



E-BOOK

Sua *startup* está pronta para captar recursos?

Olá,

Você sabe que para gerir com sucesso uma empresa e enfrentar o mercado e os desafios do dia a dia empresarial, **é preciso se preparar** e, para isso, o Sebrae disponibiliza diversos produtos, canais e serviços para auxiliá-lo nessa jornada.

Em sua estratégia de **Atendimento Remoto** e com o objetivo de ampliar suas alternativas de acesso a conteúdos e soluções educacionais, o Sebrae produziu e disponibiliza este **e-book**, mais um produto no formato de Educação a Distância (EAD).

A proposta de nossos e-books é apresentar os principais conteúdos sobre **gestão de pequenas empresas** como cursos em formato de **livros digitais**, isto é, materiais educacionais organizados para capacitar quem quer empreender e quem já possui empresa e deseja ampliar seus conhecimentos e melhorar sua prática à frente de seus negócios.

Com as soluções de Educação a Distância do Sebrae você tem a oportunidade de **estudar off-line** ou em um Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), disponível **24 horas por dia**, que pode ser acessado a qualquer momento e de qualquer lugar que tenha conexão com a internet, sem necessidade de deslocamento.

Aproveite esta oportunidade de ampliar seus conhecimentos e bons negócios!

Equipe de EAD do Sebrae-SP

Sumário

Carta do Sebrae	2
Apresentação	4
Recursos para empresas inovadoras	5
O que é uma <i>startup</i>	5
Inovação ou <i>startup</i> ?	7
Os recursos para a <i>startup</i>	8
Recursos humanos	9
Recursos técnicos	10
Recursos financeiros	10
Estágio do empreendedor e do projeto	13
O ciclo de vida das <i>startups</i>	13
Momento T0 – Curiosidade	14
Momento T1 – Ideação	14
Momento T2 – Operação	16
Momento T3 – Tração	17
Momento T4 – Estrela	18
Os olhos do investidor: como ele enxerga o negócio	20
O que o investidor avalia	20
Pontos positivos e negativos	22
Valuation e pitch: a hora de apresentar o valor do projeto e da startup	26
Quanto vale a empresa	27
Fluxo de Caixa Descontado	27
<i>Balanced scorecard</i>	28
Por que o <i>valuation</i> é importante para o <i>pitch</i>	29
O <i>pitch</i>	29
Modalidades de recursos financeiros – parte 1	33
<i>Love money</i> ou “pai-trocínio”	33
<i>Crowdfunding</i>	34
Aceleradora	36
Financiamento público não reembolsável	37
Modalidades de recursos financeiros – parte 2	39
Financiamento público reembolsável	39
<i>Venture capital</i>	40
Os passos para o sucesso	42
Todo empreendedor quer saber	43

Apresentação

Todo empreendedor quer captar recursos financeiros para o seu negócio. Mais cedo ou mais tarde, essa necessidade aparece. Porém, é preciso saber se é a hora certa para conseguir investimento. Especialmente no universo das *startups*, atrair investidores nem sempre é o que o negócio precisa.

Este *e-book* mostra quais são os recursos necessários para uma *startup*, os estágios de desenvolvimento dessa modalidade de negócio e os tipos de investimento disponíveis para ela. Você terá informações essenciais sobre captação de recursos para *startups*, além de aprender a identificar o estágio do seu projeto.

Aliando conhecimento sobre os recursos disponíveis no mercado ao domínio do seu próprio negócio, você não perderá nenhuma oportunidade com os investidores, e sua *startup* se desenvolverá cada vez mais!

Boa leitura!



Recursos para empresas inovadoras

Este capítulo mostra por que as *startups* são negócios inovadores. Você verá que esse novo modelo de negócio não precisa apenas de dinheiro e conhecerá os outros recursos necessários para desenvolver um projeto. Mas, antes de saber do que uma *startup* precisa, é bom entender bem o que significa ser uma *startup*.

O que é uma *startup*

Existem muitas definições para *startup*, todas elas relacionadas às correntes que estudam os modelos de negócios inovadores.

Para o empreendedor norte-americano Eric Ries, *startup* é uma instituição humana desenhada para **criar um novo produto ou serviço, em condições de extrema incerteza**. Já na definição de Steve Blank, empreendedor da Califórnia, *startup* é uma organização construída para **encontrar um modelo de negócio repetível e escalável**.

- Um modelo **repetível** é aquele capaz de vender o mesmo produto para todos os clientes e mercados.
- Um modelo **escalável** tem capacidade para crescer e atender grandes quantidades de clientes sem aumentar seus custos.

As definições de *startup* podem variar, mas na prática ***startup* é inovação**, e os modelos de negócios repetíveis e escaláveis estão sendo aplicados no mundo inteiro.

Quando ouvem falar em *startup*, muitas pessoas logo pensam em tecnologia. Mas uma *startup* não precisa estar necessariamente ligada à tecnologia. Hoje, muitas *startups* que vêm recebendo investimentos e recursos são da área do agronegócio, mesmo que elas utilizem tecnologias, a finalidade delas é o agro; é nele que são aplicados o conhecimento, o conteúdo ou a plataforma tecnológica. Exemplo disso pode ser uma *startup* que desenvolve controle biológico de praga, para que o agricultor não agrida o solo com venenos. Se a *startup* oferecer um produto diferenciado – talvez algo orgânico que consiga combater uma praga –, ela colocará no mercado um produto inovador. E isto é a essência das *startups*: a inovação!

Dessa maneira, fica claro que para ser *startup* o negócio não precisa estar relacionado especificamente com Tecnologia da Informação (TI), não precisa desenvolver softwares. Muitos empreendedores fazem essa con-

fusão e ficam focados em desenvolver um aplicativo, por exemplo. Mas não é necessariamente isso. Existem *startups* da área do agronegócio, do comércio, da indústria, dos serviços. Pode até haver uma plataforma virtual que apoia o negócio, mas o grande diferencial proposto não precisa ser a tecnologia.

Dica

Para ser uma *startup* não é preciso desenvolver um aplicativo novo. O necessário é inovar e se diferenciar!

O que define uma *startup* é ter algo diferenciado, inovador e escalável. Ela é diferente de uma grande empresa, e essa diferenciação é o que possibilita a ela ter sucesso. Se a *startup* tem um processo produtivo diferente, ela chega ao seu objetivo mais rápido. Voltando ao exemplo do controle biológico de pragas, uma *startup* pode desenvolvê-lo em determinado período de tempo, que seria muito maior no caso de uma grande empresa, pois levaria muito mais para ela investir e chegar ao mesmo ponto que a *startup* atingiu. Por isso pode-se dizer que a *startup* tem um tempo maior, um “fôlego” para obter sucesso.



Em resumo, ***startup* é um modelo de negócio inovador, repetível e escalável**, e, exatamente por apresentar uma inovação ao mercado, esse negócio gera muitas incertezas, sobretudo no começo. Mas riscos sempre existem, em qualquer negócio!

Quando um empreendedor decide criar uma *startup*, muitas dúvidas surgem: *Os clientes vão gostar do produto ou do serviço oferecido? O negócio vai dar lucro?* Mas, quando passa essa fase inicial de incertezas e tudo começa a dar certo, a escala de crescimento da *startup* é muito mais rápida do que a de uma empresa tradicional.

Startup x modelo de negócio tradicional

Uma padaria, por exemplo, tem um modelo bem definido. Se ela estiver em um bom ponto comercial, com bastante movimento, oferecer produtos de qualidade, tiver bom atendimento e boa gestão, o risco é pequeno, mas o negócio não é escalável. A padaria não consegue expandir, a menos que invista em abertura de filiais. Então, a padaria é um negócio rentável, mas **tradicional**.

O Facebook, por sua vez, é uma *startup*. No início, o modelo de negócio era incerto, mas ele cresceu rapidamente e ganhou grande valor no mercado. Ele é **repetível**, ou seja, oferece sempre o mesmo serviço para todos os clientes. É também **escalável**, pois pode crescer e alcançar mais pessoas no mundo inteiro, sem aumentar seus custos ou investindo pouco.

Outros exemplos de *startups* são Google, Instagram, Uber, Habib's, Easy Taxi, Buscapé e Booking.com. Todos eles ganharam mercado e foram comprados por grandes empresas.

Essas empresas apresentam soluções criativas e inovadoras em seus modelos de negócio. O que pode nos levar a pensar que todo processo inovador é considerado uma *startup*. No entanto, isso não é verdade.

Inovação ou *startup*?

Nem todo processo inovador pode ser considerado uma *startup*. Se não for repetível nem escalável, ele demora muito para ganhar maturidade e, dessa maneira, acaba afastando os investidores. Isso porque todo investidor tem um tempo para investir e para desinvestir, ou seja, se o processo, mesmo que seja inovador, não for escalável e repetível, o retorno financeiro demorará um tempo maior, que o investidor poderia colocar em outro projeto, com retorno mais rápido.

Por outro lado, o principal ponto de qualquer *startup* é a inovação. E um produto pode ser inovador qualquer que seja sua área de aplicação. Voltando ao exemplo do controle biológico de pragas, que é da área da agricultura: esse produto nada mais é do que um defensivo agrícola, que já existe há 200 anos, mas ele tem um diferencial, pois age de forma mais suave – então ele é sustentável, e isso faz com que ele seja inovador.

Atenção

Nem toda inovação é uma *startup*, mas toda *startup* traz uma inovação.

O mercado exige soluções cada vez mais criativas e inovadoras. Por isso, a sociedade está vivendo a onda das *startups*. Essa é a hora das *startups*, porque elas são ágeis para apresentar inovação. Veja, a seguir, quais recursos você precisa buscar para desenvolver sua *startup*.

Os recursos para a *startup*

O empreendedor deve buscar todos os recursos disponíveis para desenvolver seu projeto e alcançar o sucesso do empreendimento. E, quando se fala em recursos, as pessoas logo pensam em dinheiro. Claro que todo negócio precisa de dinheiro, mas muitas vezes não é de recursos financeiros que um projeto precisa, em especial no começo.



O dinheiro é importante para o empreendedor potencializar seu projeto, desde que ele saiba, antes de ter esse dinheiro, exatamente o que fará com ele. Se você quer desenvolver sua *startup*, há outras coisas essenciais. Veja:

- O **time**: busque formar uma equipe com pessoas apaixonadas pelo negócio que você está desenvolvendo. Se elas são apaixonadas antes até do dinheiro chegar, elas ajudarão você a construir esse negócio.
- A **cultura organizacional**: defina bem a “cultura” do seu negócio, de maneira que ela reflita as crenças que você tem. Se você valoriza, por exemplo, a transparência, então seu projeto deve contar com um ambiente aberto, sem hierarquia. Uma empresa que tem a cultura de focar no que acredita e colocar toda sua energia naquele ponto acaba tendo mais chance de conseguir desempenhar um bom papel.

Por essas razões, dinheiro não é tudo. Mas ele é necessário. E, ao buscar recursos financeiros para um projeto, o empreendedor encontra muitas opções. É preciso analisar cada uma delas para escolher a mais adequada ao seu perfil e ao estágio do seu projeto. Há muitas portas abertas para os empreendedores conseguirem financiamento público e privado. Investidores e empreendedores experientes afirmam que não é por falta de investimento que um negócio não tem sucesso. Esse assunto será mais explorado nos próximos capítulos.

Agora, veja quais são os outros recursos necessários para modelar o negócio de uma *startup* e fazer sua gestão. Perceba que, dependendo do estágio do projeto, as necessidades são diferentes.

Recursos humanos

Na fase inicial, a *startup* precisa de recursos humanos. O ideal é montar uma equipe com **várias competências**: uma pessoa que entenda bem do negócio, outra que domine a tecnologia, alguém que conheça administração e finanças e, ainda, um bom vendedor.



Outro recurso humano fundamental é o **mentor** da equipe, alguém que abra portas com *networking* e tenha *expertise* no segmento. O mentor não participa do negócio, mas oferece sua experiência para orientar o empreendedor e agilizar o crescimento da *startup*.

Às vezes, é preciso também um local para iniciar as operações da empresa.

Recursos técnicos

Fabricar uma peça ou fazer um *mockup* de um aplicativo é o que se chama de **prototipação** do produto ou serviço **para a validação com o cliente**. **Validar** significa fazer o protótipo chegar ao cliente para ele usar, provar e dizer se gosta ou do que não gosta.

Depois da validação, é fundamental a fase de ajustes ou **pivotagem**, que define se o rumo continua o mesmo ou se é preciso mudar o foco do projeto e do modelo de negócio.

Recursos financeiros

Depois disso tudo, é preciso ter dinheiro – o suficiente para o negócio deslanchar.

Empreendedores da vida real

Gustavo Araujo, investidor-anjo, dá algumas dicas para o empreendedor que quer buscar investimentos para seu projeto: o empreendedor tem que focar no produto, no protótipo. Cada vez mais, os investidores buscam as tecnologias desenvolvidas, cada vez mais, querem produtos prontos, protótipos funcionais, e não apresentações cruas de projetos muito iniciais. Por isso, a dica para o empreendedor é: não fique criando apresentações muito amadoras para mostrar sua ideia aos investidores; gaste a maior parte do seu tempo desenvolvendo o produto ou o protótipo. Hoje, fazer um protótipo (aplicativo, site) quase não tem custo, e é isso que deve ser apresentado aos investidores.



Neste capítulo, você viu o que faz de um negócio uma *startup* e também descobriu quais recursos podem ser necessários para tirar seu projeto do papel e começar seu negócio. Está na hora de avaliar: Você tem um negócio inovador, repetível e escalável? Já tem uma equipe e um mentor experiente? Fez o protótipo e a validação? E a pivotagem?

Antes de responder a essas perguntas e passar para o próximo capítulo, veja se você entendeu bem o que é e do que precisa uma *startup*, fazendo a atividade a seguir.

Atividade 1.1

Aponte se cada afirmação abaixo é verdadeira ou falsa:

- () Startups utilizam a tecnologia como ponto de apoio para o seu crescimento, independentemente do segmento de atuação.
- () A incerteza na fase inicial de uma *startup* é muito baixa.
- () É necessário buscar recursos financeiros para iniciar a modelagem do seu negócio.
- () Os tipos de recurso necessários para modelar o negócio e fazer a gestão de uma *startup* dependem do estágio do projeto.

RESPOSTA:

(V) Startups utilizam a tecnologia como ponto de apoio para o seu crescimento, independentemente do segmento de atuação.

(F) A incerteza na fase inicial de uma *startup* é muito baixa. **Na verdade, uma startup é um negócio de risco em sua fase inicial, pois tem um modelo inovador.**

(F) É necessário buscar recursos financeiros para iniciar a modelagem do seu negócio. **Na verdade, antes de buscar os recursos, o empreendedor precisa fazer a modelagem de negócio, a prototipagem, a validação, a operação e, se necessário, a pivotagem para readequar o projeto.**

(V) Os tipos de recurso necessários para modelar o negócio e fazer a gestão de uma *startup* dependem do estágio do projeto.

Estágio do empreendedor e do projeto

Neste capítulo, você conhecerá quais são os estágios de desenvolvimento de uma *startup* e, assim, poderá identificar em qual momento está seu projeto.

O ciclo de vida das *startups*

Antes de saber quais são os estágios pelos quais passa uma *startup*, é preciso ter bem claro que os negócios inovadores são diferentes das empresas tradicionais e, portanto, o ciclo de vida dessas duas modalidades são distintos desde a abertura da empresa.

Uma empresa tradicional tem um modelo de negócio mais bem definido – por exemplo, se o empresário quer abrir uma padaria, ele sabe que tem de comprar mesas e cadeiras, contratar garçom, padeiro etc. A *startup*, por sua vez, não tem um modelo tão bem definido. Por mais que o empreendedor faça testes e validações, é complicado contratar um profissional para atender uma demanda que ainda não está bem desenhada.

A empresa tradicional busca a Junta Comercial para se registrar, mesmo que seja como Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), e poder fazer o recolhimento de impostos. Já a *startup* busca a validação daquilo que ela está testando e propondo como inovação. Então, seu processo de abertura é muito diferente do processo de uma empresa tradicional.

No Brasil, ainda não existe política pública federal voltada às *startups*. Mas, em algumas regiões, há leis de apoio e de incentivo.

Estágios do projeto e do empreendedor

Estes são os cinco momentos definidos pelo Sebrae para identificar os estágios de um empreendedor e do modelo de negócio de uma *startup*:

- T0: Curiosidade.
- T1: Ideação.
- T2: Operação.

- T3: Tração.
- T4: Estrela.

Às vezes, a ideia de um projeto corre rápido demais, e o empreendedor não está preparado para fazer a gestão. Em outras ocasiões, o empreendedor está superseguro e preparado para o negócio, mas o projeto não está maduro. É preciso ajustar-se constantemente!

Dica

Antes de sair atrás do dinheiro para o seu negócio, identifique em qual estágio você e seu projeto estão.

Momento T0 – Curiosidade

É o estágio em que um potencial empreendedor já ouviu falar em *startups* e está buscando mais informações sobre o assunto. Ele já tem uma ideia, mas o projeto ainda não está totalmente claro. O que mobiliza essa pessoa é o espírito empreendedor e a possibilidade de o empreendimento prosperar.

Trata-se de um momento em que ela tem de buscar informação, participar de eventos, conversar com outros empreendedores, procurar na internet *sites* relacionados ao tema etc.

Existem muitos eventos que concentram esse cenário de empreendedorismo, de investidores, de *startups*, e nos quais o potencial empreendedor pode começar a entender como funciona esse mundo e se aprofundar nesse conhecimento. A curiosidade vai fazer que ele busque informações para tentar atender o mercado.

Em resumo, esse é o momento ideal para começar a trazer bagagem para o negócio.

Momento T1 – Ideação

O empreendedor já tem uma ideia de negócio e precisa de orientação sobre gestão, mercado e investimento para tirar sua ideia do papel. É o estágio de amadurecimento do empreendedor e do projeto. Há muita vontade de fazer a ideia virar negócio, mas ainda é preciso modelar o projeto.



Se você está nesse estágio, comece definindo o **valor do produto** ou serviço que vai entregar ao cliente. Veja qual é o **segmento do público** que interessa ao seu negócio e como você pretende ganhar dinheiro, quais serão as **fontes de receita**.

Com o modelo do negócio definido, será hora de desenvolver o protótipo para ser validado.

Protótipo é uma palavra grega que significa **primeiro modelo**. É o chamado **produto mínimo viável** (em inglês, *Minimum Viable Product*, MVP), que deve ser testado pelo cliente. Se o cliente gostar e **validar**, isso significa que o produto e o empreendedor estão preparados para seguir adiante. Se a validação apontar erros ou pequenos problemas, ainda há tempo para corrigir a rota, o que é chamado de **pivotagem**: o empreendedor pode corrigir falhas, redirecionando o modelo de negócio, ou, se preferir, abandonar o projeto e partir para outra ideia.

Empreendedores da vida real

Rafael Belmonte e Daniel Arcoverde criaram a Netshow.me, uma plataforma *on-line* que oferece soluções profissionais de transmissão ao vivo para empresas. No início, eles ofereciam tecnologia de transmissão ao vivo para a indústria da música. O grande foco, naquele momento, era permitir que músicos independentes pudessem ganhar dinheiro por meio do apoio financeiro de fãs. Mas o negócio passou por várias fases.

Na fase inicial (do MVP), eles criaram a primeira versão do produto, que era, basicamente, um *pay per view* de transmissão ao vivo. A ideia era ter uma plataforma de transmissão ao vivo voltada para músicos ganharem dinheiro. Em vez de o músico tocar em barzinho por uma noite e ganhar um cachê, a plataforma permitiria que ele se sentasse no sofá de casa, ligasse a *webcam* e fizesse um *show*, transmitido ao vivo pela internet. Assim, o músico ganharia dinheiro tanto com os fãs pagando ingresso quanto com eles fazendo doações ao vivo. Nesse formato, a Netshow.me fez mais de 3 mil transmissões.

Mas os empreendedores decidiram pivotar o modelo de negócio: saíram de uma plataforma *on-line* que oferecia tecnologia *B2C* relacionada à música e permitiram que a ferramenta fosse utilizada pelo mundo corporativo. Eles entenderam as demandas e o interesse das empresas e passaram a oferecer tecnologia profissional, com customização e personalização de telas, para que, durante suas transmissões ao vivo, as empresas capturassem *leads*, se monetizassem, fizessem campanhas e ativações de *branding*.

O que Rafael e Daniel fizeram foi, de fato, uma pivotagem. Eles saíram do mundo *B2C* e entraram no *B2B*. E, quando mudaram o modelo de negócio, tiveram de acelerar o processo de aquisição dos primeiros clientes, para conseguir um mínimo de receita antes de uma nova rodada de investimento.

Momento T2 – Operação

É o estágio em que o empreendedor e o projeto estão mais amadurecidos. As questões essenciais estão resolvidas; o modelo de negócio, definido; o produto ou serviço, testado pelo cliente. Então, é hora de começar o faturamento, de atrair investidores.



O mercado de investimento valoriza quem chegou até esse momento, mesmo que o caixa esteja baixo ou negativo, pois, se uma *startup* tem usuários ou clientes e faturamento estável ou recorrente, seu caminho para o sucesso está traçado.

Empreendedores da vida real

Daniel Arcoverde, da Netshow.me, conta que com o aumento do volume da demanda foi preciso mexer na infraestrutura do empreendimento. Começou um período com um volume grande de transmissões, mas a conta não fechava. O custo cresceu, e era preciso pagar a conta da infraestrutura usada nas transmissões.

Momento T3 – Tração

É o estágio em que o empreendedor busca formas de crescer mais rápido e precisa de novos parceiros ou investimentos. Se você está nesse momento, fique muito atento: sua conduta como empreendedor é o maior patrimônio de sua empresa.

O momento T3 é a hora de o empreendedor buscar parceiros, sejam investidores, sejam pessoas que o acompanhem nos negócios. Muitas vezes, os empreendedores não têm recurso próprio. É muito natural, então, buscar parceiros que invistam na *startup*, para conseguir acelerar o processo. A ideia é que esses parceiros invistam em pontos específicos, para que o recurso seja bem empregado e colabore na escalada do crescimento.

Hoje, existem recursos públicos e privados. Há várias linhas de subvenção econômica aberta por editais públicos, nas quais os empreendedores de *startups* podem ter acesso a investimentos. Há também opções privadas, como os investidores-anjos, que são investidores com muito recurso disponível. O mais importante é que o empreendedor saiba em qual estágio ele se encontra e como ele pode alocar o recurso dentro do projeto. Também é fundamental que cada empreendedor procure o melhor tipo de investimento para o seu caso.

Empreendedores da vida real

Rafael Belmonte e Daniel Arcoverde, da Netshow.me, contam que tinham muito claro onde queriam chegar. Eles tinham certeza de que aquele projeto não duraria apenas seis meses ou um ano; aquele seria o

projeto de suas vidas, no qual eles se manteriam envolvidos durante um bom tempo. Eles sabiam que, se tentassem captar investimento logo no início, a empresa ainda não teria muito valor. Então, decidiram colocar capital próprio (chamado de *bootstrapping*). Dessa forma, a empresa não diluiria investimentos em seu momento mais embrionário e deixaria a captação para o futuro, para um momento em que o projeto tivesse mais consistência, mais tração. Assim, haveria números para mostrar aos investidores, e os possíveis recursos seriam maiores, pois o negócio teria mais credibilidade.

No entanto, o recurso do proprietário é mais escasso. À medida que o tempo passa, a necessidade de caixa aumenta. A Netshow.me já estava no ar, e os empreendedores conheceram seu primeiro investidor-anjo, aquele que primeiro acreditou no negócio e, ao mesmo tempo, aumentou sua credibilidade. Depois dele, vieram outros. E, com o primeiro *pool* de investidores-anjos e o investimento da Wayra (o braço de aceleração de startups do grupo Telefônica), a Netshow.me captou por volta de R\$ 1 milhão.

Momento T4 – Estrela

Quando a startup adquire *status* de bem-sucedida e começa a faturar bastante, ela ganha nomes sugestivos: estrela, unicórnio...

A **startup estrela** é a empresa que já obteve sucesso no mercado e tem alta lucratividade. Seu faturamento anual é de dezenas de milhões de dólares. A **startup unicórnio** é a grande empresa inovadora que já atingiu valor de mercado de US\$ 1 bilhão. Geralmente, o passo seguinte para as startups unicórnio é buscar novas ideias e iniciar startups *spin-off*, ou seja, pequenas empresas que nascem dentro de uma grande empresa.



Neste capítulo, você conheceu o ciclo de vida das *startups*. Agora, você é capaz de identificar em qual momento está o seu empreendimento. Antes de finalizar essa reflexão, que tal testar seus conhecimentos sobre os estágios das *startups*? Faça isso na atividade a seguir.

Atividade 2.1

Cada uma das frases abaixo fala de um momento das *startups*: T0, T1, T2 e T3. Qual deles completa corretamente cada lacuna?

No momento _____, o empreendedor demonstra já ter capacidade de tocar adiante uma ideia de negócio e passa a ser valorizado pelo mercado de investimento, mesmo operando com caixa negativo.

A curiosidade do momento _____ ajuda a definir uma ideia de negócio, em meio a todas aquelas que surgiram durante esse tempo de amadurecimento.

É no momento _____ que uma startup pode ser comprada por outro grupo empresarial ou abrir seu capital.

No momento _____, o empreendedor se encontra no estágio de ideação e busca testar e validar suas ideias de negócio.

RESPOSTA:

No momento **T2**, o empreendedor demonstra já ter capacidade de tocar adiante uma ideia de negócio e passa a ser valorizado pelo mercado de investimento, mesmo operando com caixa negativo.

A curiosidade do momento **T0** ajuda a definir uma ideia de negócio, em meio a todas aquelas que surgiram durante esse tempo de amadurecimento.

É no momento **T3** que uma *startup* pode ser comprada por outro grupo empresarial ou abrir seu capital.

No momento **T1**, o empreendedor se encontra no estágio de ideação e busca testar e validar suas ideias de negócio.

Os olhos do investidor: como ele enxerga o negócio

Um dos principais interesses e desafios dos empreendedores de *startup* é a captação de recursos. Para conseguir sucesso nessa tarefa é importante que você consiga enxergar o seu negócio da mesma maneira que o investidor. É isso o que você aprenderá neste capítulo.



Depois de identificar o estágio em que se encontra seu projeto e conseguir o domínio do negócio, o empreendedor consegue avaliar se está pronto para buscar investimento. Se você já chegou nesse momento tão importante, saber como os investidores avaliam os projetos aumentará suas chances de sucesso. Veja, a seguir, como acontece esse processo.

O que o investidor avalia

Os avaliadores de projetos recebem centenas de propostas todos os meses e, geralmente, têm pouco tempo para avaliar todas elas. Para transformar sua ideia em negócio, você deve estar pronto para fornecer e explicar ao futuro investidor algumas informações essenciais sobre o seu empreendimento. Veja quais são as principais:

- Proposta de valor: qual é o diferencial do seu projeto, aquilo que só você oferece e que torna o seu negócio inovador.
- Produto ou serviço: o que você oferece ao mercado.
- Modelo de negócio: como você e o investidor ganharão dinheiro, ou seja, quais são as fontes de receita da sua empresa e como o consumidor pagará pelo seu produto ou serviço.
- Potencial de desenvolvimento: qual é o tamanho do mercado, como sua empresa está posicionada em relação às concorrentes e qual é o potencial de crescimento de seu negócio.
- Time: qual é o perfil da sua equipe e qual é a *expertise* de seus membros, ou seja, qual colaborador sabe vender, qual sabe administrar etc. Se seu projeto já conta com uma equipe, esse é um ponto a seu favor, pois um empreendedor sozinho dificilmente consegue investidor para sua ideia.
- Saúde financeira: quais são as projeções de faturamento para os próximos meses e para os próximos anos. Se sua empresa está no vermelho, isso não é um problema para o investidor. Nesse momento, o mais importante é que você saiba a real situação de seu caixa.
- Recursos necessários: de quanto dinheiro cada fase do projeto precisará e onde o dinheiro será aplicado.



Você não deve se preocupar com isso tudo apenas para conseguir investimento. Para uma *startup* ter boa gestão e bom planejamento estratégico, essas informações devem ser do conhecimento de toda a equipe.

Outro item importante que você deve sempre lembrar é que o investidor vê o negócio com um olhar diferente do seu, pois ele não tem nenhum vínculo afetivo com você ou com seu projeto.

Atenção

Os avaliadores de projetos recebem centenas de propostas. Por isso, fornecer informações objetivas fará você ganhar pontos positivos.

Pontos positivos e negativos

Para fazer a avaliação, o investidor divide o negócio em pontos positivos e pontos negativos.

Os **pontos positivos** são o sinal verde para os investidores alocarem recursos em uma *startup*, e o primeiro deles é o **empreendedor com perfil aberto** a receber *insights* e mudanças na empresa, o que torna o processo mais fácil e atrativo para os investidores. Outro ponto muito analisado pelos investidores é a equipe. O melhor é que ela tenha diferentes frentes, ou seja, que um membro seja bom em *marketing*, outro entenda de vendas, um terceiro tenha conhecimento específico sobre o produto e a tecnologia utilizada etc. Enfim, ter **especialistas em diferentes áreas** faz o sucesso do projeto.

Você também precisa ficar atento a outro sinalizador: o aquecimento do mercado. Se seu projeto tem um **mercado em crescimento**, esse é o momento para atrair novos clientes e também os investidores. Por isso, é preciso aproveitar as oportunidades que o mercado abre. Em relação à saúde financeira da empresa, ter dívida não é um problema aos olhos do investidor, desde que ela esteja sob controle. A **saúde financeira** da empresa é um ponto muito analisado pelos investidores, porque eles querem alojar recurso para ela crescer.



Para chamar a atenção do investidor, é bom você conhecer também os **pontos negativos**, aqueles que desestimulam o investimento, que levam os investidores a decidirem por não alocar seus recursos em um projeto. Um deles é o **empreendedor dono da verdade**, que não aceita opiniões e críticas de outras pessoas porque tem um apego muito forte pelo projeto. Pessoas com esse perfil dificilmente conseguem investidores porque tornam o desenvolvimento do projeto muito longo. Muitas vezes, quando o produto vai para o mercado, ele precisa de ajustes – a fase de pivotagem, da qual os investidores tanto gostam, mesmo que seja preciso mudar o foco do projeto, o formato do produto ou o mercado de atuação. Um empreendedor dono da verdade fica muito preso à sua ideia original e pode não fazer a pivotagem necessária. Por isso, os investidores se afastam, não colocam recursos no projeto ou demoram muito para fazer isso.

Outro ponto negativo é ter **mercado de baixa escala** ou de baixa densidade. Os investidores não veem no empreendimento o potencial de crescimento necessário para terem retorno do recurso investido. Todo investidor tem um tempo de investimento definido, um período que ele determina como ideal para acontecerem os processos de investimento e de desinvestimento. Este último é aquele em que se espera o retorno do recurso empregado. Se o mercado não é atrativo, então será preciso muito mais tempo para o recurso retornar para o investidor, por isso ele se afasta.

O valor do investimento também pode se tornar um ponto negativo. Buscar um **volume de recursos muito grande** logo no início pode restringir os investidores, ou seja, pode diminuir o número de pessoas com disponibilidade para oferecer o recurso necessário. Se você buscar valores altos, encontrará dificuldade para obter financiamento e viabilizar seu projeto. Esse não é um fator decisivo: se o projeto for muito bom, pode haver investidores dispostos a alocar recursos altos, mas, em linhas gerais, isso não é comum, nem fácil.

Dica

Antes de procurar investimento, analise seu modelo de negócio com os olhos do investidor. Valorize os aspectos positivos e melhore os aspectos negativos para depois seguir em frente!

Para conferir se você já sabe como pensa o investidor na hora de avaliar as *startups*, faça a atividade a seguir.

Atividade 3.1

Observe os itens abaixo, que mostram os principais pontos que o investidor vai avaliar no seu projeto.

- 1.** Saúde financeira
- 2.** Proposta de valor
- 3.** Potencial de desenvolvimento
- 4.** Modelo de negócio

Qual número indica corretamente as características de cada ponto principal?

- () O diferencial do projeto, aquilo que ninguém oferece e que torna o seu negócio inovador.
- () Como o empreendedor e o investidor vão ganhar dinheiro, quais são as fontes de receita e como o consumidor vai pagar pelo produto ou serviço.
- () Se existe barreira de entrada, ou seja, se há possibilidade ou dificuldade de copiar o produto ou serviço, se alguém pode fazer igual, se há patente ou registros de propriedade intelectual.
- () Não importa se o caixa está no vermelho, desde que se saiba exatamente qual a situação desse caixa.

RESPOSTA:

A sequência correta é **2, 4, 3, 1**. Ou seja:

O diferencial do projeto, aquilo que ninguém oferece e que torna o seu negócio inovador refere-se à **proposta de valor**.

Como o empreendedor e o investidor vão ganhar dinheiro, quais são as fontes de receita e como o consumidor vai pagar pelo produto ou serviço se refere ao **modelo de negócio**.

Se existe barreira de entrada, ou seja, se há possibilidade ou dificuldade de copiar o produto ou serviço, se alguém pode fazer igual, se há patente ou registros de propriedade intelectual são itens que dizem respeito ao **potencial de desenvolvimento**.

Mesmo que o caixa esteja no vermelho, saber exatamente qual a situação do caixa diz respeito à **saúde financeira**.

Valuation e pitch: a hora de apresentar o valor do projeto e da startup

Em um evento de captação de recursos ou em qualquer outra oportunidade de apresentar sua *startup*, você deverá saber o que dizer para conquistar investidores. Este capítulo mostra quais informações sobre a proposta de valor devem constar da apresentação do projeto ou *startup*, além de algumas dicas para preparar o *pitch*.



Para buscar investimentos, você deve saber quanto vale sua empresa. Geralmente, o empreendedor acha que sua ideia ou projeto vale uma quantia e o investidor, outra. Quase nunca existe consenso. Então, quando você apresentar seu *pitch*, vai precisar ter em mente o número que representa o *valuation* da sua *startup*.

- *Pitch* é uma apresentação rápida do projeto.
- *Valuation* é o valor da ideia, projeto, negócio, *startup*.

Quanto vale a empresa

Fluxo de Caixa Descontado

O método mais aceito para chegar ao *valuation* de uma *startup* é o Fluxo de Caixa Descontado (FCD). Com ele, é possível fazer a análise financeira da empresa por meio da projeção dos ganhos e também dos custos, isto é, do dinheiro que já está no caixa e daquele que ainda vai entrar e sair nos próximos períodos.

Os possíveis riscos que o negócio corre também são levados em conta no cálculo do *valuation*. Com esses dados em mãos, a empresa consegue conhecer sua situação financeira e o seu valor.

A aplicação do FCD também permite usar as finanças da empresa de maneira mais proveitosa, com projeções e planejamentos confiáveis. Esse método é composto de várias etapas, que devem ser seguidas corretamente para que seu resultado seja confiável. Ele exige o conhecimento de algumas informações:

- Entrada de caixa: quanto a empresa vende, quanto ela fatura no mês ou no ano, ou em um período determinado.
- Saída de recursos: quanto a empresa consome de capital naquele mesmo período.
- Endividamento: as dívidas também consomem capital.

Essas informações são importantes para os investidores analisarem a saúde financeira da empresa e o potencial que ela tem no mercado e, a partir disso, calcularem o valor da empresa, de acordo com alguns indicadores.

Outro ponto que os investidores analisam é a taxa de risco. Todo investimento possui um risco, o retorno não é 100% garantido. As taxas de risco são calculadas a partir de indicadores de mercado, como consumo, crescimento e tendências. Quanto mais saudável ou consolidado o mercado de uma *startup*, melhor é para o investidor, porque o risco é menor.

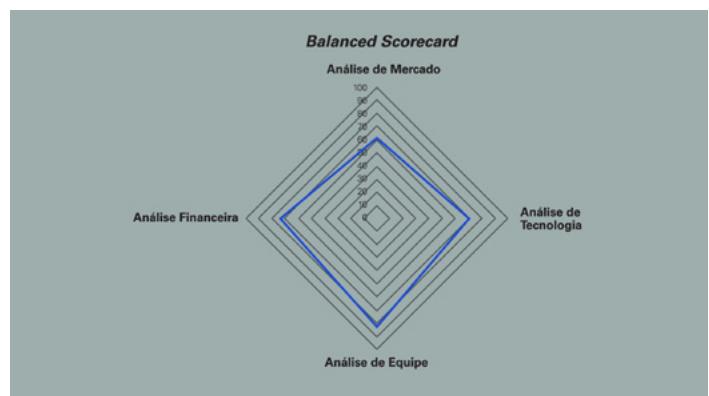
Dica

O FCD envolve muitos cálculos matemáticos, mas você não precisa saber fazer essas contas tão complicadas. Se julgar necessário, busque orientação de alguém mais experiente, um consultor, por exemplo. E fique atento à agenda de palestras do Sebrae, pois uma delas é sobre *Valuation para startups*.

Balanced scorecard

Outro método para conhecer o *valuation* é o *balanced scorecard* (BSC), que em inglês significa indicadores balanceados de desempenho. Trata-se de gráficos que demonstram o desempenho da empresa, que fazem uma “fotografia do negócio”.

O BSC analisa as perspectivas de clientes, de processos internos e do balanço financeiro da empresa. É um método desenvolvido por professores da Harvard Business School, muito utilizado na gestão de empresas, principalmente como complemento ao planejamento estratégico.



Dica

Você também não precisa fazer os gráficos do BSC. Mas, se quiser se aprofundar mais nesse assunto, procure o Sebrae, pois ele oferece cursos, palestras e consultoria sobre o método.

Por que o *valuation* é importante para o *pitch*

Você não precisa fazer o FCD ou o BSC, mas deve ter em mente que as informações que esses métodos utilizam são essenciais para o investidor conhecer o *valuation* de sua *startup*. E o principal: você precisa mostrar essas informações quando fizer a apresentação de seu projeto para um possível investidor.

Por isso, o *valuation* é importante na hora do *pitch*: se empreendedor e investidor não se entenderem nessa etapa inicial, o negócio pode parar aí.

O *pitch*

Além do *valuation*, na hora da apresentação ao investidor todas as **informações** da *startup* devem estar **atualizadas**. O *pitch* deve contemplar:

- A atividade principal da empresa: o produto ou serviço fornecido (chamar um táxi ou encontrar uma babá, por exemplo) e de que forma ele oferece soluções.
- O histórico da empresa.
- O mercado da empresa: número de consumidores atuais e potenciais, principais concorrentes, seus pontos positivos e negativos.
- O modelo de receita: como vai faturar e quais serão as fontes de receita (se vai vender produtos, alugar, oferecer download de aplicativo etc.).
- O faturamento atual: quanto vende ou quantos serviços já prestou.
- O modelo de crescimento: se precisa aumentar a produção ou se a equipe precisa crescer, por exemplo.
- A equipe: a *expertise* de cada membro da equipe.
- Os recursos financeiros: quais valores poderiam ser um bom investimento e como eles seriam gastos.

Pode parecer muita coisa, mas você precisa falar tudo isso para o investidor em **três minutos**. Na primeira apresentação, você não precisa nem deve se alongar em nenhum item. Se usar bem esse tempo, possivelmente será notado pelo investidor, que poderá até lhe dar uma segunda chance para detalhar o projeto e a *startup*.

São muito comuns também oportunidades ainda mais breves com potenciais investidores que têm um tempo disponível ainda menor! Você não pode desperdiçar nenhuma chance de chamar a atenção para o seu negócio. Então, se você tiver **um minuto**, você poderá fazer a abordagem chamada de *elevator pitch*, que em inglês quer dizer **apresentação de negócios no elevador**. É bom você se preparar para oportunidades como essa!

Como fazer um *elevator pitch*

Para aproveitar bem o único minuto que terá para apresentar sua *startup*, você precisará ficar atento a alguns pontos:

- Mostre empolgação pelo seu negócio.
- Elabore um texto simples e objetivo.
- Não saia do roteiro. Assim, você não corre o risco de ser interrompido e não conseguir apresentar sua ideia.
- Aborde os pontos-chave do negócio, uma espécie de plano de negócios resumido, mostrando seu produto ou serviço, mercado potencial, modelo de receita, equipe e vantagens competitivas.
- Crie frases chamativas, mas sem exageros.
- Não tenha vergonha de pedir. Se você precisa de um investidor, de parceiro no negócio, de referência, de tempo para uma apresentação detalhada: peça!
- Treine muito. Escreva antes o que vai falar, decore o texto, apresente-o para os amigos. Assim, quando tiver a oportunidade de falar para um possível investidor, você estará muito bem preparado!

As apresentações-relâmpago se multiplicaram muito na era dos negócios digitais. Por isso, o *pitch* pode acontecer em salas individuais ou até em grandes auditórios. O importante é que você seja capaz de mostrar sua proposta de forma clara e concisa.



Empreendedores da vida real

O projeto de Letícia Spina é a Creche Segura. Ela mostra que é possível, sim, fazer uma boa apresentação em tão pouco tempo. A seguir, está o *elevator pitch* que ela preparou para investidores, parceiros e clientes. Leia o texto, tendo em mente que se trata de um exemplo real de *elevator pitch* – Letícia fala tudo isto em **um minuto!**

“Olá, eu sou Letícia, da Creche Segura, e o nosso propósito é favorecer uma escola mais segura e promotora de saúde. Para isso, a gente foi entender melhor o cenário. A gente identificou que existe uma alta incidência de acidentes com crianças; que, tirando o trânsito, o segundo local de maior ocorrência de acidentes com crianças no Brasil é o ambiente escolar. Além disso, a gente fez um levantamento na literatura e identificou que conhecer primeiros-socorros e prevenção de acidentes não faz parte da formação do professor. Então, para atender a essa demanda, nós oferecemos formações em primeiros-socorros, promoção da saúde e prevenção de acidentes, na modalidade presencial e a distância, com foco no ambiente escolar para os educadores. E quais seriam nossos diferenciais? Depois da formação, a gente oferece um relatório com sugestões de melhorias para o gestor, baseado em indicadores nacionais e internacionais de segurança na escola, para subsidiar a tomada de decisão. Além disso, a gente inclui todas essas escolas no programa Escola Segura. Nesse programa, a gente passa a acompanhar a escola. Voltamos lá, entendemos o que foi possível implantar, o que não foi possível e como a gente pode contribuir, dessa forma, favorecendo uma educação permanente sobre o assunto.”

Se sua *startup* está pronta para receber investimentos, e você já conhece como estimar o *valuation* dela, então está na hora de preparar seu *pitch* e seu *elevator pitch*! E treinar bastante, para não perder nenhuma oportunidade com os investidores!

Mas, antes, você pode checar se entendeu como é possível calcular quanto vale uma *startup* na atividade a seguir.

Atividade 4.1

Analise se a afirmação a seguir é verdadeira ou falsa:

- () O Fluxo de Caixa Descontado (FCD) é um método utilizado para analisar a riqueza econômica de uma empresa por meio do estudo do dinheiro que já se encontra no caixa ou que vai entrar nos próximos dias. Então, é feita uma análise dos possíveis riscos que o negócio corre e, a partir daí, pode ser calculado seu valor. Com esses dados em mãos, a empresa consegue obter conhecimento de sua situação financeira atual.

RESPOSTA:

A afirmação é verdadeira, as informações estão todas corretas.

Modalidades de recursos financeiros – parte 1

Há muitas opções de investimento para *startups*, e você precisa verificar qual delas é a mais adequada ao seu projeto e ao estágio em que ele está. Neste capítulo, você conhcerá algumas das principais modalidades de investimento público e privado disponíveis para empreendedores de *startups* que estão nos primeiros estágios de desenvolvimento!



O melhor recurso financeiro para o seu projeto vem de você mesmo, do próprio negócio. Se você vender seu produto ou serviço e começar a faturar, talvez não precise de investidor. Mas, caso ainda não tenha dinheiro suficiente para fazer isso, não se preocupe! Existe muito dinheiro no mercado para ser investido em negócios inovadores, e faltam projetos que atendam aos requisitos dos investidores e fundos de investimento. São diferentes modalidades de financiamento para os diversos momentos do empreendedor, do projeto ou do negócio.

Love money ou “pai-trocínio”

No momento T0, o da curiosidade, o investimento costuma vir do *love money* ou “pai-trocínio”, isto é, da família, dos amigos ou do próprio bolso do empreendedor. É dessa forma que 80% dos empreendedores começam um negócio.

Nesse estágio inicial, não se pedem garantias. O empreendedor não tem o compromisso de oferecer parte do negócio ao investidor.

Crowdfunding

As startups estão conectadas ao mundo colaborativo, onde a cocriação é valorizada, especialmente na fase inicial da empresa. Esse é um momento também para obter recursos por meio de financiamento coletivo, a vaquinha virtual ou *crowdfunding*.

Trata-se de um modelo de financiamento coletivo que divulga e oferece projetos em uma plataforma na internet. As empresas de *crowdfunding* foram criadas para isto mesmo: arrecadar dinheiro para um projeto. Os projetos de impacto social, ou seja, aqueles que vão impactar de maneira positiva uma comunidade, são os que mais conseguem bons resultados na captação de investimentos pelo *crowdfunding*.

Nessa modalidade, os interessados em apoiar o desenvolvimento de algum produto fazem doações de qualquer valor por meio de cartão de crédito, e a quantia e o prazo para a arrecadação é estipulada pelo empreendedor. A plataforma fica com uma porcentagem do valor arrecadado, e os colaboradores recebem prêmios simbólicos predefinidos pelo empreendedor que pediu o investimento.



Investidor-anjo

Esta é outra opção de investimento: investidores-anjos, que são pessoas físicas que investem em negócios de alto risco.

O bom investidor-anjo é aquele que não oferece apenas recursos financeiros, mas também *know-how* sobre o negócio, *networking* e conhecimento de gestão. Isso abre portas e faz a startup crescer mais rápido do que se recebesse somente dinheiro. Ele atua *com* o empreendedor e, muitas vezes, faz o papel do mentor no negócio.

O objetivo desse investidor é o mesmo dos demais: lucrar com o investimento feito. Por isso, o investidor-anjo costuma ter uma carteira com cerca de dez *startups*, para garantir que acerte em dois ou três projetos. Os negócios bem-sucedidos podem compensar os investimentos que não apresentarem resultado no prazo planejado.

Mas onde encontrar um investidor-anjo?

Empreendedores da vida real

Augusto Aiello é dono da Soul Urbanismo, uma empresa de locação de *parklets* (minipraças em vias públicas). Para ele, o empreendedor precisa manter contato com pessoas que tenham carreiras bem construídas, para compartilhar com elas o que acontece com seu negócio. Assim, naturalmente, essas pessoas vão se envolver com o novo negócio e, quando o empreendedor precisar de um investimento para crescer ou para desenvolver um produto novo, essas pessoas que já estarão acompanhando todo o processo poderão se tornar investidores-anjos. Foi isso o que aconteceu com a Soul Urbanismo, depois de quatro meses de atuação no mercado. Augusto mantinha relação de negócios com uma pessoa, e conversava com ela sobre a empresa e seus projetos desde a sua abertura. Então, quando precisou de capital, Augusto solicitou-o para essa pessoa. A princípio, ela emprestaria o valor a juros muito baixos, mas depois decidiu usar parte do empréstimo para virar sócio.

Se você se interessou por esse tipo de financiamento, mas não conhece ninguém que investe em *startups*, uma opção são as **plataformas de apresentação de projetos**, como a Anjos do Brasil (www.anjosdobrasil.net).

Você pode também treinar seu *pitch* e tentar criar **contatos em eventos** nos quais estejam presentes possíveis investidores.

Empreendedores da vida real

Rafael Belmonte e Daniel Arcoverde, da Netshow.me, contam como conseguiram seus investidores-anjos.

Existem pessoas bem-sucedidas, que podem arriscar parte de seu dinheiro investindo em *startups*; elas têm consciência de que se trata de um risco, pois podem perder tudo o que investiram, mas também

podem transformar R\$ 100 mil em alguns milhões. O primeiro investidor-anjo da Netshow.me foi Rodrigo Borges, fundador do Buscapé, que faz esse tipo de investimento profissionalmente. Daniel conta que, quando Borges colocou o primeiro recurso na Netshow.me, foi ótimo porque, até então, a plataforma só contava com os recursos dos próprios donos. Mas o melhor foi que aquele investidor-anjo não levou apenas dinheiro, mas também *networking* (rede de contatos) e *expertise* (experiência prévia) para ajudar a Netshow.me a crescer. Rafael e Daniel reconhecem que por causa desse primeiro investidor-anjo, que compartilhou sua rede de contatos, a Netshow.me conseguiu novos investidores-anjos e alcançou R\$ 1 milhão captados, pois logo depois aconteceu o investimento da Telefônica, por meio da Wayra.

Gustavo Araujo é investidor-anjo há mais de dois anos. Ele conta que, desde quando começou a investir em *startups*, muitos amigos, parceiros, sócios e pessoas próximas passaram a lhe pedir informação e conselhos. Quando essas pessoas próximas estavam avaliando uma *startup*, pediam a opinião dele, até que passaram a coinvestir em oportunidades. Gustavo percebeu que se o investimento é feito de maneira isolada, ou seja, se apenas fornece o recurso financeiro, sem nenhum tipo de acompanhamento, a atividade de investidor-anjo acaba sendo uma loteria, e diminui bastante a chance da *startup* que recebeu o investimento dar certo. Por isso, além de disponibilizar o dinheiro, ele também atua ativamente na gestão das *startups*, junto à área financeira, para manter os empreendedores mais realistas. Em 2,5 anos de atividade como investidor-anjo, Gustavo investiu em 12 empresas, e todas elas estão “vivas”. Essa taxa de 100% de “sobrevivência” no portfólio só é possível porque ele atua junto às empresas.

Aceleradora

As aceleradoras são empresas que selecionam e orientam *startups* antes de elas se apresentarem a investidores. São orientações sobre modelo de negócio, *valuation*, preparação do *pitch*, abertura da empresa, contrato social, parte jurídica e participação de sócios e de investidores no negócio.

Todas as aceleradoras têm um espaço de trabalho compartilhado, o *coworking*, onde trabalham várias *startups*. Esse ambiente é propício para aumentar a rede de contatos, fazer parcerias e trabalhar em equipe.

O trabalho das aceleradoras com uma *startup* costuma durar de 3 a 12 meses, e elas possuem uma participação de 8% a 15% do novo negócio. Em muitos casos, essas aceleradoras trabalham em segmentos específicos: empresas de TI com *startups* de TI, empresas *agro* com *startups* *agro*.

A maior das aceleradoras se especializa em um segmento ou outro, porém há aceleradoras mais abrangentes, que trabalham com muitos segmentos ao mesmo tempo.



Financiamento público não reembolsável

Outra opção é tentar submeter seu projeto à subvenção de editais públicos. Para essa modalidade de investimento, sobram recursos e faltam bons projetos. Parte desses editais é para financiamento público não reembolsável, o que quer dizer que o dinheiro recebido não precisa ser devolvido.

As fontes de recursos públicos não reembolsáveis oferecem apoio financeiro para projetos de inovação por meio de **editais de chamadas públicas**. Algumas dessas fontes são:

- Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (Pipe): é o programa de subvenção da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).
- Finaciadora de Estudos e Projetos (Finep): é uma empresa pública vinculada ao Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, que apoia segmentos especificados em cada edital, como comunicação, aeroespacial e agronegócio.
- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e Serviço Social da Indústria (Sesi): apoiam regularmente vários projetos inovadores, por meio de editais divulgados anualmente para financiar, inclusive, protótipos.



São muitas as opções de financiamento para negócios inovadores. Para saber qual delas é a melhor para a sua *startup*, você precisa conhecer bem cada uma delas. Que tal testar se você compreendeu a diferença entre as modalidades apresentadas neste capítulo? Faça isso na atividade a seguir.

Atividade 5.1

Qual modalidade de financiamento completa corretamente cada lacuna a seguir?

____ são pessoas físicas, geralmente executivos, ex-executivos ou famílias com grandes fortunas, que destinam até 10% do seu patrimônio para investimento em negócios de alto risco.

são uma força para os empreendedores chegarem mais preparados aos investidores. Elas orientam sobre o modelo de negócio, o valuation, a preparação do pitch, a abertura da empresa, o contrato social, a parte jurídica, além de ajudarem a definir a porcentagem de participação dos sócios e dos investidores.

RESPOSTA:

Investidores-anjo são pessoas físicas, geralmente executivos, ex-executivos ou famílias com grandes fortunas, que destinam até 10% do seu patrimônio para investimento em negócios de alto risco.

Aceleradoras são uma força para os empreendedores chegarem mais preparados aos investidores. Elas orientam sobre o modelo de negócio, o *valuation*, a preparação do *pitch*, a abertura da empresa, o contrato social, a parte jurídica, além de ajudarem a definir a porcentagem de participação dos sócios e dos investidores.

Modalidades de recursos financeiros – parte 2

O capítulo anterior mostrou modalidades de investimento, mas elas não são as únicas disponíveis para as *startups*! Este capítulo mostra mais opções, que são mais adequadas para projetos que já estão no estágio de operação.



Financiamento público reembolsável

Já foi mostrada aqui a modalidade de financiamento público não reembolsável, aquela em que não é preciso devolver o dinheiro recebido. Mas existem também os financiamentos públicos reembolsáveis para projetos inovadores, nos quais o empreendedor deve pagar o investimento, mas as taxas de juros são mais baixas que as praticadas pelo mercado com capital privado.

Esse tipo de negócio interessa ao governo porque investir na inovação impulsiona o crescimento do país, gera divisas e fortalece a economia. Todos os países que investem em inovação possuem empresas que geram resultados econômicos e sociais bons para toda a sociedade.

São muitas as opções de investimento público reembolsável, entre elas:

- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que tem várias linhas de financiamento (www.bnDES.gov.br).
- Programa Inovacred (www.finep.gov.br), que oferece apoio de forma descentralizada, por meio de agentes financeiros regionais que assumem o risco das operações.

Os financiamentos públicos reembolsáveis são oferecidos por meio de **editais** ou podem ser **solicitados pelos interessados** diretamente na agência de fomento à inovação.

Venture capital

Existe também a possibilidade de as *startups* acessarem linhas de crédito de instituições financeiras privadas. Uma delas é o *venture capital*, que em inglês quer dizer algo como “capital de risco”.

Os fundos de *venture capital* são formados por cotistas que se unem para criar um fundo, dividindo o risco entre esses participantes. A ideia é investir em empresas de base tecnológica, e, dependendo do fundo de *venture capital*, *startups* em diferentes estágios de desenvolvimento podem receber investimento.

Em sua maioria, os fundos de *venture capital* têm um prazo para investimento e desinvestimento. Ele aloca um recurso financeiro na *startup*, comprando uma posição acionária. A *startup* passa por um período de tração e, depois, há o período de desinvestimento, em que o fundo retira sua posição acionária. Todos os fundos de *venture capital* compram uma posição acionária na *startup*, mas a grande maioria compra posições minoritárias (até 49%).

Em geral, os fundos investem em uma área específica: TI, nanotecnologia, conteúdo digital, *games*, agronegócio, *fintechs* (tecnologias para o mercado financeiro) etc.

No caso das *fintechs*, por exemplo, muitos dos fundos de *venture capital* que investem nesse tipo de *startup* são fundos de bancos, que buscam desenvolver o mercado financeiro, trazendo as soluções tecnológicas criadas por *startups* para próximo desse mercado.

Portanto, um fundo de *venture capital* compra posições acionárias em *startups* que possam oferecer algum conhecimento agregado para as grandes empresas que o formam.



Equity crowdfunding

Essa é outra modalidade de financiamento privado, contudo é mais indicada para *startups* que estão no momento T3, de tração – aquele estágio em que o empreendedor busca formas de crescer mais rápido e, para isso, precisa de novos parceiros ou investidores.

Equity crowdfunding são plataformas de financiamento coletivo exclusivas para empresas. O empreendedor paga para apresentar sua *startup* na plataforma, com um custo que varia de acordo com o sucesso da captação. Pode ser cobrado um valor fixo durante a captação de investimentos ou um percentual do capital levantado. Os investidores que participam desse modelo de financiamento têm participação na empresa, e a porcentagem que recebem varia conforme o volume investido.

As informações que precisam ser disponibilizadas na plataforma são parecidas com as apresentadas em outros processos de captação de recursos: tamanho do mercado, inovação do produto ou serviço, barreiras de entrada para concorrentes e saúde financeira da *startup*.



Se você estiver interessado e quiser mais informações sobre essa modalidade de financiamento, acesse os sites dessas plataformas para conhecer os detalhes e as regras para participação em cada uma delas.

Atenção

Há várias maneiras de obter recursos financeiros, mas não pense nisso em primeiro lugar! Buscar investimento não é o primeiro passo para você iniciar a operação da sua *startup*.

Os passos para o sucesso

O caminho do sucesso para uma *startup* é acertar no modelo de negócio, ter uma equipe com várias competências, fazer o protótipo, a validação com o cliente, a pivotagem (se for necessário), e só então entrar em operação e começar a faturar.

Se o cliente aprovar seu produto ou serviço, ele será seu melhor investidor. Mas, se ainda assim você precisar, busque apoio de agências de fomento ou investimento diferentes do sistema financeiro tradicional.

Este capítulo apresentou mais opções de investimento para as *startups*. Para verificar se você já sabe qual é sua melhor opção, veja se compreendeu bem as modalidades mostradas fazendo a atividade a seguir.

Atividade 6.1

Os governos têm muito interesse na inovação, pois ela gera resultados econômicos e sociais para toda a sociedade. Por isso, eles estimulam e financiam *startups* já consolidadas como empresas, mas que precisam de capital para crescer.

Quais das alternativas a seguir são exemplos de financiamento público reembolsável?

- a)** Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (Pipe)
- b)** Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)
- c)** Financiadora de Estudos e Projetos (Finep)
- d)** Programa Inovacred (fomento à inovação)
- e)** *Venture capital*
- f)** *Equity crowdfunding*

RESPOSTA:

As alternativas corretas são **b** (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social/BNDES) e **d** (Programa Inovacred).

Todo empreendedor quer saber

Para finalizar, este capítulo traz algumas dúvidas comuns entre empreendedores que querem captar recursos financeiros para suas *startups*. É provável que algumas delas estejam em sua mente agora mesmo. Então, veja as respostas e se prepare para conquistar investidores e parceiros para o seu projeto!

As *startups* são mais lucrativas do que os negócios tradicionais?

Nem sempre uma *startup* é a opção mais lucrativa. Os dois modelos de negócio, *startup* e tradicional, podem ser lucrativos, dependendo do tamanho do mercado e de onde o empreendedor pretende chegar. Em mercados pequenos, por exemplo, um negócio tradicional pode ser mais interessante do que uma *startup*, pois ele consegue obter uma rentabilidade segura.

Quando o projeto deixa de ser uma *startup*?

Uma *startup* não precisa deixar de ser *startup* nunca! Mesmo que o projeto cresça, e a empresa seja formalizada e ganhe o mundo, o ideal é que o espírito e os conceitos de quando ela se iniciou como *startup* continuem acompanhando o negócio. O melhor é continuar inovando sempre, para crescer cada vez mais, ganhar mais e mais mercado, partir para *spin-offs* ou criar uma nova *startup*, um segundo negócio inovador.

Quanto vale uma ideia de negócio?

Alguns dizem que uma ideia não vale nada, mas não é bem assim. A ideia tem um valor, porque faz parte do negócio. Para que esse valor seja reconhecido, e a ideia se torne lucrativa, ela precisa ser bem executada. Por isso, o empreendedor é tão valorizado quando o investidor avalia a possibilidade de investimento em uma *startup*. É você que precisa saber quanto vale a sua ideia.

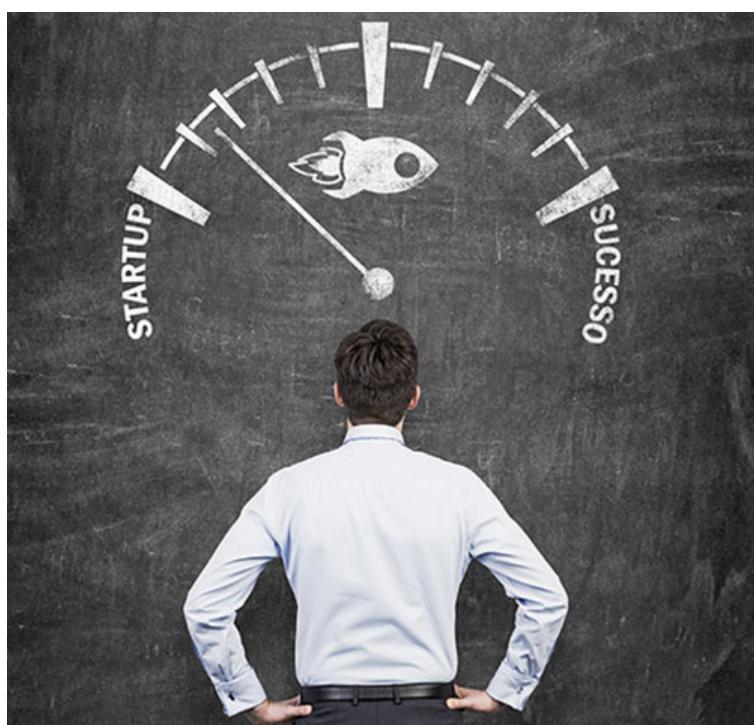
O empreendedor corre algum risco se apresentar sua ideia em público antes de registrar a patente ou a propriedade intelectual?

O risco maior é não despertar nenhum interesse nos avaliadores. Dificilmente alguém que participa de eventos com *startups* sairá correndo para executar sua ideia. Muitos empreendedores se mostram preocupados em apresentar sua ideia em público, com medo de serem roubados. Quando se trata de segredos industriais com fórmulas específicas, existem certas informações que não precisam ser detalhadas em uma apresentação em público. Mas, se o empreendedor não fizer várias apresentações, ele não vai conseguir atrair interessados

em investir na sua ideia ou *startup* quando estiver em fase inicial ou em operação. Ideias surgem aos montes; o difícil é executá-las! E é a execução que interessa ao investidor.

Um empreendedor deve apresentar seu projeto para um investidor que pertence ao seu segmento de negócio ou pode apresentar para qualquer investidor?

Toda ajuda é bem-vinda quando se procura investimento. Às vezes, um avaliador que pertence a outro segmento pode dar uma dica que leve o empreendedor ao investidor certo. É claro que, se o avaliador já atua no segmento da *startup*, isso pode ser mais produtivo, mas não é regra.



Este *e-book* mostrou que uma *startup* pode ser um excelente negócio, se você souber fazer as coisas certas nos momentos certos. Trabalhe e aprimore sua ideia e seu projeto, analise as opções para captação de recursos e escolha a que for mais adequada para o seu caso. Assim, você terá sucesso quando buscar os recursos necessários para deslanchar sua *startup*!

Dica

Acesse o Portal de EAD do Sebrae e veja outras soluções educacionais que podem impulsionar o desenvolvimento de sua *startup*!

2016© Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo – SEBRAE-SP

Conselho Deliberativo**Presidente**

Paulo Skaf (FIESP)

ACSP – Associação Comercial de São Paulo

ANPEI – Associação Nacional de Pesquisa, Desenvolvimento e Engenharia das Empresas Inovadoras

BB – Superintendência Estadual do Banco do Brasil

CEF – Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal

DESENVOLVE-SP – Agência de Desenvolvimento Paulista

FAESP – Federação da Agricultura do Estado de São Paulo

FECOMERCIO – Federação do Comércio do Estado de São Paulo

FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

IPT – Instituto de Pesquisas Tecnológicas

ParqTec – Fundação Parque Alto

Tecnologia de São Carlos

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SDECTI – Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado de São Paulo

SINDIBANCOS – Sindicato dos Bancos do Estado de São Paulo

Diretor – Superintendente

Bruno Caetano

Diretor Técnico

Ivan Hussni

Diretor Administrativo e Financeiro

Pedro Rubez Jehá

Unidade Atendimento Remoto**Gerente:**

Ivan Teodoro

Equipe Técnica

Carlos Henrique Camacho Maia
Claudia Aparecida Gonçalves Brum
Karoline Martins Amaral

Unidade Cultura Empreendedora**Gerente:**

Juliana Gazzotti Schneider

Equipe Técnica

Fabiana Vicente de Carvalho
José Carlos Aronchi
Mirza Rosas Augusto Laranja

Unidade Acesso a Mercados e Serviços Financeiros**Gerente:**

Antonio Sebastião Teixeira Mendonça

Equipe técnica

Douglas Eduardo Almeida

Produção Técnica e Operacional – Fundação Carlos Alberto Vanzolini**Presidente da Diretoria Executiva**

João Amato Neto

Diretor Administrativo e Financeiro

Luís Fernando Pinto de Abreu

Diretor de Operações

Roberto Marx

Diretor da Área de Gestão de**Tecnologias em Educação**

Guilherme Ary Plonski

Coordenadoras Executivas

Angela Sprenger e Beatriz Scavazza

Gerente da Unidade de Gestão de**Projetos**

Luis Marcio Barbosa

Gestoras do Projeto

Sônia Akimoto e Denise Blanes

Assistentes de Gestão

Valéria Aranha e Vanessa Leite Rios

Designer Instrucional Master

Heloisa Collins

Designer Instrucional

David Melo da Luz, Natália de Mesquita

Matheus, Tauana Grasso Chixaro, Thais Cattucci Dantas

Consultora Pedagógica

Mainã Greeb Vicente

Revisão de Texto

Priscila Risso e Tatiana F. Souza

Iconografia

Priscila Garofalo e Rita de Lucca

Diretor de Arte

Michelangelo Russo

Designer Gráfico

Eduardo de Camargo Neto

Consultora de Acessibilidade

Karina Zonzini

Consultor de Tecnologia

Wilder Oliveira

Web Designer

Bruno Gomes de Souza e Fernando

Oliveira Martins

Consultora de Comunicação

Sonia Scapucin

Editoras e Roteiristas

Elisabete Portugal

Patricia Roman

Repórter

Viviane Thomaz

Narradora

Michele Dufour

Cinegrafista

Fernando Watanabe

Áudio e Luz

Glauco Genovesi

Editores

Caio Lemos

Beto Brinco

Editor finalizador

Leo Halsman

Diretora de Vídeo

Ane do Valle

Diagramação

Jairo Souza Design Gráfico

Imagens

Cedidas pelo Sebrae-SP, pela GTE/FCAV ou usadas sob licença da Shutterstock.com.