

Especial Pequenas e médias empresas

Comércio exterior Negócios com simuladores de voos, táxis e cursos conquistam clientes estrangeiros

Dólar valorizado amplia mercados para startups

Jacilio Saraiva

Para o Valor, de São Paulo

Poucas startups entram no mercado preocupadas com a exportação. Mas, algumas empresas nascentes conquistam clientes estrangeiros logo no início das operações. Com a flutuação do câmbio, alguns empresários, que obtêm de 20% a mais de 60% do faturamento com vendas externas, comemoram o aumento da receita em real. Negócios ligados a simuladores de voos, cursos de inglês e aplicativos para chamar táxis fecham contratos em países como Estados Unidos, República Dominicana e Portugal.

Na Virtual Avionics, 63% do faturamento total vem das entregas além fronteiras. Em 2013, logo no início da empresa, foram exportados US\$ 10 mil. “No ano passado, esse valor saltou para US\$ 77 mil”, afirma o sócio-fundador Amauri Sousa.

A startup, com sede em Campinas (SP), desenvolve equipamentos e sistemas de simulação de voo para fins recreativos e formação de

pilotos em escolas de aviação e empresas aéreas. Outra linha de negócios é dedicada a uma plataforma móvel capaz de reconhecer produtos por meio de câmeras de celular. Com essa tecnologia, a mercadoria é identificada e o usuário é direcionado à página de venda do produto. “Pesquisas mostram que o consumidor tem ido às lojas físicas para ver as ofertas nas prateleiras, mas fecha a compra na internet”.

A empresa de Sousa, que é engenheiro eletrônico, nasceu de um hobby. “Sempre fui apaixonado por aviação e há mais de 20 anos pratico simulação de voo”, diz. Há alguns anos, ele quis melhorar sua experiência na área e resolveu projetar um “piloto automático” de um avião 737.

“Fiz dez unidades e vendi todas no Mercado Livre. Então, criei mais 20 e depois tive de finalizar outras 30”. Dali em diante, se uniu a mais dois sócios e estruturou a companhia para explorar o negócio — seguindo ele, o mercado de simulação de voo tem mais de 20 milhões de usuários no mundo. No ano passado, foi selecionado para a ter-

ceira turma do Startup Brasil, programa do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MDIC) para a aceleração de empresas nascentes de base tecnológica.

Em 2013, a Virtual Avionics criou uma aplicação que transforma tablets em computadores de voo utilizado em jatos. Antes da invenção, os usuários precisavam deixar uma “janela” aberta na tela do computador para acionar o simulador e ainda usavam um mouse. Entre os maiores fornecedores internacionais, a Alemanha aparece em primeiro lugar, com 20% das licenças, antes dos Estados Unidos (13%) e o Reino Unido (10%). O Brasil está na oitava posição, com 3% das vendas mundiais.

“Em 2014, a nossa média de entregas, sem fazer publicidade, foi de 500 unidades ao mês. Agora, estamos fazendo um trabalho de marketing para atingir, até outubro, cerca de 1,2 mil licenças mensais”. Ao mesmo tempo, na área de hardware, a empresa atua com controles, painéis e cockpits, réplicas em escala de aviões reais, com preços entre US\$ 500 e US\$ 25 mil.



Amauri Sousa, da Virtual Avionics: faturamento com exportações saltou de US\$ 10 mil para US\$ 77 mil em um ano

Em 2015, o empresário pretende alcançar US\$ 150 mil com a exportação. Para isso, cria novos aplicativos, com divulgação em fóruns e sites internacionais especializados em simulação, e aperfeiçoa uma plataforma de comércio eletrônico para calcular fretes e formas de pagamento em outros países. Como grande parte das vendas é atrelada ao dólar, ele manteve o preço dos softwares durante a montanha russa do câmbio e ganhou nas receitas em real.

A Você Aprende Agora, de cursos de inglês on-line, exporta serviços desde 2012, seu segundo ano de operação. Pelo menos 23% do faturamento vem do exterior, principalmente dos Estados Unidos, México e Japão, segundo o

CEO Felipe Dib. Este ano, a meta da empresa de Campo Grande (MS) é encorpar as vendas externas em 250% em relação a 2014.

“Terminamos 2014 com mais de cinco milhões de aulas vendidas e, este ano, até abril, já entregamos 8,1 milhões de módulos”, diz. “Com a desvalorização do real, ganhamos mais oportunidades com estudantes brasileiros que moram fora e querem investir no idioma”. Cada aula dura três minutos.

Um dos últimos contratos fechados pela empresa foi na República Dominicana para a implementação da versão hispânica do curso em escolas públicas. “Tentamos levar os cursos, a custo zero, para instituições públicas brasileiras, mas não conseguimos conven-

cer ninguém”, diz. Segundo Dib, o dólar alto ainda aparece como uma vantagem no caixa da companhia, que mantém os preços baseados em real. “O aluno está pagando mais barato para estudar. Somente no primeiro trimestre de 2015, tivemos um aumento de 200% na demanda, com destaque para o México e Colômbia”.

A 99Taxi, dona do aplicativo de mesmo nome que chama táxis, iniciou operações em Lisboa no final de 2014 e tem 415 motoristas registrados. A ideia é continuar a expansão, principalmente na América Latina, diz o CEO Paulo Veras. Desde o lançamento no Brasil, em agosto de 2012, até março de 2015, a empresa já intermediou mais de 15 milhões de corridas.

Tecnologia busca nicho específico

De São Paulo

Empresas de base tecnológica escolhem nichos específicos de mercado para facilitar a captação de clientes e avançar entre os concorrentes. Há iniciativas em setores como indústria gráfica e sistemas de gestão empresarial, além de segmentos ainda mais restritos, como a geração de conteúdo para sites, negociação de compras para a obtenção de descontos e produção de skates elétricos. Com a estratégia, alguns negócios já conquistaram 40 mil contratos em um ano de funcionamento.

Com sede em Niterói, a CotaPrint faz a ligação entre gráficas e clientes que buscam serviços no setor. “O usuário faz uma cotação e recebe vários orçamentos de diferentes fornecedores”, diz o CEO Thiago Cid. A empresa foi criada há pouco mais de um ano, com investimento de R\$ 2 mil.

“Começamos a partir das necessidades de uma agência de comu-

nicação, onde eu trabalhava”, lembra Cid. “Precisávamos entregar mais de um orçamento de material gráfico e perdíamos muito tempo com isso. Daí nasceu a ideia de criar um sistema que conseguisse realizar o mesmo trabalho, de forma mais rápida”.

Hoje, a empresa de quatro funcionários tem mais de 160 fornecedores e atende mais de cinco mil clientes, como o Ministério Público Federal, Ellus e Shell, além de pessoas físicas. Também recebeu aporte da Gávea Angels, grupo de investidores com sede no Rio. “Conseguimos entrar em um segmento ainda arcaico em termos de atendimento, que não se atualiza no mesmo ritmo dos consumidores”. Este ano, a companhia, que não revela faturamento, planeja expandir a atuação para outros Estados e costurar parcerias com agências de comunicação, grandes consumidoras de material gráfico.

De olho no consumo de sistemas de gestão, o Antonio Nodari

saiu do ramo de venda on-line de vinhos para ingressar no setor de automação, com a Bling!. “Em 2008, tinha um e-commerce de bebidas em Bento Gonçalves (RS) e senti a necessidade de um programa para a geração de notas fiscais”, diz. “Na época, o governo disponibilizava os primeiros testes da nota eletrônica e aproveitamos para desenvolver um software na loja. Deu tão certo que resolvemos focar apenas nessa área”.

Com 16 funcionários, a Bling! tem três mil clientes ativos, a maioria pequenas empresas. Além de sistemas de gestão e de emissão de notas, fornece recursos para cadastros e controle de estoque. No ano passado, lançou um programa de frente de caixa que roda em nuvem e dispensa custos de instalação. Faturou R\$ 1,5 milhão em 2014 e a expectativa para este ano é duplicar a receita. “Estamos à procura de investidores, para captar R\$ 4 milhões, que seriam usados na ampliação da equipe”, diz.

Em Salvador, a startup Movpak preferiu investir em um skate elétrico que se transforma em mochila com rodinhas, depois do uso. A prancha pode alcançar 24 quilômetros por hora, com um tempo de recarga de bateria de duas horas. O equipamento completo pesa 7,7 kg.

“Estamos avaliando o formato de entrada em cada mercado, mas já recebemos propostas de revendedores nas Américas e Europa”, diz o co-fundador Ivo Machado. A empresa está incubada no Parque Tecnológico da Bahia e tem escritório nos Estados Unidos. A ideia é começar a faturar ainda em 2015.

Na Contentools, com escritórios em Florianópolis e San Francisco (EUA), o foco é uma plataforma de gestão de conteúdo para empresas. “Temos 300 clientes, a maioria de médio porte, que precisam gerar tráfego em seus sites”, explica a CEO Emília Chagas. Na prática, o cliente recebe sugestões de redatores. Depois,



Thiago Cid, da CotaPrint: empresa planeja expansão para outros Estados

aprova ou solicita revisões. O sistema publica o material e pode distribuí-lo em redes sociais.

A empresa começou 2014 com 30 clientes e chegou ao final do ano com 300 contratos, com uma média de crescimento de 22%, ao mês. A expectativa de faturamento para 2015 é de R\$ 5 milhões. O ticket médio por fatura varia de

R\$ 330 a mais de R\$ 3 mil.

Para Ednei Braga Júnior, diretor de tecnologia da startup brasileira SeuNegociador, o desafio é intermediar compras de empresas e pessoas físicas, reduzindo os valores nas transações. Em um ano, economizou R\$ 1,5 milhão, em 40 mil contratos. Faturou R\$ 1,1 milhão em 2014. (JS)

Publicitário viaja o mundo com sua empresa digital

De São Paulo

É possível criar uma startup on-line e conquistar equilíbrio financeiro rapidamente? Para o publicitário paulista Bruno Pinheiro, 32 anos, a resposta é positiva. Ele abandonou a carreira de gerente de marketing no Brasil para montar um negócio focado em ajudar pessoas a se tornarem empreendedores digitais. Conseguiu impactar mais de 240 interessados em pouco mais de um ano. Com o resultado, obtém um faturamento

mensal de mais de R\$ 70 mil e resolveu não ter residência fixa, graças à facilidade de “levar” a companhia para qualquer lugar.

O consultor de marketing digital viaja o mundo inteiro — nos últimos dois meses visitou mais de 25 países — com a esposa e a filha, recém-nascida. Atualmente, mora na França, mas está de mudança para a Tailândia. “O sonho de empreender no mundo on-line pode virar realidade”, diz.

Pinheiro atua em duas frentes. Mantém um site com seu nome,

em que fornece dicas de empreendedorismo e compartilha experiências, e criou, este ano, o Super Grupo, que desenvolve aplicativos e congressos on-line. Um dos programas desenvolvidos é o Bônus Virtual, que multiplica os contatos das organizações por meio de indicações. Em dois dias de venda, apurou R\$ 16 mil com a novidade.

O empreendedor atua com marketing há mais de 14 anos. Começou com a própria agência de publicidade, que operou por seis anos. Depois, foi gerente de

marketing de um grupo educacional no Brasil. Em 2012, recebeu uma proposta para trabalhar no site de relacionamentos profissionais LinkedIn, mas não falava inglês.

“Foi quando decidi estudar na Irlanda, onde trabalhei no marketing da SugarCRM, de sistemas de gestão”. Na Europa, se familiarizou com o “inbound marketing”, estratégia que consiste em conquistar o cliente antes de vender um produto. Quando voltou ao Brasil, em 2013, assumiu a direção de marke-

ting da Academia Brasileira de Coaching (Abracoaching). Em maio de 2014, montou o endereço eletrônico que leva seu nome e largou o crachá de empregado.

Com o sucesso da página, não conseguiu atender a demanda e decidiu criar cursos e congressos on-line de temas diversos. O próximo seminário acontece em maio, em parceria com a Universidade de São Paulo (USP), com estimativa de 50 mil inscritos.

Nas aulas para empreendedores, Pinheiro ensina como orga-

nizar eventos na internet, vender produtos on-line e conquistar clientes. Também oferece seminários para grupos fechados, com quatro meses de duração, sobre empreendedorismo digital. A maioria dos cursos custa de R\$ 1 mil a R\$ 4 mil. Recentemente, lançou um módulo de R\$ 97 e vendeu cem matrículas em um mês. Ele prevê, nos próximos seis meses, manter um faturamento mensal acima de R\$ 100 mil. Este mês, lança um blog sobre empreendedorismo e viagens. (JS)

Portal atrai empreendedores estrangeiros ao Brasil

De São Paulo

Startups estrangeiras ganharam uma possibilidade de entrada para o mercado brasileiro. O portal land2land foi criado para aproximar empreendimentos a parques tecnológicos e incubadoras de negócios no Brasil e no exterior. Segundo Alexandre Steinbruch, coordenador de projetos de internacionalização da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), a ação no país é desenvolvida mediante parceria entre a

entidade, o Sebrae e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). Os parceiros já investiram cerca de R\$ 600 mil na iniciativa, até 2016.

Doze incubadoras e parques tecnológicos, como o Celta, em Florianópolis; o Cietec, em São Paulo, e o Porto Digital, em Recife, devem receber mais de 20 empreendedores estrangeiros até junho de 2015, de forma temporária, no período de um a seis meses. A maior parte dos visitantes é financiada pelo Connect, projeto de estímulo ao desenvolvimento do

empreendedorismo co-financiado pela Comissão Europeia.

O land2land fornece apoio de infraestrutura, informações de mercado e de financiamento, dados sobre estratégias de entrada e de legislação. Além do Brasil, engloba instituições em mais de dez países, como Espanha, Inglaterra, Índia e Coreia do Sul. “O objetivo é atrair negócios promissores que desejam se internacionalizar e contatar incubadoras e parques aptos a avaliar a receptividade de produtos ou serviços no mercado pretendido,

até a instalação da empresa em outro país”, explica Steinbruch.

No Celta, um intercambista da Bulgária, Velin Koychev, de 26 anos, criou no ano passado a Wiziva, startup da área de desenvolvimento de websites, depois de um investimento de 30 mil euros. Com cinco funcionários, já conquistou centenas de clientes de pequeno e médio porte, a maioria nos Estados Unidos. “O nosso diferencial é oferecer uma plataforma aberta para a criação rápida e barata de qualquer tipo de site”, diz. “Há grandes oportu-

nidades de mercado no Brasil”.

Mais dois empreendedores do exterior devem chegar ao Celta, segundo a assistente de relações internacionais Daniele Proczinski. “Os futuros visitantes, um de Portugal e mais outro búlgaro, são da indústria de entretenimento e de um e-commerce que pretende se expandir para o Brasil”, diz. Devem permanecer no país por um mês. “O plano é conhecer melhor o mercado”. De outubro a dezembro de 2014, a incubadora catarinense também hospedou uma empresária ro-

mena, Diana Condrea, que trabalha no setor de turismo.

A Cietec também tem um empreendedor da Bulgária, Nedyalko Dervenkov, de 28 anos. Com escritório em Sofia, a Wr1st foi fundada em 2013 e desenvolveu uma pulseira para a realização de pagamentos móveis e acesso a eventos. “O produto funciona como um ingresso. Os organizadores podem localizar o usuário e ter informações, em tempo real, dos pagamentos realizados”, diz Dervenkov. A novidade já foi usada em dois festivais de música. (JS)