



Startups

HISTÓRIA, CULTURA E INOVAÇÃO

————— EMPRESAS CONTAM, NA VISÃO DO CEO, SEUS DESAFIOS E O QUE ESPERAM DO FUTURO: —————

SAMBATECH

Méliuz

moip[®]

rockcontent

App
Prova



xtech
commerce

ContaAzul

SMARTALK
APRESENTAÇÕES DE IMPACTO

FOREBRAIN[®]
o pensamento ao seu alcance

GetNinjas

TORO RADAR

HEKIMA

SUMÁRIO

1. Introdução	4
2. O que é empreendedorismo?	9
3. O empreendedorismo na era digital: o modelo de negócios das startups	15
4. Case: Samba Tech	19
5. Case: AppProva	26
6. Case: ContaAzul	32
7. Case: Forebrain	40
8. Case: GetNinjas	48
9. Case: Hekima	54

SUMÁRIO

10. Case: Méliuz	60
11. Case: Rock Content	67
12. Case: SMARTalk	74
13. Case: Sympla	80
14. Case: Toro Radar	86
15. Case: Xtech	92
16. Case: Moip	99
17. Agradecimentos	108

1. INTRODUÇÃO

HELLO



Atualmente, muito tem sido falado sobre empreendedorismo. É comum encontrarmos diversas listas e reportagens com casos de sucesso e com as melhores dicas para quem quer empreender e montar o seu próprio negócio, no formato que sempre sonhou. Mas, como nem todas as histórias são simples e tiveram sucesso logo de cara, também é comum - talvez até mais comum - encontrarmos depoimentos de histórias que não foram tão bem sucedidas assim.

É claro que ninguém tem a fórmula secreta para que o negócio seja bem sucedido e é impossível encontrar - ou até mesmo criar - uma lista com “os dez passos exatos para alcançar o sucesso do seu empreendimento”, por exemplo. Para alcançar o verdadeiro sucesso, é preciso tentar. Uma, duas, três vezes. É preciso acreditar no potencial do seu negócio e não ter medo de se arriscar. Afinal, como diz o ditado, é errando que se aprende e é por isso que as histórias dos grandes empreendedores são marcadas por altos e baixos.

Inspirar-se nessas histórias e aprender com os erros

apresentados nelas é uma das melhores formas de conhecer um pouco mais sobre o que é empreender e entender um pouco sobre o mercado que você tem vontade de entrar. E é isso que pretendemos fazer com esse material: gerar insights e inspirar você.

Além de te apresentar alguns conceitos básicos sobre empreendedorismo, startup e inovação, a Samba Tech convidou 12 startups de sucesso para compartilhar sua história, apresentar o seu CEO e as suas características, e falar sobre os desafios que elas já enfrentaram durante o período de funcionamento e o que elas esperam do futuro.

Neste material, você irá conhecer a história e os desafios da **Samba Tech**, empresa líder em distribuição de vídeos na América Latina; do **AppProva**, empresa de educação que usa a tecnologia para transformar a vida de alunos e educadores, do ensino básico ao superior; da **ContaAzul**, um sistema integrado de gestão 100% online para micro e pequenas empresas; da **Forebrain**, empresa especializada em neuromarketing para

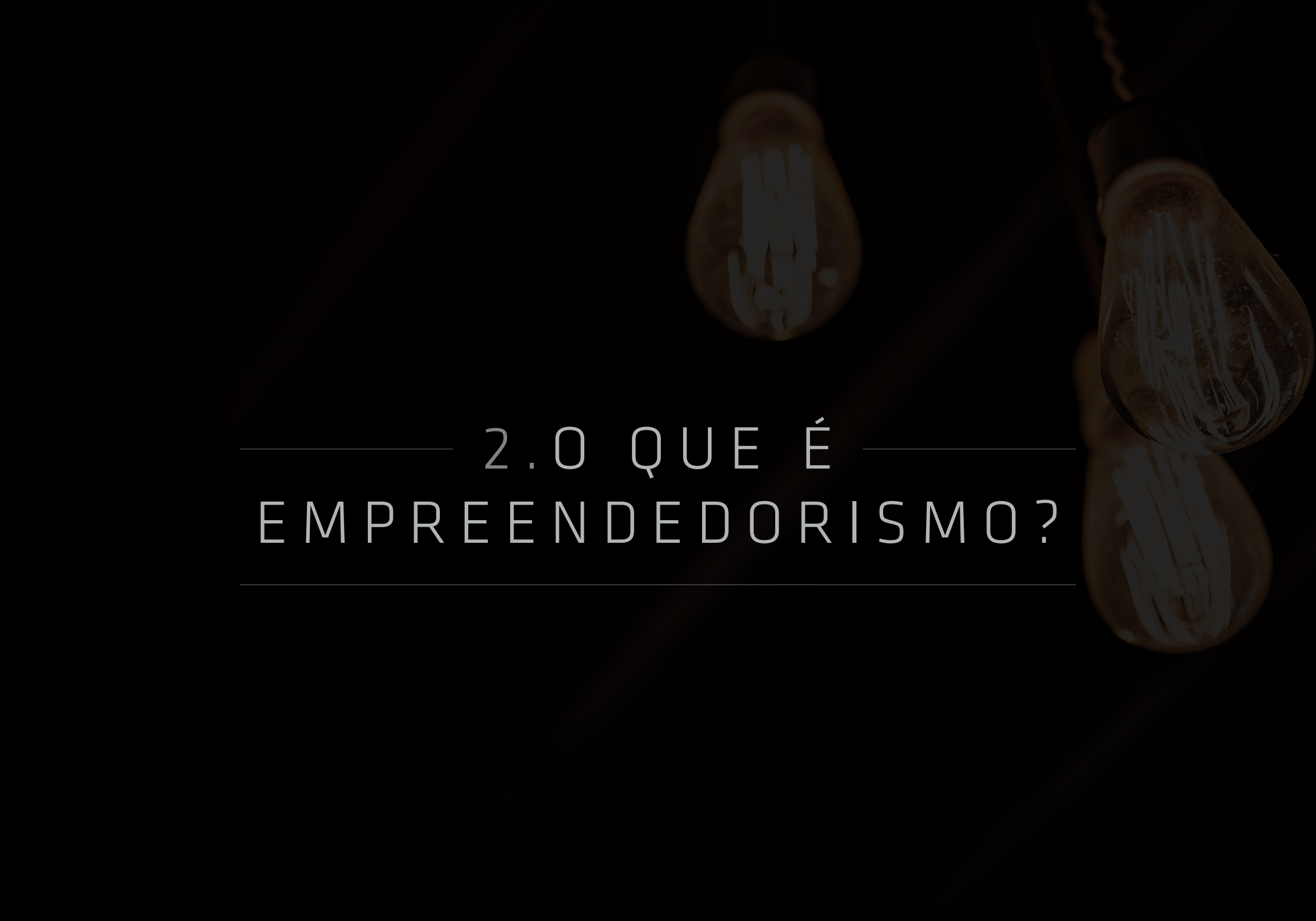
empresas; do **GetNinjas**, uma plataforma que conecta clientes a prestadores de serviços; da **Hekima**, de Big Data Analytics, que desenvolve e aplica tecnologias de computação cognitiva para ajudar empresas a transformarem dados em informação estratégica; do **Méliuz**, uma startup que disponibiliza, gratuitamente, cupons de desconto de lojas online e devolve ao consumidor parte do valor gasto em compras, direto na conta bancária; do **Moip**, solução de pagamentos para e-commerces, marketplaces e sites de assinaturas; da **Rock Content**, empresa especialista em estratégias de Marketing de Conteúdo; da **SMARTalk**, especialista em apresentações com design moderno, conteúdo inovador e animações sem igual; da **Sympla**, uma plataforma inteligente de gestão de eventos e venda de ingresso; da **Toro Radar**, empresa de análise de ações, consultoria e educação sobre investimentos e da **Xtech**, startup especialista no desenvolvimento de plataformas de e-commerce.

Ao todo, serão 13 cases de sucesso para você conhecer mais sobre os motivos que levaram a criação dessas empresas.



Esperamos que esse material traga inspiração e conhecimento e que desperte a curiosidade e a vontade de se aventurar pelo curioso e, sempre mutável, mundo do empreendedorismo e das startups.

Tenha uma boa leitura ;)

The background of the slide features three incandescent light bulbs hanging from above. The bulbs are illuminated, casting a warm, yellowish glow. They are positioned at different heights and angles, with one bulb prominently in the upper right, another slightly below and to the left, and a third further down and to the left. The dark background makes the glowing bulbs stand out.

2.0 QUE É EMPREENDEDORISMO?



Segundo uma pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor, a cada 100 brasileiros, cerca de 34, em idade adulta, já possuem seu próprio negócio ou estão participando de algum projeto que visa a criação de um.

Como conceito, empreendedorismo significa o ato de empreender, resolver algum problema ou solução. É saber identificar as oportunidades, agregar valor à ideia e transformá-la em um negócio lucrativo, assumindo os riscos do negócio, mas também recebendo as recompensas.

Esse conceito ainda é separado em algumas vertentes. Embora muitos acreditem que ser empreendedor é somente quando se cria algum negócio do zero e se torna o dono dele, esse termo vai além. Quando pensamos em empreendedorismo, é possível pensá-lo como sendo corporativo, social e de startup.

EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO

Para ser um empreendedor, não é preciso pedir demissão do seu trabalho, criar uma empresa nova, do zero, completamente diferente de tudo o que você já fez na vida e mudar completamente os seus planos. É possível inovar e tornar-se um empreendedor dentro do seu próprio trabalho. A esse tipo de empreendedorismo, damos o nome de **Empreendedorismo Corporativo**.

No ambiente corporativo, é preciso reconhecer que as empresas devem estar em constante transformação, seja de processo, de produto ou de liderança. O mundo passa por mudanças por todo tempo e é preciso que as empresas criem estratégias para se adequarem às transformações.

É neste cenário que surge a necessidade de uma voz interna das organizações, que conheça todas as partes da empresa e tenha uma visão macro dos processos, alertando sobre a urgência

de inovar e reinventar e indicando o momento certo para que ocorram. Essa voz é, portanto, do empreendedor corporativo.

Para incentivar o **Empreendedorismo Corporativo** dentro das empresas, é preciso dar voz aos colaboradores e criar oportunidades de participação nos processos, com sugestões e avaliações. Empresas extremamente burocráticas encontram muitas dificuldades em encontrar empreendedores corporativos, justamente por criar uma barreira nessa comunicação entre empresa-empregado.

Ter uma empresa formada por colaboradores empreendedores é o melhor caminho para que ela cresça e alcance o sucesso!

EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Todo empreendedor tem como foco principal desenvolver uma ideia que supra alguma demanda. Quando pensamos no **Empreendedorismo Social**, a lógica é a mesma, porém com um diferencial: essa demanda tem que estar relacionada à responsabilidade social.

São empresas que visam o lucro, diferente do que muitas pessoas acham quando identificam o termo “social” no nome, mas que tem como core do negócio desenvolver ideias inovadoras que resolvam os problemas sociais de forma sustentável e escalável. É mais comum encontrarmos este tipo de empreendedorismo em empresas ligadas ao meio ambiente e ao desenvolvimento sustentável.

EMPREENDEDORISMO DE STARTUP

Chegamos, então, ao conceito mais discutido de empreendedorismo: o de Startup! O estouro da bolha das “ponto com”, no início dos anos 2000, quando as ações da Nasdaq despencaram, marcou a era dessas empresas e tornou o termo conhecido aqui no Brasil. Mas, afinal, o que são startups?

É possível encontrar diversas definições sobre o que é uma startup, mas, para resumí-las em um só: Startups são empresas jovens, que trabalham para desenvolver alguma ideia inovadora, em um cenário de incerteza sem saber se aquela ideia irá dar certo. Quando pensamos no **Empreendedorismo de Startup**, a ideia que nos vem a mente é criar uma ideia que seja inovadora e que precise ser tirada do papel e passar por todo processo de início de uma empresa. E essa definição está correta.

É preciso que essa ideia supra alguma demanda de mercado, possua escalabilidade, isso é, uma ideia que permita que a empresa cresça em receita futuramente, e que seja atrativa aos investidores. Startups são empresas que fogem do modelo tradicional de empreendedorismo principalmente por possuir, em alguns casos, pequenas barreiras de mercado. É comum encontrarmos histórias de startups que começaram com apenas duas ou três pessoas.

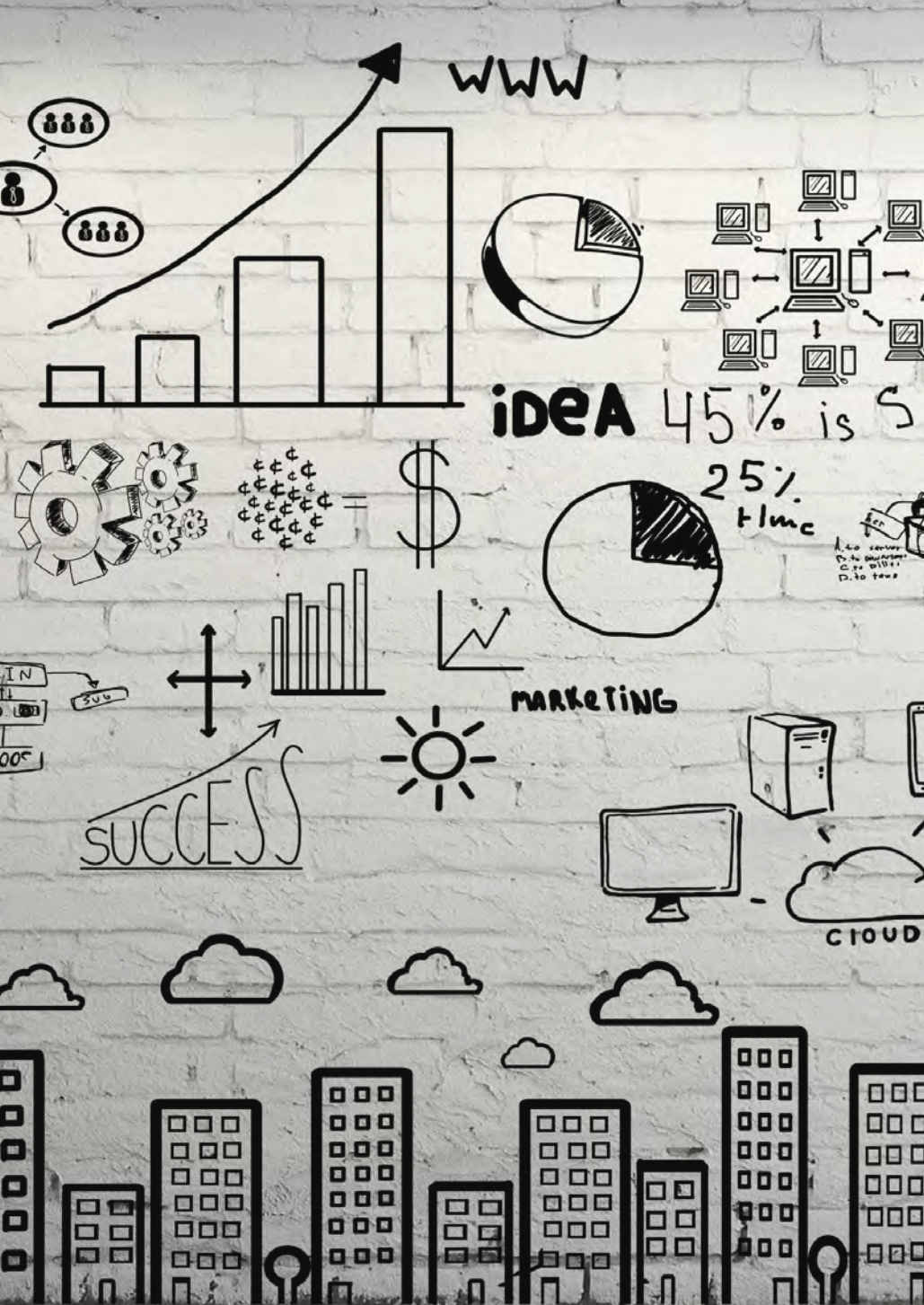
No entanto, uma boa ideia sendo somente uma boa ideia não vale de nada. Como te falamos anteriormente, é preciso pensar que a inovação que você vai criar precisa trazer retorno financeiro para quem vai investir nela. Se você não encontrar formas de ganhar dinheiro com a empresa que você vai criar, mesmo que a longo prazo, é sinal de que você precisa ***pivotar**** a sua ideia. Por isso, saber como você irá monetizar o seu produto ou serviço e o valor que ele irá gerar e atrair do mercado é um dos passos mais importantes e à isso damos o nome de **Modelo de Negócios**.

**Pivotar, no mundo do empreendedorismo, significa mudar de direção, de estratégia e de modelo de negócios se aquela estratégia ou produto lançado não tiveram o alcance ou o retorno esperado.*



3.

— O EMPREENDEDORISMO NA ERA DIGITAL: —
O MODELO DE NEGÓCIOS
— DAS STARTUPS —



Já falamos para você sobre a importância de que, ao se criar uma startup, é necessário que ela que seja escalável e que traga retorno aos investidores dela. Para isso, é preciso criar um modelo de negócios que mostre o valor que a sua empresa irá agregar, tanto para os clientes, quanto para os investidores. É fundamental deixar claro essas informações, até mesmo para justificar a forma de geração de receita, afinal, para que o cliente compre algo, é necessário que ele veja valor e utilidade naquilo que está sendo vendido.

Mas, você deve estar se perguntando: o que é modelo de negócios? Quais informações eu preciso colocar nele? Em que etapa do projeto eu preciso desenvolvê-lo? O modelo de negócios é a mesma coisa que o plano de negócios?

Na prática, o modelo de negócios é o documento que irá conter algumas das informações mais importantes sobre a sua empresa - ou, pelo menos, informações úteis para os seus futuros investidores. Ele será a descrição de como a sua empresa irá gerar e capturar valor do mercado.

Nele, é preciso que você coloque o conceito do seu negócio, a estrutura organizacional, quais são os segmentos que você vai atuar, quem serão seus clientes finais, quais são as demandas que a empresa irá suprir, dados sobre o mercado que você pretende entrar, os recursos necessários para o negócio, as fontes de receita, o modelo de monetização, os custos de manutenção da sua empresa e a forma de se comunicar com seus clientes.

Diferente do plano de negócios, que é um documento mais extenso e complexo, o modelo de negócios irá funcionar como uma carta de apresentação da sua empresa para possíveis investidores. Ele deverá ser feito na hora que a sua empresa começar a se preparar para captar recursos por meio de rodadas de investimento ou programas de aceleração.

As startups buscam por modelos repetíveis e escaláveis e que passam por diversas mudanças, por isso, o ideal é que o plano de negócios seja feito somente após a estabilização e a validação do modelo de negócios utilizado. Está começando

a sua startup e ainda não sabe como montar o modelo de negócios dela? Então, a gente te indica o livro Business Model Generation, do suíço Alexander Osterwalder. Garantimos que ele irá te apresentar conceitos e dicas incríveis para começar o seu modelo :)

A intenção deste material é proporcionar para você uma visão geral do que é o empreendedorismo na era das startups e apresentar casos práticos e reais de empresas que deram certo e estão crescendo a cada dia mais. Então, vamos aos cases?

4.CASE

SAMBATECH

A Samba foi criada em 2004 para distribuir jogos para celular. Eu, Gustavo Caetano, identifiquei a janela de oportunidade ao tentar baixar jogos mobile e ver o pequeno catálogo de opções disponíveis. Elaborei um plano de negócios detalhando o potencial do mercado brasileiro e fui para Londres, onde consegui fechar acordos para distribuir jogos na América Latina.

Por intermédio do meu pai, consegui um investidor anjo que fez um aporte de US\$ 100 mil para iniciar as operações, tornando a Samba uma das primeiras empresas a distribuir jogos para dispositivos móveis no Brasil. Em três meses, fechamos o primeiro contrato com a Oi. A partir de então, a empresa expandiu sua atuação e começou a distribuir seus jogos em mais de 40 canais em toda a América Latina.

No entanto, em 2007, percebi que o mercado de games não tinha oportunidade de crescimento. Não contávamos com desenvolvimento próprio e dependíamos da tecnologia de outras empresas para avançar. Nossos clientes começaram a

diminuir a nossa parcela de participação nas vendas e novas marcas internacionais chegavam ao Brasil e conquistavam uma parcela relevante do mercado.

Decidimos criar uma tecnologia própria de distribuição de jogos para computador pela internet, como se fosse uma plataforma de e-commerce. Porém, a estratégia não foi bem-sucedida, a internet tornava o download de jogos lento e cheio de falhas, e dificultava a entrega do produto.

Mas, surgiu uma nova oportunidade de mercado: a distribuição de vídeos. A comunicação digital estava nascendo, a velocidade da conexão de internet melhorava e a troca de informações por streaming de vídeo começava a despontar como uma tendência. Concentramos em empresas que já produziam conteúdo em vídeo, mas que enfrentavam o desafio de distribuí-lo online. Nossa primeira aposta foram as emissoras de televisão, pois elas sabiam distribuir vídeos para a televisão, mas precisavam de ajuda para distribuir em outras plataformas.

Li uma reportagem sobre a Sílvia Saad, filha de João Carlos Saad, fundador da TV Bandeirantes, e tive a ideia de mandar um e-mail passando por uma pessoa íntima da família e apresentando os serviços da empresa. Consegui uma reunião com Lyzbeth Cronembold, Diretora de Tecnologia da Band. A emissora estava caminhando para disponibilizar seu conteúdo online e a plataforma da Samba Tech tornava todo esse processo mais simples.

Conseguimos fechar o primeiro contrato com a TV Bandeirantes. A plataforma precisou ser melhorada e customizada para atender as necessidades dessa e de outras grandes produtoras de conteúdo. A estratégia de desenvolver novas features e melhorar a tecnologia pensando nos clientes acabou se tornando uma das principais características do processo de desenvolvimento da empresa.

Em 2007, recebemos o aporte financeiro de aproximadamente R\$ 5 milhões da FIR Capital, porém, uma das condições colocadas pela FIR foi que parássemos de atuar no setor de

games, responsável por mais de 70% do faturamento da Samba, e focássemos nos vídeos. Mas, graças ao investimento, a Samba pode optar por abrir mão do negócio de jogos, pois conseguimos financiar as operações sem precisar do faturamento dos games. Assim, demos início ao processo de consolidação como pioneira na gestão distribuição e distribuição de vídeos no país.



PERFIL DO CEO

GUSTAVO CAETANO

Idade: 34 anos

Naturalidade: Araguari - MG

Formação: Marketing.

Hobbies: Jogar tênis, videogame e colecionar coisas de geek.

Quais são as personalidades que te inspiraram?

- Richard Branson, fundador da Virgin;
- Satya Nadella, presidente da Microsoft;
- Mark Cuban, investidor e dono de um time de basquete;
- Rock Balboa.

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 22 anos

Já tinha tentado empreender antes? Minha primeira experiência com empreendedorismo foi aos 17 anos, quando fiz um website chamado Hacker News Brasil. Escrevíamos sobre tecnologia, segurança, vírus e ataques de hackers. Mas, os hackers começaram a nos alertar sobre futuros sites que seriam hackeados e a polícia descobriu. Recebi uma intimação para comparecer à delegacia de repressão a crimes digitais. Tive que fechar o site, mas sai com a ficha limpa.

Para você, o que significa empreender? Empreender é ser capaz de tirar ideias da cabeça e colocá-las em prática. É ser capaz de experimentar sem medo de errar. É possível ser empreendedor em qualquer lugar, seja trabalhando sozinho, como freelancer, dentro ou fora de uma empresa.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? Quando atuávamos com distribuição de games, estávamos sendo esmagados pelas distribuidoras de jogos

e pelas operadoras. Percebemos que não havia chances de crescimento. Na mesma época, o Google estava comprando o Youtube. Pesquisamos e vimos que o mercado de vídeos online ainda era pouco explorado e que seria uma tendência de comunicação para os próximos anos. Decidimos apostar nisto!

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? A desvantagem é que a vida de CEO pode ser muito solitária. Por representar a voz dos investidores dentro da empresa, e a voz dos funcionários com os investidores, não pertencemos a nenhum grupo. E, às vezes, temos que tomar decisões difíceis, visando o futuro da companhia.

A vantagem é a capacidade de colocar ideias em prática e fazer as coisas acontecerem, sem precisar de passar por muita aprovação.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil?

Realize mais e sonhe menos. Você deve ter um sonho grande, mas você precisa ter a capacidade de realizá-los. Ter ideias é simples, o que diferencia é quem vai lá e faz.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? Startup Enxuta, de Eric Ries , Start-Up, de Dauton Janota e Bruno Freitas e Hard Things About Hard Things, de Ben Horowitz.

Qual a importância dos vídeos online para a Samba Tech? Nós acreditamos que a informação deve estar ao alcance de qualquer pessoa. Por isso, ajudamos outras empresas a se comunicar melhor, e acreditamos que a maneira certa de fazer isso é por meio de vídeos online, com: qualidade, em qualquer device, aonde quer que eles estejam e sempre que precisarem.

Principais desafios que a Samba Tech enfrentou e o que ela espera do futuro? Desde a criação da Samba, investimos em uma estrutura flexível para criar um ambiente que seja favorável à inovação e à proatividade. Mas, muitas vezes, os processos não eram formalizados e os fluxos de trabalho não eram padronizados. Depois do investimento da FIR Capital, a reorganização dos processos de gestão interna tiveram que ser feitas. Mas, a formalização dos processos não foi vista com bons

olhos pelos funcionários. Tivemos que quebrar esta barreira e fazer as mudanças de forma cuidadosa para não afetar a nossa essência e manter o ambiente descontraído, produtivo e inovador. Faz parte da história da Samba a adaptação às tendências de mercado e a flexibilidade. Constantemente passamos por mudanças do nosso processo.

Um dos maiores problemas enfrentados é a natureza mutável do mercado em que atuamos, com tendências que surgem e desaparecem constantemente. Para lidar com essa instabilidade, investimos na inovação, tanto da plataforma tecnológica, como dos processos internos.

Os principais desafios do futuro é a expansão geográfica, a consolidação no mercado norte-americano e a nossa internacionalização. A grande dificuldade é a concorrência com organizações conhecidas, além de manter o atendimento personalizado e a qualidade dentro do “padrão Samba Tech” no exterior.

5.CASE

App 
Prova

A história do AppProva tem seu início no ensino médio do Colégio Santo Antônio, onde comecei minha carreira profissional dando aulas de matemática e física bem como construí amizades com pessoas extremamente dedicadas e inteligentes. Ao lado do Rafael, um grande amigo de infância e nosso sócio, começamos a dar aulas juntos e fundamos, aos 18 anos, o Tire Dúvida Acompanhamento Escolar, nosso primeiro empreendimento.

Durante um período, o Rafael ficou tocando a operação do “Tire Dúvida” e eu tive a oportunidade de empreender no mercado financeiro, onde fui sócio de uma operação de intermediação e distribuição de títulos e valores mobiliários. A experiência foi fantástica e gerou muito aprendizado, mas, após três anos, tive a certeza que queria voltar a empreender em educação. Em conversas com o Rafael, comentei sobre a necessidade de realizarmos algo maior, que gerasse oportunidades para milhões de pessoas e fosse, ao mesmo tempo, sustentável financeiramente, resultando bons retornos.

Ele topou o desafio e nos juntamos a alguns professores e sócios do Tire Dúvida, bem como a diversos amigos geniais que formaram conosco no Colégio. Assim, demos início ao AppProva. Acredito que o sucesso inicial foi devido a nossa capacidade de atrair as melhores pessoas para o time. Isso inclui tanto nossos colaboradores, quanto os investidores e as empresas. Não poderia me esquecer de grandes amigos, que tiveram papel fundamental em diferentes estágios do AppProva, tais como os fundadores da Dito (André e Bruno), o Gustavo Caetano, além de diversas outras pessoas essenciais para nossa história.



PERFIL DO CEO

MATHEUS GOYAS

Idade: 25 anos

Naturalidade: Belo Horizonte - MG

Formação: Segundo Grau Completo
(Direito UFMG e Administração Pública FJP – Drop Out)

Hobbies: Viajar, Vinhos, Estudar, Jogar Tênis e encontrar os amigos.

Quais são as personalidades que te inspiraram?

- Helio Mesquita – CEO Maratona Investimentos
- Elon Musk – Founder Tesla Motors e Space X
- Jorge Paulo Lemann – 3G

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 21 anos

Já tinha tentado empreender antes? Sim. Antes do AppProva fundei o Tire Dúvida ao lado do Rafael Luiz. Saímos da operação em 2013 e deixamos a empresa com um de nossos antigos sócios. Também fui fundador sócio da WG Finanças Pessoais, empresa líder em planejamento financeiro que continua sendo tocada por grandes amigos.

Após o AppProva, criei o Fundo Maratona, um fundo de investimento em ações de empresas no Brasil e no Exterior, no qual sou Board member.

Para você, o que significa empreender? Empreender é construir e gerar oportunidades para as pessoas.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? No momento que conseguimos convencer nossos primeiros parceiros a contratar nossos serviços sem ter a solução pronta.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? A maior vantagem é estar exposto a um intenso processo de aprendizado, dado o tamanho do desafio. Ser CEO de uma empresa é assumir todas as responsabilidades e isso exige muito preparo.

Acredito que o isolamento/solidão é a maior desvantagem, mas deve ser extremamente combatido.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil? Foco em pessoas, gente é tudo. Resiliência e determinação.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? The hard things about hard things – Ben Horowitz
How to win friends and influence people – Dale Carnegie

Qual a importância dos vídeos online para a AppProva? O AppProva é uma plataforma de lifelong learning e o nosso objetivo é acompanhar o desenvolvimento acadêmico do aluno ao longo da vida por meio de testes, diagnósticos e planos de

estudo efetivos para o aprendizado do estudante. Tendo em vista tais alvos, é fundamental estabelecer parcerias para a produção de conteúdos, incluindo videoaulas, consideradas atualmente um dos meios mais eficazes para o aluno se preparar a qualquer tempo e em qualquer lugar.

Logo, é muito importante que tenhamos oportunidades para oferecer conteúdos de diversos tipos e assuntos para os alunos. Assim, eles vivenciam uma experiência completa de aprendizado ao longo de sua trajetória acadêmica.

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? Atualmente temos mais de 50 pessoas em nossa equipe. Um time grande e em expansão é sempre um desafio, afinal, garantir a visão, os valores e a força da cultura para muitas pessoas é mais difícil do que quando se inicia um negócio. Considerando tal missão, estamos indo muito bem. É fundamental também manter a barra sempre alta e continuar focando em gente boa. Hoje analisamos em média

setenta e oito pessoas para cada uma contratada. Além disso, crescer consistentemente - ano após ano - mais de 300% é muito desafiador e exige velocidade e capacidade.

6.CASE



ContaAzul

A história da ContaAzul começa em setembro de 2011. Havia pelo menos três anos que estava dedicado ao sonho de empreender, junto de outros sócios. O objetivo era semelhante, mas faltava foco e nossas decisões se baseavam muito mais em opiniões pessoais. Estávamos desenvolvendo um produto a partir do achismo, sem ouvir a opinião de outras pessoas e consequentemente sem conseguir proporcionar uma experiência de uso que fizesse sentido para o pequeno empreendedor.

Naquela época haviam poucas pessoas falando sobre Startups e as discussões mais profundas aconteciam em São Paulo, e por estarmos em Santa Catarina, procuramos nos envolver bastante com os grupos paulistas. E numa dessas viagens a SP em setembro de 2011 conhecemos a 500Startups, uma das aceleradoras mais respeitadas do mundo que pela primeira vez abriu a oportunidade de empresas brasileiras submeterem seus projetos para participar do programa de aceleração deles no Vale do Silício. Decidimos arriscar e apresentar

o projeto. Por estarmos fora de SP e ver empreendedores fazendo trabalhos fantásticos por lá, nossa expectativa de ser selecionado era muito baixa, foi aí que uma mistura de surpresa com felicidade nos contaminou com a notícia: dentre todas as empresas avaliadas nós fomos selecionados e nos tornamos a primeira startup brasileira a ser acelerada pela 500Startups no Brasil.

Eu e os outros dois fundadores da ContaAzul, José Carlos Sardagna e João Augusto Zaratine, tivemos que ir morar em São Francisco por quatro meses para participarmos do programa da 500Startups. Para cada um de nós passar esse período por lá teve um preço alto, já que significou estar longe de casa nas primeiras semanas de vida de minha primeira filha; o mesmo aconteceu com o Sardagna. Tanto esforço valeu a pena!

O ContaAzul como conhecemos hoje nasceu a partir desse processo de aceleração. Para e ter uma ideia, antes de ter

esse nome nós havíamos batizado o sistema de AgileERP.

Nesse período de imersão, de outubro de 2011 a janeiro de 2012, aprendemos sobre design, métricas, vendas, marketing. Interagimos com especialistas de gigantes do Vale do Silício, como Google, Facebook e YouTube. Os insights foram decisivos para guiar decisões que viriam a aumentar muito nossa capacidade de crescimento já nos meses seguintes.

Trabalhando com nossos notebooks sobre uma mesa de pingue-pongue, durante 12 a 16 horas por dia, refizemos tudo: da marca à experiência do usuário. Ao final do período, estávamos com a primeira versão do ContaAzul pronta para ser lançada. Junto do capital semente da 500startups, conseguimos mobilizar outros dois investidores relevantes (Monashees Capital e Napkn Ventures) para uma primeira rodada de investimento.

A partir daí, o crescimento foi rápido. Atualmente, a ContaAzul possui 250 funcionários. Com sede em Joinville (SC), temos

orgulho de estar liderando o mercado de sistemas de gestão online para pequenas empresas e por ser um dos cases mais relevantes de Software as a Service no Brasil.



PERFIL DO CEO

VINICIUS ROVEDA

Idade: 34 anos

Naturalidade: Soledad - RS

Formação: Ciências da Computação.

Hobbies: Sou um cara muito caseiro. No meu tempo vago eu gosto de estar em casa com a família, curtir ao máximo minhas filhas e jantar com amigos. Além disso, gosto muito de ler e recomendo isso a quem vai empreender. Tento manter a saúde em dia. Corro e jogo futebol com os amigos.

Quais são as personalidades que te inspiraram?

- Ayrton Senna
- Beto Sicupira
- Jorge Paulo Lemman

- Marcel Telles
- Steve Jobs

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 29 anos

Já tinha tentado empreender antes? Em 2008, montei uma empresa de outsourcing de desenvolvimento de software chamada Informant, com José Carlos Sardagna, e outros 2 amigos.

Para você, o que significa empreender? Sempre tem algo bom e necessário que ainda não foi criado ou, se já existe, sempre pode ser aperfeiçoado. O bom empreendedor é aquele que aproveita essas oportunidades para oferecer um produto de qualidade. O segredo é buscar entender e conhecer o mercado, atento ao que está disponível e ao que as pessoas demandam.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? Desde meu primeiro emprego como desenvolvedor

de softwares, tinha a ideia de ajudar os micro e pequenos empresários. Estava claro que faltava um sistema integrado de gestão para essas empresas, por isso decidi montar um negócio.

Qual é a maior vantagem e desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? Montar um grande time mantendo todas as pessoas alinhadas com a estratégia, motivadas e preparadas para as próximas etapas que iremos enfrentar é um desafio gratificante. Investimos muito na cultura e valores da empresa, com preocupação com a alta qualidade do serviço sempre. Liderar um time assim, dialogar com investidores e parceiros exige muito de você, e é preciso corresponder.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil? O que aprendi é que conhecimento, princípios e foco são fundamentais. Entender o mercado e as oportunidades estão na base. Manter os princípios de honestidade e correção também. Por fim, tombos são parte do percurso, não são fracassos. Errar rápido para aprender e melhorar sempre exigem muito foco para fazer o sucesso chegar mais rápido.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? A lista é ampla e sempre vale a pena ler para se

inspirar e conhecer boas práticas. Aqui vão alguns:

- Você está louco - Ricardo Semler;
- The hard thing about hard things - Ben Horowitz;
- Crossing the chasm - Geoffrey A. Moore ;
- The Lean Startup - Eric Ries;
- Work Rules - Lazlo Bock;
- Who: The AMethod for hiring - Geoff Smart and Randy Street;
- Zero to One - Peter Thiel.

Qual a importância dos vídeos online para a Conta Azul?

Nosso país oferece muitas oportunidades para empreendedorismo, mas há pouca informação disponível e muito a avançar no que diz respeito à formação sobre gestão. Por isso, uma de nossas principais ações é de educar e instruir clientes com artigos de informação, guias, infográficos e cursos online sobre temas relacionados a pequenas e médias empresas. Da primeira ideia à formalização da empresa, dos primeiros

controles financeiros ao crescimento com mais clientes.

O uso de vídeos online são um meio de oferecer conteúdos instrutivos para mais pessoas. Muita gente gosta de ler guias explicativos. Outras pessoas preferem materiais mais lúdicos. E há quem goste de assistir a dicas rápidas para começar a explorar um assunto ou um webinar extenso para se aprofundar num tema. Hoje, os vídeos são um instrumento relevante para alcançarmos cada vez mais pessoas na missão de ser referência em assuntos de gestão e negócios.

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? O Brasil tem 15 milhões de micro e

pequenas empresas. Quando me perguntam quem são nossos principais concorrentes, em vez de pensar em outras empresas, normalmente lembro do caderno e da planilha. O ponto é que muitas empresas ainda vivem em uma realidade de gestão bem rudimentar, às vezes difícil de imaginar por alguém que vive conectado e respira tecnologia.

Mas é justamente essas pessoas que mais precisam de informação e educação sobre empreendedorismo, finanças e negócios. O grande desafio é instruir e facilitar a vida das micro e pequenas empresas, em um cenário de muita burocracia, pressão tributária e dificuldade de obter informações.

Quer um exemplo: em janeiro de 2017, as empresas estarão vivendo duas mudanças. De um lado, o emissor de nota fiscal eletrônica da Secretaria de Fazenda de São Paulo será descontinuado, exigindo que as empresas busquem [alternativas](#). No mesmo mês, os bancos deixarão de oferecer carteiras de cobrança simples, e todos os [boletos bancários emitidos serão registrados](#).

Cada uma delas tinge um grupo diferente de negócios e exige respostas específicas. Outras mudanças de regras, leis e do mercado também virão. Estamos prontos para ajudar os pequenos empresários sempre.

Para o futuro, temos planos agressivos de seguir crescendo, cada vez mais rapidamente e com mais consistência. Sempre temos muito o que aprender com nossos clientes. Cada vez fica mais claro para nós que é preciso entender e surpreender cada cliente. Todas as nossas decisões são baseadas em dados porque nosso cliente precisa amar usar o ContaAzul. E é para isso que trabalhamos.

7.CASE



FOREBRAIN[©]

o pensamento ao seu alcance

A Forebrain é uma startup especializada em Neuromarketing, área que combina Neurociência, Psicologia e Economia para entender o comportamento do consumidor. A empresa foi fundada por mim, Billy Nascimento, e por minha grande amiga, Ana Souza, quando éramos dois jovens pesquisadores do programa de Neurobiologia do Instituto Carlos Chagas Filho - UFRJ.

Ana pesquisa emoções e comportamento desde o início da graduação. Em sua trajetória, desenvolveu projetos junto ao Exército Brasileiro – estudando o efeito do estresse em Tropas de Paz enviadas ao Haiti – e fez parte de seu doutorado na Universidade de Granada, na Espanha.

Eu sou especialista em neurofisiologia e desenvolvi pesquisas na área de neuroeconomia e neuromarketing. Minha tese de doutorado, feita em parceria com uma equipe multidisciplinar, deu origem às advertências dos maços de cigarro brasileiros.

A vontade de empreender surgiu durante a graduação, quando conheci o fundador de uma das primeiras empresas de neuromarketing do mundo. A partir daí, foquei meus estudos na área e chegando ao fim do doutorado, percebi que poderia implementar essa ideia no Brasil, já que não existiam empresas de neuromarketing por aqui. Convidei a Ana para abrir a empresa e ideia foi levada à Incubadora de Empresas da COPPE-UFRJ, onde a Forebrain foi fundada, no início de 2010.

Durante os 5 anos de incubadora, capacitamos nossa veia empreendedora, conquistamos os primeiros clientes, levantamos capital e desenvolvemos parcerias estratégicas. Somos, hoje, o braço de neurociência do IBOPE Inteligência, a maior empresa brasileira de pesquisa de mercado. Neste período conquistamos prêmios como o Desafio Brasil RJ, Inovativa Brasil e Prêmio de Melhor Empresa Incubada da Anprotec - 3º lugar em 2015.

Os 5 anos de incubação da Forebrain chegaram ao final em 2015, ano em que abrimos nossas portas no Centro do Rio de Janeiro. Nossa equipe atual conta com especialistas em diversas áreas e hoje somos a referência em Neuromarketing no país.



PERFIL DOS CEO'S

BILLY NASCIMENTO E ANA SOUZA

Idade

Billy: 34 anos

Ana: 35 anos

Naturalidade

Billy: Rio de Janeiro (RJ)

Ana: Rio de Janeiro (RJ)

Formação

Billy: Biomédico, com mestrado e doutorado em Neurofisiologia.

Ana: Biomédica, com mestrado e doutorado em Neurofisiologia.

Hobbies

Billy: Ler, cinema, viajar.

Ana: Viajar, ver filmes e séries e dançar.

Quais são as personalidades que te inspiraram?

Billy: Jesus Cristo, Steve Jobs, Barak Obama.

Ana: O neurocientista Ramachandran, Sheila Mendonça de Souza, que além de minha mãe, é uma excelente antropóloga e o “Google”, rs - na verdade, todas as pessoas que estão por trás da construção da cultura dessa empresa.

Qual idade que tinha quando fundou a empresa

Billy: 28 anos

Ana: 29 anos

Já tinha tentado empreender antes?

Billy: Não.

Ana: Não.

Para você, o que significa empreender?

Billy: Poder construir novas realidades que as pessoas sequer sonhavam

Ana: Mudar a realidade das pessoas.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio?

Billy: Ainda na graduação, percebi que os estudos que desenvolvia poderiam gerar um negócio inovador no Brasil.

Ana: Quando eu percebi que o que nós tínhamos a oferecer fazia sentido para outras pessoas.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa?

Billy: Vantagem: ajudar toda uma equipe a conquistar seus sonhos particulares, através do sucesso da empresa. Desvantagem: por muitas vezes, uma atividade solitária.

Ana: Vantagem: liberdade de construir algo novo e até disruptivo.

Desvantagem: a responsabilidade por trás do que você cria, que dificilmente pode ser compartilhada.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil?

Billy: RESILIÊNCIA, RESILIÊNCIA, RESILIÊNCIA. Empreender no Brasil não é fácil, mas a satisfação da construção de um novo negócio compensa qualquer esforço.

Ana: Humildade e resiliência. Você precisa saber ouvir as críticas, reconhecer seus erros e não abandonar seus sonhos.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender?

Billy: Business Model Generation, Startup Owner's Manual, Lean Startup, A Estratégia do Oceano Azul.

Ana: Além dos que já foram citados, O Segredo de Luiza.

Qual a importância dos vídeos online para a Forebrain?

Vídeos online são a nova fronteira da comunicação. Em qualquer tela, em qualquer momento, através de vídeos

milhões de pessoas se informam, se entretêm e compartilham novidades. Além disso, a análise de vídeos online é parte importante dos negócios da Forebrain, pois ajudamos os clientes a entenderem as melhores estratégias de comunicação para os seus espectadores. Além de ajudarmos nossos clientes, os vídeos online estão dentre as principais estratégias da divulgação da empresa e de seus produtos.

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro?

Empreender no Brasil é um desafio por si só e nossa história é pautada por dúvidas, dilemas e vitórias. As emoções se alternam entre conquistas eufóricas e decepções que abalam temporariamente. E falo “temporariamente” porque contamos com o privilégio da nossa amizade para criar e liderar a empresa juntos. Um formato de liderança compartilhada (co-CEOs) não é comum, mas acreditamos que essa seja nossa maior fortaleza.

Nosso maior desafio foi transformar nossa mente científica

em empreendedora, mas a cada cliente, a cada conquista, percebíamos que estávamos na direção certa, mesmo com erros e percalços, que fazem parte de qualquer aprendizado.

Iniciamos a Forebrain sem capital e sem capacidade de operacionalizar nossos serviços, pois não tínhamos os equipamentos necessários. Após 2 anos de capacitação, competições de startup e interação com investidores, nosso faturamento era zero.

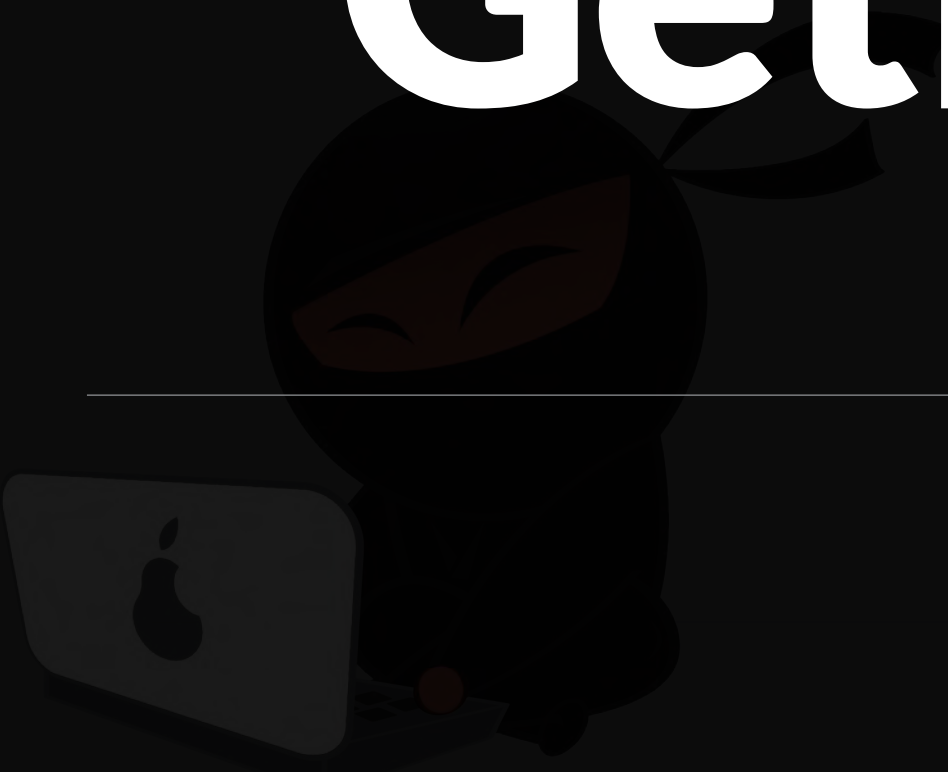
Em 2011 conseguimos capital não-reembolsável, através do edital RHA-E-CNPq, permitindo a contratação de pesquisadores e, em 2012, um investidor anjo se tornou nosso sócio. No ano em que o mundo ia acabar, conquistamos nosso primeiro cliente, L'Oréal. E de lá para cá a carteira cresceu consistentemente.

Atualmente, nosso maior desafio é adaptar o mercado brasileiro a esta inovação e conseguir que os modelos tradicionais

de pesquisa de mercado sejam substituídos pelos métodos neurocientíficos de investigação. Mas estamos crescendo na crise, portanto, temos segurança de que estamos no caminho certo!

8.CASE

GetNinjas



A ideia de criar o GetNinjas surgiu em 2011, quando estavam explodindo os sites de compras coletivas no Brasil. Fiquei interessado no mercado, comecei a pesquisar e vi que eu também poderia criar algo, mas voltado para serviços, um segmento que ainda não existia no país. Comprei um protótipo de site criado na Índia, que era o clone de um modelo americano. Eles estavam vendendo por 700 dólares um sistema todo pré-pronto.

Não tive dúvidas: fiz algumas modificações e lancei o protótipo, ele apareceu na imprensa e em alguns outros sites, a Monashees viu a ideia e achou interessante, os investidores me procuraram para uma conversa, então fiz uma apresentação que resultou no investimento. Logo em seguida, apresentaram o site para a Kaszek que também se interessou em investir.

Pessoas de confiança fizeram a indicação dos meus sócios, tive muitas conversas com eles antes de fechar a parceria.

Como a convivência é algo importante, não se pode levar em consideração apenas o currículo, afinal, você vai passar muito tempo com seus sócios e tomar decisões importantes.



PERFIL DO CEO

EDUARDO L'HOTELLIER

Idade: 30 anos

Naturalidade: Juiz de Fora - MG

Formação: Engenharia da Comunicação no Instituto Militar de Engenharia (IME) e Administração na UFRJ.

Hobbies: Ler e praticar esportes.

Quais são as personalidades que te inspiraram? Com certeza, meus pais representem a primeira e principal inspiração.

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 26 anos

Já tinha tentado empreender antes? Não.

Para você, o que significa empreender? Acho que o verdadeiro significado de empreender é realizar um projeto que vai impactar a vida das pessoas de forma verdadeiramente positiva. No começo, você não tem muita ideia do quanto sua empresa pode fazer isso, mas ao longo dos anos você recebe tantos depoimentos de sucesso e tantos agradecimentos que ganha mais motivação para levá-la para frente.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? No final do ano de 2010 percebi que a internet estava cheia de sites para compra de cupons e produtos, mas não havia nada que solucionava o problema de contratar prestadores de serviços de confiança. Com menos de 2 mil reais, um protótipo foi lançado em outubro 2010 e, em setembro de 2011, a ideia recebeu mais de R\$ 1 milhão de reais de investimento de dois grandes fundos de capital de risco.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? Existem inúmeras vantagens e desvantagens de ser CEO de uma empresa. É muito bom fazer o que acredita, trabalhar com o que gosta, alcançar sonhos e objetivos. Você conseguir passar valores para seu time, gerar renda dentro e fora da sua empresa é bom, mas, ao mesmo tempo, isso é uma responsabilidade muito grande, a decisão está nas suas mãos e, por mais que você aprenda com os erros, você deve errar o menos possível para que o impacto na vida dessas pessoas não seja tão grande.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil? O empreendedor não deve ter medo de investir e apostar na sua ideia. Em geral, os brasileiros são muito criativos, mas pecam na hora de ousar, de realizar seu projeto, até porque, não é da nossa cultura esse incentivo para ser empreendedor. Mas isso precisa começar a ser ensinado nas escolas e para os pequenos, pois o potencial do Brasil é muito grande nesse quesito.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? Uma leitura que gostei e que indico é “Jack, Definitivo”, do Jack Welch. É muito inspirador, conta a história de um menino, filho de um ferroviário que nasceu em uma pequena cidade americana e que ao longo dos anos se torna um dos maiores executivos de todos os tempos.

Qual a importância dos vídeos online para a GetNinjas?

Se você notar, todas as redes sociais hoje em dia possuem vídeos. A maioria das marcas estão apostando nesse tipo de comunicação e é natural que as pessoas fiquem mais engajadas com esse tipo de material. É uma forma mais fácil de se fazer entender e entreter seu público.

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? O começo é uma fase complicada, onde é preciso trabalhar muito e lidar com a incerteza do dia a dia e as dificuldades só aumentam com o amadurecimento. Porém, o momento mais difícil, creio eu, é a fase de captar recursos quando já estamos um pouco maiores, quando já existe uma

empresa rodando, funcionários dependendo de você. Nessa hora, a ansiedade por conseguir recursos para levar o projeto para frente tem que ser controlada, e é preciso pensar em como estruturar tudo aquilo que você aprendeu para mostrar aos investidores e provar que a sua empresa já é mais que uma apenas uma ideia.

Nosso principal objetivo para o futuro, com certeza, é continuar ajudando a mudar a vida das pessoas, impactando de forma positiva os lares, dando a oportunidade para que os profissionais aumentem sua renda e até mesmo façam crescer seus próprios negócios.

9.CASE

HEKIMA

A história da Hekima começa em 2008. Eu tinha uma empresa de consultoria e pesquisa em ambientes digitais chamada Mapa Digital. Atendíamos agências de propaganda, como JWT e AlmapBBDO, e empresas como UOL e Roche, fazendo pesquisa em ambientes digitais para ajudá-las a desenvolver estratégias digitais.

Com o tempo, começou a crescer a necessidade de entender o que as pessoas falavam sobre marcas e produtos nos ambientes digitais e comunidades virtuais. Inicialmente fazia isso manualmente, mas foi se tornando inviável com o aumento do volume de dados. Com isso, percebi que seria fundamental desenvolver uma ferramenta capaz de varrer o ambiente digital em busca de todas aquelas informações sobre marcas, personalidades, produtos e serviços.

Como eu não tinha uma equipe interna de desenvolvimento, conversei com o Ivan Moura Campos (um dos fundadores da Akwan, empresa comprada pelo Google em 2005), que viria a

se tornar um dos sócios da empresa e com quem eu já tinha bastante contato, e disse a ele que precisava de um time que pudesse me ajudar a desenvolver essa plataforma de monitoramento de mídias digitais. Ivan conhecia um grupo de sete cientistas da computação da UFMG (hoje também sócios), que haviam o procurado para conversar sobre como começar a empreender.

Eu falo que foi a ideia certa, no momento, certo, com as pessoas certas. Eu tinha a ideia e precisava de um time altamente capacitado para me ajudar a desenvolvê-la. Então, em janeiro de 2009, fundamos a Hekima, que à época se chamava Buzzmap.

Após alguns anos testando e aprimorando nosso produto (Zahpee Monitor), recebemos, em 2013, o investimento da FIR Capital. Isso nos permitiu alavancar o negócio.



PERFIL DA CEO

RACHEL HORTA

Idade: 42 anos

Naturalidade: Belo Horizonte - MG

Formação: Publicitária.

Hobbies: Corrida, música clássica, dança clássica, cozinhar e, claro navegar na web em busca de tendências e novas ideias.

Quais são as personalidades que te inspiraram? Tenho uma grande admiração por aquelas pessoas que começaram do nada e, contra tudo e contra todos, acabaram conquistando seu lugar no mundo. Admiro muito os empresários brasileiros por vencerem mesmo em um ambiente de negócio extremamente inóspito, instável e com poucos recursos. Veja a Luiza, da Magazine Luiza, com sua força, carisma e simplicidade, e o

próprio Sílvio Santos, que tem uma história de superação emocionante e inspiradora.

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 34 anos

Já tinha tentado empreender antes? Em 2001 fui uma das fundadoras da Tom Comunicação, agência de publicidade e propaganda. Em 2006 co-fundei a Mapa Digital, empresa de consultoria e pesquisa em mídias digitais.

Para você, o que significa empreender? Empreender é ir em busca de um sonho com a alma, coragem, disposição e muita resiliência para transformá-lo em realidade.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? Em 2008, após validar a ferramenta internamente, compreendemos que outras pessoas e empresas também tinham a mesma necessidade. Assim, vimos que essa ideia poderia se tornar um grande negócio e a lançamos no mercado.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa?

Vantagem: além da autonomia para tomar decisões, é ter como uma das minhas atribuições a minha verdadeira paixão: estar sempre em busca de novas oportunidades de negócio e desenvolvimento da visão de futuro do nosso negócio.

Não sei se é uma desvantagem mas é um fato: a posição é solitária e é preciso ter/desenvolver autoconfiança e resiliência para saber lidar com esta característica inerente a esta posição.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil?

- Seja resiliente para lidar com as adversidades.
- Seja persistente e não desista nunca.
- Pesquise, planeje, teste e aprenda com os erros de maneira contínua.
- Se associe a pessoas que tenham os mesmos valores que você e que te complementem.
- Conheça a si mesmo - sua história, valores, forças e fraquezas.
- Tenha mente, corpo e espírito equilibrados.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender?

- The Hard Things About Hard Things
- The Entrepreneur Mind
- Mindset: A Atitude Mental Para o Sucesso

Qual a importância dos vídeos online para a Hekima?

Os vídeos online nos ajudam a compartilhar o nosso conhecimento/experiência e expandi-lo de forma muito mais dinâmica e simplificada, nos aproximando de um público muito maior .

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? Em 2012 quase vendemos o negócio. Um grupo de investidores queria comprar o time e a nossa tecnologia. Por inexperiência ou imaturidade nossa, durante a negociação, a Hekima saiu do mercado, tiramos o nosso site e marca do ar e começamos a trabalhar para eles sem assinar nenhum documento.

Após um ano vimos que não seria viável fechar o negócio por desalinhamento de visão de negócio. Desistimos do deal, sob pena de fechar a empresa. Era preferível perdermos um bom negócio a fazer um mal negócio.

Sobre o futuro, desde o princípio penso na internacionalização da Hekima. Como temos uma tecnologia proprietária extremamente sofisticada e de nível mundial, sei que temos capacidade e competitividade para fazer frente às empresas lá fora.

Queremos fazer parte da transformação do mundo a partir da utilização de dados, buscando sempre o estado da arte em tecnologia, a valorização do capital humano e a ética em todo o nosso trabalho.



10.CASE

Méliuz

A inspiração para começar o Méliuz veio da insatisfação com os programas de fidelidade. Eu juntava e nunca tinha pontos suficientes para trocar pelo o que eu queria. Como eles sempre expiravam, eu acabava trocando por algo que não me interessava tanto. O Ofli, co-fundador do Méliuz, também se queixava muito e vimos uma oportunidade. Estudamos os programas existentes e percebemos que muita gente, assim como nós, usava porque não tinha opção.

Buscamos solução no mercado nacional e internacional e chegamos ao conceito de cashback para o e-commerce brasileiro. A proposta era simples: a cada venda que gerássemos para nossas lojas parceiras, receberíamos uma comissão e parte dela seria repassada para o usuário que fez a compra. Dinheiro de volta, diretamente na conta bancária, sem custo.

Apesar de parecer uma ideia excelente e simples, tivemos dificuldade em fazer o negócio decolar. Como conseguimos

investimento antes de começar, o dinheiro tirou um pouco o nosso foco e acabamos pulando etapas importantes. Em vez de procurar boas pessoas pra a equipe, conversar com os usuários para entender o que eles realmente queriam, e construir um site de fácil usabilidade, focamos em trazer o máximo de usuários possível, investindo quase tudo em marketing. Com isso, o dinheiro começou a acabar e o retorno não vinha. Começamos a nos preocupar muito com o futuro da empresa.

No final de 2012, fomos selecionados pelo Startup Chile, programa de aceleração do Governo Chileno, e isso nos deu um fôlego a mais. Nos mudamos para Santiago e fomos trabalhar com outras 100 empresas do mundo inteiro. Recebemos mentorias de gente muito boa e tivemos acesso a uma rede de contatos espalhados pelo país. Esta experiência foi um divisor de águas. Saímos de R\$ 700 mil em vendas para R\$ 30 milhões, em 2013. Foi aí que vimos que estávamos no caminho certo.

De 2013 para 2015 a empresa cresceu mais de 10 vezes e hoje temos o orgulho de já ter devolvido mais de R\$ 14 milhões na conta bancária de nossos usuários.



PERFIL DO CEO

ISRAEL SALMEN

Idade: 27 anos

Naturalidade: Governador Valadares - MG

Formação: Ciências Econômicas - UFMG

Hobbies: Musculação e Viagens.

Quais são as personalidades que te inspiraram? Jack Ma, Jorge Paulo Lemann e Ayrton Senna.

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 22 anos

Já tinha tentado empreender antes? Aos 12 anos, comecei a estudar sobre programação e construção de sites. Com 14, criei o Galeria Gospel, que reunia fotos das pessoas que iam aos

eventos gospel em Governador Valadares, BH, João Pessoa e Guarapari. Em 2007, conheci o Ofli e, ainda na faculdade, fundamos a Solo Investimentos, que gerenciava aplicações. Apesar dos bons resultados, as falhas acabaram refletindo na nossa motivação e na da equipe. Decidimos começar do zero. Vendemos a empresa e criamos o Méliuz.

Para você, o que significa empreender? Empreender não é necessariamente fundar um novo negócio, mas sim fazer algo diferente e impactante onde estiver. Bons empreendedores fazem história e deixam legado por onde passam.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? Ao sentir na pele a dor de ser cliente de programas de fidelidade tradicionais. Com isso, descobri o modelo de cashback que já fazia sucesso fora há mais dez anos.

Qual é a maior vantagem e desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? Vantagem é ter a responsabilidade de montar uma equipe excelente e trabalhar com pessoas melhores

que você. A pressão em lidar com situações inéditas e atender à confiança do time é a parte mais difícil.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil?

O líder do seu país não trabalha na sua empresa. Vá e vença.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? O livro Sonho Grande é bom porque não mostra apenas que é possível empreender no Brasil, mas que dá para ir além, sem ter que, necessariamente, criar uma empresa e vendê-la para fechar o ciclo.

Qual a importância dos vídeos online para o Méliuz?

Os vídeos nos aproximam do nosso público. Recentemente, realizamos o “Desafio Méliuz”, um projeto que tinha como objetivo revelar a próxima estrela do Youtube brasileiro, incentivar projetos inovadores e ajudá-los a se destacarem. Os vídeos foram a principal ferramenta para divulgar o Méliuz de forma interativa, dentro do contexto em que o nosso público estava inserido.

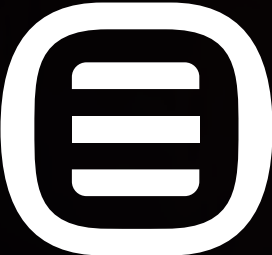
Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? Depois de quase fecharmos, fomos aprovados para o Startup Chile e, mais maduros e com uma bagagem muito maior, tivemos a oportunidade de tampar os buracos que tínhamos ignorado no início. Percebemos a importância de se ter um programador como sócio e convidamos dois (para não ter erro). A partir daí, tivemos bem claro que a equipe é tão fundamental quanto à ideia. De lá para cá, nos tornamos mais de 50, sempre apaixonados e motivados.

Além disso, procuramos quem sabia fazer para aprender com os erros e acertos. Pelo LinkedIn, entramos em contato com os fundadores e presidentes dos maiores sites de cashback do mundo. O resultado? Um convite (com passagem) para conhecer o maior site de cashback do Reino Unido e uma reunião, na Califórnia, com o VP de Novos Negócios do maior site americano, que ainda me ajudou a tirar o visto para os EUA - sou de Valadares, né?

Em agosto de 2015, anunciamos uma nova rodada de investimentos que contou com gente que sempre admiramos muito, como o Fabrice Grinda - o francês fundador da OLX - e Júlio Vasconcelos, fundador do Peixe Urbano.

A boa notícia mais recente veio em março de 2016. Depois de um processo de seleção de 12 meses, eu e o Ofli fomos aprovados como Empreendedores Endeavor, organização líder no apoio a empreendedores de alto impacto. Temos orgulho de trazer essa conquista aqui para o San Pedro Valley e esperamos devolver à comunidade todo nosso aprendizado, ajudando assim a fazer com que novas empresas daqui se destaquem nacional e internacionalmente.

11.CASE

 **rockcontent**

Eu conheci o Diego Gomes, que atualmente é meu sócio, em 2008. Na época ambos blogávamos sobre tecnologia e tínhamos muito interesse em startups. Sempre discutíamos ideias de possíveis startups que poderíamos montar juntos.

Em 2011 decidimos abandonar nossos empregos e nos dedicar 100% a uma ideia. A empresa que fundamos foi a EverWrite. A ideia era criar uma ferramenta de SEO mais inteligente usando algoritmos de inteligência artificial.

Levantamos capital de 3 fundos de investimento: DNV, Abril Par e e.Bricks ventures. Eles nos auxiliam até hoje.

Para testar a ferramenta criamos um site de conteúdo que acabou tendo um bom crescimento. Como não conseguimos tocar os 2 projetos ao mesmo tempo chamamos o Vitor Peçanha para tocar o projeto do site de conteúdo.

Nenhuma das duas iniciativas estava indo muito bem e então decidimos pivotar e focar no Marketing de Conteúdo. Assim surgiu a Rock Content, em março de 2013.



PERFIL DO CEO

EDMAR FERREIRA

Idade: 28 anos

Naturalidade: Montes Claros - MG

Formação: Superior Incompleto.

Hobbies: Programar, ler, meditar, escrever.

Quais são as personalidades que te inspiraram? Elon Musk é o empreendedor vivo que mais me inspira. O tamanho da ambição de suas empresas é fantástico. Simultaneamente, ele está revolucionando duas indústrias muito difíceis. O nível de dedicação a sua missão é bastante inspiradora.

Benjamin Franklin não é muito lembrado quando falamos de empreendedorismo, mas, além de uma carreira bem

sucedida como político, escritor e inventor ele, também foi empreendedor. Me admira muito homens com espírito universal e que transcendem categorias limitadas.

Marcus Aurelius, imperador romano e filósofo. O seu livro meditação é até hoje um de meus favoritos. Faço questão de lê-lo todos os anos.

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 25 anos

Já tinha tentado empreender antes? A Rock Content surgiu como a fusão de duas outras empresas das quais eu era sócio: A TextCorner e a EverWrite.

Para você, o que significa empreender? Empreender é criar com gente. Criar uma startup envolve duas criações:

1. Criar o produto: Desenvolver um novo produto ou serviço é a parte mais visível do processo de empreender. Muito se fala em ter uma ideia genial ou ter um produto campeão. Criar um

produto que atenda as necessidades das pessoas é uma das maiores alegrias de empreender.

2. Criar a máquina que cria o produto: Essa parte não é sempre lembrada, empreender não é apenas criar um produto ou serviço, empreender implica criar um produto ou serviço com outras pessoas e para outras pessoas. O Empreendedor não apenas usa sua criatividade para desenvolver novos produtos e serviços, ele a usa também para reinventar o jeito de trabalhar das pessoas. Criar a máquina que cria o produto é tão importante quanto criar o produto em si.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? O nosso primeiro grande desafio foi atrair 100 clientes em 6 meses. Quando chegamos ao quinto mês e atingimos essa meta, eu percebi que estávamos no caminho certo.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? A maior vantagem é a oportunidade de construir a empresa que você sempre sonhou que existisse. A

desvantagem é que o seu trabalho não depende apenas de você, as verdadeiras estrelas que fazem sua empresa um sucesso são os membros da sua equipe.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil?

Aprenda: Existem muitas empresas bem sucedidas no mundo e boas práticas de mercado. Aprender com os melhores vai ajudar muito na sua jornada.

Execute: Sua ideia sozinha não vai fazer seu negócio ser bem sucedido. Execução é o fator essencial para o sucesso. E executar não é apenas criar o seu produto e sim fazer o seu produto entregar valor para o seu cliente. A execução só termina com um cliente satisfeito.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? Os livros que eu recomendaria são:

- High Output Management, do Andrew Grove, considero o melhor livro de gestão que já li. Tem uma pegada muito pragmática e recomendo ele para todos gestores que conheço.

- The Hard Things about the Hard Things, Ben Horowitz, traz de uma maneira muito pessoal as lições que o autor passou como CEO de uma startup.

Qual a importância dos vídeos online para a Rock Content?

Usamos vídeos online para resolver diversos problemas:

- Evangelizar o Marketing de conteúdo para o mercado através do nosso canal no youtube.
- Educar os nossos clientes quanto a como melhor usar os serviços da Rock Content para obterem sucesso.
- Treinar a nossa comunidade de redatores freelancer.

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? O primeiro desafio da Rock foi validar que de fato existia demanda para o nosso serviço. Definimos a meta de ter 100 clientes depois de 6 meses de empresa. Conseguimos 100 clientes em 5 meses, mas isso não era o bastante para ter

uma empresa bem sucedida. Aprendemos que para ter sucesso é necessário não apenas vender mas vender para os clientes certos.

Levantar capital no Brasil é muito mais desafiador que nos EUA. A quantidade de investidores é ordens de magnitude menor e o apetite ao risco também é diferente. Um grande desafio que enfrentamos foi mostrar aos investidores que o nosso mercado potencial era grande o bastante para justificar um investimento. Com um crescimento rápido e constante a Rock mostrou que a demanda por Marketing de Conteúdo não era apenas uma moda e sim o futuro do marketing. Em 2015 a empresa mais que triplicou de tamanho e em 2016 nosso plano é triplicar novamente.

12.CASE



SMARTALK

APRESENTAÇÕES DE IMPACTO

A SMARTalk surgiu da ideia de levar ao mercado apresentações de impacto profissionais, especialmente para startups e pequenas e médias empresas, que nunca tiveram esse tipo de serviço ao seu alcance. Esse mercado sempre foi muito restrito a empresas grandes que, muitas vezes, precisavam de soluções que fugiam muito do PPT tradicional.

A SMARTalk tem o desafio de popularizar os grandes formatos de apresentação sem perder o jeitão de boutique criativa que entrega soluções personalizadas para sua base de clientes, que já somam quase 500. Temos menos de 3 anos de existência, mas já somos reconhecidos pela qualidade e atendimento excepcionais.

Muito focada em métricas de gestão, um dos principais ativos da empresa é seu conselho de acionistas, muito eclético e inspirador. Fazem parte Marcelo Miranda e Guilherme

Lima (Precon Engenharia), Gustavo Caetano (Samba Tech), Fernando Shmitt (Trevio), Diego Gomes (Rock Content) e Gabriel Azevedo.

PERFIL DO CEO

RODRIGO MOREIRA

Idade: 35 anos

Naturalidade: Formiga - MG

Formação: Direito - UFMG

Hobbies: Esportes - praticar ou assistir. Hoje o crossfit é o que toma mais tempo.

Quais são as personalidades que te inspiraram?

Elon Musk e Steve Jobs

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 32 anos

Já tinha tentado empreender antes? Empreendo desde os 18, nunca tive carteira assinada. Meu primeiro emprego foi durante o período pós-vestibular / início da faculdade. Acabei



abrindo meu primeiro negócio nessa ocasião e nunca mais parei. Já me envolvi em várias áreas e negócios, passando por marketing e comunicação, segmento imobiliário, eventos esportivos, etc.

Para você, o que significa empreender? Não sei fazer diferente, não consigo me imaginar tendo a rotina tradicional de alguém que começa a trabalhar 8h e vai pra casa às 18h, deixando pra trás os desafios do dia anterior e só vai pensar novamente na empresa no dia seguinte. Eu levo pra casa e pra minha vida pessoal tudo que acontece no dia a dia e não consigo simplesmente desligar daquilo que estou fazendo. Tento ser intenso assim em tudo que faço, seja na vida pessoal, nos esportes ou quando empreendo. Pra mim, empreender tem a ver com encontrar sentido e propósito naquilo que você está fazendo e se manter obcecado com isso como se sua vida dependesse disso.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? Toda vez que você vê alguém ou uma empresa tendo

uma dificuldade que ninguém ainda propôs uma solução, está aí uma oportunidade de negócio. Antes da SMARTalk, eu era sócio de uma agencia de propaganda e odiávamos quando o cliente pedia pra gente criar apresentações de PowerPoint... “Ninguém merece usar o PowerPoint”, diziam os nosso criativos. Mas, muitas das vezes, as apresentações eram mais importantes pros nossos clientes que as próprias campanhas publicitárias, pois era ali que eles conseguiam vender a ideia pra todos em volta. Aí eu vi que o negócio tinha muito futuro.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? Só tem desvantagem (risos). Mais responsabilidade, mais risco, menos tempo com a família e amigos. Mas, liderar um time de apaixonados no caminho certo pra fazer algo que se acredita, isso não existe dinheiro que pague!

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil? Seja resiliente, criativo e paciente. Tudo no Brasil é mais difícil, mas lembre-se de que você já deve começar um negócio

relembrando o velho ditado de “faça de um limão uma limonada”.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? “First things, first”, como dizem lá fora. Começar com “Startup enxuta”, do Eric Ries, e “Sonho grande”, da autora Cristiane Correia é um bom caminho. Gosto muito de livros que contam histórias de empreendedores - no momento estou lendo a biografia “Elon Musk: Tesla, Space-X, and the Quest of a Fantastic Future”.

Qual a importância dos vídeos online para a SMARTalk?

A SMARTalk tem tudo a ver com vídeos online, é a melhor forma de propagarmos o nosso trabalho e conseguirmos mostrar pro nosso cliente até onde vai a nossa criatividade. Usar vídeos online para apresentação dos nossos cases e nosso portfolio foi essencial pra aumentar, e muito, a nossa taxa de conversão no site.

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? Como a SMARTalk era um negócio novo

para as empresas que não conheciam o serviço - e até para nós, novatos na área - sempre soubemos que teríamos que nos desdobrar pra conseguir alcançar nossos resultados. Já começamos na era do inbound e hoje esses números fazem muita diferença pra gente, mas quando começamos foi difícil apostar num projeto de longo prazo sem garantia do retorno do investimento. E é aí que entra uma boa equipe, no nosso caso, comandado pelo Flávio Santos, nosso Head de Marketing e Relacionamento.

Nunca fomos atrás de investimento, sempre giramos com nosso próprio caixa, o que por si só já é um baita desafio... E mesmo tendo crescido respectivamente 150% e 60% nos últimos dois anos, assumimos o desafio de pivotar parte do nosso produto pra encontrar uma solução mais escalável pro nosso negócio. Esse é o nosso momento atual e temos certeza que sairemos deste ano de 2016 com um novo negócio nas nossas mãos.

13.CASE



sympla

A ideia deste negócio surgiu quando dois dos fundadores, Marcelo Cartacho – meu irmão - e David Tomasella, trabalharam no desenvolvimento de uma plataforma de gerenciamento de eventos para o uso interno do BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) em Washington, nos Estados Unidos. Percebendo que não havia uma solução como esta no Brasil mesmo com um mercado potencial enorme, me chamaram para me unir à equipe - devido à minha experiência em produção de eventos no Brasil e experiência empreendedora - para criarmos uma plataforma self-service com foco no mercado brasileiro.

A ideia de criar uma startup no Brasil levava ao caminho mais óbvio de escolher São Paulo para começar. Mas eu e o Marcelo somos de Belo Horizonte, e acho que fizemos uma escolha mais que apropriada ao criar a sede da Sympla na cidade. Encontrar o San Pedro Valley e o apoio e a experiência dos empreendedores da comunidade foi fundamental para a história da Sympla! Fazer parte da comunidade de

Startups referência no país acelerou incrivelmente a curva de aprendizado de diversos temas que foram extremamente importantes para nosso crescimento.

Com 4 anos de atuação, a Sympla já mudou de escritório duas vezes, expandiu o escritório atual em dois andares e hoje conta com cerca de 65 pessoas na equipe de BH, além de operação em São Paulo e Rio de Janeiro. O time está em pleno crescimento e a previsão é de finalizar o ano de 2016 com mais de 120 colaboradores. Em números gerais, a Sympla já vendeu mais de 3,5 milhões de ingressos, em 2.000 cidades, em mais de 50.000 eventos, realizados por mais de 10.000 produtores. Atualmente, vendemos uma média de 7 ingressos a cada minuto por todo país.

Neste exato momento, temos aproximadamente 4000 eventos à venda simultaneamente, nos consolidando como o site com o maior número de eventos à venda no Brasil.



PERFIL DO CEO

RODRIGO CARTACHO

Idade: 35 anos

Naturalidade: Belo Horizonte - MG

Formação: Graduação em Publicidade e Propaganda pela PUC Minas e Mestrado em Administração de Empresas pela Universidade de Girona em Barcelona.

Hobbies: Explorar novos lugares e praticar esportes ao ar livre.

Quais são as personalidades que te inspiraram? Tento sempre buscar pessoas e histórias que estão desconstruindo o que temos hoje e construindo o que será o amanhã. Nesta lista entram desde empreendedores que admiro - tais como Elon Musk e Richard Branson - até artistas contemporâneos como Banksy e Vik Muniz.

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 30 anos

Já tinha tentado empreender antes? Para você, o que significa empreender? Empreender é algo que venho fazendo há algum tempo: a Sympla é o 7º negócio em que atuo como empreendedor. Este espírito esteve comigo desde criança e acho que foi um caminho natural para mim. Sempre gostei muito de construir objetos, negócios, histórias.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? Em 2011, quando ainda morava na Europa, vim ao Brasil para validar nossas hipóteses. Passei 3 meses no país apresentando a ideia da Sympla a produtores de eventos e esta etapa foi fundamental para validar o mercado e aceitação da plataforma.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? Ser CEO é uma oportunidade incrível. Poder participar da construção dos valores e da estratégia da empresa, passando por todos os seus desafios e por todas as suas etapas. Tanto em suas conquistas como em seus fracassos - mas sempre aprendendo com ambas as experiências. Claro que não é - nem de longe! - uma posição de glamour, ao contrário do que muitos pensam. Pelo contrário. Ser CEO requer dedicação e foco integral

ao negócio. Uma entrega constante que toma conta de nossos dias, 24h/dia, 7 dias/semana, 365 dias/ano.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil?

Já dizia Antônio Carlos Jobim, “O Brasil não é para principiantes”. Empreender aqui não é tarefa fácil. Se empreender já exige coragem, resiliência e capacidade de se movimentar e adaptar rápido, no Brasil estas características precisam ser ainda mais fortes. Mas um ponto importante que temos que lembrar é: se empreender no Brasil é difícil para os brasileiros, imagine para empresas e empreendedores estrangeiros. Sempre reclamamos do “custo Brasil”, que é realmente alto, mas também precisamos levar em consideração que estas dificuldades acabam gerando uma forte barreira de entrada dificultando que as empresas daqui sejam engolidas rapidamente por empresas já sólidas vindas de fora. É um trade-off.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? Vou sugerir 3 livros essenciais para etapas diferentes das empresas:

- The Lean Startup (Eric Ries)

- The Hard Things about Hard Things (Ben Horowitz)
- Work Rules (Laszlo Bock)

Qual a importância dos vídeos online para a Sympla? O uso de vídeos é uma de nossas estratégias para posicionamento de marca e comunicação, além de ser uma tendência em diversas vertentes principalmente pelo fácil acesso e pelo imediatismo em transmitir o que queremos – como nossa cultura e profissionalismo. Optar pelo uso de comunicação pelo vídeo nos trouxe a possibilidade de disponibilizar conteúdos interativos, atraentes e simples que transmitem os valores da Sympla para produtores de eventos e consumidores finais.

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? Desafios são parte constante do dia-a-dia do empreendedor. A cada nova fase, mudam-se os desafios, mas a intensidade deles se mantêm. Mas acredito que isto é realmente o que nos move e nos faz acordar a cada dia com a certeza de que temos o trabalho mais incrível que poderíamos ter.

Em nossa história, tenho certeza que o maior desafio que

enfrentamos fomos nós mesmos, os empreendedores, devido à nossa falta de experiência em startups. Empreender em startups é muito diferente de empreender em empresas tradicionais. Os skills necessários e, principalmente, os triggers que fazem o negócio alavancar e crescer, são outros. Precisamos de novas perspectivas, abordagens e de uma alta capacidade de priorização. Boa parte disso foi muito novo para a gente. Gostaria muito de saber tudo isso lá no começo, mas não sabíamos, tivemos que aprender - e aprender rápido! - ao longo do caminho.

Falando sobre os planos futuros, hoje nosso foco é o mercado brasileiro. Temos um modelo que foi muito bem aceito pelo mercado nacional e temos claro que ainda existe um mercado potencial gigantesco pela frente. Queremos continuar crescendo em um ritmo acelerado como temos feito, sempre a dois dígitos mensais. Este é nosso foco e nossa meta para 2016. Até o momento, estamos crescendo acima da meta estipulada e vemos um grande ano pela frente, mesmo com o cenário econômico brasileiro atual. Estamos muito animados, tenho certeza que será outro ano incrível para a Sympla! :)

14.CASE



A história da Toro Radar começa em 2010, quando eu e meus atuais sócios ainda estávamos na universidade. Éramos colegas no Ibmec de Belo Horizonte e todos tínhamos muita vontade de empreender. Nós já dividíamos o mesmo sonho, sabíamos que para conquistar algo grande teríamos que unir forças.

Foi conversando com meus atuais sócios, Márcio Placedino e João Resende, que identificamos uma grande oportunidade: oferecer educação financeira para incentivar o brasileiro a investir na Bolsa de Valores. Aliamos essa percepção à expertise dos outros dois sócios, Guilherme Alves e Gustavo Mendes, para criar o que hoje é a maior empresa de análise, consultoria e educação da Bovespa.

Nós sabíamos que no Brasil apenas 0,25% da população investia na Bolsa de Valores. Esse número é muito distante dos 5% de outras nações emergentes e infinitamente menor do que a proporção dos Estados Unidos, onde cerca de 25% dos americanos investem no mercado de ações.

Apostamos todas as nossas fichas em duas vertentes principais: educação e dedicação. Isso porque é justamente a falta de

informações que faz com que muita gente tenha medo do mercado.

Em 2014 conseguimos o apoio do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG) por meio da linha Finep Inovacred, financiamento voltado para projetos inovadores. Os recursos foram aplicados em pesquisa e desenvolvimento de produto, na construção da infraestrutura tecnológica de marketing, vendas e na validação de mercado com usuários.

Em 2016, apenas dois anos depois, contamos com mais de cinco mil clientes nos 27 estados brasileiros. Possuímos mais de 150 colaboradores em nossa equipe e o site da Toro Radar recebe, mensalmente, mais de um milhão de visitas.

Temos mais de 50 videoaulas que ajudam milhares de pessoas a investir melhor seu capital. Muito além da teoria, o aprendizado se estende para a prática, onde o investidor recebe um acompanhamento profissional dos melhores analistas do mercado, ajudando no momento da tomada de decisão.



PERFIL DO CEO

GABRIEL KALLAS

Idade: 24 anos

Naturalidade: Belo Horizonte (MG)

Formação: Administração de Empresas.

Hobbies: Viajar e Trabalhar.

Quais são as personalidades que te inspiraram?

Ayrton Senna e Steve Jobs

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 18 anos

Já tinha tentado empreender antes? Com 16 anos comecei a dar cursos de investimento para amigos, mas ainda não era um negócio estruturado. Dessa ideia nasceu a base do que hoje é a Toro Radar.

Para você, o que significa empreender? Ter a visão de criar ideias diferentes para gerar resultados diferentes.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? Com 17 anos dei o primeiro curso em um auditório. Quando vi que mais de 30 pessoas estavam dispostas a pagar para assistir a um treinamento sobre investimento, percebi que aquilo realmente tinha algo de especial.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? A principal vantagem é poder fazer a diferença, ter a sua visão e ter outras pessoas que dividem seu sonho.

Não há desvantagem, mas sim uma grande responsabilidade. Para ser administrador de uma empresa bem sucedida é importante aprender a usá-la como motivação.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil?

Usar a criatividade para gerar resultados diferentes. É fundamental ajudar as pessoas a terem resultados diferentes.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? Todos do Jim Collins

Qual a importância dos vídeos online para a Toro? Priorizar a educação de investidores novos e experientes foi essencial para o nosso sucesso, por isso disponibilizamos gratuitamente um [curso completo para investir na bolsa de valores](#), que ensina o investidor desde o básico como “o que é uma ação” até mesmo estratégias para encontrar o momento certo de comprar ações e “maximizar lucros”.

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? O primeiro grande desafio que enfrentamos surgiu logo no nascimento da empresa quando, em 2010, a Bolsa de Valores de São Paulo vivia um dos piores momentos de sua história. Com uma economia em crise as pessoas têm mais resistência em investir, principalmente por falta de conhecimento.

O que muita gente não sabe é que são nesses momentos que surgem as melhores oportunidades de investimento. Nossa solução foi produzir muito conteúdo de qualidade e em diversos formatos justamente para quebrar esse paradigma. Explicamos através de números e dados concretos que a renda variável pode ser extremamente atrativa com a bolsa em queda e colhemos excelentes frutos.

Em 2014 nossa empresa estava muito mais madura. Foi exatamente nesse momento que surgiu o nosso segundo grande desafio: a terceira versão da plataforma Toro Radar.

Nós já tínhamos tração para crescer por conta própria, mas queríamos fazer algo de ponta no mundo em termos de produto, marketing e vendas online. Nós escolhemos, em vez de vender parte da empresa, buscar um incentivo oferecido pelo BDMG.

Para conseguir esse investimento enfrentamos um processo que exigiu muito profissionalismo e capacidade de planejamento. Tivemos que provar que estávamos trazendo para o Brasil o que existia de melhor no mundo, algo realmente inovador. Esse foi um passo muito importante que nos permitiu manter a empresa sem abrir mão do tamanho do projeto que sonhávamos executar e que acabamos concretizando no mesmo ano.

15.CASE

xtech
c o m m e r c e

Iniciamos as operações em 2013, como Marketing Shop, visando focar no micro e pequeno empreendedor, com a missão de transformar serviços em produtos. Começamos a atender no formato de agência, com serviços, como: gestão de Facebook, criação de campanhas de anúncios, Google Adwords, criação de sites e Landing Pages.

Na época, os e-commerces estavam passando por mudanças, e já haviam formas de criar uma loja virtual a partir de plataformas baratas, porém complexas e engessadas, pouco adaptável para os variados modelos de negócios. Para conseguir administrá-las, era necessário um conhecimento técnico avançado. Também havia plataformas melhores disponíveis, porém eram mais caras.

As redes sociais cresciam em ritmo acelerado, e as agências de comunicação estavam se fixando com solidez no mercado. As marcas começaram a sentir a necessidade de ter presença digital.

Com o passar do tempo, começamos a testemunhar a crescente procura por plataformas de e-commerce com usabilidade amigável e valores acessíveis e, o principal ingrediente da receita: lojistas e empreendedores começavam a amadurecer a ideia de vender online. Havia mercado para quem gostaria de atuar em um mercado diferente das lojas físicas, com possibilidade de ultrapassar barreiras geográficas, vender para outros estados e regiões e atingir um público maior. Tudo, graças à internet. Nós percebemos que havia ali uma oportunidade de mercado.

Tudo se encaixou perfeitamente, pois na época já tínhamos conhecimento sobre tecnologia da informação. Foram os nossos clientes que pediram um recurso viável e com boa usabilidade para começarem a vender pela internet. Transformamos a solução que tínhamos em uma solução completa para e-commerce, o MShop. No início, era uma solução interna para nossos clientes, mas percebemos que havia um mercado grande que precisava do que estávamos desenvolvemos.

Tomamos a decisão de separar o MShop da empresa, para deixar de ser um produto e se transformar em uma solução completa. Criamos o nome Xtech Commerce, inspirado num grande player, do mercado. Investimos em criar uma rede de parceiros, que pudessem revender a solução para outras agências, e embaixadores, que ajudassem a divulgar, para ganharmos usuários com agilidade. E a nossa primeira empresa, o Marketing Shop se transformou na investidora da Xtech Commerce, assim de como de outros produtos que temos.

Esta é uma história de inovação e reinvenção. Sempre estivemos prontos para nos transformar. Identificamos uma oportunidade de adaptação, e conseguimos resultados rápidos, de uma forma diferenciada. São poucas startups que nascem e conseguem crescer sem investimento, apenas buscando mentores, e histórias de inspiração com empreendedores como o Gustavo Caetano, CEO da Samba Tech.

Em um ano conquistamos mais de 10 mil lojas criadas através da plataforma, atualmente são mais de 8 milhões de reais por

mês, transacionados através da nossa tecnologia. Hoje nosso ecossistema conta com mais de 900 parceiros que divulgam e usam a nossa tecnologia em seus projetos. Com muito orgulho estamos entre as 5 principais soluções de e-commerce do Brasil. É muito legal ver nossa tecnologia sendo usada por pessoas completamente diferentes, porém atrás do mesmo objetivo: construir uma história de sucesso. Somos uma plataforma democrática, temos clientes pequenos e até clientes grandes que faturam milhões de reais a partir da nossa solução. Todos tem acesso aos mesmos recursos e ferramentas, integrações, e a nossa entrega é a mesma para todos.



PERFIL DO CEO

ALFREDO SOARES

Idade: 28 anos

Naturalidade: Rio de Janeiro - RJ

Formação: Publicidade.

Hobbies: Surfar, Altinha, Futvolei, Correr.

Quais são as personalidades que te inspiraram?

Ayrton Senna, Flávio Augusto, Nizan Guanaes.

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 26 anos

Já tinha tentado empreender antes? Sim, eu nunca trabalhei em uma empresa. Comecei minha carreira com 18 anos,

como freelancer e montei uma agência que ainda uso em alguns projetos.

Para você, o que significa empreender? Empreender significa ter capacidade de se reinventar. É preciso um propósito, e vão existir ciclos de altos e baixos. O segredo é administrar os ciclos em baixo e potencializar os em alta para atingir a melhor performance. Só existe duas certezas: Vai dar muito trabalho e você vai precisar se reinventar algumas vezes.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? Quando estava empreendendo na Marketing Shop, percebi a demanda por e-commerce crescendo, e uma oportunidade nesse mercado de soluções para pequenas e médias empresas, que é o grande mercado do Brasil.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa? A vantagem é a liberdade que tem para tomar decisões, e a desvantagem é a pressão, a exposição e o julgamento que sofremos o todo tempo.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil?

Determinação, buscar parceiros, preparar para conviver com a burocracia sem perder a velocidade e potência do seu negócio.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? Indico o Geração de Valor. Mas, meu favorito é Sonho Grande.

Qual a importância dos vídeos online para a Xtech? Vídeos são fundamentais. Na Xtech temos um canal de vídeos e investimos nessa comunicação. Seja para um convite, comunicado ou para lançar alguma novidade. A comunicação por vídeo é o futuro da internet!

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? Os principais desafios envolvem questões administrativas e de gestão. Crescemos sem ajuda, e nossa trajetória é marcada por crescimento e investimento. Somos um time dinâmico, e sempre tivemos que trabalhar para construir uma presença de mercado maior do que a nossa

estrutura. É parte do nosso negócio sugerir novas features, recursos, melhorias, e até novos produtos. Para isso, é essencial contar com um time capaz. Achar bons profissionais e viabilizar que eles possam trabalhar no nosso time, é um desafio, e uma conquista. Muitas vezes tivemos que vender um propósito, para fazer com que as pessoas se envolvam e apostem na Xtech. E a necessidade de contratação é constante. O plano é fortalecer a marca, trabalhar e crescer no Brasil. Estamos de mudança para um novo escritório para integrar todo o time. Esta cultura vai acelerar nosso crescimento, amadurecer nossa gestão, e preparar para a entrada de um investidor, e aí entra nosso segundo grande plano: internacionalizar a nossa solução.

16.CASE

moip®

Tudo começou, no ano de 2008, quando três mineiros (Igor, Léo e Daniel), tiveram a ideia de criar uma solução que facilitasse o recebimento de pagamento na internet e impactasse de maneira positiva o negócio de milhares de empreendedores digitais. O Moip nasceu como uma startup e se transformou em uma das maiores e mais respeitadas empresas de solução de pagamento do mercado, mantendo até hoje o espírito empreendedor e inovador.

Nosso primeiro investimento chegou no ano de 2009, com a entrada da Arpex, Ideiasnet e IG como sócios da empresa. Os novos contratos e as oportunidades de negócios, fizeram com que deixássemos Belo Horizonte rumo à terra da garoa: a promissora São Paulo. Desde então, trabalhamos duro para construir nossa marca, nossa cultura e um produto/serviço que realmente possa impactar a vida de nossos clientes.

No ano de 2010, o Moip foi a primeira empresa da América Latina a abrir as APIs no mercado de pagamentos, uma iniciativa que tornou possível a criação de diversos modelos de negócios e

contribuiu para o amadurecimento do ecossistema brasileiro de inovação.

Mas a revolução veio mesmo em 2012, quando o Moip transformou o mercado de pagamentos ao lançar o conceito de Checkout Transparente, uma funcionalidade que turbinou a conversão de milhares de lojas virtuais. E graças a essa inovação, ganhamos reconhecimento e vários prêmios, consolidando a posição de empresa mais inovadora do setor.

Após muito trabalho, o Moip fechou o ano de 2014 com mais de 50 mil clientes ativos e 160 colaboradores, incentivando a continuidade do desenvolvimento do mercado de meios de pagamentos. Temos orgulho de afirmar que somente em 2015 transacionamos mais de 1 bilhão de reais e ajudamos mais de 100 mil clientes a receber pagamentos. E este é só o começo.

Contudo, a mudança definitiva veio em 2016, quando fomos adquiridos pela empresa alemã Wirecard que tem um valor de mercado superior a 20 bilhões de reais e, com o Moip, passa

a operar em todos os continentes. A partir dessa aquisição, passamos a integrar uma das maiores e mais inovadoras empresas de pagamentos do mundo.

A junção nasceu da vontade da Wirecard em atender o mercado da América Latina e da nossa busca por um parceiro estratégico forte que nos ajudasse a construir o Moip dos próximos anos. Continuamos operando de maneira independente: mesmo nome e mesma equipe, porém renovados e dispostos a enfrentar os desafios que estão por vir.

Acreditamos que a maneira como transacionamos dinheiro não deve ser um impeditivo no desenvolvimento de novos negócios. Com nossas novas APIs e nosso time de Devs, estamos prontos para continuar redefinindo o mercado de pagamentos. Avante!



PERFIL DO CEO

IGOR SENRA

Idade: 37 anos

Naturalidade: Belo Horizonte - MG

Formação: Formado em Administração, com dois MBA's, um em Administração Estratégica e Administração Financeira, e outro em OPM na Harvard Business School (EUA).

Hobbies: Correr e nadar.

Quais são as personalidades que te inspiraram? Dizer só um nome é difícil, mas gostaria de destacar o famoso trio de notáveis brasileiros: Jorge Paulo Lemann, Beto Sicupira e Marcel Telles.

Qual idade que tinha quando fundou a empresa: 29 anos

Já tinha tentado empreender antes? Sim, comecei muito cedo. Aos 12 anos, já aproveitava a autonomia que minha mãe me dava de andar no quarteirão (sem atravessar rua alguma, esse era o acordo) e comprava tatuagem de verão em uma banca de revista para revender numa academia de musculação que ficava próxima a minha casa e também na praia durante as férias.

Dos 13 aos 15 anos, com o dinheiro que recebi das tatuagens comprei um bezerro, que foi criado no sítio do meu pai. Ele cresceu e virou um boi que troquei por outros 4 bezerros que também cresceram e viraram bois. E fui vendendo e adquirindo, cada vez mais animais.

Aos 16 anos montei minha primeira loja, adquirida com a venda dos, até então, 19 bois. Nesse período meu pai que tinha 3 lojas, resolveu se aposentar e incorporei minha loja às dele. Após muitos erros e acertos, o negócio evoluiu e essas 4 lojas se transformaram em 16 lojas, 10 fábricas e uma software house, todas vendidas quando completei 25 anos.

Nesse momento de transição, resolvi estudar. E logo na primeira aula do curso de MBA em Finanças no IBMEC fui convidado para trabalhar na Telemig Celular. Sem ter muito o que perder, topei o desafio. Fiquei lá por dois anos e meio.

Depois recebi um convite para trabalhar na Claro. Mais um ano. E aos 29 anos, decidi voltar a empreender e fiz um investimento anjo no Moip, ao lado de dois sócios: o Léo e o Daniel.

Para você, o que significa empreender? Empreender para mim significa realizar um sonho. Significa dividir esse sonho com outras pessoas e engajá-las para que ele se realize.

Quando você percebeu que a sua ideia poderia originar um negócio? Quando fui apresentado para o Léo e o Daniel, que co-fundaram o Moip comigo, eles já estavam envolvidos no projeto, mas o negócio ainda não havia sido lançado. Quando eles me contaram o que desejavam fazer, foi imediato! Soube na hora que poderia dar certo.

Qual é a maior vantagem e a desvantagem de optar por ser o CEO de uma empresa?

A maior vantagem e a maior desvantagem é basicamente a mesma. O CEO é o responsável final sobre o resultado da empresa. Se der certo o time construiu, se der errado, foi você! Não é fácil, requer uma carga extra de resiliência e motivação, visto que o CEO é aquele que tem que fazer o que for necessário para fazer o negócio se tornar um sucesso.

Quais dicas você daria para quem quer empreender no Brasil?

Empreender não é fácil e não é para todo mundo. O ambiente de negócios do Brasil é ainda mais hostil para quem está começando um negócio. As principais dicas que eu poderia dar são:

1. Escolha bem quem irá co-fundar a empresa com você, pois dividir o sonho com essa pessoa é essencial. Em um dado momento você começará a lutar não mais só por você, mas por vocês. Isso faz toda diferença!

2. Escolha bem o mercado que você irá atuar. Lembre-se: se a empresa não existe, você pode estar no mercado que escolher. Não tem porque ir para um segmento cheio de concorrentes e/ou sem margens. O Warren Buffet, um dos maiores investidores de todos os tempos, sempre diz que entre um gestor incrível em um mercado complicado ou um mercado incrível com um gestor razoável, a segunda opção é sempre melhor e mais sustentável.

3. Entenda bem a dor do cliente que você quer endereçar com sua solução. Tem empreendedor que começa pela solução. Não é esse o melhor caminho. O segredo é começar pela dor do cliente.

4. Prepare-se para fortes emoções! Pode estar certo que nem tudo sairá como o previsto, que desafios irão acontecer. E com o crescimento da empresa, os desafios também crescerão. Parece não ter fim e talvez não tenha mesmo. Treine sua resiliência. Você irá precisar.

Quais são os livros essenciais para qualquer pessoa que deseja empreender? Poderia indicar diversos, mas vou ficar com os que mais me marcaram de um jeito ou de outro. São eles: Hard Thing About Hard Things (O lado difícil das situações difíceis), de Ben Horowitz; Delivering Happiness (Satisfação garantida), de Tony Hsieh; e Winning (Paixão por vencer), de Jack Welch.

Qual a importância dos vídeos online para o Moip? Até bem pouco tempo não dávamos muita atenção para vídeos online. Depois de alguns testes com webinars, que trouxeram resultados expressivos, estamos rediscutindo essa estratégia.

Principais desafios que a empresa já enfrentou e o que ela espera do futuro? Cada fase da empresa tem desafios específicos. A notícia ruim é que eles vão ficando cada vez mais complexos a partir do crescimento do negócio.

O primeiro grande desafio foi começar a operar uma empresa de pagamentos, altamente dependente de credibilidade, com uma operação de três pessoas. Compensávamos a falta

de estrutura com muita vontade e um bom produto. Porém, por vezes esbarrávamos na seguinte questão: quem está por trás de vocês? Pensando em resolver isso, trouxemos até a empresa sócios investidores que nos dariam respaldo institucional importante, além de recursos para estruturar o time.

Outro desafio importante foi buscar um diferencial. Transformamos o nosso produto que era bom em um produto incrível. Fizemos isso ouvindo a demanda do mercado que nos apontou para a criação do Checkout Transparente. Esse produto foi tão avançado que conseguimos quase 5 anos de exclusividade de mercado.

A partir de fevereiro de 2016, o Moip foi adquirido pela alemã Wirecard, uma das maiores empresas de pagamento do mundo, cujas soluções vão desde aquisição de pagamento (credenciamento de um determinado estabelecimento para receber pagamento através de cartões de crédito e débito das bandeiras Visa e Master) à emissores de cartões. Nosso desafio

agora é fazer uma integração perfeita com eles, buscando o que há de melhor em cada uma das empresas.

Desejamos exportar nossas soluções de marketplace para os países em que a Wirecard opera e importar as diversas soluções que eles desenvolveram lá fora aqui no nosso mercado, assim ampliamos a oferta aos clientes do Moip. E o desafio do desafio é fazer isso tudo sem atrapalhar a nossa operação e o ritmo de crescimento que temos hoje.



— 17. AGRADECIMENTOS —

Produzir um material como este requer muito trabalho e dedicação. Por isso, a Samba Tech agradece o esforço e o carinho de cada empresa que dividiu o sonho de fazer um ebook que fosse inspirar você, leitor, a colocar em prática todas as suas ideias e a, quem sabe, se tornar um empreendedor.

Foram dias de trabalho duro e conversas com os times de comunicação e os CEO's dessas empresas, que toparam contar um pouco da sua história e sobre o que significa empreendedorismo para eles. Esperamos, de coração, que você tenha feito uma leitura agradável :)

Para expandir o seu aprendizado, o Méliuz preparo uma surpresa: acessando [esse link](#), é possível comprar os livros indicados pelos CEO's, na Saraiva, conseguindo um percentual do valor do livro de volta! Vai perder?

Mais uma vez, obrigada pela leitura :)

Um abraço,



SAMBATECH

OBRIGADO :)

