



PARCERIA COM STARTUPS:
O QUE VOCÊ PRECISA SABER?



Introdução.....	3
Como funcionam as parcerias com startups?	4
Quais são os principais modelos de parceria com startups?	7
Quais são os benefícios obtidos nas parcerias com startups?.....	11
Conclusão	15
Sobre o SEBRAE	16

Introdução

A construção de uma parceria com startups é uma oportunidade capaz de gerar **resultados do tipo ganha-ganha**. Logo, é algo que beneficia tanto as empresas estabelecidas quanto as próprias startups recém-criadas. Contudo, é necessário conhecer as melhores práticas relacionadas ao processo.

Existem muitos modelos de parceria. O revenue share, por exemplo, permite que a startup distribua o seu produto por meio da cadeia de suprimentos da corporação já consolidada, o que gera **economia em escala** e facilita a ampliação da **participação de mercado**.

Todavia, é preciso ter **cuidados específicos**, como: avaliar a sinergia entre os negócios e verificar os ganhos conjuntos e os objetivos que podem (e devem) ser alcançados no médio ou no longo prazo. Quanto maior o alinhamento dos negócios, melhor será.

Pensando na relevância do tema, criamos um e-book completo. Neste material, explicamos o que você precisa dominar sobre a parceria com startups. **Continue a sua leitura!**



Como funcionam as parcerias com startups?

Há muitos tipos de parcerias entre empresas. Em muitos casos, até competidores diretos podem estabelecer acordos tendo por objetivo **explorar certa oportunidade** de mercado e melhorar os seus **resultados econômico-financeiros**.

A parceria com startups, especificamente, conta com pontos que devem ser **identificados, pensados e combinados** antes de se fechar qualquer tipo de contrato. Desse modo, além de prevenir problemas, torna-se mais fácil explorar a medida para resultados conjuntos.

Por exemplo, é importante lembrar que **startups e empresas estabelecidas** contam com muitas diferenças, como a cultura organizacional, o nível de maturidade gerencial e o grau de propensão ao risco. Se isso for desconsiderado, a parceria pode falhar.



Em vista disso, para que essa ação funcione bem, **é necessário ter cuidado com alguns aspectos**, por exemplo, analisando a sinergia entre os negócios, deixando claro o objetivo da parceria, explorando o melhor modelo e embasando tudo em contratos.

SINERGIA

Um primeiro ponto a ser considerado é o **grau de sinergia entre os negócios**. Pense nela como o alinhamento – em termos de ideias, valores e crenças – que facilita a cooperação e, por conseguinte, o alcance de resultados fora da curva.

Quando existe sinergia, o trabalho conjunto tende a ser mais expressivo que a soma dos trabalhos individuais. Por outro lado, se falta sinergia, a parceria pode simplesmente nunca funcionar. Frequentemente, ela é avaliada com uma boa conversa.

PERSPECTIVA FUTURA

Apesar de as parcerias serem construídas no presente, o seu foco é o futuro. No final das contas, ao assumir acordos, **todos desejam resultados melhores**. A questão é: quais resultados são esses? Será que a parceria pode efetivamente concretizá-los?

É preciso ter clareza sobre o que cada parte envolvida quer e avaliar se o acordo pode promover isso. A ideia é alcançar **um resultado do tipo ganha-ganha**, no qual ambas as partes são beneficiadas. Do contrário, a ação pode se revelar frustrante.





MODELO DE PARCERIA

Em essência, você pode entender a parceria **como um trabalho conjunto**. No entanto, essa união pode ocorrer de muitas formas e levar a modelos diferentes de contratos, de modo que cada um contará com pontos fortes e fracos que podem ser explorados.

O desenvolvimento de um **produto tecnológico do zero**, por exemplo, pode exigir a cooperação entre a empresa estabelecida e a startup, de modo que ambas explorem as suas próprias forças. No tópico seguinte, os principais modelos de parceria serão apresentados.

EMBASAMENTO LEGAL

É importante que as parcerias sejam **concretizadas com contratos legais**. Tais documentos devem esclarecer os direitos e os deveres de cada parte envolvida, assim como definir o prazo da parceria e os critérios para a cessação (término) contratual.

Bons contratos agregam mais simetria informacional, aumentam o grau de transparência, entregam mais previsibilidade e preservam a saúde dos negócios. Logo, o embasamento legal é essencial às boas parcerias.



Quais são os principais modelos de parceria com startups?

Ao pensarmos em startups e corporações consolidadas, é comum imaginar processos de fusão e de aquisição (M&A), investimentos ou a contratação de soluções tecnológicas. Entretanto, algo que tem crescido e se destacado é o fechamento de parcerias.

Existem vários modelos de parceria, como o desenvolvimento de um novo produto ou a exploração de uma cadeia de logística. O ponto é que cada um desses exige diferentes graus de participação, tanto da startup quanto da companhia.

Ao conhecê-los, você saberá qual **atende melhor ao seu negócio** e gera os resultados que são buscados atualmente. Além disso, você terá mais chances de fechar parcerias com um **alto grau de sinergia e de alinhamento**. Veja, agora, os modelos de parceria.

COCRIAÇÃO DE SOLUÇÕES

Nesse primeiro caso, startup e empresa tradicional fecham uma parceria para a criação de uma nova solução, algo que vai ser elaborado **por meio de um trabalho conjunto**. É, portanto, um processo de cocriação que exige o know-how dos empreendimentos envolvidos.

A solução criada pode ser comercializada por uma única ou pelas duas empresas, conforme o contrato previamente deliberado. É possível, também, que seja criado um terceiro negócio **focado na produção, na venda e na distribuição do produto** desenvolvido em cocriação.

Há muitos casos que podem ser estudados. Embraer e Uber, por exemplo, têm uma parceria para a [criação do eVTOL](#), **um carro voador elétrico**. Recentemente, a Ambev iniciou o seu programa de [cocriação com startups](#), objetivando desenvolver soluções de ponta.

CO-BRANDING

Outro modelo de parceria é o co-branding, o que pode ser **traduzido como colaboração de marca**. Consiste no lançamento de uma solução com assinatura dos negócios parceiros, isto é, tanto da startup quanto da corporação estabelecida. É uma forte ofensiva de marketing.

Novamente, a **venda e a distribuição da solução** dependem do contrato previamente definido, sendo que podem ser feitas pelos dois negócios ou por um único. Suas principais vantagens são o reforço da oferta, a conjunção de sinergia e o apelo a um maior público consumidor.

Um caso de sucesso é o co-branding entre Starbucks e a startup Spotify para construir um “[ecossistema musical](#)” que gerou mais de 25 bilhões de horas de audição. Aqui no Brasil, um exemplo é a [assinatura conjunta](#) de barras de cereais entre a Danone e a startup Pic-Me.

WHITE LABEL

O termo white label pode ser traduzido como “etiqueta branca”, pois **implica uma troca de marca**. Nesse caso, soluções de uma startup são vendidas e distribuídas com a marca da empresa estabelecida. Também pode ocorrer o contrário, ou seja, produtos de uma empresa já estabelecida podem ser vendidos e distribuídos com a marca da startup.

Com o white label, a parceria está na divisão do trabalho. A corporação já consolidada costuma ficar responsável por **vender e distribuir o produto** com a sua marca enquanto a startup dedica-se à **produção da solução**. Assim, ambas podem obter ganhos e faturar mais.



REDE DE DISTRIBUIÇÃO

Outro modelo de parceria com startup está na utilização da rede de distribuição, o que também é chamado de revenue share. Nesse caso, ela pode **contar com a capilaridade dos meios de distribuição** da companhia estabelecida para entregar até os clientes finais.

Há, então, o aproveitamento das operações logísticas e dos meios de distribuição. Para a startup, existem benefícios em termos de **cobertura territorial, entrega e economia** em escala. Para a corporação, há ganhos em inovação, receita e participação.

Um exemplo é a parceria entre a fabricante M. Dias Branco e a startup de comidas saudáveis Mandala, que aproveita os [canais de varejo](#) já consolidados para que as suas comidas saudáveis **cheguem até mais clientes**. Há, ainda, o caso do conglomerado Rondon e da startup TruckHelp, que ampliou o seu [suporte mecânico](#) aos caminhoneiros.

HUBS TECNOLÓGICOS

Os hubs de tecnologia também podem ser vistos como bons exemplos de parceria. Nesse caso, **empresas estabelecidas fornecem recursos e/ou locais de desenvolvimento** para startups, objetivando fomentar a inovação e a criação de novas soluções.

Você pode pensar nos hubs (ou centros) de tecnologia como um espaço para a colaboração entre instituições de ciência, empresas estabelecidas e **empreendedores**. Assim, fica mais fácil construir bons relacionamentos, pensar conjuntamente e ir mais longe.

A [Natura](#), por exemplo, conta com um campus que estimula o desenvolvimento de novos **conhecimentos, ideias e produtos**. O Itaú, por sua vez, conta com o [CUBO](#), um ambiente para abrigar startups promissoras. O [SEBRAE](#), em sequência, fornece um hub que liga startups a toda a sua base de pequenas empresas, **estimulando a criação de conexões**.



Quais são os benefícios obtidos nas parcerias com startups?

Startups são reconhecidas pela **agilidade, pela inovação e pela disrupção**. Empresas estabelecidas, pela **maturidade gerencial, pela solidez e pela perenidade** do fluxo de caixa. As parcerias baseiam-se em um processo de cooperação, unindo o melhor desses dois tipos de negócios.

Exatamente por isso, não é exagero dizer que boas parcerias podem levar a uma enorme quantidade de benefícios. Além de promover melhores resultados aos negócios envolvidos, elas melhoram a **oferta de soluções aos clientes** e otimizam o **ecossistema empreendedor**.

Uma das primeiras vantagens é o aumento da competitividade, visto que negócios que fecham bons acordos podem estar um passo **à frente da sua concorrência**. Nos próximos tópicos, pontuaremos e explicaremos outros seis benefícios. Continue a leitura!



INOVAÇÃO CONJUNTA

Um benefício inicial é o aumento da inovação. **Inovar vai muito além de ter boas ideias**, pois depende de aplicação prática. Então, por mais brilhante que seja uma ideia, se ela não for executada ao longo do trabalho, a inovação simplesmente não aconteceu.

Felizmente, boas parcerias **melhoram a criatividade** (capacidade de ter ideias) e geram **capacidade de execução**, elementos cruciais para que novas soluções ganhem vida. Assim, torna-se possível desafiar o status quo das coisas e promover mudanças no mercado.

FORTALECIMENTO DA MARCA

No mundo dos negócios, a marca representa muita coisa. Em resumo, é a identidade do negócio. É a forma como a empresa é reconhecida pelos clientes e por outras partes interessadas (stakeholders). Portanto, se a marca é fortalecida, toda a companhia ganha.

As parcerias com startups ajudam a reforçar muitos traços de uma marca, como a ousadia, a criatividade, a modernidade e a busca pela melhoria contínua. Logo, **possibilitam a criação de uma identidade** mais dinâmica e atraente aos consumidores finais.



EXPANSÃO DO MERCADO CONSUMIDOR

Como visto, os vários modelos de parceria podem dar lugar ao desenvolvimento de novos bens ou serviços, assim como à criação de boas tecnologias. Isso implica, portanto, mais produtos que podem ser vendidos e mais clientes que podem ser atendidos.



Em outros termos, **os negócios podem expandir os seus horizontes** comerciais e explorar novos mercados – ou aproveitar mais profundamente o mercado em que já atuam. De todo modo, isso possibilita a ampliação da carteira de cliente e do mix de produtos.

PIONEIRISMO

Existem muitos tipos de vantagem competitiva. Uma das mais importantes é a chamada vantagem do pioneirismo. Essa é uma referência às **empresas que descobrem novos mercados** e/ou conseguem explorá-lo primeiro, despontando entre os seus concorrentes.

Novamente, as boas parcerias ajudam muito. Elas permitem que corporações descubram e explorem novos mercados, obtendo uma **vantagem ao se posicionarem primeiro na mente e no coração** dos clientes. Assim, torna-se mais fácil perpetuar ganhos e resultados.

ATRAÇÃO DE NOVOS TALENTOS

Atualmente, empresas investem em uma série de **táticas para atrair e reter profissionais** talentosos. Elas fazem isso porque sabem que o seu sucesso é reflexo da inteligência e da disposição dos colaboradores que fazem parte do quadro de trabalho e que atuam no dia a dia.



O fechamento de parcerias com startups pode aumentar o fluxo de talentos pela companhia, além de estimular a manutenção dos profissionais mais criativos. Isso também pode reforçar a **construção da marca empregadora**, que consiste na identidade profissional do negócio.

Conclusão

Agora, você está por dentro do tema e conhece os diferentes tipos de parceria com startups. Tenha em mente que o objetivo da cooperação é **promover resultados do tipo ganha-ganha**, que beneficiem tanto empresas estabelecidas quanto startups.

Para tanto, um primeiro passo é **descobrir como funcionam as parcerias**. Elas exigem sinergia entre os negócios e clareza quanto ao futuro compartilhado, também demandando uma base legal que explique os direitos e deveres de cada parte envolvida no trabalho.

Além disso, é preciso **conhecer os diferentes modelos de parceria com startups**. Algumas buscam o desenvolvimento de soluções do zero e outras estimulam a assinatura conjunta dos produtos. **Não há modelos certos ou errados**, somente aqueles que atendem melhor ou pior aos interesses que estão em “jogo”. Então, pense cuidadosamente.



Por fim, lembre-se de **explorar os benefícios decorrentes da cooperação**. Existem vários, por exemplo, o aumento da inovação, o fortalecimento da marca e a expansão do mercado consumidor. Em última análise, tais vantagens constroem um negócio mais competitivo.





O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco é uma entidade privada sem fins lucrativos, agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae em Pernambuco atua em todo o território estadual. Além da sede no Recife, a instituição conta com mais 5 unidades espalhadas pelo Estado.

Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua em: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.