

Acelerando startups



TEXTO SAMANTHA KLEIN FOTOS FLÁVIO DUTRA

S seja para solicitar a entrega de uma pizza sem retirar o telefone do gancho (ou discar pela tela do celular), chamar uma carona paga ou trocar roupas usadas por meio de um aplicativo para smartphone, a maior parte das pessoas já utiliza produtos e serviços criados em uma startup. Não nos damos conta disso, mas esse tipo de empreendimento com base tecnológica faz parte do nosso dia a dia.

As startups são empresas no início de sua vida e podem ser classificadas como o embrião de um grande sucesso ou um imenso fracasso. O aplicativo Uber é um caso de ideia que prosperou globalmente. Já outros exemplos, como uma plataforma de fotógrafos criada em Porto Alegre, não foi adiante porque o formato de contratação de um profissional por ocasião – para a realização de um evento, por exemplo – não foi suficiente para financiar o projeto.

Outra característica importante dessas ideias embrionárias que podem se tornar grandes negócios é a escalabilidade, ou seja, a capacidade de crescer sem perder qualidade. “Geralmente se trata de um serviço que utiliza a tecnologia e tem um potencial de crescimento extraordinário. A empresa *escalável* é aquela cujo produto pode ser útil em qualquer lugar. Um aplicativo para encontrar determinada mercadoria ou serviço poderá ser útil em Porto Alegre, São Paulo, Londres ou Pequim. Isso nos faz entender o porquê de as grandes empresas comprarem startups: elas oferecem a organização empresarial para levar o negócio adiante”, explica o economista e professor

da Escola de Administração da UFRGS Paulo Zawislak.

Uma ideia baseada em tecnologia, “que não precisa ser a cura para uma doença grave”, conforme ressalta o docente, surge geralmente entre amigos que pretendem empreender e reúnem esforços nesse sentido, mas as questões de organização empresarial pesam tremendamente. “Se os consumidores gostarem do seu produto, eles comprarão rapidamente. Uma coisa é produzir dez unidades em casa, agora, tornar uma produção escalável é totalmente diferente. Para isso é necessário ter logística, financiamento, planejamento. Dificilmente esse grupo de amigos terá todos esses quesitos reunidos”, considera o professor.

De acordo com a Associação Brasileira de Startups, há 4.200 empresas desse tipo cadastradas na entidade. Há inúmeras iniciativas, entretanto, que ainda não estão mapeadas simplesmente por serem protótipos de uma companhia. O professor Paulo estima que somente em Porto Alegre existam mais de 750 ideias em desenvolvimento que poderão se tornar futuras empresas de serviços que estaremos utilizando via celular.

Em um ambiente propício ao empreendedorismo, ideias ganham maior incentivo para se tornarem grandes negócios. Por isso, nesta reportagem tentamos entender alguns dos desafios do mundo das startups e compreender o ecossistema formado dentro da UFRGS. A Universidade tem diversas iniciativas de incentivo a estudantes que buscam o rumo da tecnologia e inovação sem as amarras de ter um chefe.

Kits prontos do clube virtual de leitura Tag Livros. A companhia surgiu como ideia de estudantes e hoje tem 11 mil usuários

Comportamento inovador



Lourenço Boettcher e Alexandre Mattos, alunos da UFRGS, tiveram o projeto Webike entre os vencedores do 1.º Desafio Empreendedor da Universidade

A cultura das startups é naturalmente inovadora porque esses “embriões de empresas” trazem em sua matriz uma base tecnológica, o que evidentemente implica a ocorrência de erros e acertos por parte dos empreendedores enquanto a ideia sai do papel. Talvez inúmeros passos enviesados sejam cometidos, segundo o professor Paulo Zawislak. “Mas os erros vão moldar um produto que será relevante para os consumidores. Nesse sentido, não há grande diferença em relação aos empreendimentos convencionais, mas as pessoas que apostam em startups têm um comportamento diferente dos empresários tradicionais”, considera.

Conforme o docente, a geração mais identificada com as startups tem alguns valores diferentes em relação aos negócios tradicionais. Ele considera que não é possível generalizar, mas acredita que os novos empreendedores apostam na ideia do compartilhamento e da colaboração. Ou seja, o medo de ter a sua proposta roubada é bem menor. Além disso, os jovens empreendedores são menos patrimonialistas, o que significa aceitar ganhar menos (pelo menos durante o tempo de desenvolvimento da ideia de um aplicativo).

O economista acredita que essa geração não tem metas, como comprar um apartamento na cidade, ter um carro na garagem e adquirir uma casa na praia. “Quando esse tipo de

cultura e comportamento acontece, a exigência em termos salariais é bem menor. Essa galera utiliza bicicleta ou vai caminhado ao trabalho porque mora próximo dele. Então é possível receber menos enquanto o negócio está em gestação. Esse novo perfil de negócios tem rentabilidade mais baixa também. O projeto vai decolar, mas não será necessariamente aquele lucro imenso porque um produto ou serviço será disponibilizado mais barato. Essas características geram um novo perfil de empresários, e essa é a essência das startups”, defende Zawislak.

Nessa linha de pensamento é que um grupo de três amigos que têm em comum o gosto pelo pedal resolveu iniciar o desenvolvimento de uma ideia relacionada ao compartilhamento de bicicletas. O futuro aplicativo busca pessoas que têm uma bicicleta em casa com pouco uso e possam disponibilizá-la para outros ciclistas. A proposta foi idealizada durante o Desafio Empreendedor da UFRGS do ano passado. Os estudantes da Administração e Engenharia Ambiental da Universidade resolveram ampliar o projeto e agregaram mais dois sócios das áreas de Ciência da Computação e de Design.

Segundo Alexandre Mattos, um dos idealizadores do Webike, o conceito do projeto está na mobilidade urbana e na integração dos meios de transportes na capital. “O usuário pode utilizar um ônibus ou um trem até o centro de Porto Alegre, por exemplo, e pegar

uma bicicleta para continuar a viagem até o trabalho ou faculdade”, considera. O projeto prevê o estabelecimento de *wePoints* em universidades, bares e hostels onde as bikes vão ficar estacionadas com segurança. Em contrapartida, o estabelecimento terá maior circulação de pessoas.

Para viabilizar a proposta, os jovens estão buscando um financiamento coletivo pela plataforma Benfeitoria, a fim de arrecadar recursos para os custos de desenvolvimento da tecnologia. O crowdfunding segue até o início deste mês. Os criadores da ideia contam com a arrecadação, mas, se não atingirem a meta estabelecida, já decidiram que vão levar a proposta adiante com recursos próprios.

O Webike está em fase de testes com um grupo fechado de 20 pessoas que estão compartilhando as bicicletas. A meta é realizar as melhorias necessárias para o funcionamento da proposta antes do seu lançamento previsto para o início de 2017. “Nossa ideia é lançar o aplicativo já no início do ano que vem. Sabemos que existem muitas pessoas interessadas no serviço e que aguardam que a gente consiga disponibilizá-lo o quanto antes. Muita gente gosta de bicicleta em Porto Alegre, mas não tem espaço para ter uma. Outros gostam, mas não têm tempo para utilizar com frequência. A nossa proposta é otimizar o uso das bikes”, destaca um dos idealizadores, Alexandre Mattos.

Dificuldades diante da c

Na onda da economia compartilhada e da criação de soluções inovadoras para problemas do dia a dia – o Webike é um desses exemplos ao querer aproveitar bicicletas paradas no corredor do apartamento de um usuário do aplicativo –, o professor Paulo Zawislak acredita que a própria crise econômica da atualidade poderá buscar brechas para ser superada. “Os momentos de retração são propícios para a criação de soluções. As startups reúnem mecanismos para isso quando propõem produtos e serviços mais baratos. Acredito, inclusive, que a forma de realizar negócios será transformada por essa geração.”

Já a professora Aurora Zen é mais cautelosa quando se diz que os momentos de crise são, na verdade, o ponto de partida para as grandes oportunidades. Ela destaca que as empresas startups sofrem os mesmos entraves que as companhias consolidadas. O primeiro problema reside na redução do consumo. “Quando a economia está em recessão, as pessoas naturalmente consomem menos. Elas não querem comprar mais. A exceção para isso se dá quando se trata de inovação que gere economia. Exemplo disso é uma plataforma no estilo brechó em que as pessoas trocam ou vendem roupas usadas. A Enjoei é um exemplar de startup que deu certo porque as pessoas conseguem gastar muito menos por roupas seminovas”, considera.

As startups que envolvem alta tecnologia ou elevação de gastos podem, entretanto, ser prejudicadas em um cenário econômico menos favorável. A professora da Escola de Administração da UFRGS destaca que as dificuldades na obtenção de financiamento são determinantes. “Como aumentou muito a taxa de juros, há uma barreira natural ao investimento, pois a contratação de empréstimos se torna mais cara. Em outra frente, conseguir capital para iniciar o negócio se torna mais difícil porque a inadimplência também cresce em tempos de crise.”

Investimentos em startups

Todo o empreendedor necessita buscar financiamento ou já tem dinheiro próprio para alavancar um negócio. Um grupo de amigos que cria um serviço inovador, contudo, nem sempre tem esse capital ou consegue recursos por intermédio das instituições financeiras convencionais. Entre as opções que ganharam mercado no Brasil, está a possibilidade de captar investimentos anjo, voltados exclusivamente para startups. Grandes empresas, como Apple, Google, Facebook, Fedex, Bematech e Buscapé, que um dia foram startups, contaram com esse tipo de aplicação inicial de recursos.

O investimento anjo em startups é feito por pessoas físicas com capital próprio. “São empresários e profissionais liberais que agregam valor para o empreendedor a partir dos seus conhecimentos, da sua experiência e de sua rede de relacionamentos, além de recursos financeiros. O investidor tem uma participação minoritária no negócio, não atua no dia a dia da empresa e tem como papel apoiar o empreendedor na forma de mentor e conselheiro. O investidor anjo ganha um percentual sobre os futuros lucros das startups, mas não vai ter o poder de influenciar nas decisões da companhia”, ressalta Filipe Garcia, coordenador da companhia WOW Aceleradora e ex-aluno da Administração da UFRGS.

Conforme a Anjos do Brasil, organização que reúne investidores anjos desde 2011, há mais de sete mil investidores desse tipo no país e, em média, eles pretendem investir R\$ 230 mil cada nos próximos dois anos, o que significa quase R\$ 1,7



Filipe Garcia é um dos coordenadores da Wow Aceleradora, companhia que dá suporte para startups

bilhão. Segundo a companhia, cerca de R\$ 780 milhões foram aportados por investidores em 2015. Os valores do Brasil, porém, ainda são muito inferiores se comparados aos dos outros países. Nos Estados Unidos, esse tipo de investimento chegou à casa dos US\$ 24 bilhões.

Já o trabalho das aceleradoras consiste em “alavancar” as startups, dando suporte intelectual e financeiro por meio da conexão com os investidores. No caso da Wow Aceleradora, são aplicados R\$ 50 mil em startups

em fase pré-operacional e R\$ 150 mil em empresas em fase de crescimento. O ciclo de aceleração dura um ano. “Os primeiros seis meses são os mais intensivos, com monitoria semanal, acompanhamento constante do negócio e a prospecção de novos investidores e clientes. Depois disso, acompanhamos o empreendimento quinzenalmente. Depois de um ano, o empreendedor vai ter apoio, mas ele certamente estará preparado para decolar”, destaca Filipe Garcia.

A Wow tem investidores que apli-

cam recursos em um grupo de startups de várias áreas. É um investimento de alto risco, mas que pode gerar grandes lucros se a startup prosperar. Ao mesmo tempo, o empreendedor não terá uma dívida, como no caso de contrair um empréstimo em um banco convencional, ressalta Filipe. “O idealizador da startup não vai ficar endividado – e isso é fundamental para quem está iniciando uma ideia baseada em tecnologia. Os investidores sabem que, em um portfólio de 20 startups, algumas não vão dar certo.”

rise econômica

Empreendedorismo por necessidade – Aos primeiros sinais de crise econômica, a abertura de pequenas empresas ou a prestação de serviços cresce. Segundo a Serasa Experian, quase dois milhões de novos negócios foram abertos em 2015, o equivalente a um aumento de 5,3% em relação a 2014. Dentre esses registros, 75% se tratam de microempreendedores individuais. Conforme o SebraeRS, os dados mostram que os novos empresários estão apostando em um negócio próprio devido ao desemprego. Existe diferença entre o empreendedorismo por oportunidade e aquele de necessidade. Em tempos de crise econômica, a abertura de pequenas companhias eleva-se por conta das demissões no mercado formal de trabalho.

Desde 2014, elevou-se no país o empreendedorismo por necessidade, o que significa a diminuição do lançamento de negócios porque o empreendedor teve uma ideia inovadora após analisar o mercado. “O Brasil vinha aumentando as taxas de empreendimentos a partir de ideias inovadoras, porque havia espaço de mercado ou existia um problema a solucionar. De dois anos para cá, caiu esse tipo de negócio e cresceu o empreendedorismo porque as pessoas não têm opção. É um cenário perigoso porque se trata de projetos sem o devido planejamento nem inovação. A pessoa vai apostar num foodtruck, mas já há inúmeras iniciativas desse tipo”, destaca Aurora Zen.

Dados do Relatório GEM (Global Entrepreneurship Monitor – Sebrae) mostram o cenário de empreendimentos sem inovação tecnológica no país. Ou seja, confirmam o aumento dos negócios por necessidade. Em 2015, apenas 15% das empresas em estágio inicial ou já estabelecidas eram produtos ou serviços novos. Já o percentual de negócios conhecidos do público e do mercado chegava a 70%. Isso se reflete na quantidade de concorrentes. Entre as companhias iniciantes, somente 3,6% não têm qualquer concorrente.

Iniciativas dentro da Universidade

A Universidade tem uma rede de incubadoras – ao todo são cinco – que apoia as pequenas empresas ou startups nas primeiras etapas de desenvolvimento. Bolsistas, professores e materiais são disponibilizados para as iniciativas. Além disso, o Parque Tecnológico e Científico está em processo de implementação no Câmpus do Vale, havendo também outras medidas que incentivam o empreendedorismo de alunos e professores.

Conforme o economista e pós-doutorando pela UFRGS Aziz Calzolaio, as startups que se tornaram grandes companhias, a exemplo do Facebook, estão vinculadas a universidades. “Todas têm relação com a ciência, pois o conteúdo científico é imprescindível. Tratam-se de empreendimentos de alta tecnologia e alta capacidade de crescimento. Aqui no Brasil é relativamente recente, mas em qualquer lugar do mundo elas precisam ser inovadoras, e para isso precisam de suporte financeiro e científico.”

Além disso, o ex-colaborador da Sedetec (Secretaria de Desenvolvimento da UFRGS) e professor da Faculdade Tecnológica do Cooperativismo do RS fez um mapeamento das áreas em que a Universidade tem pesquisa de ponta. Entre essas, estão descobertas na agricultura, nas Ciências Médicas e Odontológicas, na Bioquímica e na medição de materiais. “Analisar as 380 patentes obtidas pela UFRGS facilita a busca de foco na pesquisa e o investimento de recursos. Um exemplo é a distri-

buição de sementes de aveia. Cerca de 95% do que é plantado no RS é proveniente de uma semente melhorada na UFRGS”

Entre as iniciativas que priorizam a inovação, a Maratona de Empreendedorismo da UFRGS motiva estudantes a colocarem em prática suas ideias com a seleção de 20 projetos de startups. Neste ano, o encerramento do evento vai ocorrer em 7 de dezembro. Na ocasião, irá ocorrer o *Pitch* – encerramento com a apresentação das ideias empreendedoras – e também será lançada a “Vitrine de Startups da UFRGS”, que é uma plataforma on-line que irá exibir aproximadamente 50 empresas desenvolvidas nos últimos oito anos da Maratona de Empreendedorismo e que hoje estão consolidadas no mercado.

Conforme o coordenador da iniciativa, a principal inovação dessa edição da Maratona é a seleção de propostas de startups em três áreas prioritárias para a Universidade. “Prospectamos projetos para quatro principais áreas – biotecnologia, ciência da computação, engenharia e física. Restringimos a esses campos de conhecimento justamente para obter uma conexão com o ecossistema empreendedor da UFRGS. Com isso, o objeto é estimular startups que possam ser incubadas. Conseguimos transformar em uma maratona muito ligada ao mercado, assim os participantes são desafiados a conversar com os potenciais clientes e investidores”, sustenta Vinício Gil de Athaydes.

Empresas que surgiram dentro da UFRGS

Apaixonados por livros

A ideia de montar o primeiro clube virtual de livros surgiu em 2013 quando três amigos mantinham o desejo de empreender. Eles finalizavam o curso na Escola de Administração. O trio compartilhava a paixão pela leitura, enquanto no cenário nacional começava a febre dos clubes de assinaturas de vinhos e cervejas. Eles eram assinantes de um voltado para a bebida que prioriza o lúpulo e a cevada.

Inspirados no Círculo do Livro – anos 1980-90 –, surgiu a ideia de criar o clube de leitura. Em 2014, a Tag Livros foi lançada, e os sócios começaram o trabalho de divulgação. A empresa não

chegou a ser incubada; eles deram o start com capital próprio. Em dois anos, a startup passou de cem associados para 11 mil assinantes. “Quando começamos a empresa, a divulgação foi realizada somente na região, e terminamos o primeiro ano de forma difícil. As pessoas, no início, acharam estranha e não compravam a ideia. Depois fortalecemos as ações de divulgação no Sudeste e Nordeste e hoje estamos presentes em todos os estados. Fechamos 2015 com 2,5 mil associados e agora demos esse salto em 2016”, comenta Tomás Susin dos Santos, um dos sócios-fundadores da Tag.

Em razão do sucesso do negócio, a equipe já pode contar com 27 pessoas. “Com o crescimento dos associados, aumentaram os desafios operacionais, por isso estamos adicionando mais pessoas à nossa equipe para dar suporte à operação, que está ficando cada vez mais complexa. O espaço ficou pequeno e já estamos procurando outro local para montar os kits.”

A escolha dos títulos e autores que compõem o *kit* tem uma curadoria especializada. A caixa que chega à residência do assinante do clube leva, além do livro, uma revista e um mimo, que poderá ser uma réplica em

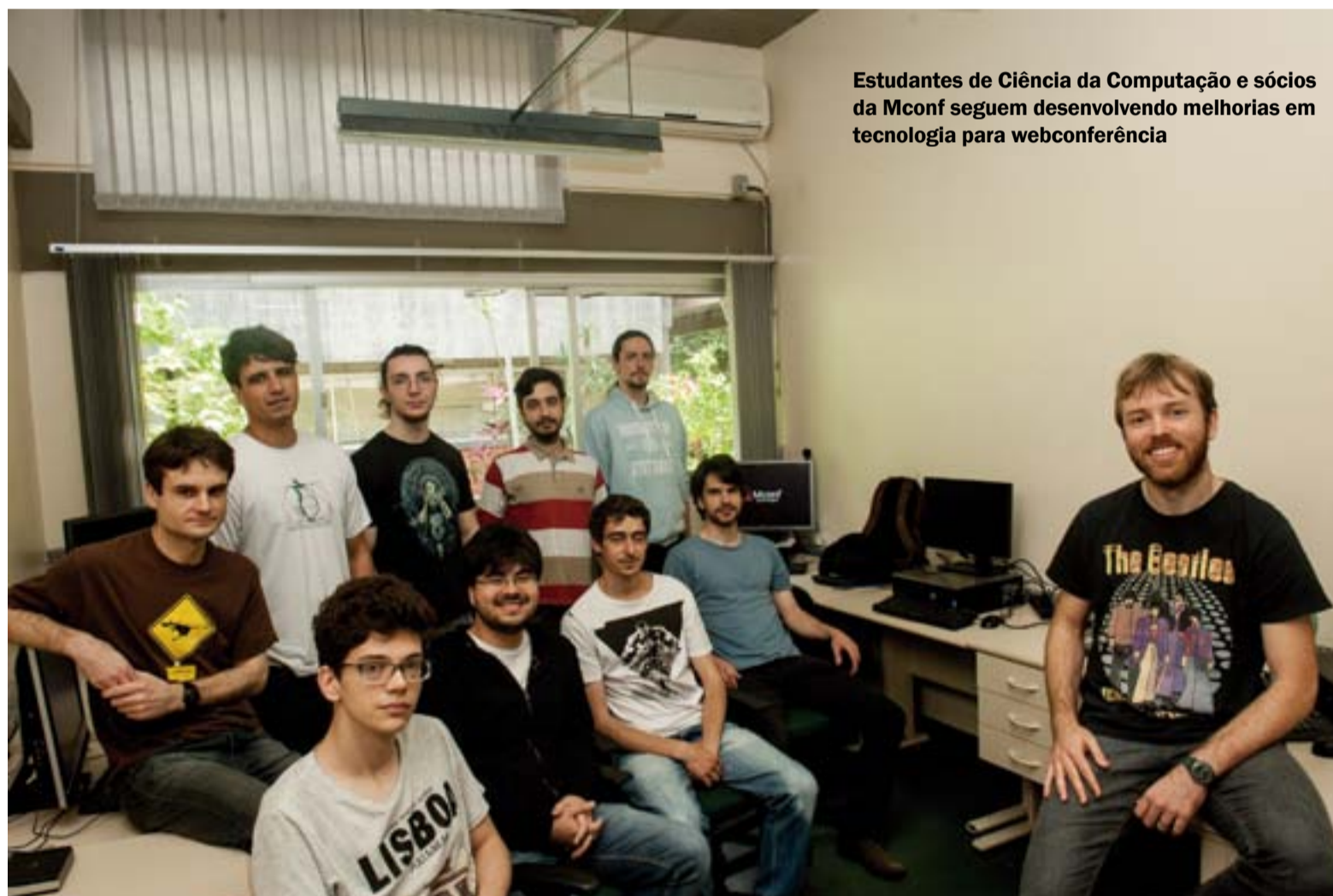
miniatura de vodka, no caso de um título de Dostoiévski. “Entrevistamos algum nome de peso da literatura nacional ou internacional e perguntamos quais são as obras que indicaria. Assim, os membros do clube têm a certeza de que todos os meses vão receber um bom livro em casa. Mesclamos os estilos mais clássicos com a literatura contemporânea. Os autores elencados para selecionar uma obra têm total liberdade de escolha. O livro é surpresa, o que também faz parte da experiência, porque os assinantes ficam ansiosos. Liberamos alguma dica ou trecho, porque, se ele já tiver lido, poderá solicitar a troca.”

Aumenta o som

Se você estiver apaixonado, alegre ou ansioso, a plataforma Superplayer garante que há uma seleção de músicas especiais para esses momentos. Ou, se for o caso de curtir uma balada ou se concentrar no trabalho, ou ainda aproveitar para relaxar, o player de música por streaming (ao vivo, via internet) promete ter a lista de canções perfeitas para tais momentos do dia.

A plataforma Superplayer é uma das startups de grande sucesso cuja origem é o Rio Grande do Sul. Com mais de 10 milhões de ouvintes desde o lançamento do produto em 2013, é uma das líderes no mercado de streaming de música no Brasil. “As pessoas adoram ouvir música, mas nem sempre estão com vontade de procurar bandas novas ou ainda um determinando estilo musical. Assim, a proposta é oferecer músicas conforme o gosto do ouvinte, mas facilitando e otimizando o tempo dele”, destaca o sócio Robson de Almeida.

Os irmãos Cássio e Gustavo Brun Goldschmidt – sendo que Gustavo foi aluno da Engenharia Mecânica da UFRGS e Cássio trabalha no Vale do Silício – emplacaram a ideia em 2011 e chegaram a receber aporte financeiro de R\$ 200 mil do governo federal em incentivos a empresas inovadoras, pelo programa Start-Up Brasil. Logo, mais sócios se agregaram ao projeto, observa Robson. “Essa foi uma das grandes dificuldades no início da formação da empresa: encontrar pessoas que entendessem de música, divulgação e administração para formar o time de funcionários que hoje tem 18 pessoas. O Superplayer conseguiu reunir um time de especialistas que monta cada playlist. Há DJs, estudantes de música, músicos e produtores musicais.”



Estudantes de Ciência da Computação e sócios da Mconf seguem desenvolvendo melhorias em tecnologia para webconferência

Tecnologia para a educação

Incubada no Centro de Empreendimentos em Informática (CEI), do Instituto de Informática da UFRGS, a Mconf é uma startup voltada ao ensino e já conta com clientes interessados nas soluções da plataforma. Os idealizadores criaram uma ferramenta de conferência web mais voltada para a educação. O objetivo é permitir que um professor possa abrir uma aula ao vivo e apresentar áudio e vídeo para uma turma de alunos que tenham a permissão para se conectar, seja em casa ou em sala de aula.

A criação é voltada para a educação, mas tem muitos outros usos. “Aqui, no Instituto de Informática, por exemplo, existem duas salas de videoconferência preparadas com

o Mconf para apresentação de teses e defesas em que um membro da banca esteja conectado e acompanhando a apresentação a distância”, destaca um dos idealizadores do produto, Felipe Cecagno.

A Mconf iniciou seu desenvolvimento como um projeto de pesquisa de um professor, financiado pela Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP), entidade ligada ao Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). Foi uma pesquisa que surgiu para resolver demanda da própria rede. Em seguida, o projeto chamou a atenção de outras instituições, e a própria UFRGS resolveu utilizar a tecnologia.

Além de estarem em processo de incubação, os sócios também

participam de iniciativas de capacitação de empresas em fase de desenvolvimento, como o Startup RS (promovido pelo Sebrae) e o InovAtiva Brasil (programa do MCTI de incentivo às startups). “O objetivo é evoluir e explorar como um modelo de negócio mesmo. Acho que a principal meta em dois anos é obter uma fatia do mercado, melhorar a comunicação entre alunos e professores, assim como melhorar o serviço que oferecemos. Nesse mercado, existem players bem estabelecidos. A maioria cobra muito caro pelo serviço e é de fora, assim não há uma proximidade com os clientes. Queremos oferecer um serviço diferenciado também nesse sentido”, considera Felipe.

A startup busca vender os seus diferenciais, considera o sócio Leonardo Daronco. “A nossa primeira diferença é a integração da conferência web de forma muito mais interessante, com aplicações que os clientes já utilizam. Usamos o Moodle, mas se o cliente já utiliza outro programa, conseguimos fazer a adaptação. Também podemos customizar e aderir à identidade visual do cliente, o que torna a experiência bem bacana. Além disso, há casos em que o cliente gosta da plataforma e está disposto a desenvolver alguma peça que falta. Por exemplo, há um cliente com tecnologia muito boa em áudio, então juntamos essa tecnologia, que torna a experiência do Mconf melhor com a experiência

especial do áudio”, considera.

A Mconf conta com os dois sócios, assim como cinco funcionários e três bolsistas. A RNP é o principal investidor do empreendimento, mas parte considerável já vem de outros investidores. Também há parcerias com desenvolvedores de software do Canadá e do México. “Estamos buscando a etapa em que perder um cliente não se torne vida ou morte para a empresa. Ou seja, precisamos ter mais clientes que não sejam os principais investidores e que a instalação do software não signifique um trabalho muito grande, mesmo com a customização da plataforma. Trabalhamos para que seja mais fácil customizar, mantendo a qualidade do nosso produto”, finaliza Felipe.