



PASSO A PASSO: CONFIRA O GUIA
COMPLETO PARA INICIAR UMA STARTUP

SEBRAE

Introdução.....	3
A startup no Brasil.....	4
A validade de abrir uma startup.....	5
O passo a passo para iniciar a sua startup.....	7
A análise dos resultados da startup.....	14
Conclusão	16
Sobre o SEBRAE PE.....	18

Introdução

Iniciar uma startup é um excelente caminho para quem quer oferecer soluções fora do lugar-comum e construir algo novo, **além de escalável**. Todavia, existem muitos desafios, o que torna a jornada difícil – por isso, é necessário ter mais clareza do passo a passo.

Imagine-o composto dos principais **tópicos a serem pensados e trabalhados antes de iniciar o seu negócio**. Eles vão ajudá-lo de três principais maneiras: i) aumentando as suas chances de acerto; ii) reduzindo o grau de imprevisibilidade; iii) agregando as pessoas certas. Desse modo, além de mais segura, **a sua jornada nos negócios será mais acertada**.

Neste e-book, apresentaremos o cenário brasileiro e os passos para iniciar uma startup e ainda apontaremos os indicadores que devem ser monitorados. Portanto, continue a sua leitura!



A startup no Brasil

O Brasil apresenta muitos desafios aos empreendedores, e vários deles são conhecidos há anos. Segundo o relatório [Doing Business](#), criado pelo Banco Mundial, empreendedores brasileiros lidam com altas cargas tributárias, burocracia e pouco acesso a empréstimos.

Entretanto, ao olhar mais de perto, especificamente para startups, as coisas nunca foram tão boas. Apenas no primeiro trimestre de 2021, **as startups brasileiras atraíram um valor recorde em investimento: R\$ 11 bilhões**, um acréscimo de 266% em relação ao mesmo período do ano anterior. Seguindo o mesmo ritmo, 2021 pode encerrar com mais de R\$ 28 bilhões em investimentos, número que impulsiona o empreendedorismo com startups.

De acordo com o [StartupBase](#), **o Brasil conta com mais de 13.500 empreendimentos**. São empresas inovadoras, com modelos de negócios fora do lugar-comum e que solucionam “dores” reais dos clientes. Tais startups estão distribuídas entre os vários estados brasileiros, mas São Paulo lidera o ranking (3.969 startups), sendo seguido por Minas Gerais e Rio Grande do Sul.

As várias transformações vividas hoje, muitas em reflexo da pandemia ligada à COVID-19, também estão criando **um ambiente convidativo às startups**. Alguns conceitos, como trabalho remoto, educação continuada (*lifelong learner*) e tudo como serviço (everything as a service), entre outros listados pela [Exame](#), exigem soluções dotadas de criatividade e tecnologia.



A validade de abrir uma startup

Ao falar em startups, algumas dúvidas comuns são: vale a pena investir no assunto? Será que iniciar uma startup é realmente a melhor alternativa? Não é preferível empreender em um modelo de negócio tradicional? **São dúvidas legítimas e que merecem atenção.**

Olhando apenas para o ambiente externo, não é muito difícil chegar à seguinte conclusão: **sim, vale a pena abrir uma startup.** Existem milhares de coisas que precisam de soluções mais criativas, além de investidores dispostos a aplicar o seu dinheiro em boas ideias.

Há muitos outros estímulos ao início de uma startup, por exemplo:

1. emersão da indústria 4.0 (gradativa transformação digital);
2. mais recursos financeiros (dívida ou equity) para ideias fora do lugar-comum;
3. existência de mercados ou nichos ainda pouco (ou nada) explorados;
4. mudanças de paradigmas na forma como as pessoas consomem coisas;
5. fronteiras digitais e científicas sendo superadas a todo momento.

A realidade é que o mundo atual está mudando a passos largos, o que cria um ambiente hostil às companhias grandes e burocráticas, **mas um solo fértil aos negócios pequenos e inovadores**. Por isso, talvez este seja o melhor momento para abrir a sua startup.

Entretanto, também é necessário considerar aspectos pessoais; ou seja, seu perfil como empreendedor.

Qual grau de risco está disposto a assumir? Quer gastar horas testando e corrigindo um modelo de negócio? Realmente gosta de trabalhar para criar coisas novas?

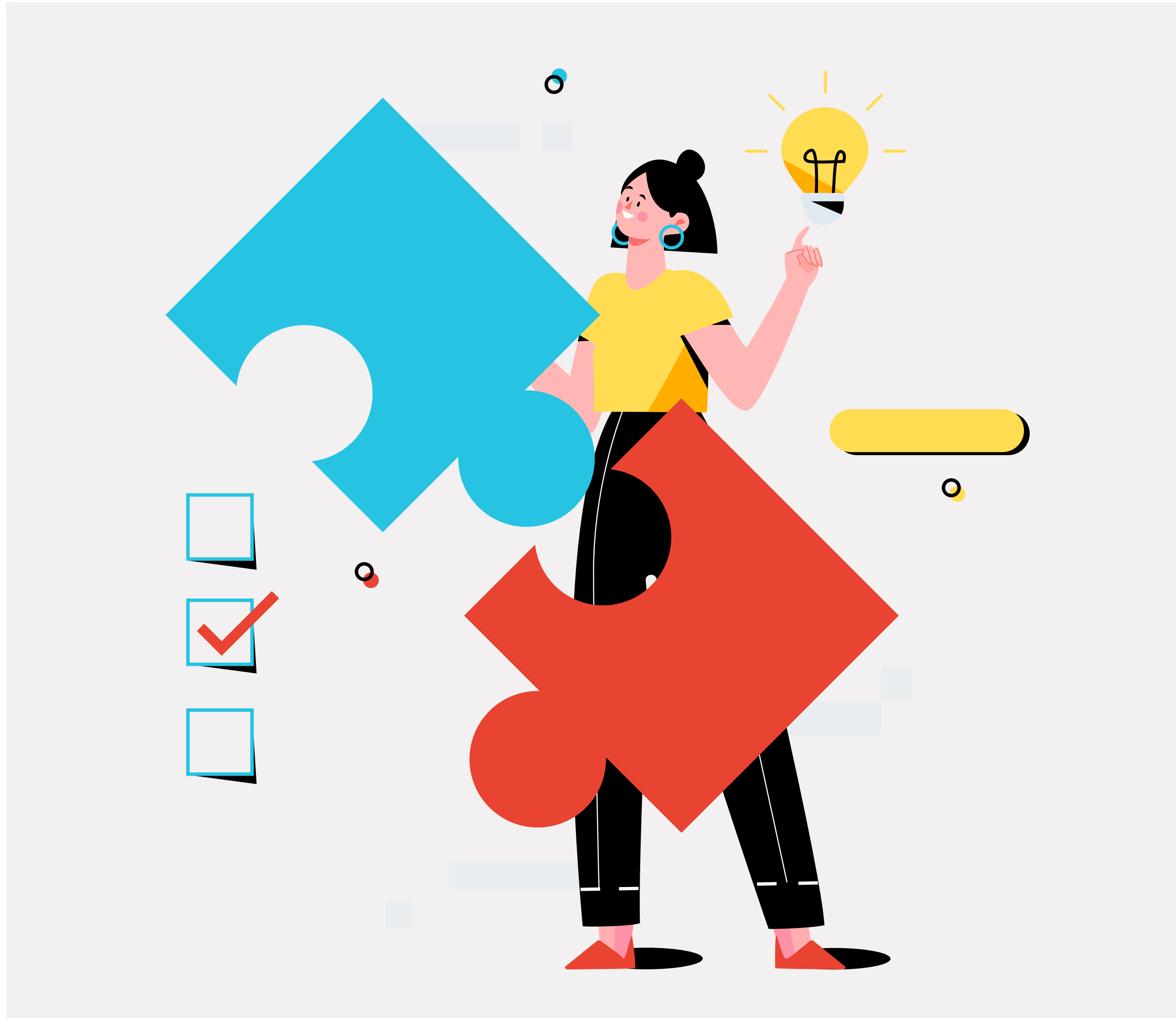
Se você não tem um perfil compatível com a realidade das startups, talvez seja melhor empreender em um modelo de negócio tradicional – e tudo OK, também existem grandes oportunidades de ganho. É importante trabalhar em algo que combine com o seu perfil.

O passo a passo para iniciar a sua startup

O passo a passo para criar uma startup não é uma receita de bolo. Ao segui-lo, sim, haverá uma visão mais completa do assunto e mais chances de acerto, mas não é algo que garante o seu sucesso ou a criação de um negócio disruptivo – **ninguém tem a receita completa.**

Para iniciar a sua startup, é preciso considerar o mercado no qual se está inserido, o problema que se quer solucionar, a taxa mínima de atratividade aos investidores e a estrutura de capital ideal ao empreendimento, entre outras coisas. Assim, além de mais previsibilidade, você terá mais domínio da situação e **conseguirá extrair melhores resultados dos seus recursos.**





ENCONTRE UM PROBLEMA PARA SOLUCIONAR

Na jornada, o primeiro passo é encontrar um verdadeiro problema. Algo que ainda não foi solucionado ou que você possa solucionar com dez vezes mais eficiência do que hoje é feito. Lembre-se: **startups surgem de problemas que precisam ser bem solucionados.**

A questão é: como encontrar um problema?
Essa pergunta é mais difícil do que parece.
Se você olhar para fora, verá milhares de questões que precisam de ajustes ou correções, mas muitos não chamam sua atenção e nem são compatíveis com as suas habilidades.

Nesse aspecto, um problema é aquele que demanda soluções melhores, que chama sua atenção e que você conta com noções mínimas de como lidar com ele. **Ao encontrar essa intersecção**, haverá mais chances de você dar o primeiro passo e criar sua startup do zero.

ENTENDA A ATUAL ESTRUTURA DE MERCADO

Michael Porter, estrategista de Harvard, disse que “a essência da formulação estratégica é relacionar a empresa com seu mercado”. Isso também vale ao construir uma boa startup. É preciso olhar para o mercado, entender o que hoje está sendo feito, como e por quem.

Ao construir uma startup, você não deve apenas replicar soluções, nem mesmo apostar em um modelo de negócio usual. É preciso ir mais fundo, entender o que o mercado não está fazendo e explorar exatamente isso. Para tal fim, **você precisará ter melhores noções das forças competitivas** e de como lidar com elas para solucionar o problema eleito.

DESCUBRA COMO INOVAR E MIGRAR PARA UM OCEANO AZUL

A Uber não se tornou um unicórnio ao gerar mais um modal de transporte, mas ao solucionar um problema de mobilidade de forma inovadora e **encontrar um novo tipo de mercado** (oceano azul). Então, seja inusitado e migre para um oceano azul.

Curiosamente, existem várias ferramentas e leituras que podem ajudar com esse tipo de inovação.

O livro [“A transição para o oceano azul”](#), escrito pelos professores W. Chan Kim e Renée Mauborgne, da escola INSEAD, na França, pode expandir seus horizontes.

Para inovar e encontrar um oceano azul, uma ótima ferramenta é a [grade ERRC](#), que ajuda você a identificar coisas que precisam ser **eliminadas e reduzidas**, como também **umentadas e criadas**, tendo por objetivo desenvolver novas soluções e descobrir mercados.

CONSTRUA SEU MODELO DE NEGÓCIO

Ao seguir os passos anteriores, você terá clareza do problema e da solução, respectivamente. Então, é hora de ir em diante e entender mais do seu modelo de negócio, que, basicamente, é a forma como a sua startup será estruturada para **criar, entregar e extrair** valor do mercado.

O mais comum é pensar no modelo de negócio utilizando o Business Model Canvas (BMC), ferramenta criada pelo suíço Alexander Osterwalder. O BMC relaciona a sua solução (proposta de valor) a outros itens estratégicos, como seus clientes, canais de distribuição, parceiros estratégicos e investimentos-chave, garantindo uma visão geral da empreitada.





VALIDE SUA IDEIA

Existem ferramentas para avaliar se sua startup é viável ou não, como cálculos usados em projeção de fluxo de caixa (o Valor Presente Líquido - VPL é o mais conhecido). Entretanto, validar o negócio é ir um pouco além e testá-lo na prática, utilizando o MVP.

O termo MVP é um acrônimo de *minimum viable product* (produto mínimo viável, em tradução), termo desenvolvido pelo norte-americano Eric Ries no livro “A startup enxuta”. É uma espécie de protótipo, mas com utilidades reais e que até pode ser comercializado.

Na prática, o MVP validará a sua startup. Além disso, dará início a um ciclo de melhoria contínua do empreendimento (chamado de ciclo construir-medir-aprender), de modo que construa e aplique suas soluções, mensure seus resultados e aprenda com os dados coletados.

CONSTRUA UM TIME BRILHANTE

A construção do time é algo que vai impactar toda a sua jornada empreendedora, mesmo quando a startup for apenas uma ideia, mas, por questões didáticas, incluímos como um sexto passo. Neste momento, sua missão é reunir as pessoas certas para solucionar o problema.

Para contratar gente talentosa, pense em três coisas: integridade, inteligência e energia. É importante que sua equipe conte com esses atributos, além de alinhamento com os valores da startup. Não tenha receio de gastar muito tempo em um processo de aquisição de talentos.



FAÇA UMA ÓTIMA GESTÃO DOS CLIENTES

Na ausência de clientes, a startup simplesmente perde o sentido. Exatamente por isso, quase todas as startups dedicam a maior parte do seu tempo (e orçamento) à aquisição e à retenção de clientes, gerando relações longevas e **resultados do tipo ganha-ganha**.

Portanto, para iniciar sua startup, pense em boas práticas de gestão dos clientes. Seu foco deve estar em três principais momentos: aquisição, ativação e retenção. Então, você precisa encontrar os primeiros clientes, ativá-los como pagantes e, depois, retê-los por longo prazo.

Muitos dos atuais modelos de gestão e crescimento de startups, como o *growth hacking*, baseiam-se em ciclos de teste e melhoria com ênfase em **aquisição, ativação e retenção** de clientes. Assim, torna-se mais fácil construir uma base realmente robusta de clientes.

ENCONTRE O FAMOSO SMART MONEY

Encontrar um investidor é um importante passo na criação da startup, mas optamos por colocá-lo como oitavo e último. A razão é simples: à medida que seu negócio está bem estruturado e gerando receita, fica mais fácil **atrair os investidores certos**.

A atração de investidores é importante por dois motivos: primeiro, permite a captação de recursos financeiros para **aplicações estratégicas**, como em marketing e novas tecnologias. Além disso, agrega ao negócio uma visão mais experiente e profunda do mercado.

Para tanto, não basta dinheiro, **é preciso de smart money**. O termo é usado para o capital que é acrescido de orientação (isto é, inteligência). Nesse caso, além de recursos financeiros, o investidor pode ajudar a startup a estabelecer e/ou melhorar as suas estratégias.

A análise dos resultados da startup

Após criar uma startup, é preciso monitorar seus resultados, avaliar o que vai bem (e deve ser padronizado) e o que não vai bem (e deve ser corrigido). Sem isso, erros grosseiros podem ser perpetuados, o que coloca em risco a **competitividade e a sobrevivência do negócio**.



Para uma boa análise dos resultados, é preciso adotar indicadores de desempenho. Existem vários, todavia, os melhores variam de acordo com **tamanho, idade, segmento e estratégia** do negócio. Adiante, pontuamos alguns dos principais para startups recém-criadas:

1. **custo de aquisição de clientes (CAC):** o quanto é gasto para adquirir clientes;
2. **net promoter score (NPS):** nível de fidelidade dos clientes à startup e à solução;
3. **ticket médio:** valor médio das vendas realizada em determinado período;
4. **crescimento ano a ano (YoY):** mede o crescimento anual com base no faturamento;
5. **churn rate:** evasão de clientes e cancelamento de assinaturas com a startup;
6. **customer lifetime value (CLV):** mensura o valor da vida útil do cliente na startup;
7. **turnover:** mensura a rotatividade (evasão) da equipe de trabalho;
8. **market share:** nível de participação de mercado (em %) do empreendimento;
9. **taxas de conversão:** métricas de conversão de visitantes (leads) em clientes.

Na prática, selecione um **conjunto de sete ou oito indicadores** que sejam realmente importantes para a sua startup – preferencialmente, ligados à aquisição, ativação e retenção de clientes, os pilares do crescimento. Depois, trabalhe duro (com a equipe) para melhorá-los.

Conclusão

Como você pôde notar, criar uma startup demanda **dedicação, inteligência e criatividade**. No mercado brasileiro, existem grandes oportunidades, como transições digitais (indústria 4.0) e investidores ávidos para aplicar recursos (financeiros e intelectuais) em boas iniciativas.

Entretanto, é preciso conhecer os melhores passos e dar cada um deles. Tudo começa ao **identificar um problema ainda não solucionado** ou que demanda soluções melhores. Na realidade, a missão da startup é solucionar uma “dor” de maneira inovadora e rentável.

Todavia, o trabalho não para aí. É preciso pensar no modelo de negócio, fazer a aquisição dos profissionais certos, conectar-se aos clientes e conseguir o *smart money*, o capital ideal às aplicações estratégicas. Desse modo, pouco a pouco, você conseguirá arquitetar sua startup.



Na criação, também é importante mensurar os resultados e aprender. Para tal fim, o ideal é definir um conjunto de indicadores-chave e **monitorá-los com frequência**. É interessante que tais indicadores reflitam a capacidade de adquirir, ativar e reter clientes.

Ao longo de toda a jornada de criação da startup, **é importante contar com um parceiro como o SEBRAE**. Desse modo, você terá mais chances de aprender, aproveitar as oportunidades e antecipar ameaças, aumentando as chances de acerto e de sucesso na sua jornada.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de **fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios**, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.