



COMO COMEÇAR UMA STARTUP



STARTUP

CEI
CENTRO DE EMPREENDEDORISMO
E INOVAÇÃO

FUNORTE

Edição: Bruno Garcia Antunes

Diagramação e capa: Ascom

Revisão ortográfica: Flávia Oliveira Durães

SUMÁRIO

I.Início

O que é uma Startup?
Iniciando um Novo Negócio
Três maneiras de iniciar um novo negócio
Como ter uma ideia de negócio ou inovação tecnológica
Forme um time forte de sócios (cofundadores)
Dez maneiras de avaliar um mercado
Processos de uma empresa

2.Desenvolvimento (ferramentas e metodologias)

Effectuation
Análise 360° da oportunidade de negócio
Business Model Canvas (BMC)
Design Thinking
Lean Startup
Minimum Viable Product (MVP)
Customer Development
Design Sprint
Running Lean
Scrum
Pitch
Storytelling
Bootstrapping
Growth Hacking

3.Investimentos

Fundraising
Capital empreendedor: estágios de investimento

4.Referências Bibliográficas



INÍCIO



O termo startup se tornou comum e, atualmente, boa parte das pessoas já ouviu falar nele. Na literatura, existem várias definições para o conceito de Startup: uma empresa em fase inicial, uma empresa de base tecnológica, uma empresa com produto, cultura e jeito de ser inovadores e com espírito jovem. Vamos apresentar a definição de dois especialistas:

“Uma startup é uma organização temporária em busca de um modelo de negócio escalável, recorrente e lucrativo” Steve Blank

“Startup é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza” Eric Ries

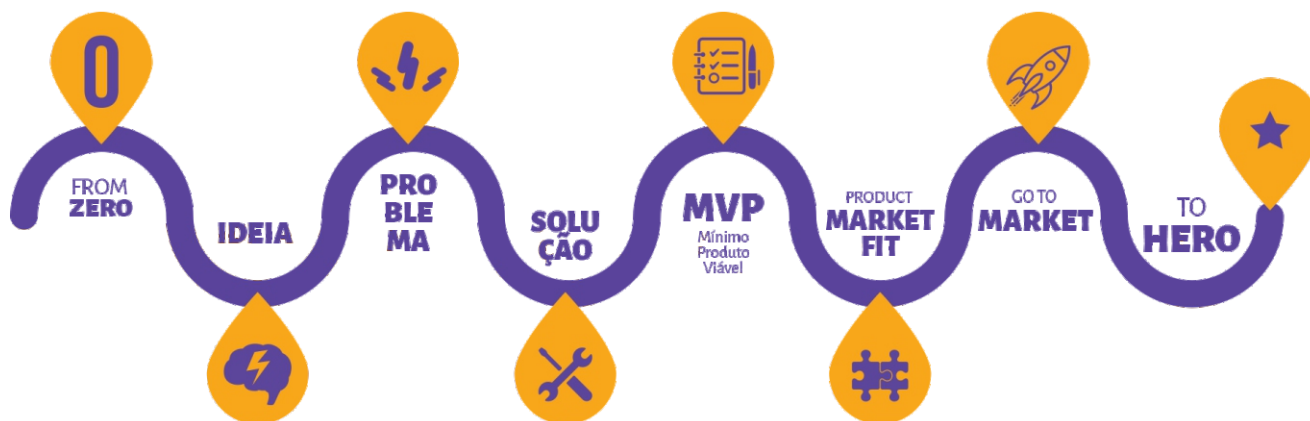


Imagem 1 - From Zero to Hero / fonte: agita.escoladosebrae.com.br

Assista o curso com Steve Blank “How to build a Startup (como construir uma startup)”, com legendas em português.

<https://www.youtube.com/watch?v=VZvgj6B2JZs&list=PLAwXtw4SYaPnxzSuovATBMrNowGaaEBmW>

Assista o curso de Stanford em parceria com a Y Combinator “How to start a startup (como iniciar uma startup)”, com legendas em português.

https://www.youtube.com/watch?v=CBYhVcO4Wgl&list=PL5q_lef6zVkaTY_cTlk7qFNF2TidHCe-I

INICIANDO UM NOVO NEGÓCIO

“Você deve apenas começar uma startup se você se sentir incomodado com um problema, e que você acha que criar uma empresa é o melhor jeito de resolvê-lo” Sam Altman, CEO da Aceleradora Y Combinator

TRÊS MANEIRAS DE INICIAR UM NOVO NEGÓCIO

Existem alguns motivadores que levam as pessoas a desejarem empreender. Algumas pessoas não gostam do seu chefe e desejam se tornar o próprio chefe. Outras por estarem a muitos anos em um mercado e terem absorvido bastante conhecimento técnico, decidem se tornar donas do seu próprio negócio. Outras têm o desejo de mudar o mundo e enxergam em um negócio a forma de tornar isso possível. Independente do motivador, podemos resumir em três os motivos pelos quais as pessoas iniciam um novo negócio:

Ter uma ideia: Existe um problema que te incomoda e você pensa em uma forma de solucioná-lo. Você pensa em uma forma de melhorar um processo, um serviço ou um produto e deseja lançá-lo no mercado.

Ter uma Inovação Tecnológica: Você desenvolveu algo e deseja patentear-lo, capitalizá-lo ou apenas implementá-lo para gerar benefícios para a sociedade.

Ter uma paixão: Você ainda não tem uma ideia ou inovação tecnológica, mas deseja empreender, trabalhar para si mesmo e controlar o próprio destino.

Independente de como ficou interessado no empreendedorismo, o ideal é que você comece respondendo

primeiro a seguinte pergunta: **O que eu sei fazer bem feito e adoraria realizar por um longo período de tempo?**

Muitas pessoas desejam empreender, mas não têm uma ideia de negócio ou uma inovação tecnológica. Se esse for o seu caso, não se preocupe, você não está sozinho.

COMO TER UMA IDEIA DE NEGÓCIO OU INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

“Grandes empresas nascem da resposta a perguntas simples que mudam o mundo, não do desejo de enriquecer” Guy Kawasaki

Quais são seus pontos fortes e habilidades? Quais são seus interesses pessoais? Fazendo uma análise sobre esses aspectos, é possível que você identifique boas oportunidades. Experimente fazer esse exercício sozinho ou com um grupo de potenciais cofundadores.

Para fazer essa reflexão, considere o seguinte:

- **Conhecimento:** O que você sabe fazer? Qual área foi o foco da sua formação ou carreira?
- **Capacidades:** Em que você é mais competente e eficiente?
- **Conexões:** Quem você conhece que tem competências diferentes das suas? Você conhece outros empreendedores?
- **Ativos financeiros:** Você tem acesso a um grande montante de capital financeiro ou iniciará com suas economias?
- **Reconhecimento do nome:** Pelo que você e os cofundadores são reconhecidos? Habilidades em Vendas? Conhecimento de linguagem de programação?
- **Experiência profissional anterior:** Em seus empregos anteriores quais eram os problemas que mais lhe incomodavam e não faziam sentido? Quais ineficiências existiam?
- **Paixão por um mercado em particular:** Você se interessa por melhorar a educação do seu país? A Logística? A Saúde? Quais áreas te empolgam mais?
- **Comprometimento:** Você está pronto para tornar uma nova empresa seu foco primário na vida? Está pronto para dar o seu melhor e dedicar tempo a sua nova empresa?

Leia sobre assuntos diversos e converse com pessoas com conhecimentos diferentes do seu. A combinação de diferentes experiências e conhecimentos pode gerar ideias inovadoras.

Leia o Livro “Empreendedorismo Disciplinado: 24 Etapas para criar uma startup bem-sucedida” de Bill Aulet.

Veja esse estudo sobre 450 ideias de negócios feita pelo Sebrae

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias>

Assine a newsletter do SIMI – Sistema Mineiro de Inovação

<http://www.simi.org.br/>

FORME UM TIME FORTE DE SÓCIOS (COFUNDADORES)

Um bom time de cofundadores precisa ter semelhanças e diferenças. As principais semelhanças desejáveis são:

- **Visão:** Caso um fundador acredite, por exemplo, que veículos movidos à eletricidade serão adquiridos por poucas pessoas, e outro acredite que, no futuro, eles terão baixo custo, grande autonomia e substituirão os veículos movidos a combustíveis fósseis, então, possivelmente eles não constituem um boa dupla.

- **Dimensão:** Nem todos almejam ser multimilionários nem desejam um negócio por diversão. Não há desejos e expectativas certas e erradas, apenas que combinam ou não. Os fundadores não precisam saber o que querem desde o início, mas, pelo menos, deve haver sintonia.

- **Comprometimento:** Os fundadores devem ter o mesmo nível de comprometimento. O que vem primeiro: o negócio, a família ou uma vida equilibrada? É muito difícil fazer qualquer projeto funcionar quando os envolvidos tem prioridades diferentes.

Entre as diferenças consideradas desejáveis estão:

- **Expertise:** Para iniciar um negócio, é necessário ter uma pessoa com conhecimento técnico para fazer o produto ou serviço e outra com competências comerciais para vendê-lo. Os fundadores precisam se complementar.

- **Orientação:** : Algumas pessoas são mais analíticas, têm habilidade para esmiuçar detalhes. Outras preferem ignorar os detalhes e se preocupam com questões mais amplas, mais estratégicas. Para dar certo, um negócio requer ambos os tipos de fundadores.

- **Perspectiva:** Quanto mais pontos de vista, melhor. O ideal é um perfil heterogêneo de fundadores que pode incluir homens e mulheres, profissionais de engenharia e de vendas, pessoas racionais e emotivas.

Leia o livro “A Arte do Começo 2.0: O guia definitivo para iniciar seu projeto ou startup”, de Guy Kawasaki

DEZ MANEIRAS DE AVALIAR UM MERCADO

“A lei de ferro do mercado é fria, dura e implacável: se você não tiver um grande grupo de pessoas que realmente queira o que você tem a oferecer, suas chances de criar uma empresa viável são muito escassas” Josh Kaufman

Se você já tem um negócio e decide entrar em um novo mercado ou se quer abrir um novo negócio, é indicado a realização de uma pesquisa sobre o potencial desse mercado.

- **Urgência:** As pessoas precisam de fato disso nesse momento? Com qual intensidade eles precisam da sua solução?
- **Tamanho do Mercado:** Qual a quantidade de pessoas dispostas a comprar a sua solução?
- **Potencial de Precificação:** Qual é o maior preço que um cliente pagaria por sua solução?
- **Custo de Aquisição de Clientes:** Quanto custará, em média, para efetuar uma venda, considerando tanto o dinheiro quanto o esforço? O quanto é fácil adquirir um novo cliente?
- **Custo da Entrega de Valor:** Quanto custaria criar e entregar a solução oferecida, considerando tanto o dinheiro quanto o esforço?
- **Exclusividade da Oferta:** O quanto é fácil para potenciais concorrentes copiarem a sua solução?
- **Velocidade de Entrada no Mercado:** Com que velocidade você consegue criar algo para vender?



DESENVOLVIMENTO



Ferramentas e Metodologias

EFFECTUATION

“99,9% das empresas do mundo começaram com Effectuation” Marcelo Nakagawa

A professora Saras Sarasvathy da Darden School of Business, na University of Virginia, realizou uma pesquisa com 27 empreendedores para identificar um padrão de comportamento entre eles. Ela entrevistou donos de empresas com um faturamento que variava entre \$200 milhões e \$6,5 bilhões, com mais de 15 anos de experiência, que tinham fundado várias empresas, aberto o capital em pelo menos uma delas e com histórias de sucesso e fracasso.

E qual foi o padrão que ela identificou na pesquisa? Como empreendedores experientes pensam, decidem e agem?

Empreendedores de sucesso normalmente iniciam seus negócios de maneira simples, se perguntando: “Quem eu sou?”, “O que eu sei fazer?” e “Quem eu conheço?”. Comumente eles não desprendem grande quantidade de dinheiro para iniciar um negócio, aceitam o fator surpresa e continuam sua jornada empreendedora se adaptando às adversidades.

Como preencher?

1 – Conhecendo-se. Nesta etapa, o objetivo é fazer uma lista de quem você é, o que você sabe fazer e quem você conhece.

2 – Identificando algo que você possa fazer para ganhar dinheiro. A partir da lista anterior, é preciso fazer uma segunda lista com coisas que você poderia fazer para ganhar dinheiro.

3 – Interagindo com a sua rede de contatos para explicar o que pode fazer. Com a relação de coisas que poderia fazer para ganhar dinheiro, comece a conversar com amigos e conhecidos solicitando suas opiniões sobre a sua ideia de negócios, se eles acham que ela pode dar certo e como poderia ser melhorada, além de solicitar a eles indicações de potenciais clientes.

4 –Recebendo o apoio de amigos e conhecidos. Nesta etapa, é provável que você receba indicações de pessoas que teriam interesse em comprar seu produto ou serviço.

5 – Fechando o primeiro pedido. O primeiro pedido possivelmente será fechado com alguém que você conhece ou com uma indicação.

6 – Expandindo seus recursos iniciais. Após realizar as primeiras vendas, é possível que sua rede de contatos aumente e os clientes potenciais também.

Passo n: Definindo novos objetivos: Os maiores empreendedores, ao dominarem os passos 1 a 6 do Effectuation, em algum momento “n”, começaram a pensar em novos objetivos para seus negócios. Eles foram além, pensaram de forma visionária e buscaram novos mercados, novos modelos de negócios e inovações.



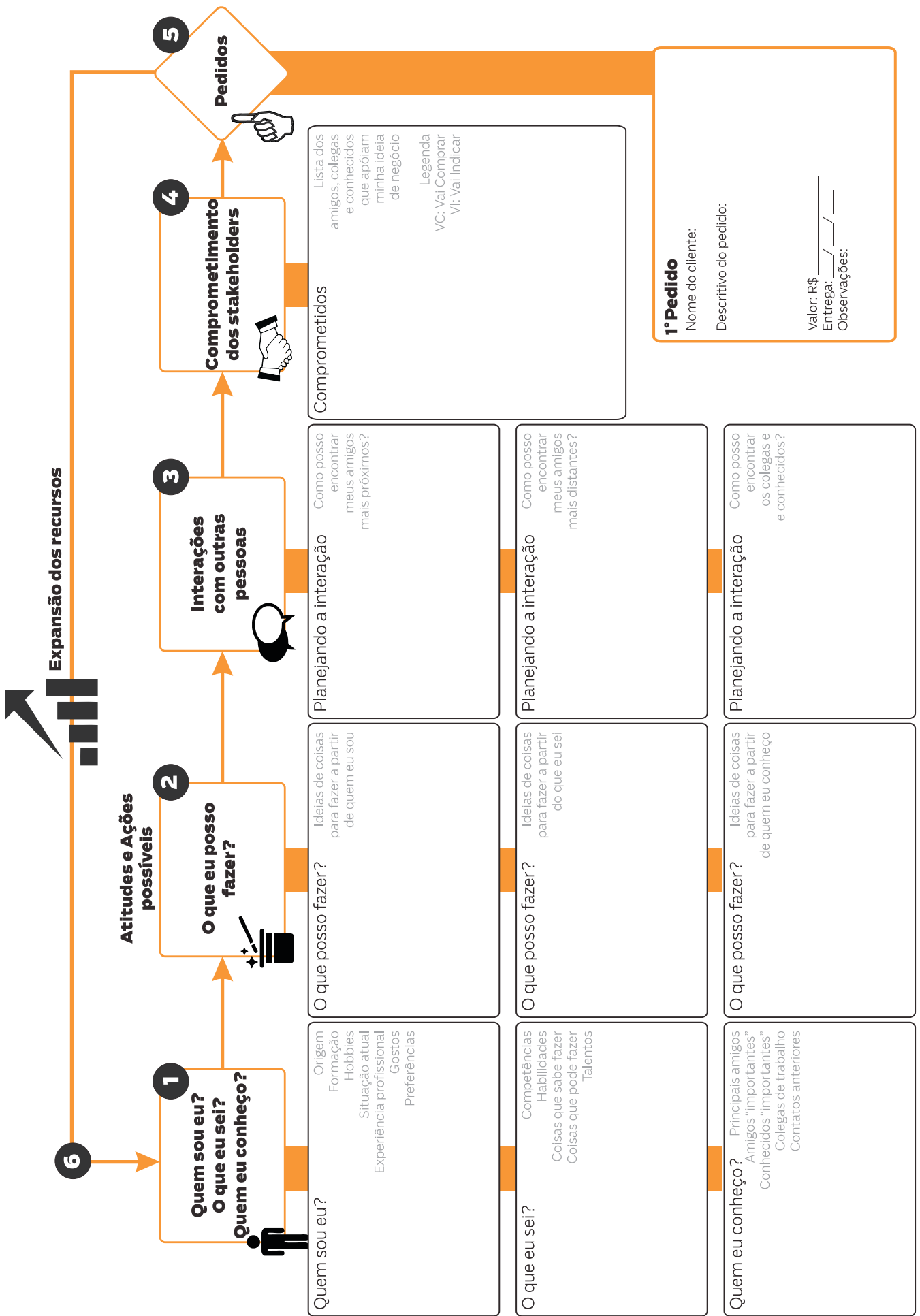


Imagem 2 - Effectuation / fonte: Marcelo Nakagawa, Movimento Empreenda

ANÁLISE 360° DA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

Indicado para novos empreendedores, essa ferramenta serve para avaliar quais das ideias do empreendedor tem a melhor oportunidade de negócio, guiando-o em suas reflexões pessoais e análises dos aspectos internos e externos de um negócio.

Como preencher?

Aspectos Externos

As boas oportunidades de negócio resolvem um problema. O problema que a sua ideia de negócio resolve tem:

1 – Um benefício claro para o cliente? Quando ele tem contato com o seu produto/serviço já percebe que aquela é a melhor solução para o problema que ele tem?

2 – O tamanho de mercado adequado? Seu negócio resolve o problema de um grande número de pessoas?

3 – Potencial de lucratividade e rentabilidade? A quantidade de pessoas levantada na questão anterior é significativa o bastante para gerar os resultados financeiros esperados pelo empreendedor e/ou investidor?

4 – Diferenciação / Inovação? Seu negócio oferta melhores soluções comparadas com seus concorrentes?

Aspectos Internos

Será que sua ideia de negócio é a melhor oportunidade para o seu perfil empreendedor? As melhores oportunidades de negócio para uma pessoa são aquelas que estão alinhadas com suas paixões pessoais, com suas competências e com aquilo que o mercado está disposto a pagar. O problema que a sua ideia de negócio resolve:

1 – É uma de suas paixões pessoais? Você se satisfaz ao resolver esse problema das pessoas?

2 – É um desafio intelectual que lhe trará motivação no médio e longo prazos? Você terá interesse em sempre aprender mais sobre o problema que resolve?

3 – Tem um grande mercado consumidor? Esse mercado é grande o suficiente para suprir o seu desejo de impactar a sociedade através do seu negócio?



BUSINESS MODEL CANVAS ou QUADRO DO MODELO DE NEGÓCIOS

Escrito por Alexander Osterwalder, Yves Pigneur e cocriado por 470 pessoas de 45 países, o livro Business Model Generation, traz a proposta do Canvas, o Quadro do Modelo de Negócios. Esse quadro expõem os nove componentes básicos que descrevem a lógica de como uma organização pretende gerar valor. Esses nove quadros abrangem as quatro áreas principais de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira.

Como preencher?

1 – Segmentos de Clientes: Quais clientes (mercado, segmentos, nichos) sua empresa quer atingir? Quem são seus consumidores mais importantes?

2 – Proposta de Valor: Quais benefícios sua empresa oferece a seus clientes? Qual problema está ajudando a resolver?

3 – Canais: Como sua empresa se comunica com seus clientes e entrega sua proposta de valor? Quais canais funcionam melhor? Como os clientes querem ser contatados? Qual canal tem melhor custo-benefício?

4 – Relacionamento com Clientes: Quais relacionamentos sua empresa estabelece com seus clientes? Quais eles esperam que sua empresa estabeleça? Qual o custo de cada um?

5 – Fontes de Receita: Qual preço seus clientes estão realmente dispostos a pagar? Quais são as fontes de receita de cada segmento de cliente?

6 – Recursos Principais: Quais são os principais recursos (físico, intelectual, humano e financeiro) que sua proposta de valor requer para que funcione conforme planejado?

7 – Atividades-Chave: Quais são as atividades mais importantes que devem ser feitas para que a empresa consiga implementar seu modelo de negócio?

8 – Parcerias Principais: Quem são seus principais parceiros? Quem são seus principais fornecedores?

9 – Estrutura de Custo: Quais são os custos (despesas, gastos) que sua empresa terá ao colocar o modelo de negócio planejado em prática?

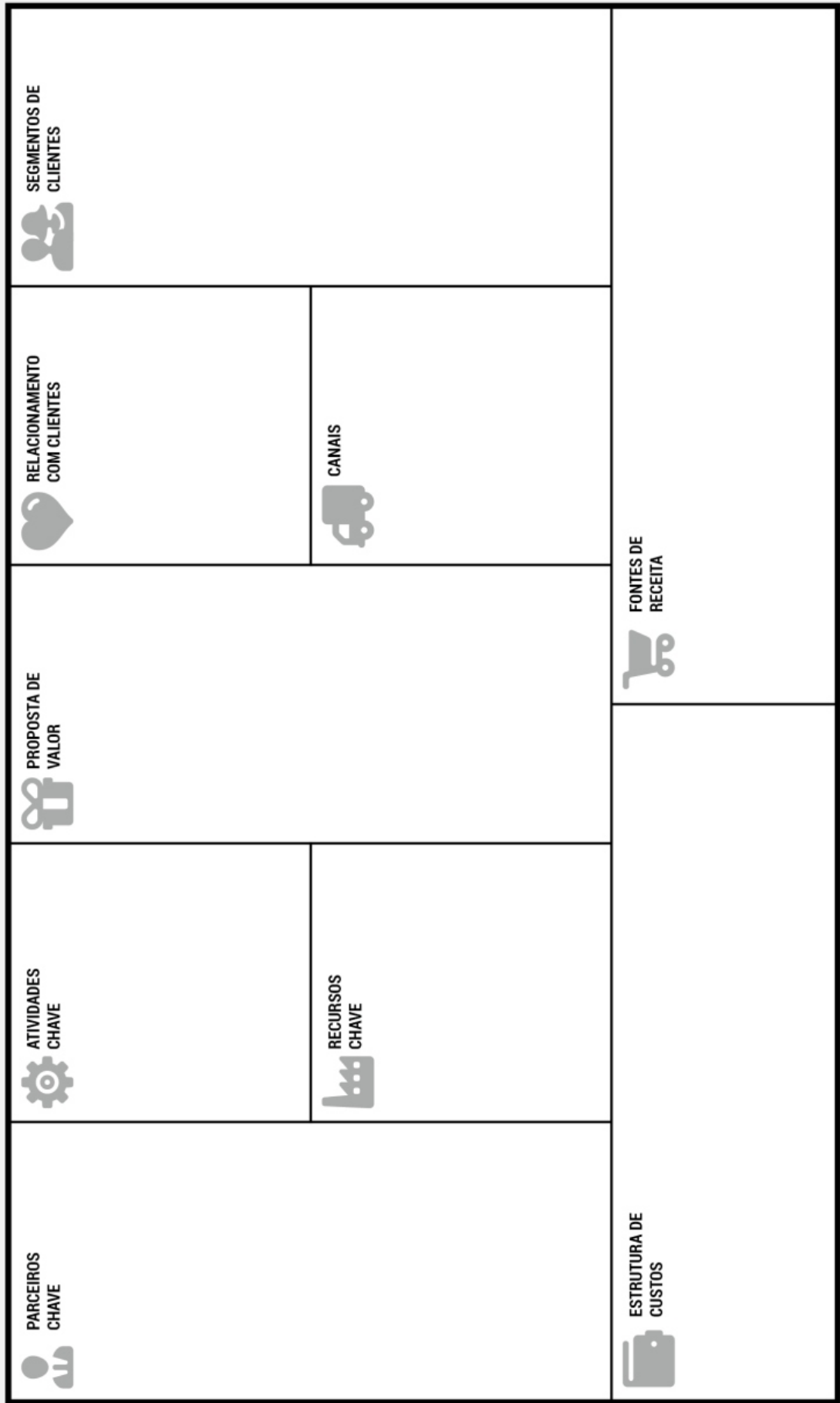


BUSINESS MODEL CANVAS

Projeto por:

Projeto para:

Data/Versão:



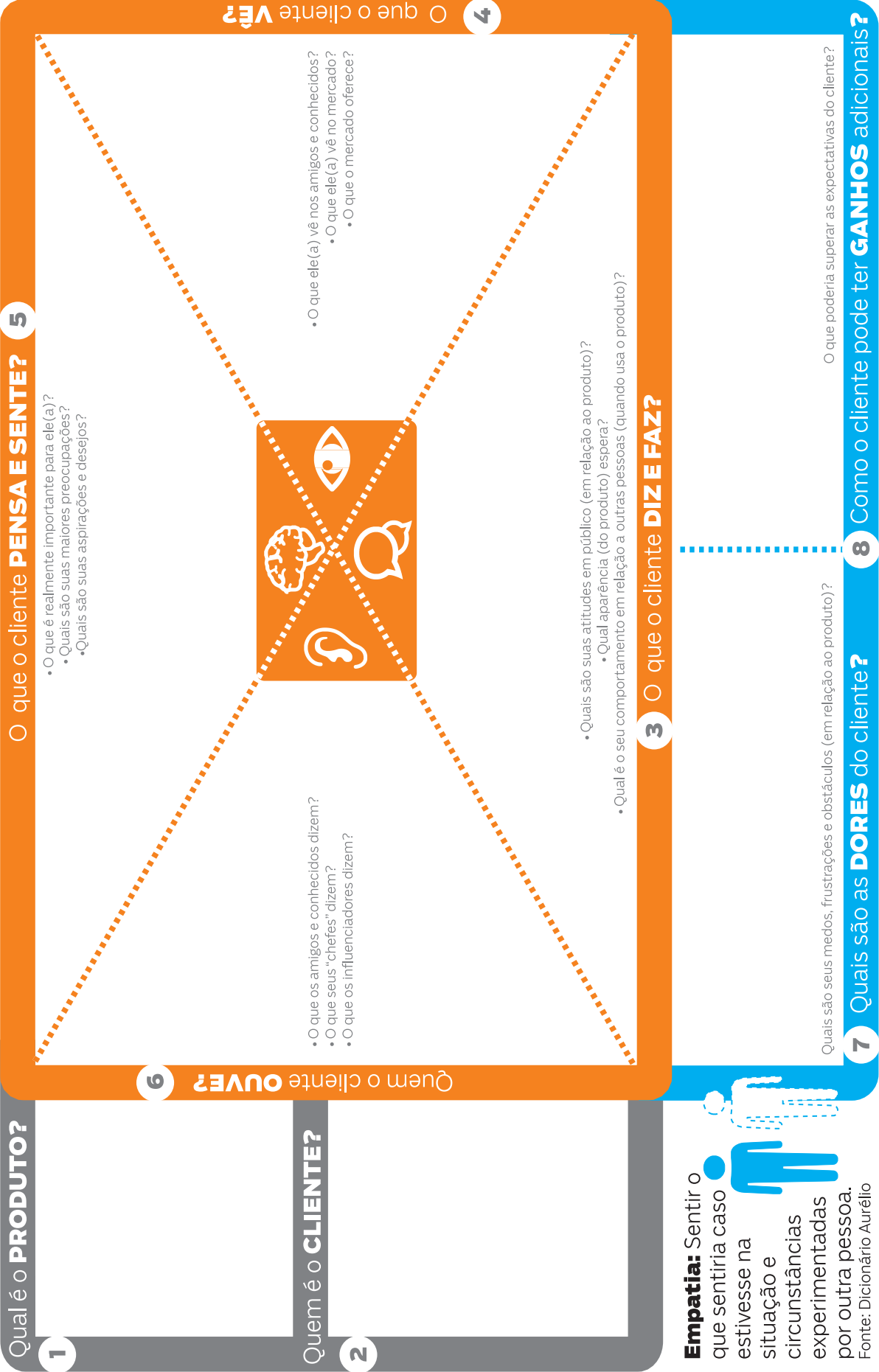


Imagem 5 - Mapa de Empatia / fonte: Marcelo Nakagawa, Movimento Empreenda

LEAN STARTUP ou STARTUP ENXUTA

“Empreender é uma jornada de Hipóteses” Pedro Waengertner, CEO da ACE, aceleradora de Startups.

Um empreendedor deve estar ciente que por mais que ele tenha feito uma série de pesquisas antes de lançar seu produto no mercado, ele não tem nada além de hipóteses que precisam ser comprovadas.

A Startup Enxuta é uma abordagem que se desenvolve sobre diversas ideias prévias de administração e desenvolvimento de produto (incluindo manufatura enxuta), *design thinking*, desenvolvimento de clientes e o desenvolvimento ágil. Startup enxuta é uma metodologia criada por Eric Ries, Co-fundador da IMVU, empresa de entretenimento social on-line.

“A atividade fundamental de uma startup é transformar ideias em produtos, medir como os clientes reagem, e, então, aprender se é o caso de pivotar ou perseverar. Todos os processos de startup bem-sucedidos devem ser voltados a acelerar esse ciclo de feedback.” Eric Ries

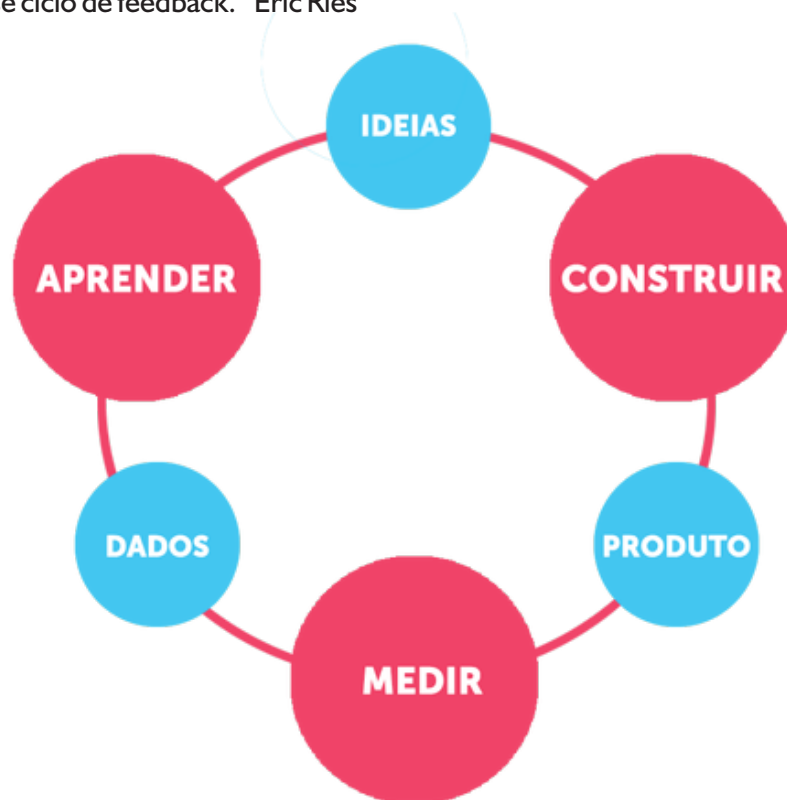


Imagem 6 - Ciclo Construir, Medir, Aprender / fonte: Lean Startup

A Startup Enxuta tem como ideia principal evitar o desperdício de tempo e recursos no desenvolvimento de um novo produto ou serviço, assim, obtendo mais qualidade em seu resultado final.

Ao invés do planejamento minucioso, em que se estabelece um Plano de Negócios, descrevendo todas as etapas clássicas da montagem de um negócio, como projeções de receita, lucro, fluxo de caixa, entre outros, para os próximos anos, a metodologia Startup Enxuta defende a experimentação e *feedbacks* constantes dos clientes ao longo do processo de desenvolvimento do produto ou serviço. Em resumo, na Startup Enxuta, a empresa vai ao mercado coletar opiniões de potenciais clientes sobre os nove elementos do Quadro de Modelo de Negócios (Canvas). Em sequência a empresa cria um MVP (Mínimo Produto Viável) e coleta *feedbacks* dos clientes o mais rápido possível. Com base nos resultados dos *feedbacks*, a empresa busca por novas melhores versões, fazendo ajustes até encontrar o produto ideal, ou decide por pivotar a sua ideia, ou seja, decide por uma mudança radical no rumo do negócio.

A abordagem da Startup Enxuta pode funcionar em empresas de qualquer porte, em qualquer setor ou atividade.

Fonte: Meusucesso.com

Leia o livro “Startup Enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas” de Eric Ries.

MINIMUM VIABLE PRODUCT (MVP) ou PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL

O MVP é um produto em desenvolvimento que acelera o aprendizado ao definir quais são as funcionalidades mínimas capazes de permitir a execução de um teste de aceitação com o público alvo. Esses testes permitem validar a viabilidade do negócio em campo. São diversas experimentações práticas que serão desenvolvidas levando o produto a um seletivo grupo de clientes, mas não é o produto final! Estamos falando de um produto com o mínimo de recursos possíveis, desde que (em sua totalidade) estes mantenham sua função de solução ao problema para o qual foi criado (não vale serem apenas funcionalidades soltas: juntas, elas devem configurar um produto, ainda que em forma de protótipo!). O empreendedor vai oferecer o mínimo de funcionalidades para conhecer na prática a reação do mercado, a compreensão do cliente sobre seu produto e se ele — de fato — soluciona o problema do consumidor.

Fonte: Endeavor e Blog Estadão

Leia mais sobre o tema em <https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/mvp/>

CUSTOMER DEVELOPMENT ou DESENVOLVIMENTO DE CLIENTES

“Desenvolvimento de Clientes é o processo que organiza a busca pelo Modelo de Negócio” Steve Blank

Grande parte das iniciativas inovadoras não falha por esquecer de executar bem algum item do seu Plano de Negócio, mas sim por não conseguir vender seus produtos (o suficiente para pagar as contas e gerar lucro), ou seja, por não encontrar a sintonia entre produto e mercado.

O Desenvolvimento de Clientes é uma metodologia que busca de forma iterativa e dinâmica, obter *feedbacks* constantes dos clientes na busca por essa sintonia entre produto e mercado. Antes de executar um Plano de Negócios detalhado, o objetivo é encontrar um problema relevante, recorrente e com uma abrangência significativa e verificar se as soluções propostas por sua empresa atendem os potenciais clientes. Dessa forma, o empreendedor economiza recursos ao lançar um produto ou serviço em maior escala após ele ter sido validado pelo mercado.

O processo de Desenvolvimento de Clientes é composto por quatro passos. Os dois primeiros passos configuram a “pesquisa” para o modelo de negócio. Os passos três e quatro “executam” o modelo de negócio que foi desenvolvido, testado e comprovado nos passos um e dois.

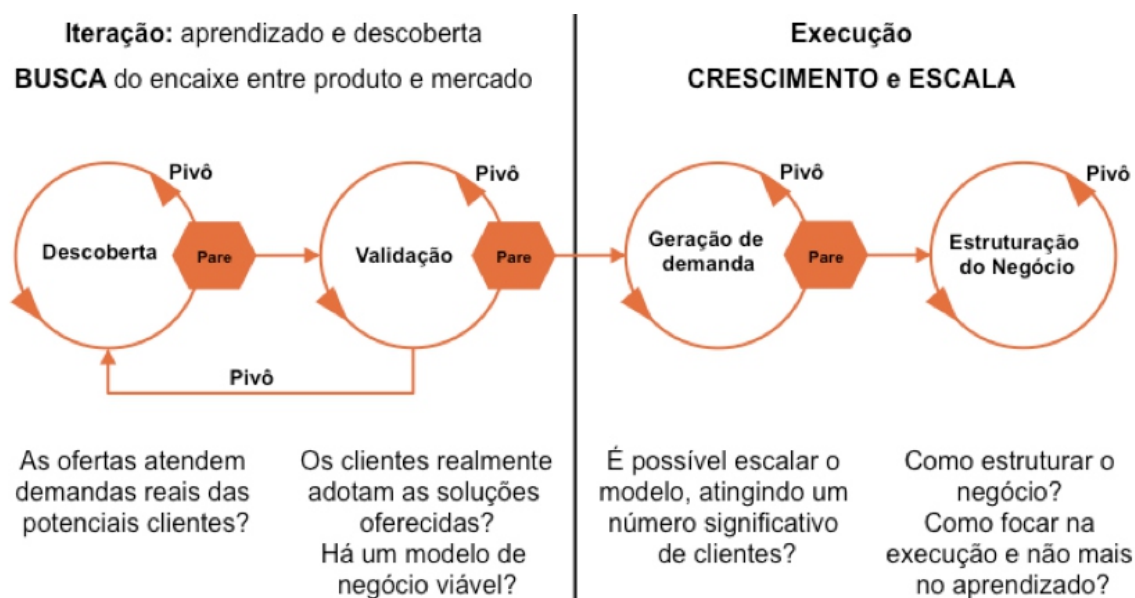


Imagem 7 - Processo do Desenvolvimento de Clientes / fonte: socialgoodbrasil.org.br

Descoberta do Cliente primeiro captura a visão dos fundadores da startup e a transforma em uma série de hipóteses do Modelo de Negócio. A partir daí, desenvolve um plano para testar as reações dos clientes as hipóteses estabelecidas e transformá-las em fatos.

Validação pelo Cliente verifica se os resultados do Modelo de Negócio são repetíveis e escaláveis. Em caso da resposta ser negativa, volta-se ao passo Descoberta do Cliente.

Geração de Demanda é o início da execução. Nesse passo é definido o montante de usuários finais e o canal de vendas e o negócio é dimensionado.

Estruturação da Empresa é o onde a organização deixa de ser uma startup em busca de um modelo de negócios e se transforma em uma companhia focada na execução de um modelo aprovado.

Fonte: Social Good Brasil

Leia o livro “**Startup: Manual do Empreendedor. O Guia Passo a Passo para Construir uma Grande Empresa**” de Steve Blank e Bob Dorf.

DESIGN SPRINT

O Sprint é um processo desenvolvido pela equipe do Google Ventures para resolver em cinco dias questões críticas por meio de protótipos e testes de ideias com clientes.



Imagem 8 - Design Sprint / fonte: marketingconteudo.com

Segunda-feira, o problema é mapeado e é escolhido um ponto importante em que se concentrar.

Terça-feira, são esboçadas soluções concorrentes no papel.

Quarta-feira, são tomadas decisões difíceis e as ideias são transformadas em hipóteses que possam ser testadas.

Quinta-feira, deverá ser construído um protótipo realista.

Sexta-feira, deverá ser feito um teste do protótipo com humanos.

Leia o livro “**Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias**” de Jake Knapp, John Zeratsky e Braden Kowitz.

RUNNING LEAN

“O Running Lean é um processo sistemático de mudança do Plano A (plano inicial) para um plano de funcionamento antes de os recursos se esgotarem” Ash Maurya

O Running Lean foi estabelecido por Ash Maurya, fundador da startup Spark59, especialista em metodologias

Lean e autor do livro “Comece sua Startup Enxuta”. Segundo o autor, das startups que atingiram o sucesso, dois terços relatam ter mudado drasticamente seus planos ao longo do caminho. O que diferencia as startups bem sucedidas das que fracassaram não é necessariamente o fato das bem sucedidas começarem com um plano inicial (ou plano A) melhor, e sim pelo fato delas encontrarem um plano que funcione antes de ficarem sem recursos.

O Running Lean baseia-se em:

- Velocidade, aprendizado e foco;
- Testar uma visão mensurando o comportamento do cliente;
- Envolver os clientes no decorrer de todo o ciclo de desenvolvimento do produto;
- Validação simultânea tanto do produto quanto do mercado usando iterações curtas;
- É um processo disciplinado e rigoroso.

Parcerias-chave Problema	Atividades-chave Solução	Oferta de valor	Relacionamento Vantagem diferencial	Segmentos de clientes
	Recursos-chave Métricas		Canais	
Estruturas de custos		Fontes de receita		

Imagem 9 - Do Business Model Canvas para o Lean Canvas / fonte: experience.hsm.com.br

Leia o livro “Comece sua Startup Enxuta: aprenda a aplicar a metodologia Lean em seu (novo) negócio”, de Ash Maurya.

SCRUM

“Fracasse rápido para que possa corrigir o problema o quanto antes. A cultura corporativa costuma dar mais valor a formulários, procedimentos e reuniões do que à criação de valor concreto, que possa ser verificado a curtos intervalos de tempo pelos usuários” Jeff Sutherland

Segundo Jeff Sutherland, cocriador do Scrum, as Gerências de empresas tradicionalmente querem dois elementos em qualquer projeto: controle e previsibilidade. Gastam-se meses no planejamento de todos os detalhes, criam-se documentos, gráficos e diagramas, para que nenhum erro ocorra e que o orçamento e tempo de entrega sejam cumpridos. No entanto, esse cenário perfeito nunca se torna real. Em todo projeto surgem problemas não previstos e há rompantes de inspiração.

Na essência, o Scrum é baseado no ciclo de “inspeção e adaptação”. De tempos em tempos, pare o que está fazendo, revise o que já foi feito e verifique se ainda deveria continuar a fazê-lo e como poderia executá-lo de uma

melhor forma. A ideia é simples: quando se inicia um projeto, por que não verificar regularmente se ele está indo no caminho certo e se aquilo é realmente o que as pessoas querem? É possível aprimorar a forma como você está trabalhando para obter resultados melhores e mais rápidos? O que poderia estar impedindo você de fazer isso?

Um dos conceitos-chave do Scrum é que os integrantes da equipe decidam sozinhos como eles trabalharão. A Gerência tem a responsabilidade de definir os objetivos estratégicos, mas é função da equipe decidir como atingir essas metas. Um dos rituais do Scrum constitui em fazer três perguntas aos membros da equipe: o que você fez desde a última vez que conversamos? O que você vai fazer antes de nossa próxima reunião? Quais são as dificuldades que você está enfrentando?

O Scrum é utilizado por instituições como FBI, Salesforce, Google, Yahoo! e Rede Globo, e já foram registrados ganhos de produtividade de até 1.200% com o advento do método.

Leia o livro “Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo” de Jeff Sutherland e J.J. Sutherland.

Assista o vídeo “Aprenda Scrum em 9 minutos” <https://www.youtube.com/watch?v=XfvQWnRgxG0>

Faça uma certificação Scrum em <https://www.scrum.org/>

PITCH

O raciocínio é ... se você encontrar com um potencial investidor e tiver que convencê-lo em poucos instantes que seu projeto é bom e merece a atenção dele, o que vocêalaria?

O Pitch é uma técnica usada por empreendedores para apresentar um projeto, para potenciais investidores, em uma sequência lógica, com informações relevantes e em um curto espaço de tempo (normalmente varia de 1 a 3 minutos). Ele pode ter formatos diferentes, variando o público, tempo de duração e objetivo da apresentação.

Baixe um modelo de Pitch gratuitamente

https://abstartups.com.br/pitch-deck/?gclid=EAlalQobChMly5aj7J3t3AIVygSRChIIRQikeAAYAiAAEglQsvD_BwE

STORYTELLING

Storytelling é a prática de se contar uma história relevante, que gere interação e conexão com o público, retendo a sua atenção.

Muitas marcas tem usado o Storytelling inclusive nas embalagens de seus produtos.

Além de utilizá-lo para vender mais, que tal usar o Storytelling também para fazer melhores apresentações acadêmicas?

Assista o vídeo “Como fazer apresentações inesquecíveis usando o Storytelling”

<https://www.youtube.com/watch?v=ZAGhbUSQDf0>

BOOTSTRAPPING

Bootstrapping significa criar uma startup utilizando somente recursos próprios, não recorrendo a financiamento externo fornecido por bancos ou investidores. A intenção aqui é que, se houver uma entrada de capital, que ela seja proveniente dos primeiros clientes. Empreendedores que utilizam o bootstrapping normalmente são acima da média e raramente são iniciantes. Especialistas orientam sempre utilizar esse modelo como primeira tentativa do empreendedor, minimizando o risco de dívidas com terceiros ou a cessão de um percentual da sua empresa à investidores.

Fonte: Yuri Gitahy, da Aceleradora

Leia mais sobre o tema em <https://abstartups.com.br/2017/01/12/o-que-e-bootstrapping-e-como-fazer/>

GROWTH HACKING

Segundo o site Tech Beach, Growth Hacking é “Uma técnica de marketing, inicialmente empregada em startups de tecnologia, que usa criatividade, métricas sociais, pensamento analítico e ferramentas para acelerar a venda de produtos e ganhar a exposição.” O Growth Hacking é uma forma das empresas analisarem seus clientes e de que forma eles usam seus produtos e serviços, para, a partir daí, executar práticas de marketing com foco principal em crescimento.

Leia mais sobre o tema em <https://rockcontent.com/guia/growth-hacking/>

Leia o livro “Receita Previsível (Predictable Revenue)” de Aaron Ross e Marylou Tyler



FUNDRAISING ou CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Um das grandes preocupações de muitos empreendedores é sobre como captar investimentos para a sua startup ou projeto.

Vamos entender um pouco sobre os estágios de investimento.

Capital empreendedor: estágios de investimento

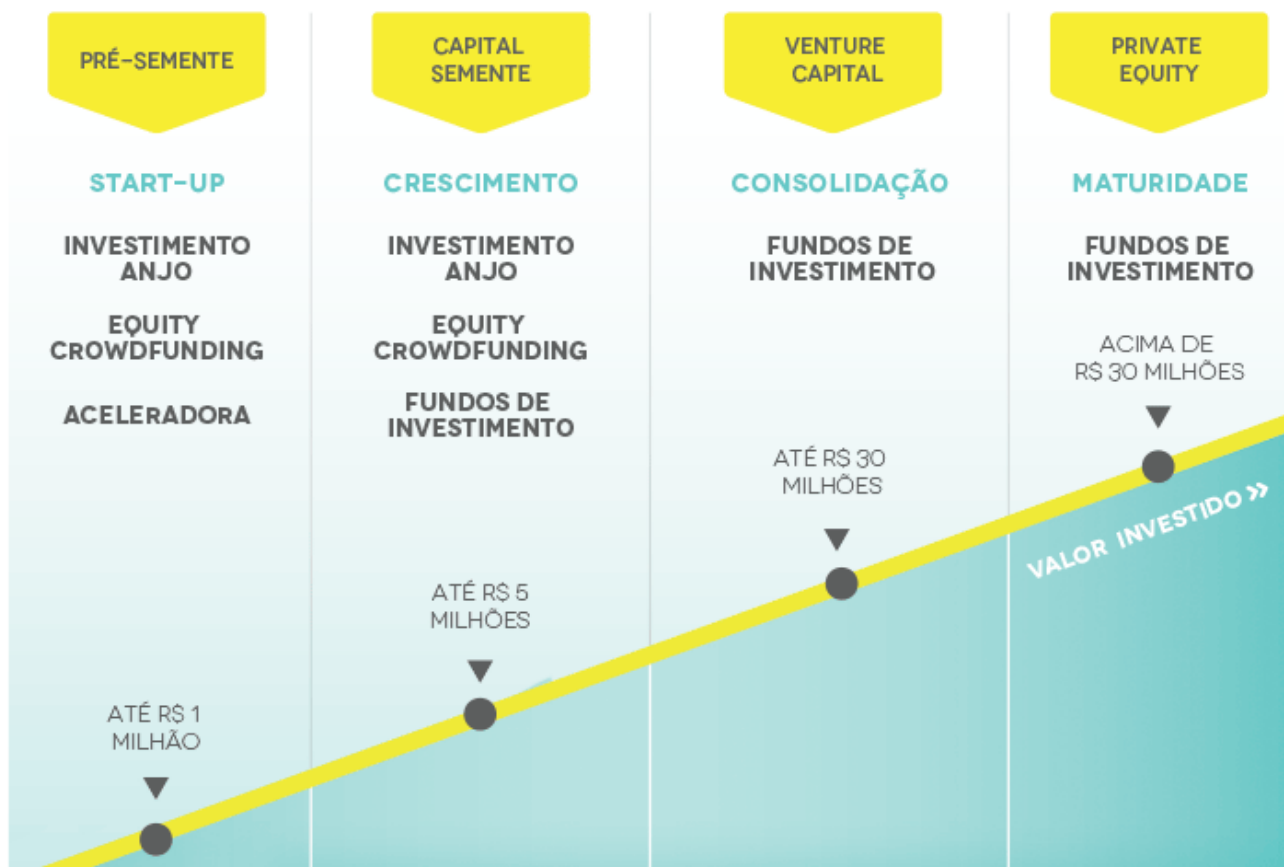


Imagem 10 - Capital Empreendedor: estágio de investimento / Fonte: sebrae.com.br

Pré-semente

Este é o estágio mais básico do Capital Empreendedor, focado em empresas que ainda estão na fase de desenvolvimento de produtos e de validação do modelo de negócio, geralmente ainda gerando pouca ou nenhuma receita.

Os recursos investidos nesse estágio ficam na faixa de **R\$ 50 mil** e **R\$ 500 mil** e são utilizados para finalizar o desenvolvimento de produto, financiar a equipe de fundadores, para conquistar os primeiros clientes e custear a entrada no mercado.

Investidores que atuam nesse estágio são **Investidores Anjo**, que são pessoas físicas, geralmente empresários ou executivos de empresas consolidadas, ou **Aceleradoras** que são empresas de capital empreendedor que investem em diversos negócios de estágio muito inicial. Outra alternativa de captação são as plataformas de **Equity Crowdfunding** que congregam muitos investidores para investirem online.

Capital Semente

Este estágio é focado em negócios que estão validando o seu modelo de crescimento, ou seja, são negócios que já estão em operação, possuem receita recorrente, mas estão com dificuldade para crescer e ainda não possuem uma estratégia clara para atingir escala.

Os recursos investidos nesse estágio ficam na faixa de **R\$ 500 mil** e **R\$ 5 milhões** e são utilizados para expansão

da base de clientes, aumento de equipe de desenvolvimento de produto/serviço, aumento da equipe de vendas e abertura de canais de venda e distribuição.

Investidores que atuam nesse estágio são grupos de **Investidores Anjo, Equity Crowdfunding e Fundos de Investimento** de Capital Semente.

Venture Capital

Venture Capital significa, literalmente, Capital Empreendedor, porém também dá nome a um dos estágios do processo, que é focado em negócios que estão na etapa de consolidação, ou seja, já possuem um modelo de negócio validado, possuem receita recorrente e já em um patamar mais elevado (geralmente a partir de R\$ 1 milhão/ano) e precisam alocar recursos na expansão do negócio.

Os recursos investidos nesse estágio ficam na faixa de R\$ 5 milhões e R\$ 30 milhões e são utilizados para expansão geográfica, expansão de linha de produtos, abertura de novos mercados e aquisição de empresas concorrentes.

Investidores que atuam nesse estágio são **Fundos de Investimento** de Venture Capital.

Private Equity

Este estágio é focado em negócios que estão maduros, ou seja, que já possuem uma operação robusta e lucrativa, mas precisam de recursos para entrar em uma nova fase de crescimento.

Os recursos investidos neste estágio são acima de R\$ 30 milhões e empregados na aquisição de empresas, expansão internacional e preparo para abertura de capital.

Investidores que atuam nesse estágio são **Fundos de Investimento** de Private Equity.

Fonte: Sebrae

Quer entender mais sobre investimento anjo? Acesse <http://www.anjosdobrasil.net/>

Trilha Mineira da Inovação <Http://www.simi.org.br/trilhamineiradainovacao>



OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation – Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011.

BLANK, Steve; DORF, Bob. **Startup : Manual do Empreendedor o guia passo a passo para construir uma grande companhia**. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2014.

MAURYA, Ash. **Comece sua startup enxuta: aprenda a aplicar a metodologia Lean no seu (novo) negócio**. São Paulo, SP: Saraiva Educação, 2018.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2010.

KAWASAKI, Guy. **A Arte do Começo 2.0: o guia definitivo para iniciar seu projeto ou startup**. Rio de Janeiro, RJ: Best Business, 2018.

KAUFMAN, Josh. **Manual do CEO: um verdadeiro MBA para o gestor do século XXI**. São Paulo, SP: Saraiva, 2015.

SUTHERLAND, Jeff; SUTHERLAND, J.J. **Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo**. Rio de Janeiro, RJ: LeYa, 2016.

KNAPP, Jake; ZERATSKY, John; KOWITZ, Braden. **Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias**. Rio de Janeiro, RJ: Intrínseca, 2017.

AULET, Bill. **Empreendedorismo Disciplinado: 24 etapas para uma startup bem-sucedida**. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2018.

IMAGENS:

Imagem 1 - From Zero to Hero / fonte: agita.escoladosebrae.com.br

Imagem 2 - Effectuation / fonte: Marcelo Nakagawa, Movimento Empreenda

Imagem 3 - Análise 360° da Oportunidade de Negócio / fonte: Marcelo Nakagawa, Movimento Empreenda

Imagem 4 - Business Model Canvas / fonte: Business Model Generation, Inovação em Modelos de Negócios

Imagem 5 - Mapa de Empatia / fonte: Marcelo Nakagawa, Movimento Empreenda

Imagem 6 - Ciclo Construir, Medir, Aprender / fonte: Lean Startup

Imagem 7 - Processo do Desenvolvimento de Clientes / fonte: socialgoodbrasil.org.br

Imagem 8 - Design Sprint / fonte: marketingconteudo.com

Imagem 9 - Do Business Model Canvas para o Lean Canvas / fonte: experience.hsm.com.br

Imagem 10 - Capital Empreendedor: estágio de investimento / Fonte: sebrae.com.br

