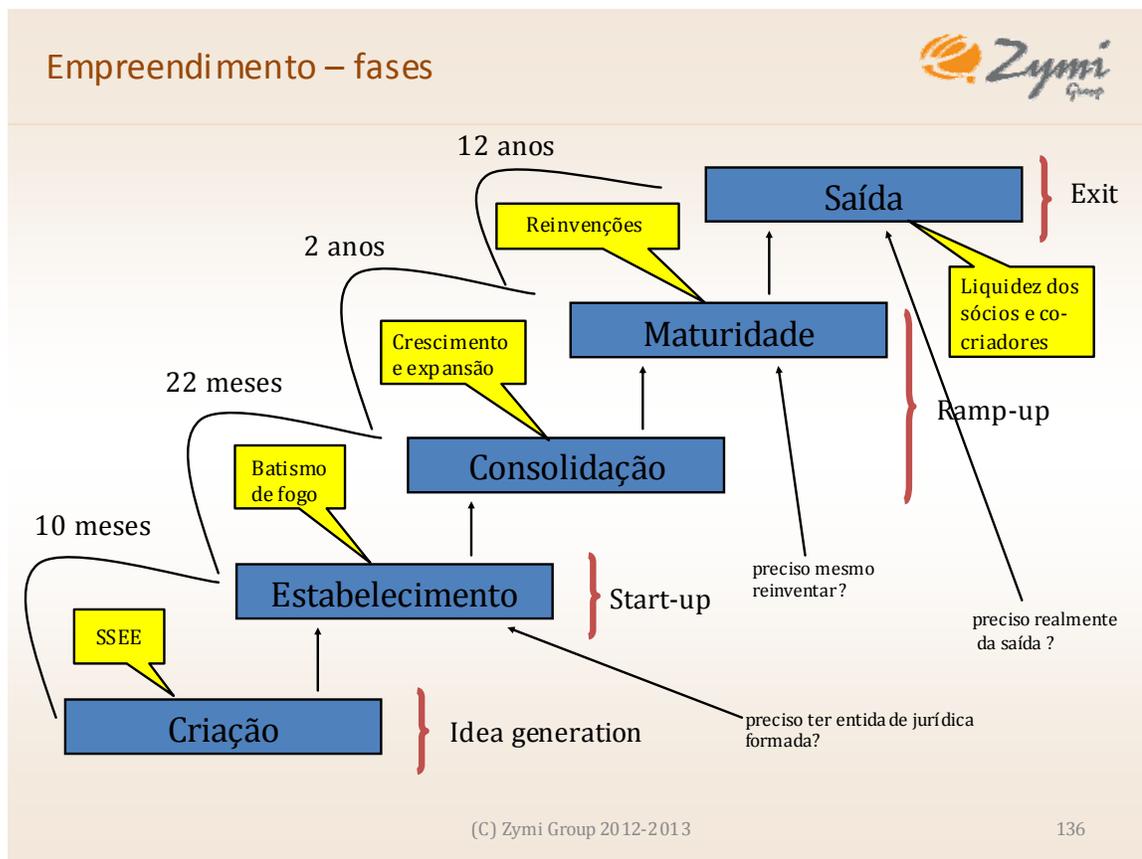


A geração de um novo negócio passa, na maioria dos casos, pelas seguintes fases:



Nosso foco deste documento vai estar nas duas etapas iniciais:

1. Criação (Idea Generation): é a fase dos sonhos, dos ideais, das conversas em restaurantes com seus sócios buscando aquela ideia de “fazer algo” que dê brilho nos olhos de todos. O tema para esta fase é “SSEE – Sonhar com Sapiência, Executar com Estratégia” *. Somente para efeito de referência, em nosso caso na Cyclades, essa etapa durou 10 meses.

A primeira pergunta que os sócios devem fazer a si próprios é se empreender é mesmo a opção de vida que querem tomar, preferencialmente um caminho sem retorno ...

P1.1 (teste da vocação) Pergunta feita a todos os sócios: levar em frente a ideia desse negócio me dá brilhos nos olhos e motivação mesmo pensando nas situações mais difíceis que ele possa me levar? Aqui os sócios devem refletir sobre evitar objetivos moralmente vazios, ou seja, empreender, por exemplo, somente pelo dinheiro, poder ou fama. Você deve se perguntar:

“empreender é minha real vocação e vou perseverar mesmo se financeiramente ficar meses ou anos apertado até o negócio decolar, ou será que quero algo rápido ou muito ligado ao ego (sem sonho ou ideal) e na primeira dificuldade vou desistir?”

Plano de vida vem antes de planos de negócios.

Eu gosto de falar que antes de planos de negócios é necessário um plano de vida para a nova fase que se inicia na vida do empreendedor. Deve haver um estudo de viabilidade final e plano de implementação considerando a vida pessoal de cada um dos sócios.

P1.2: Qual é meu objetivo como parte do time e como indivíduo? Qual será a nova realidade financeira da minha família? Quanto tempo vai durar essa “nova realidade”? Vou ficar fora do convívio familiar? Por quanto tempo? Quais os riscos envolvidos? Quais as perspectivas de endividamento pessoal e/ou perda de ativos?

Com relação à ideia inicial sua e de seus sócios, idealmente deve estar ligada à competência pessoal de anos de trabalho, observações e pesquisa de seu time. Deve haver um intenso estudo com seus sócios e geração de seu Modelo de Negócios e Ambiente de Modelo de Negócios do projeto em questão.

P1.3: quanto os sócios conhecem do mercado que querem entrar (tecnologia, concorrentes, mercado, clientes e suas necessidades, etc)? Que experiências anteriores os sócios tiveram e podem relatar, que caracterizem esse conhecimento? Os sócios têm recursos (financeiros e materiais) para geração de protótipos e ida ao mercado, sem necessariamente contar com investidores-anjo, aceleradoras ou VCs (pior caso) no tempo (timing) esperado? Descrever Modelo de Negócios e Ambiente de Modelo de Negócios.

Nesta fase você também vai validar e depurar seu time. Exato ... seus sócios. Talvez você não tenha convivido com cada um deles antes de montar o negócio. Agora é hora de garantir que vocês vão estar todos de mãos dadas mesmo nas situações mais difíceis.

P1.4: Você confia nos seus sócios? Você está seguro de seguir em frente com o time em questão?

Geração de protótipo ou mock-up: a corrida para geração de protótipo começa aqui, mesmo não tendo uma entidade jurídica por trás (a empresa muito provavelmente não exista formalmente ainda), mesmo não tendo um grande conhecimento do mercado ainda, mesmo não tendo acesso a clientes beta-testers.

P1.5: Qual o plano (ao menos no nível de sketch) para geração de protótipo? (funcionalidade mínima, roadmap para versões futuras, recursos necessários, clientes a engajar, ...)

Nesta fase você e seu time precisam trabalhar na apresentação de sua empresa. Para isso, é necessário que o time pare por algumas horas, durante alguns dias, para definir: nome da empresa, visão, missão, valores, Elevator Pitch, Positioning Statement, etc.

P1.6: Geração de SKM (Self-Knowledge Map) e Pitch*

Resumo:

Pergunta	Ter uma resposta detalhada a questão é	
	muito importante	absolutamente crucial
P1.1 – Vocação como empreendedor	X	
P1.2 – Plano pessoal (e do time) de vida	X	
P1.3 – “Core competence” dos sócios		X
P1.4 – União do time		X
P1.5 – Plano para protótipo		X
P1.6 – Geração de pitch e SKM*	X	

2) Estabelecimento (Start-up)

Aqui a empresa já existe legalmente, mesmo porque sem a formalização fica difícil ter investidores. Capital inicial para viabilização do projeto está disponível ou encaminhado.

P2.1: O nome da empresa foi escolhido com cuidado? (talvez até tenha uma história por trás que possa inspirar seus co-criadores) Foi considerado a questão da empresa se internacionalizar num momento futuro? (nomes em português nem sempre satisfazem este quesito)

P2.2: A empresa já existe formalmente, com contrato social especificando as participações de cada sócio?

P2.3: Revisão de seu Modelo de Negócios e Ambiente de Modelo de Negócios. Neste momento os sócios deveriam estar mais maduros para fazer a validação “final” desse assunto, mas lembrando que esta questão (constante revisão) vale para a vida toda da empresa.

Agora como uma startup, você vai validar seu modelo de negócios (sustentável, escalável, repetitivo e inovativo), depurar produto (protótipo já finalizado), perseguindo e conquistando importantes clientes testemunhais (que você vai gradualmente escolhendo para formar seu “Customer Advisory Board” do futuro).

P2.4: Geração de seu MVP e roadmap de sua solução*.

A empresa também poderá estar iniciando a formação de um corpo de colaboradores. A formação da cultura da organização está então em pleno progresso (quer você perceba isso ou não - os fundadores ditam, pelo seu comportamento e modo de ser, os valores e cultura da empresa). Todos os seus valores são testados, principalmente paciência e persistência. Estar preparado para as NDE (“near-death experiences”).

P2.5: O que os sócios estão fazendo para promover a identificação, desenvolvimento e ênfase real da cultura e valores da organização * ?

No processo de execução ferrenha de uma startup, invariavelmente correções de rota devem ser feitas (pivoting). Os ajustes podem ser relativo a mercado e clientes (ou segmentos), produto/solução, modelo de negócios, etc.

P2.6: O quão sensíveis os sócios estão para a questão de ajustes na organização para atingir seus objetivos? O que realmente está sendo considerado e proposto para mudar?

P2.7 (“Go to market”) Qual o plano de marketing e vendas a ser executado quando uma tração crescente for observada em seu negócio, de forma que sua empresa possa transitar para a próxima fase (consolidação) ?

Resumo:

Pergunta	Ter uma resposta detalhada a esta questão é	
	muito importante	absolutamente crucial
P2.1 – Nome da empresa		X
P2.2 – Formalização da empresa		X
P2.3 – Revisão do modelo de negócios		X
P2.4 – Geração de MVP		X
P2.5 – Identificação e promoção da cultura	X	
P2.6 – Necessidade de Pivoting		X
P2.7 – Plano de marketing e vendas		X

* Veja modelos associados na “Imersão 360 Graus para Empreendedores” da Zymi Group.