

Startups brasileiras não estão prontas para sobreviver fora do País

As startups brasileiras fazem a lição de casa quando o assunto é moldar seus negócios para o mercado doméstico, mas são, mal comparando, analfabetas funcionais quando o assunto é se expandir para outros países.

A conclusão é de uma pesquisa da aceleradora Outsource Brazil, focada em startups voltadas para o exterior, ou com mania de grandeza, como [definiu aqui o presidente-executivo da entidade, Robert Janssen](#). A entidade é uma das nove selecionadas pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) para participar do **programa Startup Brasil** para dar um banho de negócio nas empresas nascentes.

Dividida em duas partes, o levantamento buscou mensurar o **nível de amadurecimento e de competitividade internacional** das companhias. Para a primeira etapa, ouviu 105 empreendedores de 92 startups. Para a segunda, ouviu a opinião de 92 desses executivos, de 75 empresas.

Isso ocorreu entre abril de 2012 e março de 2013 durante os encontros promovidos entre startups e investidores realizados pela aceleradora.

Por dentro

A boa notícia é que as startups se encontram em **estágio de amadurecimento**. Respondendo a dez questões relacionadas aos tópicos “mercado”, “negócio” e “pessoas”, os executivos situaram em que grau estão suas empresas.

Dentro do primeiro item, é regra para 91,4% das startups fugir de mercados pequenos que já tenham concorrentes estabelecidos e para 97,1%, evitar atuar em segmentos com diversos concorrentes, mas que um detém domínio sobre os clientes.

Dentro do tópico “negócio”, o produto/serviço de 90,6% das startups já deixou o estágio “power point”, em que o negócio não passa de um conceito. Para apenas 3,1% não existe sequer um modelo de receita definido.

Isso, segundo os critérios da aceleradora, confere às startups uma pontuação média geral de 63,63%, o que as enquadra no estágio “amadurecendo”. Distante ainda do estágio “em ascensão” (acima dos 75%), mas afastada também do “ainda verde” (entre 49,99% e 30%) e do “muito o que fazer” (abaixo dos 30%).

Por fora

Quando a conversa é estar pronto para operar fora do País, no entanto, a história é outra. Em uma

ARTIGOS DE OPINIÃO

Postado em 06/05/2013

avaliação tendo como horizonte a competitividade internacional, as startups atingiram média de acertos de 29,82% nas perguntas sobre os tópicos “gestão”, “execução” e “pessoas”.

Com essa “nota”, operar fora do país é inviável, classifica a Outsource.

No primeiro critério, enquanto 69,6% das empresas afirmaram ter um posicionamento estratégico definido, apenas 17,4% atualizavam periodicamente seu plano de negócio considerando a internacionalização.

Dentro de “execução”, apesar de 53,3% disserem que possuem uma estratégia de comunicação, só 6,7% têm plano de marketing que considera o exterior.

O programa Startup Brasil terá instalações no Vale do Silício para que as empresas selecionadas passem um tempo na região onde nasceram Google, Facebook, Apple, HP e outras, que um dia foram pequenas mas tinham grandes ambições. Tomara que não seja a passeio.

[box type="bio"] Este artigo foi divulgado anteriormente no blog Start.up do G1, pelo jornalista Helton Simões Gomes. *A equipe do CIÊNCIAemPAUTA esclarece que o conteúdo e opiniões expressas nos artigos assinados são de responsabilidade do autor e não refletem necessariamente a opinião do site.* [/box]