

VOÇÊ NÃO ESTÁ SOZINHO

PROGRAMAS DE
ACELERADORAS PODEM
IMPULSIONAR SEU NEGÓCIO.
VEJA QUANDO E COMO
APOSTAR NESSA IDEIA

■ TEXTO DE FLÁVIA SANTUCCI

Não é fácil para uma nova empresa ter sucesso sem traçar um bom plano para chegar até ele. Muitas vezes, entender aonde se quer chegar e como isso deve ser feito exige orientação de quem já domina o mercado. Ou, pelo menos, de quem foi criado para isso. É exatamente aí que entram as aceleradoras de negócios.



“Elas funcionam como um programa bem estruturado para apoiar o desenvolvimento de novos negócios, fornecendo suporte e orientação, treinamento, desenvolvimento, assessoria e uma rede de apoio”

Diferentemente das incubadoras, que atuam na fase inicial, aceleradoras têm como foco impulsionar *startups*, ajudando-as a prosperar. “Elas funcionam como um programa bem estruturado para apoiar o desenvolvimento de novos negócios, fornecendo suporte e orientação, treinamento, desenvolvimento, assessoria e uma rede de apoio”, explica a coordenadora do MBA em Empreendedorismo e Gestão de Novos Negócios da Politécnica/UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Alice Ferruccio.

Aceleradoras, segundo Alice, atuam como trampolins ou molas propulsoras para a lucratividade do negócio. Por isso que, cada vez mais, elas têm sido a saída para quem deseja subir mais alguns degraus em direção ao sucesso. E o mercado está cheio de empresas que podem ajudar você nesse caminho.

Especialista em vendastech (termo que define a tecnologia que potencializa as vendas de uma empresa, melhorando a experiência de compra do cliente B2B ou B2C, on-line ou off-line), a *venture capital* Aimorés Investimentos, por exemplo, acelera *startups* que ajudam pequenas e médias empresas a venderem mais. O negócio, segundo Natan Sztamfater, um dos



www.aimores.com.br / @aimores

EMPREENDEDOR

gestores da empresa, possibilita aumento na conversão e fidelização de consumidores. Um exemplo é a Lexos, que criou uma solução que conecta lojas de todos os tamanhos aos grandes *marketplaces*, como B2W, Mercado Livre, Magazine Luiza, Shopee e AliExpress, em apenas um clique.

Outro bom exemplo de aceleradora é a pernambucana Overdrives, do Ser Educacional, que tem impulsionado *startups* por todo o Brasil. A ideia, segundo o *head* da empresa, Luiz Gomes, era ter uma estratégia de investimento e criação de portfólio de serviços no mercado digital, não exclusivo para negócios voltados ao mercado de educação. “Identificamos que o volume de *startups* em início de operação de mercado, nosso foco, vinha aumentando, porém a quantidade de aceleradoras não correspondia a essa demanda. O modelo de investimento por meio de programas de aceleração simplificava algumas variáveis de negociação, dando celeridade na construção desse portfólio inicial de *startups* investidas e apoiadas”, revela.

A empresa tem 20 *startups* no portfólio, 7 delas atuando em mercados distintos, o que mostra sua capacidade de apoio multissetorial. “Selecionamos *startups* que estão no início da operação, que tenham ao menos um produto mínimo no mercado e primeiros usuários que mostrem validação do primeiro modelo de negócio. Nesse momento, conseguimos apoiar mais testes de mercado e ajustes estratégicos para encontrar o ‘encaixe’ do produto com as demandas”, diz Gomes.

POR QUE APOSTAR EM UMA ACELERADORA?

Aceleradoras representam a combinação de investimento, acompanhamento e conexões que, muitas vezes, fazem a diferença na jornada de empreendedores, como conta o *head* da Overdrives. “Mais que captar investimento, elas têm uma estrutura disposta a fornecer conhecimento para o amadurecimento empreendedor e fortalecimento das bases do negócio”.

Ainda segundo Gomes, escolher aquela que realmente vai impulsionar seu negó-

cio, no entanto, exige seguir cinco pontos principais. “Eu tive essa experiência quatro vezes quando empreendi minha última *startup* e, para mim, a decisão tinha sempre o mesmo conjunto de premissas: o que essa aceleradora pode entregar para que eu amadureça como empreendedor?; até onde posso contar com o apoio das pessoas por trás da aceleradora na discussão sobre minha visão estratégica do negócio?; quais

experiências já vividas pelo time das aceleradoras, de modo que tenha com quem trocar vivências reais?; quão fácil será desenhar o próximo passo após a aceleração, vou conseguir negociar novas rodadas de investimento?; o que consigo fazer com o valor investido?”.

Para o idealizador do HUB A2, primeiro *hub* de inovação totalmente independente, Fábio Bessa, grandes ecossistemas de inovação estão se formando hoje pelo Brasil e

“Mais que captar investimento, elas têm uma estrutura disposta a fornecer conhecimento para o amadurecimento do empreendedor e fortalecimento das bases do negócio”

LUIZ GOMES, HEAD DA OVERDRIVES



© DIVULGAÇÃO / OVERDRIVES

SAIBA MAIS

QUEM É QUEM NO NEGÓCIO

INCUBADORAS: Geralmente instaladas em instituições de ensino públicas, privadas ou até mesmo em órgãos do governo. Oferecem apoio muito mais nas primeiras fases da empresa: suporte de infraestrutura física para os residentes, assessoria jurídica, de marketing e contábil, rede de contato com instituições de fomento e com outras *startups* para ajuda mútua, além de treinamentos, mentorias e contato com fornecedores parceiros e investidores iniciais.

ACELERADORAS: Têm como foco *startups* mais desenvolvidas e com potencial de atingir o ponto de equilíbrio (*break even*) para se tornarem lucrativas financeiramente. Nesse caso, os investidores passam a ficar de olho nas oportunidades para investirem um determinado capital.

INVESTIDORES-ANJO: Fazem parte das aceleradoras e são parceiros-chave no momento que essas empresas estão prestes a se abrirem para novas rodadas de investimento.

STARTUPS: Empresas com características especiais: são jovens, com soluções inovadoras e modelos de negócios repetíveis e escaláveis.

QUANTO VALE O SHOW:

Aceleradoras não costumam cobrar pelo programa, mas pedem uma participação nas captações diretas. O *equity* (direito de uma parte dos lucros) padrão varia de 10% a 15%.

RODADAS DE NEGÓCIO: São assistidas por investidores de alta relevância no mercado. Podem ser comparadas aos olheiros do futebol. São eles que descobrem novos talentos e apostam alto neles.

Fonte: Alice Ferruccio, coordenadora do MBA em Empreendedorismo e Gestão de Novos Negócios da Politécnica/UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro).

não existe a hora ideal para se conectar a eles. A dica é aproveitar a onda, seja sua empresa nova ou já ativa no mercado. “Empresas já consolidadas também têm suas deficiências, principalmente na área de inovação, portanto podem se beneficiar em muito de um *hub*. Em se tratando de novos negócios, quanto mais cedo estiverem ligadas a um ambiente de conexão com outros *players*, melhor. E mesmo para empresas já consolidadas, inovar, partindo do zero, pode ser um grande desafio. Na maioria das vezes, se unir a uma *startup* é uma solução mais rápida e mais eficaz do que começar um projeto disruptivo do zero”.

Segundo Bessa, cabe ao empreendedor buscar pessoas e instituições que agreguem tecnicamente na construção, execução e crescimento de sua empresa. “Um *hub* de inovação, por exemplo, deve possuir uma grande base de *networking*, uma equipe com um leque abrangente de conhecimentos, em diferentes áreas, que se complementem e sejam capazes de somar, de maneira eficiente, a quem lhe procura, seja uma empresa de grande porte ou o pequeno empreendedor. Elencar as deficiências técnicas, necessidades e prioridades de sua *startup* é o primeiro passo em busca de qualquer tipo de parceiro”.

O QUE É MELHOR PARA VOCÊ

De fato, aceleradoras podem salvar a pele tanto de *startup* em início de operação quanto já ativas. No entanto, empreendedores precisam identificar o melhor programa para receber a orientação adequada. “Existem aceleradoras com foco em determinadas áreas e que vão se concentrar em *startups* para um determinado setor do mercado, como as aceleradoras da indústria de alimento ou de *software*”, aponta Alice Ferruccio.

O *community manager* da FAB LAB, que acelera *startups* com o propósito de oferecer novas soluções para os setores de bares, restaurantes, hotéis e entretenimento, Fernando D’amico, conta que entender o que a empresa precisa no



“Existem aceleradoras com foco em determinadas áreas e que vão se concentrar em *startups* para um determinado setor do mercado, como as aceleradoras da indústria de alimento ou de *software*”

ALICE FERRUCCIO,
COORDENADORA DO MBA
EM EMPREENDEDORISMO E
GESTÃO DE NOVOS NEGÓCIOS
DA POLITÉCNICA/UFRJ
(UNIVERSIDADE FEDERAL DO
RIO DE JANEIRO)



FIQUE ATENTO! PROBLEMA X SOLUÇÃO

TEM UM PROBLEMA E
PRECISA DE AJUDA?
VEJA AS DICAS DE
STARTUPS DA AIMORÉS
INVESTIMENTOS PARA
CADA SITUAÇÃO:

- Sou lojista e quero aumentar meu *mix* de produtos por meio de parcerias sem precisar ter estoque físico: www.conectala.com.br
- Tenho um site institucional e quero converter mais oportunidades de negócio: www.leadster.com.br
- Quero divulgar meu produto ou serviço por meio de influenciadores nas redes sociais: www.squidit.com.br
- Quero vender meus produtos nos grandes *marketplaces* e ter todo o apoio para gerenciar os pedidos: www.lexos.com.br
- Preciso de ajuda para responder a dúvidas de clientes sobre os produtos no Mercado Livre e em outros *marketplaces*: www.gobots.com.br
- Sou uma marca de moda e quero vender mais por meio de multimarcas: www.vesti.co
- Ofereço um serviço ligado a turismo, como um restaurante diferenciado ou um parque, e quero ter meu próprio *e-commerce*: www.planne.com.br
- Minha equipe de vendas tem baixa produtividade, quero treiná-los com mais eficiência por meio de uma ferramenta com inteligência artificial: www.callrox.com.br
- Quero criar um pequeno *e-commerce* e uma marca para me diferenciar no mercado: www.startecom.com.br
- Sou um restaurante e não quero ter o meu próprio *delivery* ou depender de plataformas terceiras: www.goomer.com.br
- Tenho uma marca incrível, mas dependo de canais de vendas terceiros para vender: www.zissou.com.br



© DIVULGAÇÃO / FAB LAB

FERNANDO D'AMICO, *community manager* da FAB LAB, que acelera *startups* com o propósito de oferecer novas soluções para os setores de bares, restaurantes, hotéis e entretenimento: "O setor de bares e restaurantes foi forçado a se reinventar. A maior prova disso é o *delivery*".

momento é o que torna aceleradoras tão necessárias. "Se ela precisa de uma ajuda maior na área de marketing ou na área de tecnologia, conseguimos, por meio da nossa rede de mentores e com algumas metodologias, ajudá-la com alguns problemas que ela está sofrendo. Como a gente tem contato direto com gerentes e *heads* de estabelecimentos, a *startup* pode ter uma validação muito rápida do que o mercado está pedindo, isso é um grande diferencial".

Só em 2021, a FAB LAB acelerou dez *startups*. Nada mal para uma aceleradora que surgiu no meio da pandemia. "Nascemos em um período extremamente desafiador para o setor de bares e restaurantes, em que foram forçados a se reinventar. A maior prova disso é o *delivery*. Havia gente que não tinha nada de venda nesse

tipo de canal e foi obrigada a se digitalizar do dia para a noite. O setor começou a entender que a tecnologia, que antes podia ser aterrorizante, é uma aliada e, mais do que nunca, quem sobreviveu a esse período é porque foi forçado a se reinventar", conclui.

DO QUE, AFINAL, MEU NEGÓCIO PRECISA?

Conhecer seu negócio é a chave para saber buscar ajuda. Incubadoras, explica Alice Ferruccio, cuidam de *startups* em fase ainda muito inicial, mas com a ideia de um novo negócio inovador e com potencial de crescimento rápido e escalável. Já uma aceleradora vai ajudar nas fases seguintes, impulsionando o negócio e ajudando você a lucrar. **G&NPME**