**Aplicação de ferramentas de Startups a micro e pequenas empresas convencionais**

 Durante o ano de 2015 o Sebrae em Goiás realizou várias ações de fomento às Startups, que são empreendimentos que possuem um modelo de negócios repetível e escalável e que, por serem extremamente inovadores, lidam com condições de extrema incerteza, uma vez que, muitas vezes, criam produtos ou serviços ainda inexistentes (e, assim, não há como saber se o projeto e o produto da empresa irá realmente dar certo ou, pois nunca foi testado).

 Em suas ações de capacitação o Sebrae trouxe para Goiás empresários que se despontaram por sua trajetória de sucesso no mundo dos negócios, após fundar empresas que receberam investimentos milionários e se tornaram cases de sucesso brasileiro aqui e no exterior.

 A título de exemplo, citamos as palestras proferidas por Ana Julia Ghirello (uma das fundadoras do bomnegócio.com em 2011, empresa que foi comprada pela OLX em fevereiro de 2015), bem como a palestra de Tallis Gomes, Fundador da Easy Taxi, que compartilhou com empresários goianos o que ele denomina de “Práticas matadoras para levar uma *startup* a se tornar uma multinacional”.

 Outro destaque foi a realização do workshop “Imersão 360 graus para empreendedores”, ministrado por Daniel Dalarossa, primeiro brasileiro a vender uma startup no Vale do Silício, a Cyclades, por US$ 90 milhões (os participantes deste curso aprenderam dicas práticas sobre inovação, liderança, marketing, identidade de uma startup e a construção de um negócio rentável.

 Porém, de todas as ações, a que mais nos surpreendeu foi a realização de um Programa de Pré-aceleração de Startups, que auxiliou o participante a identificar o perfil empreendedor de sua equipe, validar seu modelo de negócios, via aplicação do Business Model Canvas, aprender a usar ferramentas de Lean Startup, Management 3.0, Design Thinking, análise dos aspectos jurídico- financeiros, culminando em um pitch apresentado para uma banca de investidores.

 Em síntese, um programa de pré-aceleração de startups tem como objetivo maior ajudar empresas que tenham modelo de negócios replicável e escalável a crescer de maneira mais rápida, e alcançar seu *break even* (quando elas conseguem pagar suas próprias contas) no menor tempo possível, auxiliando os empreendedores a construírem e consolidarem suas *startups*, para que elas consigam, além de se manterem no mercado, lucrar muito.

 Como sempre acontece, após o evento fizemos uma análise dos principais resultados obtidos, principalmente em termos de aplicabilidade para as empresas participantes e, para a nossa surpresa, a empresa que mais relatou ter obtidos resultados, por meio da implementação do conteúdo visto durante o Programa de pré-aceleração foi, justamente, uma empresa do segmento de gastronomia, a Bistrogonoffe, que, *strictu sensu*, não se enquadra como uma startup, uma vez que lida com produto físico e cujo modelo de negócio possui restrições de escalabilidade, uma das principais características de uma startup, que lhe permite um crescimento viral, com ampliação exponencial da receita, sem aumento proporcional nos custos e sem que isso interfira no modelo de negócio.

 Criada no ano de 2011, com um modelo de negócio inovador, a Bistrôgonoffe tem como produto um prato tradicional e nacionalmente conhecido, o estrogonofe, que serviu de mote para a implantação uma nova variação dos já conhecidos modelos de *Fast Food*.

 Segundo André Beleza, proprietário da Bistrogonoffe, “a participação no Programa de pré-aceleração permitiu colocar em prática ferramentas que foram desenvolvidas para *startups* e que podem ser apropriadas por empresas de base tradicionais, como o Canvas, o MVP, teste AB e Ciclo Construir-medir-aprender. Em um curto espaço de tempo, pudemos implementar várias melhorias, testar e validar hipóteses que permitiram reduzir o tempo de atendimento (pois somos um fast food) e colocar em prática um novo modelo de expansão, o Bistrô Expres)”.

 Vamos falar um pouco sobre algumas das ferramentas de gestão citadas pelo empresário.

 O Produto Mínimo Viável (MVP) ajuda os empreendedores a testarem o produto ou serviço e a sustentabilidade do negócio otimizando o esforço de desenvolvimento, testando desde o início a atratividade da ideia e a interação com os clientes. Ao construir e testar um produto mínimo viável o empreendedor responde basicamente às seguintes perguntas: “meu público possui interesse no meu produto ou serviço?”, “com ele é possível monetizar (receber dinheiro)?”, “E se eu investir muito tempo no desenvolvimento do produto ou serviço e ninguém comprar?”

 Assim, construir e testar um MVP garante os primeiros usuários e pode se tornar uma ferramenta importante para prospecção e captação de investidores. O MVP é a versão mais simples do seu produto ou serviço, com uma ou outra funcionalidade relevante (dentro do problema que sua startup se propõe a resolver), que pode ser lançado com uma quantidade mínima de esforço e tempo de desenvolvimento, ajudando no processo de aprender de forma rápida, poupando tempo e esforços.

 O Ciclo construir–medir–aprender é constituído por ferramentas para medir resultados semana a semana, dia a dia. Medir significa entender que os *feedbacks* dos usuários podem oportunizar informações quantitativas e qualitativas sobre “caminhos” a se considerar no desenvolvimento do produto ou serviço. Com medições disponíveis é possível aprender e, diante de resultados negativos, realizar mudanças e testar novas hipóteses. O ciclo “construir”, “medir”, “aprender” deve ser feito pelo o empreendedor no menor tempo possível, o que lhe permitirá criar produtos ou serviços realizando mudanças mais rápidas, mais cedo, com “foco no usuário/cliente”, evitando que um produto ou uma funcionalidade ou algo que o empresário considera um “diferencial” seja criado sem que ninguém queira, gerando desperdício de tempo e dinheiro.

 O “Business Model Canvas” permite um modelamento de um novo negócio, adaptado à realidade em que vivemos, marcada por mudanças rápidas e ambiente altamente competitivido. Trata-se, na verdade, de um planejamento, uma ferramenta de gerenciamento estratégico, em um nível de complexidade que se situa entre uma versão mais complexa (plano de negócios) e um modelo mais simples (que pode ser um Pitch ou Sumário executivo, modelo de plano de negócio resumido, para investidores, sintetizado em aproximadamente 2 páginas). Ao elaborar o canvas de seu negócio o empreendedor formula um documento que lhe permite visualizar como gerar valor para o seu cliente e como ser remunerado por isso, investindo pouco tempo e sem entrar nos detalhes exigidos por um formato mais complexo como o plano de negócios. Esta ferramenta pode ser usado tanto para novos empreendimentos quanto para uma empresa que já está ativa, pois ao mesmo tempo em que pode ser entendido como um mapa dos principais itens que constituem uma empresa, o Canvas pode ser também uma fonte de estratégias para lançamento de novos produtos, projetos ou serviços.

 Em síntese, o depoimento do empresário André Beleza (proprietário do Bistrôgonoffe) apenas validou o que já sabíamos empiricamente, ou seja, que podemos e devemos disponibilizar às microempresas e também aos micmicroempreendedores individuais, independente da sua áreas de atuação, as ferramentas de gestão que foram desenvolvidas para acelerar o desenvolvimento de startups, mas que se aplicam a outras empresas de base tradicionais.

 Desta forma, essas empresas serão estimuladas a se inspirarem e emularem os dois principais desafios de uma startup: Ser repetível (o que significa ser capaz de entregar o mesmo produto novamente em escala potencialmente ilimitada, sem muitas customizações ou adaptações para cada cliente) e ser escalável (o que significa crescer cada vez mais, em receita e faturamento, mas com custos crescendo bem mais lentamente, o que permite uma margem cada vez maior de lucro).