de tantas iniciativas em andamento?

No geral, as startups surgem pequenas, com até três sócios. Baseado em estimativas, Junqueira afirma que 67% dos empreendedores brasileiros têm de 25 a 40 anos de idade. “Jeff Bezos, fundador da varejista Amazon, diz que um time eficiente não pode ser maior do que duas pizzas consigam alimentar”, compara. Para a ABStartups, uma equipe de até quatro líderes permite uma me-

lhor comunicação e agilidade na tomada de decisões. O especialista lembra ainda que alguns perfis de sócios resultam em melhores gestores. “Entre eles, estão as duplas de vendas-tecnologia, e marketing-operações. Quando esses quatro estão juntos, é o melhor dos mundos para a empresa.”

Além da equipe afinada, ter capital ou investidores para impulsionar o empreendimento é essencial para a ideia se transformar em dinheiro mais rapidamente. Segundo pesquisas realizadas pela Anjos do Brasil, organização que fomenta o investimento-anjo, o número de investidores em startups aumentou 33%, entre 2011 e 2014, saindo de 5,3 mil para sete mil interessados. O valor investido também ganhou musculatura, no mesmo período, de R\$ 450 milhões para R\$ 688 milhões, afirma Cássio Spina, presidente da Anjos do Brasil.

Somente a rede de investidores dirigida por Spina já aplicou R\$ 163 milhões em cerca de 150 empresas, em todo o país. “Embora exista uma conjuntura macroeconômica complexa, o interesse em investir nas startups vai continuar”, garante. “Em momentos de dificuldade financeira, as oportunidades de negócios aumentam, com mais necessidade de soluções criativas.”

Levantamento realizado pela Anjos do Brasil indica que cerca de 60% dos investidores estão

interessados em negócios ligados à área de TI, aplicativos para smartphones (56%), educação (54%), saúde e biotecnologia (48%), além de e-commerce (40%) e entretenimento (21%).

Para Spina, antes de “saírem do papel”, as startups devem avaliar se a oportunidade de mercado que vão explorar é grande o suficiente para ser monetizada, como conseguirão impor barreiras de entrada a novos competidores e o que fazer para adotar ofertas escaláveis. “O ideal é crescer rapidamente, sem exigir grandes quantidades de recursos humanos ou financeiros.”

É o caso da Ecommet, startup paulista que encontrou um filão de ouro ao desenvolver sistemas de gestão para sites de e-commerce. A empresa surgiu em 2011, depois de um investimento de R\$ 50 mil, e hoje fatura R\$ 4 milhões ao ano. A expectativa é alcançar R\$ 7 milhões de faturamento em 2015 e duplicar a carteira de contratos. “Em um momento em que muito se fatura, mas pouco se lucra, nossas ferramentas ajudam a aumentar a lucratividade dos clientes”, garante o sócio Frederico Rodrigues Flores, de 27 anos.

No início de 2015, a Ecommet recebeu um aporte do site MercadoLivre, por meio de um programa que destina US\$ 10 milhões para o financiamento de startups que melhor utilizem o potencial de negócios do portal de vendas. Foi a quarta empresa a receber o

investimento, desde o início do projeto, em 2013. “Dos cem maiores lojistas do MercadoLivre, 75 são nossos clientes”, diz Flores.

Uma das inovações da Ecommet levada ao ambiente on-line é uma solução que monitora os anúncios dos vendedores concorrentes e altera os preços das mercadorias, em tempo real. “Agora, estamos em busca de investidores para captar R\$ 5 milhões e iniciar a expansão na América Latina.”

Segundo Vitor Andrade, responsável pelas operações do programa de fomento Start-Up Brasil, ligado ao governo federal, assim como a Ecommet, há um grande número de empresas focadas em operações B2B. Em dois anos, o Start-Up Brasil já recebeu 2,8 mil inscrições de empreendedores e apoiou 183 negócios. Em três rodadas de incentivo, 19 iniciativas estavam ligadas à área de educação, 16 ideias atuavam no varejo e dez exploram nichos como comunicação, logística e transporte. “Os empreendimentos devem estar atentos às tendências de consumo, como ferramentas que economizam o tempo dos usuários ou analisam dados corporativos de concorrentes, clientes e fornecedores.”

A Convenia, criada há dois anos, resolveu empreender com tecnologias voltadas para o departamento de recursos humanos das empresas. Laçou organizações de portes variados, de dez a 15 mil funcionários, como o

Grupo Fleury e a Souza Cruz. “Criamos sistemas para gerenciar processos de admissão, desligamento ou gestão de férias, com mais eficiência no dia a dia”, explica Marcelo Nogueira Furtado, 32 anos, co-fundador da companhia, que também criou um pacote de convênios comerciais, com academias, escolas de idioma e restaurantes, que pode ser oferecido aos clientes.

Sem divulgar faturamento, Furtado afirma que, em 2014, segundo ano de operação, a receita cresceu sete vezes em relação a 2013. “Atingimos mais de 200 mil pessoas com o serviço, em cerca de 60 empresas.” Desde janeiro de 2013, a Convenia já recebeu três aportes, de uma aceleradora, do programa Start-Up Brasil e de investidores-anjos. “Estamos numa rodada de captação de R\$ 5 milhões, para ampliação comercial e desenvolvimento de produtos.”

Wagner Marcelo, coordenador do grupo de startups da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), lembra que, além do aumento do número de investidores e de iniciativas de estímulo aos novos negócios, as agências oficiais de fomento mostram interesse pelo setor. No mês passado, a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), ligada ao Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), anunciou a criação do programa Inova Startup. O plano é injetar R\$ 450 milhões, até 2018, em ideias inovadoras.

Muitos chefes podem derrubar o negócio

De São Paulo

Nem toda startup está destinada ao sucesso. Estudo da Fundação Dom Cabral (FDC) revela que 25% dos negócios nascentes brasileiros fecham as portas em menos de um ano e metade deles é encerrada antes de quatro anos de operação. A pesquisa ouviu 221 startups, sendo 130 em atividade e 91 companhias descontinuadas.

Segundo a FDC, três fatores principais explicam a derrocada das companhias: o número de sócios, o volume de capital investido e o local de funcionamento. A cada líder que trabalha em tempo integral na empresa, a chance de insucesso da startup aumenta 1,24 vez. Em resumo, quanto mais fundadores à frente do negócio, maiores

as chances de falência. “Lidando em um ambiente de alta incerteza dos pontos de vista tecnológico e comercial, os empreendedores sofrem pressões emocionais que resultam em conflitos com os parceiros”, explica Carlos Arruda, coordenador do núcleo de inovação da FDC. “Em muitos casos, por falta de preparo e de acordos de relacionamento, teremos a ruptura entre os sócios e a desintegração da empresa”, afirma.

Outro fator avaliado no estudo é o volume de capital investido na startup, antes do início da fase comercial. “As empresas morrem tanto por falta de dinheiro como pelo excesso. Em casos de fatura, o foco fica orientado no desenvolvimento e não na venda da solução.” Nesse caso, o cenário mais preocu-

pante é o de startups com custos operacionais cobertos pelo período de dois meses a um ano — elas são 3,2 vezes mais suscetíveis de fechar do que companhias com verba para quitar as despesas apenas por um mês. “Quando o produto ou serviço atende às demandas reais do mercado, o caminho para a venda fica mais curto e o negócio pode ser viabilizado com o capital dos clientes”, diz.

O terceiro sinal de “morte” das startups está relacionado ao local de instalação. Quando a empresa é sediada em uma aceleradora, incubadora ou parque tecnológico, a chance de descontinuidade é 3,4 vezes menor em relação a empreendimentos que funcionam em um escritório ou sala alugada. “Ambientes como

as incubadoras oferecem o tempo necessário para que os empresários alavancem os negócios sem os custos de manter um espaço próprio, além de contribuírem com incentivos financeiros e de relacionamento”, diz Arruda.

Para Francilene Procópio Garcia, presidente da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), que reúne parques e incubadoras, os sócios das startups costumam apresentar um perfil mais técnico e dominam algum nicho tecnológico, mas não têm uma visão completa do mercado e da gestão do negócio. “Por isso, toda a ajuda comercial, mercadológica e gerencial que é oferecida pelas incubadoras são críticas para empresas em fase inicial.” (JS)

SEBRAE

0800 570 0800

www.ead.sebrae.com.br

Conta
Multirrecebíveis
Bradesco

Confira na página 3.



Bradesco
Empresas e Negócios