

# MUITO PRAZER, SOU UMA *STARTUP!*

■ TEXTO DE MARCELO CASAGRANDE

O crescente número desse tipo de empresa no Brasil faz com que muita gente fique na dúvida sobre as diferenças entre uma *startup* e uma pequena empresa. A **Gestão&Negócios** explica quais são elas e mostra exemplos de empreendedores que têm a “*inovação*” correndo nas veias



Vamos deixar claro: uma *startup* é, no início, necessariamente, uma micro ou pequena empresa, mas o contrário não é verdadeiro. O que separa as duas modalidades é a visão e a ousadia do empreendedor. Subjetivo, não? Muito. Então, para ficar mais fácil de entender pense que as *startups* se preocupam nas receitas que serão as responsáveis pelo financiamento de algo inovador e, principalmente, o potencial de crescimento. Já as pequenas empresas buscam a construção de imagem e a rentabilidade no longo prazo. Resumindo: a *startup* é sinônimo de desafio pela inovação, enquanto a pequena empresa busca a segurança do convencional.



**“Nossos produtos e serviços têm sido muito bem recebidos, o que nos proporciona uma evolução constante. Inovar é acreditar em um futuro”**

**RAFAEL PALMA, DIRETOR  
COMERCIAL DA DOCTOR ID**



© ARQUIVO PESSOAL

Depois de colocar os pingos nos "is", podemos dar um passo adiante. Vamos falar de números. Segundo dados da Associação Brasileira de Startups, no primeiro semestre do ano, o País registrou um aumento de 25% no número de empresas que se cadastraram na Abstartups. Soluções b2b estão no topo da lista de modelos de negócios com 20% de todas as *startups*.

O estado que pode ser chamado de celeiro de novas ideias é São Paulo: três em cada dez têm sotaque paulista. É o caso da Doctor ID - ferramenta de gestão automatizada de escalas e plantões médicos associada a um banco de profissionais médicos aptos a realizarem plantões. A ideia é cobrir um furo na escala com rapidez, eficiência e baixo estresse. "Bom para o hospital, pois garante atendimento. Bom para a gestão, pois garante qualidade. Bom para a equipe médica, pois trabalha sem desfalques e, não menos importante, bom para o paciente, pois garante atendimento", enumera o diretor comercial da Doctor ID, Rafael Palma.

Até o momento, a *startup* se desenvolveu com capital próprio. Palma diz que ele e os sócios são os investidores, já que acreditam na ideia. Aposta que gerou bons resultados. O sistema já está pronto e operando em cinco Hospitais da Grande São Paulo. "Nossos produtos e serviços têm sido muito bem recebidos, o que nos proporciona uma evolução constante. Inovar é acreditar em um futuro", comenta.

### PASSO A PASSO

Assim como Rafael Palma, é preciso ter uma boa ideia para criar uma *start-*

**“No estágio inicial da *startup*, é muito importante também que o empreendedor conheça e desbrave o mercado em que seu produto irá atuar para validar seu modelo de negócio”**

**WILSON CAMPANHOLI JR.,  
PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO  
CAMPINAS STARTUPS**

*up*. A primeira coisa a ser pensada para criá-la é: qual o problema que o produto desenvolvido irá resolver? Quanto mais relevante e globalizado o problema a ser resolvido, maiores as chances de ele emplacar. “No estágio inicial da *startup*, é muito importante também que o empreendedor conheça e desbrave o mercado em que seu produto irá atuar para validar seu modelo de negócio. Pular ou

ignorar essa etapa na fase inicial de uma *startup* é um erro bastante comum e que pode ser crucial para o fracasso da empreitada”, afirma o presidente da Associação Campinas Startups, Wilson Campanholi Jr.

Conhecer o mercado garantirá também que o que foi proposto realmente ofereça uma solução, e que o mercado está disposto a pagar por isso.

Campanholi Jr. diz que uma vantagem claramente identificável é o potencial de retorno de uma *startup*, que está ligada diretamente ao alto crescimento da empresa com faturamento e lucro exponenciais. O que, segundo ele, não acontece com negócios tradicionais. Outro aspecto é que os empreendedores envolvidos adquirem uma bagagem rica, já que precisam aplicar conhecimentos multidisciplinares desde a concepção até o *go-to-market*. “O empreendedor tem também o poder de criar e determinar o futuro da empresa, que está completamente nas mãos dos fundadores”, comenta o presidente da ACS.

### O CONTRAPONTO

Ao apostar em uma *startup*, não pense que apenas viverá bons e fáceis momentos. Parafraseando a fala de um personagem de quadrinhos famoso: “Com grandes poderes, vêm grandes responsabilidades”, “Com grande potencial de retorno, vêm grandes riscos”. Wilson Campanholi Jr. explica que para ser empreendedor de uma *startup* é preciso ter um propósito muito claro, pois não será um caminho fácil para o sucesso. “Além de lidar com altos riscos, precisa ter uma grande estrutura emocional e resiliência



**“Apesar de terem mais capital disponível e mão de obra qualificada, o tamanho delas [organizações gigantescas] as deixa lentas e pouco adaptáveis a novas tecnologias e conceitos, portanto, ser uma *startup* é nossa maior vantagem competitiva”**

**DANIEL DUFT, CTO DA GEOCROP**

para se automotivar com os fracassos e reveses que virão pela frente”, orienta. Por tudo isso, quem opta por iniciar uma *startup* tem de estar disposto a trabalhar muito, possivelmente sacrificando finais de semana e feriados em prol do sucesso do negócio.

**TRABALHO PESADO**

Ainda na fase beta, mas não com menos trabalho, pelo contrário. Na GeoCrop, uma *startup* que atua no mercado agrícola, a ordem é dedicação total para crescer. A empresa começou dentro de um laboratório da Engenharia Agrícola da Universidade Estadual de Campinas. Enquanto estudantes, os empreende-

dores monitoravam culturas agrícolas, mas voltadas para políticas públicas. Só que a oportunidade nasceu na iniciativa privada. Hoje, a GeoCrop atua no mercado de cana-de-açúcar com a perspectiva de ampliar o número de culturas monitoradas.

Empresas concorrentes que querem atender o mesmo cliente que a GeoCrop são organizações gigantescas. “Apesar de terem mais capital disponível e mão de obra qualificada, o tamanho delas [organizações gigantescas] as deixa lentas e pouco adaptáveis a novas tecnologias e conceitos, portanto, ser uma *startup* é nossa maior vantagem competitiva”, esclarece o CTO da GeoCrop, Daniel Duft.

O trabalho incansável para conseguir se destacar ganhou mais força com a ajuda que veio de fora do grupo. “O aporte inicial foi de capital próprio, e para entrar no mercado a estratégia foi procurar um cliente-financiador. Ele pagou antes de receber e ajudou a formatar o produto nas condições dele”, revela Duft.

**NADA TRADICIONAL**

Esqueça aquela ideia maluca de que para ser uma *startup* a empresa precisa ser de TI, liderada por jovens e durar, no máximo, três anos com crescimento vertiginoso. O diretor executivo da LimpGas Tecnologia, Guilherme Gonçalves, enxerga o modelo com outros olhos. “São empresas de alta tecnologia de qualquer segmento e cada uma tem seu prazo de maturação, sendo que muitas delas só decolam quando estão perto de dez anos de existência ou então conseguem repensar seus modelos de negócio de forma a agregar valor para seus clientes de uma maneira nova”, opina.



**“Até o momento dependemos 100% de capital próprio e linhas governamentais, no entanto, para realizar o *scale up* de nossas tecnologias, estamos estudando a possibilidade de conseguir apoio de investidores estrangeiros”**

**GUILHERME GONÇALVES, DIRETOR EXECUTIVO DA LIMP GAS TECNOLOGIA**

**STARTUPS EM NÚMEROS**

**TOP 3: STARTUPS POR ESTADO**

- São Paulo: 1.241 startups
- Minas Gerais: 344 startups
- Rio de Janeiro: 328 startups

**TOP 3: PRINCIPAIS MODELOS DE NEGÓCIO**

- B2B: 811 startups
- B2C: 577 startups
- Assinaturas: 424 startups

**TOP 3: MERCADOS DAS STARTUPS**

- SAAS (Web App): 197 startups
- Educação: 153 startups
- Internet: 146 startups

FONTE: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS

## QUAL A CLASSIFICAÇÃO DE SUA EMPRESA?

### INDÚSTRIA

- **Microempresa** – até 19 empregados
- **Pequena Empresa** – de 20 a 99 empregados
- **Média Empresa** – de 100 a 499 empregados
- **Grande Empresa** – 500 ou mais empregados

### COMÉRCIO E SERVIÇOS

- **Microempresa** – até 9 empregados
- **Pequena Empresa** – de 10 a 49 empregados
- **Média Empresa** – de 50 a 99 empregados
- **Grande Empresa** – mais de 100 empregados

### STARTUP

- Um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócio repetível e escalável.

FONTE: SEBRAE

Gonçalves está à frente de uma *startup* paulista que busca soluções para redução de impactos ambientais, sejam eles da indústria, agricultura, geração de energia ou transportes. O avanço das pesquisas só foi possível com a captação de recursos públicos de fomento à pesquisa e à inovação da FINEP e da FAPESP. “Até o momento dependemos 100% de capital próprio e linhas governamentais, no entanto, para realizar o *scale up* de nossas tecnologias, estamos estudando a possibilidade de conseguir apoio de investidores estrangeiros”, explica Gonçalves.

As perspectivas de crescimento são muito boas no médio prazo e devem ser impulsionadas após a Conferência do Clima de Paris, onde serão definidos os novos rumos das políticas, estratégias, regulações e da governança global do clima.



© ARQUIVO PESSOAL

A Limpgas está em uma fase crucial de transição de pesquisas básicas para pesquisas aplicadas. Nesse momento, se prepara para finalizar e lançar dois novos processos no mercado.

### APROVEITAMENTO DO MOMENTO

Na Odysci, *startup* que desenvolve produtos de *software*, o foco está em grandes empresas e no *e-commerce*. Nem sempre foi assim. Em 2009, quando começou, a empresa desenvolveu um sistema de busca para publicações científicas de uso mundial. Três anos depois, a Odysci aplicou a *expertise* no mercado corporativo e desenvolveu sistemas de busca em empresas (pense em um “Google dentro da empresa”) com aplicações em suporte a clientes, gestão do conhecimento e muitas outras. No ano passado, a *startup* expandiu para o mercado de *e-commerce*, desenvolvendo produtos usados por *sites* de venda *on-line*, como busca, recomendação, e análise de sentimento.

A fase do negócio vivida pela Odysci é melhor descrita como “fase do produto”. “Nós temos um produto já validado, testado e em uso por clientes. Temos dois produtos em fase de validação no mercado e outro produto novo ainda sendo definido com a ajuda de clientes potenciais”, revela Reinaldo Bergamaschi, fundador da Odysci.

O fundador da Odysci, Reinaldo Bergamaschi, diz que a *startup* deu um grande salto no ano passado, expandindo para o mercado de *e-commerce*, desenvolvendo produtos usados por *sites* de venda *on-line*, como busca, recomendação, e análise de sentimento

### DAQUI PARA FRENTE

Ao longo dos últimos quatro anos, o Brasil teve uma clara evolução quando o assunto foi *startups*. Hoje já existe alguns ecossistemas bastante pujantes no Brasil: Campinas Startups, San Pedro Valley, StartupSC, entre outros. Além disso, os empreendedores estão mais maduros e cada vez mais empreendendo por oportunidades e não pela falta delas. “Acredito que ao longo dos próximos 10 a 20 anos, teremos ecossistemas mais maduros em relação à infraestrutura, ciclos de investimentos completos e integração entre os *players*...”, analisa Wilson Campanholi Jr., da Associação Campinas Startups que completa: “Teremos, nas próximas décadas, inúmeros empreendedores com *startups* globais e transformacionais, que aliam alto impacto econômico e alto impacto social levando o Brasil para frente”. **G&N**