

# Como Criar uma Startup?



GLÁUCIO BRANDÃO

Por que é que as perguntas mais simples não são tão simples de serem respondidas?

Exemplos: “Por que o céu é azul?”. Ou uma, com a qual meu filho mais novo me presenteou um dia destes e me fez pensar na forma, e não no conteúdo, de como perguntamos: “Papai, dá para abrir uma porta sem quebrar ela?”. Olhei para a porta da sala e vi que, literalmente, não abrimos a porta e sim a sala. A porta continua inteira! Abrir portas é coisa para bombeiro ou marceneiro, e custa caro repor! As crianças e sua ausência de barreiras...

Olhando para a pergunta que encabeça esta coluna, feita por aluna nossa, a qual chamarei por “Cris”, vejo que apenas a forma da pergunta é que é simples. A complexidade está no conteúdo. A famosa equação de Einstein, que relaciona energia e massa, só possui cinco caracteres:  $E=mc^2$ . Muito simples! Colocá-los na ordem certa é capaz de produzir muita energia boa para a humanidade, como é o caso da energia nuclear. Colocá-los na mesma ordem e entregá-las em mãos erradas, mudando o propósito da mesma equação, pode-se destruir mundos, como é o caso também da energia nuclear! Colocar na ordem certa (...) a mesma energia (...) mãos certas ou erradas (...) Dá o que pensar!

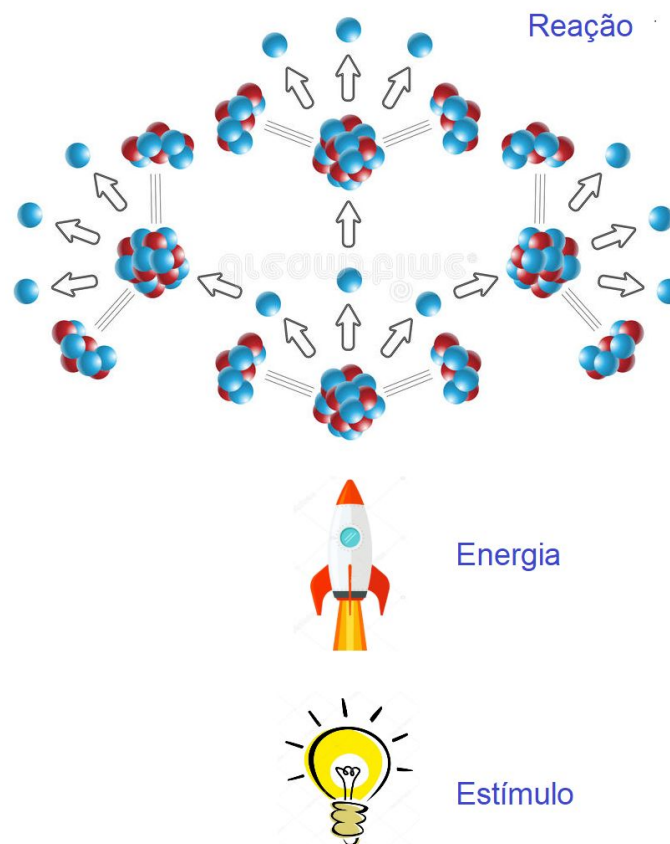
Em menor escala, mas considerando a **startup** uma energia concentrada, podemos produzir os mesmos efeitos. Criar coisas (para a **pessoas**) ou desperdiçar esforços (**tentativa** e **erro** - veja por este lado: maior a incerteza, maior o ganho!) dependerá das mãos certas (**equipe** e **parceiros**), da ordem imaginada correta (propósito ou **proposta de valor**) e de **recursos** para manter a equipe motivada, pois toda aventura tem um **custo**. Este será alto, se o **retorno** for baixo. Assim, a forma dessa **energia** se manter por muito tempo está na capacidade de “explodir” como uma reação em cadeia - átomo a átomo, em grande escala - a qual, em termos de startup, estão nas características de repetibilidade e escalabilidade!

E então Cris, dá para começar por aí? Mas saiba que usarei bem mais do que cinco caracteres, pois não tenho o cérebro do Albert e nem pretensões de um Nobel!

**Primeiro de tudo, “O que é uma startup?”**

Pegando o conceito de Eric Ries, o guru do movimento *Lean Startup*, pode-se dizer que “uma startup trata-se de um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza”.

A parte de “um grupo de pessoas” é óbvia. Ser “repetível” diz respeito a produzir e entregar o mesmo produto sem onerar a própria estrutura. Em outras palavras, produzir mais sem investir um vintém, o que dá um aumento das vendas com um custo marginal zero. A Netflix, por exemplo, entrega o mesmo filme a diferentes clientes sem alterar sua estrutura e, praticamente, sem incremento de custeio. A característica “escalável” remete ao ato de poder crescer indefinidamente, contemplando uma demanda reprimida e criando outra. “Trabalhando em condições de incerteza” é a mais fácil de explicar: estamos no Brasil!



Parta de uma ideia e promova uma reação em cadeia: isso é uma Startup

“Modelo de Negócio” é como a startup transforma seu trabalho em dinheiro. Pode ser por clics em seu site (Google), downloads de aplicativos (games em geral), acesso a músicas (Spotify), chamada por serviço (iFood), transações financeiras (Fintech) etc.

O que “pega”, na verdade, é a “proposta de valor”, aquilo que dá sustentação ao modelo de negócio; a razão de existir da startup; aquilo pelo qual os clientes apostam e aportam seu “casalho”. Como encontrar ou criar uma proposta de valor que mantenha o modelo de negócio robusto? Onde encontrar problemas para resolver? Como gerar auto-oportunidades?

Olhando para o Brasil, temos um campo fértil em problemas. Mas cérebros sujeitos aos mesmos problemas tenderão a trabalhar no sentido de resolvê-los da mesma forma. Embora o resolvam, soluções iguais não geram inovação. Talvez para quem partir à frente. Soluções iguais não alimentam startups. Problemas iguais não resolvidos sim, pois geram escalabilidade.

### **Gerando auto-oportunidades.**

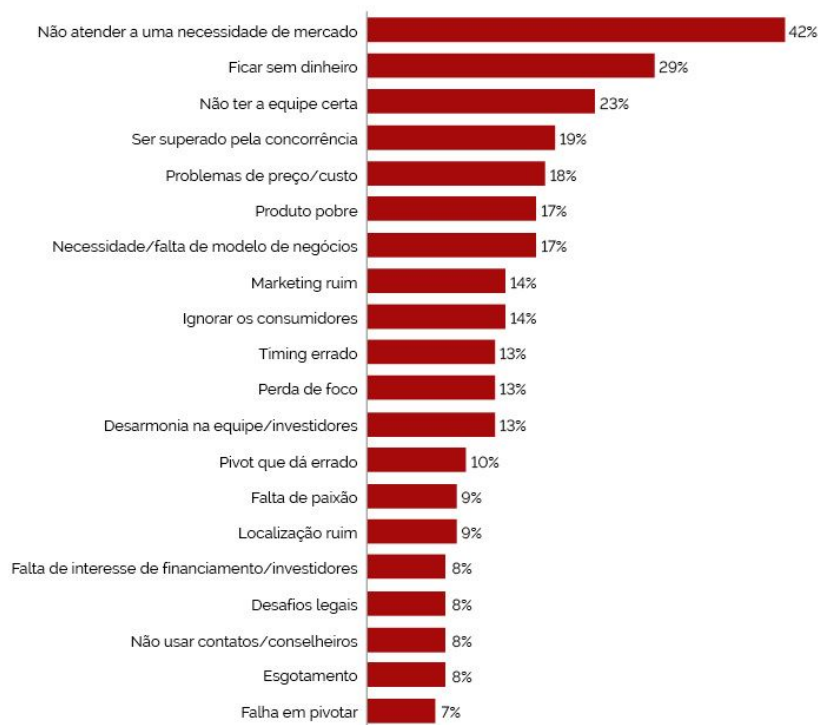
**Primeira dica.** Em [Criando inovação através do pensamento por princípios](#), descrevo, a partir de um tipo de raciocínio muito utilizado por Elon Musk, como observar o que já funciona e tentar eliminar o raciocínio dito por *analogia*, seguindo os passos:

1. Identifique e defina suas suposições atuais. [P1]
2. Coloque o problema em seus princípios fundamentais. [P2]
3. Crie novas soluções a partir do zero. [P3]

Lá eu explico como o australiano da Tesla parte de um carro convencional e chega ao autônomo. O carro continua fazendo a mesma coisa. É o pensamento por analogia que sustenta a *inércia psicológica*. É o pensamento por analogia que faz com que você utilize o termo “abrir” ao invés de “mover” a porta. O que se quer é abrir a sala. Nesse caso, abrir a mente. Assim, olhando para o que já funciona e reduzindo suas funções pouco eficientes aos princípios fundamentais, teremos uma grande chance de gerar auto-oportunidades.

# OS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA A FALÊNCIA DE STARTUPS

Razões mais frequentemente citadas para a falência de startups\*



\*Baseado na análise de 101 startups que faliram

Fontes: CB Insights

**Segunda dica.** Gerada a oportunidade, sugiro em [Como criar criatividade](#), partir de coisas comuns e criar coisas diferentes, usando os seguintes eventos:

1. Anomalias
2. Problemas Inventivos
3. Conexão de Improváveis

Agora ficou “facim, facim”, né não: encontro um problema, reduzo-o aos seus princípios, detecto algumas anomalias, procuro por requisitos insolúveis e, para fechar com chave de ouro, conecto aquilo que, em princípio, parecia ser inconectável! Pronto: tenho a minha proposta de valor matadora!

Mas deixa eu conectar tudo então. Olhando para a figura da *Forbes*, a qual aponta os vinte principais motivos que fazem as startups quebrarem, o motivo que encabeça “não atender a uma necessidade do Mercado” ganha de todos os outros dezenove com ampla margem de vantagem. Ou seja: produtos/serviços que ninguém precisa pode ser entendido como *produtos que já existem ou que cumprem função nenhuma*. Você tem de pensar em um produto, modelo de marketing, serviço diferente. Logo, se vai partir para criar uma proposta de valor, passe por estes dois filtros que recomendei e você terá uma grande chance de gerar auto-oportunidades.

**Como criar uma startup: a receita!**

Finalmente, respondendo a pergunta de Cris, agora vem o mais simples, a aventura: vamos botar tudo isso em um [Canvas](#). Começando por uma proposta de valor consistente, veja se você resolve mesmo a bronca de um nicho de clientes através do encaixe problema-solução, validando sua hipótese com questionários. Ao mesmo tempo, tenha certeza de que está com a galera certa. Veja se suas habilidades pessoais se complementam. Comecem a desenvolver protótipos e, quase que imediatamente, testem com *clientes do coração*. *Deu certo, o feedback foi positivo?* Temos então um produto minimamente viável. Hora de investir mais no produto e testar em outros nichos, para não termos uma validação *viciada*. O feedback se repetiu? Bom, invista agora *cash*, de preferência dinheiro novo, externo ao grupo. Continua dando certo? Massa então: comece a pensar em uma outra solução adjacente, pois o mar vai ficar vermelho daqui a pouco. Voltamos ao início então!

Agora, Cris, que terminei a epopeia, posso dizer que muitos problemas do mundo podem ser resolvidos de forma simples, utilizando apenas sete caracteres. Basta combinar a boa energia com as mãos certas, direcionadas a propósitos sustentáveis.

Para você ver como o simples ato de “abrir” uma porta, sem quebrá-la, dá o que pensar!