**O que é uma Start-up ?**

A start-up é uma empresa que tem como objetivo desenvolver um modelo de negócio escalável em um ambiente de incertezas, considerando um produto, serviço, novos processos ou até mesmo uma plataforma. Geralmente com teor tecnológico, a startup é uma empresa emergente, recém criada, que procura gerar valor, ainda na fase de seu desenvolvimento.

**Qual a diferença de uma Start-Up para uma empresa normal ?**

A principal diferença entre start-up para uma empresa normal está seus objetivos principais. Por ser uma empresa emergente, recém criada, a start-up foca suas receitas para o próprio financiamento de suas atividades, buscando desenvolver seu potencial. Uma microempresa por exemplo, direciona seus objetivos para ter uma rentabilidade e valor estável a longo prazo.

**Quais os principais desafios de uma start-up ?**

Abrir uma empresa nunca foi fácil. Tratando-se de uma start-up, os desafios são maiores, por se tratar de um empreendimento com uma visão e soluções que não estão no mercado, a escassez de apoio e um incentivo baixo por parte dos governos podem ser uma barreira.

Embora já existam incentivos privados para as start-ups, o governo deixa a desejar nessa área. A carga tributária é um fator que pesa no início. Geralmente o regime de tributação de uma start-up tende a ser o Simples Nacional. Nesse regime, o imposto é calculado sobre o faturamento. Embora possa ter um faturamento considerável, isso não significa que a esteja lucrando de fato. Facilidades fiscais e incentivos nessa área trariam mais facilidades ao empreendedor.

Sendo um mercado relativamente novo, o nicho de start-up no Brasil ainda não está completamente maduro. A burocracia do sistema para que a documentação esteja correta também é um desafio na vida das start-ups.

Como o modelo de negócio da start-up é escalável, é natural que o negócio cresça muito em pouco tempo. Com isso, geram-se necessidades de novas contratações de profissionais para os novos processos decorrentes do crescimento.

**Como Funcionam as Etapas de Investimento em uma Start-up?**

A start-up em seu início encontra diversas dificuldades para captação de investimentos, pois estão em um campo de negócios arriscado e incerto.

O investimento inicial para uma start-up é chamado de capital semente. A start-up permanece nesse estágio até ter condições de se financiar com recursos próprios ou até mesmo receber aportes de capitais e novos investidores.

Nesse início, as formas de captação de recursos incluem recursos próprios do empreendedor, recursos de amigos e parentes, Investidor-Anjo, recursos aportados por aceleradoras e até mesmo o financiamento coletivo (conhecido também por crowdfunding).

Para melhor exemplificação das etapas de investimento, imagine uma escada a ser subida. Cada degrau nessa escada é um tipo de investimento, conforme o crescimento da empresa. Iremos abordar cada etapa dessa escada, relacionando o investimento ao crescimento da start-up, logo abaixo:

No início da start-up, estamos no primeiro degrau dessa escada.

1º Degrau - Família

Grandes empresas consolidadas nos dias atuais, começaram com a ajuda dos familiares. Nessa etapa, o investimento é mais por uma relação pessoal com o empreendedor. São investimentos baixos, necessários para o empreendedor tirar sua ideia do papel. Por ser uma relação mais pessoal, geralmente a prestação de contas nessa etapa não é tão exigida, uma vez também que, o empreendedor irá trabalhar sozinho, sem uma mentoria ou visão de apoio daqueles que emprestaram o dinheiro.

Os valores nesse degrau variam de R$ 5 mil a R$ 50 mil.

Nesse degrau, uma opção de captação de recursos é o financiamento coletivo (crowdfunding).

O financiamento coletivo (crowdfunding) consiste na obtenção de recursos por meio de interesse coletivo, que irão contribuir em uma campanha para o lançamento de algum produto ou serviço. Normalmente é estipulada uma meta de valores e um prazo final. Dentro desse financiamento coletivo, por muitas vezes, há faixas de valores e recompensas referente aos valores doados. Quanto maior o valor, melhor a recompensa.

A ideia desse financiamento não é focar na sustentação do projeto, mas sim em seu potencial. Ideal para uma start-up, pois várias pessoas podem contribuir para sua ideia, com valores acessíveis. Dessa forma, não sobrecarrega financeiramente o interessado e a start-up consegue captar recursos.

2º Degrau - Investidor Anjo

Embora ainda na fase inicial da start-up, nesse degrau já há um nível maior de exigências e compromissos. É o degrau do **investidor-anjo**.

O investidor anjo é uma pessoa física com capital próprio que investe em empresas com alto potencial de crescimento. Possuem participação minoritária do negócio e não possuem posição executiva na empresa, mas apoiam o negócio como mentores.

Geralmente é feito por profissionais experientes, que agregam valor ao negócio com seus conhecimentos, rede de contatos, experiência, além do capital financeiro. Também são conhecidos como smart-money.

Diferentemente do primeiro degrau, aqui já há a avaliação da lucratividade do negócio, bem como a capacidade do empreendedor. A prestação de contas é exigida, uma vez que o investidor-anjo precisa saber a rentabilidade e retorno do investimento.

O investimento do investidor-anjo gira em torno de R$ 100 mil a R$ 400 mil.

3º Degrau - Fundo semente (Seed Capital)

Também integrante da fase inicial da start-up, o fundo semente já é uma parte mais burocrática, exigindo por exemplo um CNPJ.

O fundo é gerenciado por um administrador que utiliza recursos de terceiros, que podem ou não ser de órgãos governamentais. A avaliação de critérios de rentabilidade e capacidade do negócio são mais exigentes nesse ponto. Embora trabalhem em conjunto com o investidor-anjo, não agregam valor ao negócio, visto que é apenas um fundo de investimento, mas exigem uma participação no negócio, geralmente menores que a parte do investidor-anjo.

Nesse degrau, o fundo semente chega a investir até R$ 2 milhões por start-up.

Dentro desse degrau, temos duas modalidades interessantes. Incubadoras e aceleradoras.

As incubadoras são modelos mais tradicionais. Investem a partir de um projeto e tem como objetivo auxiliar no desenvolvimento nesse estágio inicial. Ajudam na modelação básica do negócio, técnicas de apresentação e acesso a recursos.

As aceleradoras possuem uma metodologia mais complexa. Oferecem apoio financeiro, consultorias, treinamentos e participações em eventos durante o tempo que a start-up permanece no programa, que inclusive é aberto, podendo qualquer start-up se candidatar. Em troca, as aceleradoras recebem uma pequena parcela de participação na empresa.

4º Degrau - Venture Capital

Os três degraus anteriores são para uma etapa inicial da start-up. A partir do 4º degrau, a start-up que conta com esses investimentos já está na etapa de crescimento. Aqui, já é esperado que a start-up esteja faturando. Nessa etapa ocorre a aceleração do projeto, com as venture capital (VCs).

A venture capital é a compra de quotas da start-up, utilizados para apoiar o negócio, com o objetivo de valorização dessas ações para posterior venda.

Com um plano de negócios sólido e comprovado, nessa etapa, a participação do empreendedor já está bastante diluída no negócio

5º Degrau - Private Equity

Semelhante ao Venture Capital, mas com características próprias, como o foco de investimento em empresas de capital aberto ou que estão prestes a abrir seu capital e operações de fusões ou vendas de grandes companhias.

6º Degrau - IPO (Intial Public Offering)

Último estágio de investimentos, as start-ups que chegam a esse nível são consideradas bem sucedidas. Para que continuem a crescer, precisam captar mais dinheiro. Aqui o empreendedor já conseguiu superar muitas adversidades dos degraus anteriores e por vezes, vendem uma grande parte da empresa em ações, para fazer milhões no dia do IPO.

Para se fazer o IPO, é necessário a contratação de um banco de investimentos. O processo pode apresentar volatilidade, com grandes variações dos preços das ações.

As empresas públicas enfrentam um regulamento mais duro da Comissão de Valores Mobiliários e dos acionistas.

O processo de IPO de uma start-up é trabalhoso, caro e demorado, podendo durar até um ano e custar mais de R$ 2 milhões de reais, apenas com taxas, despesas e honorários.

**Como Iniciar uma Start-up?**

**Definir um Problema**

Um dos principais pontos de uma start-up, é definir um problema existente e apresentar uma solução para isso. Se o empreendedor visualiza uma situação que possa ser melhorada, um problema a ser resolvido, aí está uma oportunidade de se lançar uma start-up.

b) Testar uma Solução

Após definir o problema que sua start-up irá resolver, é necessário que se desenvolva a solução. Após estudos no campo, testar essa solução é fundamental antes de lançá-la. Aprimorar, verificar todas as hipóteses para lançar no mercado um produto ou serviço que consiga impactar e gerar valor para a start-up nesse início é fundamental.

c) Criar um encaixe solução/problema

A start-up possui a solução para um problema. O próximo passo é encaixar essa solução com esse problema.

Deve-se pensar estratégias para apresentar ao mercado a necessidade da solução. Quanto melhor esse encaixe, maior as chances de sucesso da start-up.

d) Buscar um mercado

Criado o nexo entre problema/solução, a start-up deve buscar o mercado para atuar. Seja de maneira digital, porta a porta, a start-up necessita espalhar a ideia de seu produto.

Para isso, técnicas de marketing são fundamentais para uma melhor apresentação ao mercado.

e) Alcançar encaixe produto/mercado

Expor o problema que a start-up está propondo uma solução, explicando seus pontos negativos e como impactam na vida são uma ótima forma de se achar o encaixe da solução/problema.

Após o mercado consumidor entender realmente que aquele problema é pertinente e deve ser resolvido, fica muito mais fácil para a start-up apresentar sua solução.

Com o mercado consumidor estando aberto para a solução, o encaixe entre necessidade e resolução é muito atraente.

f) Crescer

Após um mercado consolidado nas primeiras etapas das start-up, o crescimento é o próximo passo.

Conforme surgem mais clientes, a melhoria contínua de sua solução deve ser prioridade. Aperfeiçoar seu produto permite a manutenção de seus clientes e chama a atenção para que mais pessoas queiram sua solução.

O crescimento de uma start-up por vezes pode ser muito rápido. Se um investidor-anjo gostar de sua solução, alguma companhia querer incorporar sua start-up a suas atividades ou mesmo o público gostar e recomendar, o crescimento pode ser exorbitante de um mês para o outro.

Nesse ponto é necessário uma estruturação da start-up para acompanhar tantas mudanças. Contratação de mais pessoal, mão de obra especializada são muito bem vindas.

**Exemplos de Start-ups de Sucesso**

Neste tópico, iremos abordar 7 start-us de sucesso, com suas principais atividades e a solução que encontraram para trabalhar.

**Nubank**

A start-up revolucionou o mercado de cartões de crédito ao lançar um cartão livre de anuidades e com taxas bem menores que encontradas em seus concorrentes. Com tantas vantagens, a Nubank atraiu milhares de clientes. Hoje, conta com uma conta digital e diversas outras funcionalidades. Sempre inovando e escutando seus clientes, a Nubank é um dos melhores exemplos de start-up de sucesso.

**Buscapé**

Com um investimento inicial de R$ 400,00 de seu criador, o Buscapé hoje é um dos maiores portais de comparação de preços na internet na América Latina. Referência na área, o Buscapé oferece diversos filtros para se comparar preços em sites.

**Easy Taxi**

Criado em 2012, a start-up tem como objetivo ligar pessoas que precisam de um táxi a motoristas de táxi.

Com essa ideia simples, a start-up passou a receber muitos aportes de investidores e hoje está em funcionamento em 29 cidades do exterior e 27 cidades brasileiras.

**Click Bus**

Para resolver o problema de taxas de conveniência de vendas de passagens rodoviárias, a Click Bus foi criada em 2013. Hoje, vende passagens para mais de 3.500 destinos brasileiros. O cliente compra pelo portal e retira no guichê da compainha.

**Kekanto**

Está em uma cidade desconhecida e precisa encontrar algum lugar bacana para almoçar/jantar ? O Kekanto surgiu como solução para esse problema. Com o objetivo de ser alguém de confiança a quem perguntar, recebe avaliação de usuários e mostra as melhores opções.

**Descomplica**

É a maior plataforma online de educação do Brasil. Criado em 2011 pelo professor de física Marco Fisbhen, tem foco na preparação para o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). A start-up recebeu vários aportes de empresas sediadas no Vale do Silício.

**Guia Bolso**

Aplicativo de gestão financeira, que ajuda milhares de pessoas a organizarem suas finanças, contando com ferramentas para o usuário planejar metas, gráficos organizados que mostram para onde seu dinheiro está indo.

Oferecendo uma solução para um dos maiores problemas do brasileiro, o planejamento financeiro, a start-up é uma das mais promissoras do país.

Abaixo, oferecemos 10 tipos de planilhas para uma start-up:

10 Planilhas para Start-ups:

1. Pesquisa de Mercado

A planilha de pesquisa de mercado é ideal para definir o público alvo, definição dos problemas e soluções, objetivos da empresa, desenvolvimento do plano de pesquisa e coleta de diversas informações. Essencial para o início de toda start-up.

2. Plano de Negócios

Definir objetivos e metas é primordial para a empresa. No plano de negócios, isso tudo fica especificado por escrito. Reunindo informações de como o negócio deverá ser, o plano de negócios é um processo dinâmico, sistêmico, participativo e contínuo.

3. Viabilidade Econômica

A viabilidade econômica é responsável por medir e analisar se um investimento é seguro e/ou recomendável, comparando com outros investimentos e seus retornos, é possível antecipar se é viável ou evitar uma grande frustração.

4. Modelo de Negócio

O Modelo de negócio é uma ferramenta utilizada para explicar como a empresa converte produtos e serviços em valores, tornando possível estudar como o fluxo financeiro seria mais eficiente. Alguns exemplos de modelo de negócio são: modelo de franquias, modelo de recargas, modelo de classificados e modelo de assinatura.

De mais fácil entendimento que o plano de negócios, o modelo de negócios é mais simples e objetivo. Fica claro quem compra, quem vende, por que e como se paga pelo produto/serviço.

5. Precificação de Serviços

A precificação de serviços leva em conta muitas coisas antes de se chegar ao resultado final. Custos, despesas, o que é fixo, o que é variável, tempo de execução do serviço, complexibilidade, método do serviço, margem de lucro, tudo é considerado para a precificação do serviço.

Nessa planilha, o empreendedor poderá ter acesso a uma ferramenta que irá auxiliar nessa precificação.

6. Precificação de Produtos

Ao contrário da formação de serviços, a precificação de produtos é mais tangível, mas nem por isso mais simples. Diversos fatores incidem sobre a precificação, onde podemos destacar os custos e despesas, a margem de lucro, a média do preço praticado pelo mercado, seu público alvo.

Preços são fatores determinantes para que a venda seja concretizada ou não.

Com nossa planilha, a precificação de produtos se torna mais simples, permitindo ao empreendedor apurar rapidamente e com segurança o preço de seu produto.

7. Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para analisar o mercado e seus cenários. É utilizada como base para o planejamento estratégico, desde empreendimentos mais simples até empreendimentos maiores.

Analisa quatro fatores. Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças, em ambientes internos e externos da empresa.

Com nossa planilha a análise SWOT fica mais clara, determinando as qualidades e pontos a serem melhorados no empreendimento.

8. Forças de Porter

As forças de Porter são uma análise de competitividade entre empresas. Suas análises consideram cinco forças competitivas, que são estudadas para desenvolver uma estratégia empresarial eficiente. É uma análise mais de microambiente, do que de macroambiente. As cinco forças são: rivalidade entre concorrentes, poder de barganha dos clientes, poder de barganha dos fornecedores, ameaça a entrada de novos concorrentes e ameaça de produtos substitutos.

Com nossa planilha, a análise de forças de Porter será mais eficiente e fácil de ser feita, sobrando mais tempo para desenvolver estratégias que permitam um maior lucro para a empresa.

9. Matriz BCG

É uma análise gráfica com o objetivo de suportar a análise de portfólio e produtos ou de unidades de negócio baseadas no conceito de ciclo de vida do produto. Servem principalmente para alocar recursos nas atividades de gestão da marca, auxilia no planejamento estratégico.

10. Matriz GUT

A matriz GUT é uma análise que auxilia na priorização de resolução de problemas. Serve para classificar cada problema por diversos filtros, como a gravidade do problema, a urgência de resolução, e a tendência desse problema piorar.

Usado nas estratégias, planejamentos e até utilizado em conjunto com a análise SWOT, contribui muito para que se tenha no papel, os problemas ordenados, facilitando assim a tomada de decisão para a resolução desses problemas.

Todas nossas planilhas são prontas para uso, o que pode gerar grande economia de tempo e esforço para que você tenha mais disponibilidade em seu negócio !