



A era da startupização: mitos e verdades

Publicado em 15 de março de 2017 | Destacado em: [Inovação e Empreendedorismo](#), [Notícias e Opinião](#)



Andre Gregori | [Seguir](#)
CEO & CET at Thinkseg



697



37



134

Já faz algum tempo que tenho percebido um fenômeno no Brasil que eu chamaria de "startupização" ou até de "appficação" da vida. Não quero parecer não gostar de tudo isso, pelo contrário. Eu acho muito bacana ver que a tecnologia encurtou caminhos, deu voz às pessoas e as permitiu criar e colaborar mesmo à distância, usando ferramentas de custo baixíssimo e que tudo isso favoreceu o surgimento de novas ideias, que puderam ser levadas adiante e algumas até se transformaram em negócios inovadores, disruptivos e promissores. E inclusive hoje eu sou um deles: um empreendedor que começou uma startup e que acredita muito na utilidade dos aplicativos. Entretanto, o problema é que esse fenômeno pode trazer junto alguns mitos. E é bem importante falarmos sobre eles e trazermos à tona algumas verdades.

Mito 1 - Startup é apenas sobre tecnologia

Uma crença comum entre as pessoas é que o conceito de startup é sinônimo de tecnologia. Existem diversas definições para o conceito, de acordo com a visão de cada autor. Para o consultor Steve Blank, "uma startup é uma organização formada com base na busca de um modelo de negócios escalável e que possa ser repetido". Já Eric Ries (autor do famoso livro *A Startup Enxuta*) define como "uma instituição humana criada para entregar um novo produto ou serviço sob condições de extrema incerteza". Mas acho que a definição que mais gosto é André Telles e Carlos Matos, citada no livro "O empreendedor viável". Eles acreditam que uma startup é "um empreendimento resultante de um modelo de negócios inovador, escalável, flexível o suficiente para sofrer alterações durante o processo de desenvolvimento, lançamento e maturação do negócio, com grande investimento de capital humano e intelectual, equilibrando custos e resultados financeiros de modo a permitir o sucesso dos empreendedores".



planejamento de onde se quer chegar, basta começar com poucos produtos, ir testando, validando, para depois escalar e ampliar o cardápio e os serviços.

E se quer outro exemplo, agora na área de tecnologia, eu posso citar o caminho que estamos trilhando na Thinkseg. Nossa ideia é oferecer diversos tipos de seguros com contratação fácil pelo smartphone, mas inicialmente focamos em auto e pet. Para isso rodamos uma versão inicial e fizemos testes com um grupo de usuários. Bem mais seguro que já lançar tudo de uma vez sem sentir o mercado, sem validar a ideia e entender no que podemos melhorar antes de avançar.

Mito 2 - O que vejo parece ser uma verdade universal

Às vezes os algoritmos nos cercam tanto tentando ajustar o que parece ser mais interessante para nosso perfil, que os resultados do Google ou os posts da timeline do Facebook podem nos fazer crer que o mundo é nosso quintal e que todo mundo pensa como nós ou quer o mesmo que queremos. É preciso pensar sobre o público-alvo da solução que você está criando. E é bem perigoso ser cegado pela tendência de confirmação, aquela que nos faz acreditar que a ideia gerada é maravilhosa e que nada pode fazer dar errado.

Mito 3 – Startup: é só sair fazendo

A facilidade que a tecnologia nos proporcionou em levar ideias adiante também nos fez crer que a essência ágil de conceber produtos, geralmente associada às startups, permite não planejar nada e apenas sair fazendo. É claro que existem negócios que se tornaram um sucesso e nasceram repentinamente, até de momentos "eureka". Mas pode ter certeza de que em algum momento foi preciso organizar a casa, planejar, saber para onde se queria ir. Não dá para sair fazendo sem ter ideia do que está acontecendo. Refletir sobre o modelo de negócios é essencial para entender quem é o público, qual a proposta de valor, os diferenciais, o esforço envolvido e de onde virá a receita. Vejo muitas ideias bacanas, mas quando você pergunta como é que aquilo vai gerar receita, acaba ouvindo um “não sei muito bem” ou “vamos colocar banners”.

Gosto de citar um exemplo que nem tem a ver com tecnologia, mas que é bem curioso. Um fabricante de ração queria desenvolver um novo sabor do alimento para gatos. Fez estudos e descobriu que existia potencial de lançamento de um novo sabor que com certeza seria um grande sucesso entre os felinos. Então, crente de que aquela novidade venderia muito, levou adiante e lançou no mercado o produto novo. O produto começou a chegar aos lares e seus donos o ofereceram a seus gatos. Entretanto, a rejeição foi geral. Os gatos simplesmente odiaram aquele novo sabor. Como isso poderia ter sido evitado? Testando antes, em uma proporção menor. É o que chamamos de validar a ideia e entender se existe demanda, como o público aceitaria a novidade. Com humanos poderíamos fazer pesquisas e entrevistas que ajudariam a refinar o modelo de negócios e prosseguir para a construção de um produto mínimo viável. No caso dos gatos, um teste oferecendo a ração seria o suficiente.

Mito 4 - Empreender é fácil e glamoroso



preciso ter muita dedicação. E preciso desconstruir o mito de que empreender significa trabalhar menos. Pelo contrário, o normal é que se trabalhe mais, principalmente quando o negócio precisa decolar e começar a parar em pé. Infelizmente, empreender no Brasil não é tarefa fácil. Os tributos que se pagam não são nada convidativos, por isso o planejamento e o foco são bem importantes. Além disso, o cenário novo envolvendo negócios inovadores, disruptivos e que nem sempre se encaixam na legislação atual ou em modelos já consolidados, pode trazer algumas dúvidas.

Mito 5 - Vou conseguir investidor rapidinho

Outro mito frequente é que basta ter a ideia, apresentá-la e um investidor vai topa bancar o projeto. Aliás, existe uma percepção errada, às vezes, de que o dinheiro investido será como um presente para o criador da ideia. E muita gente se empolga com alguns valores. Posso dar um exemplo, parece muito receber um investimento de R\$1 milhão? Bem, vamos distribuir esse valor ao longo de 3 anos de planejamento então, afinal, não dá para imaginar que um negócio fará sucesso e ganhará escala em poucos meses. Ao dividir o valor em 3 anos teremos então trezentos e poucos mil por ano, certo? Dividindo novamente o valor pela quantidade de meses do ano, que são 12, chegamos ao valor de menos de R\$28 mil ao mês. E de repente um valor que parecia alto, tornou-se irrisório quando se tem custos mensais para bancar, que vão desde o salário das pessoas, energia elétrica, internet, insumos, até o cafezinho do dia a dia.

Até mesmo para conseguir um investidor é preciso planejamento, pois números, previsões e planejamento serão cobrados.

Mito 6 - Meu negócio terá custo zero

Por mais que um negócio seja iniciado em casa, nunca se pode afirmar que ele terá custo zero. No máximo, baixo custo. É preciso contabilizar o esforço intelectual, as horas de trabalho, as tecnologias utilizadas. Tudo que é essencial para o processo gera algum custo. E se o negócio depende de uma tecnologia ou de uma parceria, existe um risco envolvido, porque se existir uma dependência forte e em algum momento, que possa afetar o negócio, ele pode quebrar.

Mito 7 - O que importa é inovar

Nem sempre a solução ou o que mercado adoraria ter é algo extremamente inovador, disruptivo, que modificará o hábito das pessoas. É claro que existem negócios assim e muitos deles fizeram sucesso, um exemplo foi o Ipod da Apple, que permitiu que as pessoas pudessem correr ouvindo música e levassem em seus bolsos uma infinidade de arquivos digitais em vez de um desajeitado discman. Mas, às vezes, basta melhorar um processo que atualmente é feito de outra forma. Inovação não precisa ser sinônimo de bizarrice.

Mito 8 - Eu sou um gênio e não preciso de mais ninguém

Acho que talvez este seja o ponto mais importante a ser discutido. Ideias ficam muito melhores quando mais cabeças pensam juntas. E pessoas, parceiros, são essenciais para



que apenas o fato de ser quem criou o conceito é suficiente, e um grande perigo. Sempre digo que todo CNPJ é formado por CPFs e ter pessoas melhores que você em seu time, o ajudará a crescer. Eu acredito muito que por mais que um negócio seja parecido com outro, é possível encontrar um diferencial, posicioná-lo de outra forma e até mesmo seu estilo de conduzir e lidar com seu time e com a forma como atende aos clientes pode ser um ponto a favor. Seu negócio pode até ser copiável, mas existem pontos que só quem tem a expertise, a garra e a vontade de fazer diferente. Boas idéias muitas pessoas têm, mas realiza-las é um trabalho para poucos.

[Denunciar](#)**Andre Gregori**

CEO & CET at Thinkseg

[4 artigos](#)[Seguir](#)

37 comentários

[Mais recentes](#) ▾

Deixe seus comentários aqui...

**Michel Santos**

Sócio Fundador na MF Produtora

É isso. Disse tudo. Só na hora que a gente põe a mão na massa e começa a testar e errar, acertar as vezes, mas aprender muito que a gente vê o quão difícil era. Mas aquela dificuldade é extremamente prazerosa. Então vamos com garra!

Gostei Responder

... 6 d

**Viviane Souza**

Banking na Bradesco

[Gabriel Tarantelli](#)

Gostei Responder | 1

... 2 sem

Mais 35 comentários. [Exibir mais.](#)

Não perca outros artigos de Andre Gregori



Valor Econômico: Apólices sob medida, um novo jeito de contratar seguros

[Andre Gregori no LinkedIn](#)

A era da startupização: mitos e verdades

[Andre Gregori no LinkedIn](#)

RESILIÊNCIA E PAIXÃO GANHAM O J

[Andre Gregori no LinkedIn](#)

Quer saber mais sobre as últimas notícias no LinkedIn?

