Resumo do livro INCANSÁVEIS: como empreendedores de garagem engolem tradicionais corporações e criam oportunidades transformadoras

Estamos vendo quase que diariamente grandes empresas ruírem, depois de décadas ocupando lugares de destaque. Marcas consolidadas estagnaram-se frente às inovações e deram espaço para empreendedores de "garagem". Modelos de negócios obsoletos não mais comportam o mundo tal qual vivemos e a tecnologia, rápida, dinâmica e sem piedade atinge todos os segmentos. O que é preciso para empreender? Ou melhor, o que é preciso para criar um negócio próspero hoje? Se você possui uma mente inquieta, se tem sede por inovações, dá uma olhada no que o Maurício Benvenutti tem a nos dizer.

TECNOLOGIA EM ALTA VELOCIDADE

O dia-a-dia contemporâneo corre em alta velocidade. Isso não é, de fato, uma novidade para os que já nasceram em meio a esse turbilhão de criações e descartes quase que diários. Os celulares são exemplos palpáveis da rápida transformação de um produto em obsoleto. Porém, o que está diante dos olhos é uma ampliação cada vez maior do campo de atuação das tecnologias antes isoladas, sendo capazes de alterar todo um modelo de negócio. Na prática, modificam o jeito de trabalhar já consolidado há anos.

Como resultado, tem-se a criação de alternativas inovadoras e mais eficientes, sacudindo o sedentarismo característico de parte dos principais setores econômicos. A soma da tecnologia com o empreendedorismo e a rápida adoção das inovações, acaba gerando os ingredientes certos para a drástica transformação de modelos de negócios.

Os limites se ampliaram. O insano passou a ser uma opção a ser levada em conta e é esse olhar diferenciado a chave para entrar neste novo mundo dos empreendedores de "garagem".

O MUNDO ESTÁ MUDANDO, ACOMPANHE-O

Pesquisas mostram que parte das empresas que ocupavam lugares de destaque no ano 2000 decretaram falência ou não mais permaneceram em evidência. Isso é consequência da estagnação e da dificuldade em acompanhar as mudanças evidentes que acorreram neste período.

É por essa trava causada pelo corporativismo que "gigantes" são engolidos por pequenos empreendedores. O não convencional é o que vem atraindo os consumidores. São as empresas não tradicionais as responsáveis por ditar as mudanças no mundo e a traçar o futuro.

A quebra de paradigmas é uma urgência. A ânsia por ideias inovadoras é uma realidade e é este o tesouro de muitos empreendedores livres das amarras do sistema

tradicional. A sociedade pede por inovações, por mudanças e é ela quem decide quem fica e quem não está mais de acordo com as suas necessidades.

O embate entre mentes criativas e negócios acomodados não é de hoje. Muitos já existiram antes dos rivais Uber X taxistas ou ainda Netflix X emissoras de TV.

A REMODELAÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO

Novas competências são exigidas e novos ofícios são criados enquanto outros são extintos. Ao invés de recuar e reclamar, aceitar é a chave para enxergar o que está por vir e as oportunidades que surgirão em meio ás mudanças. Procure espaços vazios, amplie seu olhar e enxergue potencial onde a maioria apenas vê desconfiança.

Muitas inovações estão em curso e com um futuro promissor. É o caso da empresa Cálice, que propõe o adiamento da morte por meio de pesquisas que combatem inúmeras doenças presentes na sociedade contemporânea. Carros elétricos já são uma realidade e o impacto na matriz energética, hoje baseada no petróleo, será imenso. O mesmo acontecerá com os carros sem motoristas. A mudança que acarretará em diversos segmentos é inevitável e as consequências serão além da extinção do ofício de motorista e taxista, mas também na diminuição de acidentes, trânsito, etc.

Muitas inovações antes consideradas absurdas e inatingíveis vem recebendo atenção maciça e se tornando realidade a cada dia. É o caso da impressora 3D, dos drones para transportar pessoas, do mapeamento genético, energias alternativas e sua democratização, da internet global, inteligência artificial e do dinheiro digital.

INOVAÇÕES CÍCLICAS

Acredita-se que as inovações apareçam em ondas, de forma cíclica e não linear. Elas possuem um tempo de vida cada vez mais curto diante da crescente concorrência e das mudanças tecnológicas. Desta forma, uma novidade dificilmente permanece competitiva por um período longo.

Este ciclo parece ter certa coerência independente do segmento. Seu início é quase invisível, muitas vezes negligenciado, seguido por uma força e alcance que consegue, muitas vezes, atingir mercados inteiros, passando por cima de empresas desprevenidas. É possível fazer uma analogia com um tsunami, em que a primeira onde é calma, seguida pelo caos, destruição e medo.

Muitas grandes empresas se instalam no Vale do Silício justamente para identificar essa primeira onda calma de ideias revolucionárias e muito rentáveis. O local é, há décadas, cenário de profundas transformações. Desta forma, é possível ajustar um negócio ás novas tendências e mantê-lo competitivo.

START-UPS: LOCAIS DE CRIAÇÃO DE IDEIAS

As *start-ups*, com seu formato enxuto, vêm atraindo grande parte das mentes criativas. Com uma proposta de crescimento rápido e grande impacto, elas, além de criar ideias inovadoras, inspiram novos modelos de negócios. O menor investimento exigido inicialmente e o uso intenso da tecnologia faz delas o atrativo perfeito de empreendedores "de garagem".

Tendo como exemplo o Vale do Silício, o empreendedorismo se alastrou e passou a ser uma opção palpável. O acesso global à tecnologia garante as ferramentas necessárias para a criação de *star-ups* em qualquer lugar do mundo. Barreiras são quebradas e vários "ecossistemas" de *start-ups* estão sendo criados.

Não existe ainda uma fórmula para gerar resultados. Elas buscam crescer rápido, com algumas características específicas:

- Modelo de negócio escalável: em que seu produto possa ser consumido por muitas pessoas ao redor do mundo. Com este modelo, o negócio já nasce pensando na sua expansão, sendo desnecessário se reinventar para atingir o mercado externo. Como exemplo tem-se o Netflix;
- Repetível: é consumido várias vezes pelo mesmo cliente, como o Google ou Facebook, por exemplo;
- Impactante: atua em ambientes novos e incertos na busca de impactar a vida e rotina das pessoas, como o Easy Táxi e o Waze.

START-UPS SÃO TEMPORÁRIAS?

Sim, as *start-ups* são temporárias, com o objetivo de encontrar um modelo de negócio e se consolidar no mercado, logo, perder seu título apesar de manter o estilo de "garagem". Empresas gigantes como Airbnb e HP nasceram como *start-ups*.

EMPRESAS TRADICIONAIS BUSCANDO IDEIAS INOVADORAS

Empresas tradicionais perceberam que para continuar no mercado não podem negligenciar esse ecossistema que vem sendo ampliado a cada dia. Pelo contrário, devem utilizá-lo como fonte de inspiração. Para isso, quatro principais caminhos podem ser percorridos:

- Capital de risco corporativo: quando empresas tradicionais investem em *start-ups* com modelos de negócios complementares. Desta forma, é possível, além de obter retorno financeiro, ter acesso estratégico às inovações ali geradas.
- Incubadoras: quando empresas disponibilizam ambientes (as incubadoras) e auxiliam na criação de *start-ups*.
- Aceleradoras: quando há um financiamento por parte de grandes empresas para a criação/crescimento de *start-ups* em troca de participação acionária. Desta forma, tem-se acesso ao *know-how* e às ideias inovadoras que ali transitam.

- Centros de inovação: com o objetivo de obter parceria e absorver os talentos tecnológicos, empresas abrem escritórios nesses ecossistemas transformadores e criam centros de inovações e pesquisas.

As empresas estão cada vez mais investindo em *start-ups* ao invés de incentivarem seu próprio departamento de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), pois este não mais dá conta de atender à necessidade de inovação.

Há empresas que acreditam em sua permanência pelo passado, incentivando o conformismo, o sedentarismo. Há outras que abraçam os novos modelos a fim de aumentar sua longevidade. Porém, o fato é que uma organização também possui um ciclo de vida e, por mais que muitas busquem se reinventar, também muitas fracassarão. Dificilmente uma empresa madura volta a vivenciar um crescimento acentuado.

AS AMARRAS DAS GRANDES ORGANIZAÇÕES FRENTE ÀS INOVAÇÕES

É possível perceber a dificuldade que grandes empresas vivenciam no quesito inovar. As transformações no mundo corporativo foram causadas por *start-ups.* Algumas características próprias deste modelo de negócio o tornam o ambiente ideal para verdadeiras transformações.

- Elas são movidas pela busca de mudanças e quebras de paradigmas. Sem isso, uma *start-up* não sobrevive. Diferentemente das corporações já estabelecidas, criar projetos inteiramente novos é uma necessidade.
  Ao contrário de empresas consolidadas, que trabalham com diferentes frentes, as *start-ups* focam exclusivamente em um conceito. Por isso, há mais flexibilidade e incentivo ás ideias ousadas, arriscadas e transformadoras. A segurança e estabilidade não fazem parte das características do modelo inovador e sua equipe.
- Como uma *start-up* começa do zero, seu objetivo é encontrar um novo modelo de negócio. Em contrapartida, uma grande empresa já possui um modelo próprio, que gera lucros e possui clientes, impossibilitando qualquer mudança brusca imediata.
- Negócios lucrativos dificultam mudanças e tendem a evitar riscos e incertezas. Enquanto ainda não há lucro, ariscar torna-se necessário.
  Questões burocráticas também são responsáveis por atrasar e até impedir avanços em grandes corporações já consolidada, enquanto que *start-ups* não convivem com tantas burocracias em seu interior.
- Empresas já consolidadas objetivam otimizar seus produtos e não criar novos. Quebrar paradigmas significa ir contra elas mesmas, por isso a dificuldade em inovar dentro de grandes corporações.

O TRIPÉ RESPONSÁVEL PELA REVOLUÇÃO DAS *START-UPS*

A noção de uma empresa de peso mudou drasticamente. Aquela imagem de corporações poderosas, com estrutura física imponente e ambientes formais, burocráticos e hierárquicos ficou no passado. Hoje, o sucesso vem da informalidade, da flexibilidade, ou seja, o aposto dos padrões mencionados.

A combinação para que funcione e que realmente está transformando o mundo inclui ingredientes como rebelião, rejeitando o corporativismo; conhecimento do *know-how* técnico necessário para um projeto inovador e injeção de capital por parte de investidores querendo arriscar e buscando ideias criativas e transformadoras. A soma desses 3 elementos resulta em uma economia empreendedora.

Note que não é uma tarefa fácil mexer no *status quo* já enraizado na sociedade. Por mais que se caracterize pelo sedentarismo, é necessário um ambiente forte para mexer com o que já se conhece e aceita. O ecossistema das *start-ups* vem conseguindo desestruturar o sólido mundo corporativo.

QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Vive-se atualmente, um momento de transição, onde o velho e o novo coabitam. A noção de trabalho, de como trabalhar e no que trabalhar está mudando e um novo modelo de negócio já surgiu e está se alastrando. Os embates são comuns na tentativa de manter o conhecido e frear o novo. Esse comportamento tornou-se presente em cada movimento de mudanças que aconteceu ao longo do tempo.

Acredita-se na migração da terceira para a quarta revolução industrial, rumo ao nunca antes visto, pois envolve a junção de várias tecnologias distintas para criar soluções inovadoras capazes de modificar todo um modelo de negócio já consolidado. A velocidade e amplitude que estas inovações disruptivas estão alcançando não tem precedentes.

POR QUE O VALE DO SILÍCIO?

Desde 1849, com a descoberta de ouro na região, o Vale do Silício vem atraindo empreendedores do mundo inteiro em busca de inovações, atitudes e inspirações. Com uma população bem diversificada, 40% formada por estrangeiro, tornou-se o cenário ideal para aqueles que buscam aventura e rejeitam a falsa ideia de estabilidade.

Um empregado e um empreendedor compartilham de riscos semelhantes, sendo incoerente pensar que, no cenário mundial atual, a estabilidade exista. Ou se vai atrás de oportunidade, no caso de empregados, ou se cria, no caso de empreendedores.

Os valores vêm mudando e o que acontece no Vale do Silício é o começo. Lá, terno e gravata não tem valor, assim como requinte e a ostentação. O status está no seu conhecimento, nas suas ideias e na sua capacidade de inspirar.

TÉCNICAS VENCEDORAS

- Não complique e faça o simples. Essa é a regra número 1 de empreendedores de “garagem”.
- Dedicação. O foco e a persistência são a chave para o sucesso.
- Comece de novo. Dificilmente um protótipo inicial de uma *start-up* será o produto definitivo, o que implica em começar tudo do zero novamente. Falhe rápido e mude rápido.
- Primeiramente tenha como objetivo entregar o melhor produto para poucos clientes, para depois expandir. Encante e faça com que seu produto seja amado. Primeiro aprenda, aperfeiçoe, para depois escalar.
- Uma ideia no papel vale muito pouco. O valor está na execução, pois é dessa forma que pessoas serão impactadas.
- Pense em como o mercado irá evoluir. Preocupe-se menos com o porte e mais com a taxa de crescimento.
- Pense no momento ideal para lançar uma ideia.
- Descubra as frustações das pessoas e entenda suas necessidades. Para isso, converse.
- Sentir medo é um indício que sua ideia pode ser transformadora. Não tenha medo do medo.

O RISCO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Um plano de negócio é demorado e arriscado, pois pode tornar-se obsoleto antes mesmo da sua conclusão. Ao invés disso, as *start-ups* do Vale do Silício passaram a focar no Mínimo Viável, ou MVP (*Minimum Viable Product*).

O método consiste na validação de um produto sem precisar produzi-lo por completo. Para isso, utiliza-se o mínimo de recursos com o objetivo de coletar o máximo aprendizado através dos clientes e testar sua receptividade. Isso fará que o produto seja desenvolvido com o cliente.

PRESTE ATENÇÃO NAS PESSOAS AO SEU LADO

Iniciar um negócio com um ou dois sócios é recomendável, porém preste muita atenção nas suas escolhas. Caso não encontre ninguém com afinidade e habilidade/agilidade que necessita, permaneça sozinho, pois muitas *start-ups* acabam por desavenças entre sócios.

O mesmo ocorre na contratação de funcionários. Contrate apenas quando você e seu sócio não derem mais conta sozinhos. Funcionários significam gastos, além da dificuldade de encontrar alguém que se encaixe no seu negócio e acredite na mesma causa que a sua. Lembre-se, os funcionários são a “cara” da empresa.

A cultura de uma empresa, assim como de um lugar, é responsável por atrair talentos e fomentar atitudes. Criar metas, compartilhar sonhos e envolver todos como um grupo unido faz com que caminhos sejam trilhados juntos e laços sejam fortalecidos.

Envolver as pessoas com quem trabalha é uma forma de incentivar talentos. Oferecer parte da sociedade para funcionários brilhantes só aumenta o engajamento e fomenta novas ideias. Empresas são construídas por funcionários, logo, são eles que devem ser valorizados.

QUEM SÃO SEUS CONSUMIDORES?

Conhecer seus potenciais consumidores é essencial para traçar suas estratégias e ações. Identificar quem são eles e em que patamar estão em relação à marca é de suma importância.

Do conhecimento, passando pela atração e conexão até chegar na fidelidade, o movimento deve ser observado, objetivando migrar do primeiro estágio em que a marca não é consumida até o último, a fidelidade.

Para conhecer de fato o consumidor, humanize-o ao máximo, indo além de faixa etária, classe social, etc. Para isso, é necessário a construção de um personagem, com nome, sexo, idade, hábitos, comportamentos, lugares que frequenta, roupas que veste, etc. É dessa forma que as decisões serão tomadas pensando como o cliente. Uma marca com uma identidade forte, bem estabelecida, atrai.

QUALQUER PESSOA É UMA EMPRESA DE MÍDIA

Atualmente, a influência passou das grandes mídias para as pessoas. Isso só foi possível a partir da criação de plataformas como blogs e redes sociais. Como exemplo tem-se o Trip Advisor. O que importa não são as estrelas que um hotel possui e sim as que os usuários colocam. As pessoas se identificam mais com pessoas do que com marcas. A responsável por essa movimentação do poder é a tecnologia, que deu voz às experiências e transformou pessoas comuns em formadores de opinião.

A tecnologia substitui o trabalho braçal e até o mental, porém não substitui o coração. É importante e necessário se conectar sentimentalmente com as pessoas, entregando além de tecnologia e inovação.

UMA BOA ORATÓRIA É FUNDAMENTAL PARA UM EMPREENDEDOR

Ser um bom orador é imprescindível quando se está vendendo algo. Um empreendedor deve conseguir cativar e vender seu produto em qualquer lugar a qualquer hora. Uma boa recomendação é tentar resumir o seu negócio em 30 segundos. O discurso, para ser efetivo, deve contar algumas partes essenciais: o que sua empresa faz; qual o seu crescimento dentro do mercado que ocupa e qual é a movimentação do seu negócio.

Ao montar um discurso/palestra deve-se ter em mente o objetivo de cobrir suficientemente o tema e, ao mesmo tempo, criar interesse pelo assunto, produto e negócio.

Quando a conversa é dirigida aos possíveis investidores, alguns tópicos sobre o produto em questão devem ser abordados:

- Problema: que situação será resolvida;
- Solução: de que forma será solucionada;
- Tamanho da oportunidade: qual mercado está inserido e qual o crescimento do mesmo;
- Tração do negócio: mostrar que o negócio já está em movimento a partir de indicadores de crescimento ou, caso o produto não esteja finalizado, mostrar que o mesmo está sendo desenvolvido;
- Rentabilidade: como ganhará dinheiro com o negócio;
- Time: falar sobre quem está envolvido com o negócio, pois a equipe é responsável pelo êxito ou fracasso.

No caso de palestra, estipula-se que 25 minutos é o tempo médio ideal para se passar uma ideia sem perder o foco. Ao falar com potenciais investidores é necessário conhecê-los e saber a sua importância para o projeto apresentado.

INVESTIDORES, MENTORES E O MOMENTO CERTO DE BUSCÁ-LOS

Há diferentes formas de investimento. Deve-se ficar atento ao mais adequado para cada empreendedor. O capital de risco, por exemplo, possui muitas vantagens, visto que possibilita o andamento do negócio em um estágio inicial. Porém, as desvantagens não podem ser negligenciadas, posto que o poder dos investidores é tal que pode acelerar de forma indesejada o processo, vetar uma possível venda e assim por diante.

A injeção de capital é, sem dúvida, importante e fundamental para o crescimento de um negócio, porém, ao falar em uma *start-up* inicial, ocupando um lugar ainda mais essencial está o mentor. Há muitas ideias boas, no entanto, mal executadas. O saber como transformar algo em um negócio de fato e inseri-lo no mercado torna-se valioso para o empreendedorismo. O ideal é quando um investidor-anjo se torna também o mentor.

O momento ideal de procurar um investidor é quando o empreendedor não mais é capaz de continuar por conta própria. Quanto mais inicial está o projeto maior o risco, logo, menos avaliado será a *start-up*.

NOTAS FINAIS

As transformações tecnológicas impactam todos os segmentos e quem não se adequar ao novo modelo se tornará obsoleto. Para as mentes inquietas e sedentas por novidades, esse cenário só tem a acrescentar. Perceba o valor das pessoas. Converse, não guarde suas ideias só para você.

Admitir suas limitações é fundamental para que um projeto prospere. Buscar pessoas com o conhecimento faltante é garantir um resultado positivo. Estar ciente dos desafios é a chave para não desistir diante dos obstáculos, porque eles virão. Se

apaixonar pela causa é o que fará um empreendedor persistir e fazer as pessoas acreditarem no seu negócio. Empreenda algo com um propósito verdadeiro.