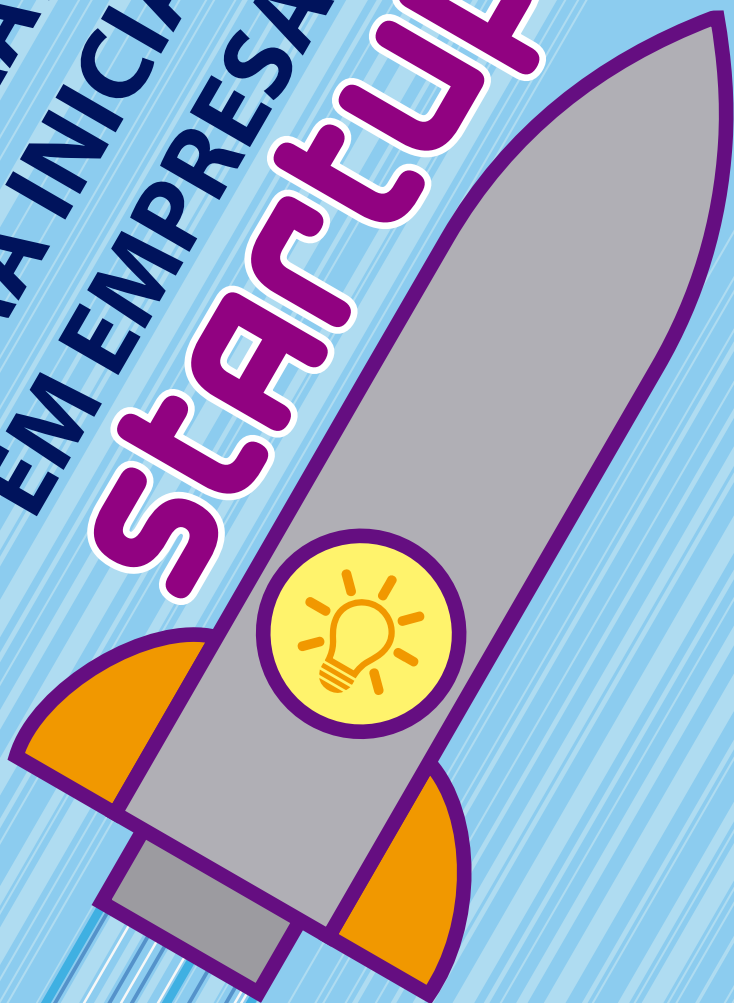


**GUIA PRÁTICO
PARA INICIANTES
EM EMPRESAS**

STARTUPS



**SINARA MARIA DE CASTRO
ANILTON SALLES GARCIA**

MESTRADO EM CIÊNCIA, TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO
FACULDADE VALE DO CRICARÉ



**GUIA PRÁTICO
PARA INICIANTEs
EM EMPRESAS
startups**

1ª Edição

Diálogo Comunicação e Marketing
Vitória
2021

Guia prático para iniciantes em empresas startups © 2021, Sinara Maria de Castro e Anilton Salles Garcia

Orientador: Anilton Salles Garcia

Projeto gráfico e editoração: Diálogo Comunicação e Marketing

Edição: Ivana Esteves Passos de Oliveira

Capa e diagramação: Ilvan Filho

1ª edição

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C355g Castro, Sinara Maria de.-
Guia prático para iniciantes em empresas startups /
Sinara Maria de Castro, Anilton Salles Garcia. -

Vitória, ES : Diálogo Comunicação e Marketing, 2021. -

28 p. : il. color. ; 21 cm.

978-65-994406-0-1

1. Empreendedorismo. 2. Administração de empresas.
3. Empresas startups. 4. Inovação. I. Garcia, Anilton Salles.

CDD – 658.1145

Bibliotecária Amanda Luiza de Souza Mattioli Aquino – CRB5 1956

sumário

| | |
|--|----|
| Os primeiros passos para iniciar uma <i>startup</i> | 05 |
| O que é uma <i>startup</i> ? | 06 |
| Principais passos para iniciar uma startup | 08 |
| Passo 1: Identificar uma “dor” | 10 |
| Passo 2: Apresentar ideias inovadoras | 10 |
| Passo 3: Validar a ideia | 11 |
| Passo 4: As soluções devem ser escaláveis | 12 |
| Passo 5: Formar a equipe | 13 |
| Passo 6: Definir objetivos | 14 |
| Passo 7: Elaborar o projeto da <i>startup</i> | 14 |
| Passo 8: Incubadoras e programas de fomento | 16 |
| Passo 9: Criar um modelo de negócios | 17 |
| Passo 10: Criar uma identidade para o produto e para a empresas | 18 |
| Passo 11: Estratégia de ir ao mercado (<i>go-to-marketing</i>) | 18 |
| Startups unicórnios brasileiras | 21 |
| Startups de sucesso do Espírito Santo | 23 |
| Referências bibliográficas e sites úteis | 25 |

OS PRIMEIROS PASSOS PARA INICIAR UMA *startup*

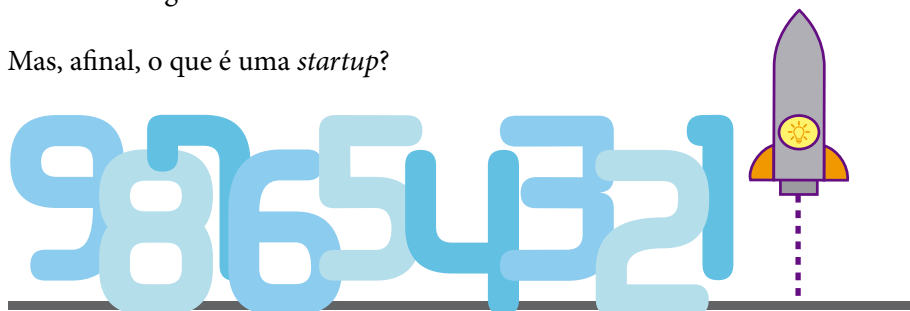
Tornar-se um empreendedor bem sucedido não é uma tarefa fácil. Contudo, quando se possui as ferramentas adequadas e uma direção a seguir, o caminho se torna mais claro e vários tropeços podem ser evitados nessa caminhada.

Esse pensamento impulsionou a confecção deste guia prático de orientação para os empreendedores iniciantes em empresas *startups*, com foco nas oportunidades de fomento e nos cuidados jurídicos inerentes a esse tipo de negócio.

Aspira-se que este guia contribua com a promoção do desenvolvimento socioeconômico e tecnológico e sirva de estímulo à inovação e geração de oportunidades para a sociedade.

O empreendedor iniciante deve buscar o autoconhecimento, conhecer as limitações e as oportunidades que o cercam, os pontos positivos e negativos. A motivação e a curiosidade serão a primeira faísca para desenvolver uma solução por meio de uma ideia inovadora para as “dores” do mercado. Nesse contexto de inovação, as empresas *startups* aparecem como a mais nova forma de se fazer negócios altamente rentáveis.

Mas, afinal, o que é uma *startup*?



O QUE É UMA *startup* ?

As *startups* são empresas jovens ou recém-criadas que apresentam grandes possibilidades de crescimento caracterizadas por serem um modelo de negócio escalável e repetível. Escalável significa manter os custos baixos enquanto os lucros crescem exponencialmente, ou seja, a capacidade de crescer sem aumentar custos. Repetível é a habilidade de ampliar a atuação sem a necessidade de alterar muito o produto ou serviço para cada cliente.

Uma *startup* está fortemente relacionada com o uso da tecnologia, embora o produto não precise necessariamente ser tecnológico. Em geral, as ideias inovadoras buscam satisfazer as necessidades do mercado e o meio utilizado é o emprego das tecnologias. O surgimento de uma *startup* passa pelas fases da ideação, operação, tração e *scale up* (alto crescimento).

Na fase da ideação ocorre o surgimento de uma ideia inovadora e disruptiva ou que traga um incremento a uma tecnologia já existente, essa ideia deve ser validada por meio de experimentação.

O início dos testes para validação da ideia marca a fase da operação. As experiências adquiridas com o público alvo subsidiarão a definição do mínimo produto viável (MVP) e a elaboração de um projeto, que preferencialmente deve ser construído por várias mãos, por uma equipe capacitada, criando um modelo de negócio repetível e escalável e assumindo riscos calculados dentro de um plano de negócio. É importante que se tenha bem definidos os papéis de cada membro da equipe e da participação nos ganhos da empresa por meio de um acordo entre sócios. Os empreendedores deverão buscar

investimentos para expandir os negócios.

Constituído o MVP e recebendo investimentos, o empreendedor deve valorizar a imagem da empresa e de sua equipe, atraindo novas conexões e talentos para a *startup*. Essa é a fase de tração, na qual a empresa ganha volume e reconhecimento no mercado. Os programas de aceleração podem ser um diferencial para impulsionar o crescimento da empresa.

Superada a consolidação da empresa e da equipe, a *startup* atinge seu apogeu, chegando na fase de *scale up*, quando começa a crescer exponencialmente com uma grande valorização no mercado, tornando-se os chamados unicórnios (*startups* com valor de mercado de pelo menos US\$ 1 bilhão de dólares).



PRINCIPAIS PASSOS PARA INICIAR UMA *startup*

Para uma *startup* funcionar será necessário mais que uma ideia inovadora. O empreendedor deve saber administrar o negócio, ter conhecimentos essenciais sobre administração, gestão e *marketing*. Com isso, percebe-se desde logo que, embora a *startup* se inicie em um ambiente incerto de alto risco, isso não significa que será uma aventura sem nenhuma base de conhecimento. Pelo contrário, o empreendedor precisa se capacitar e se preparar para entender de negócios e gerir a empresa. Aprender na prática é correr riscos desnecessários, por isso é preciso buscar o conhecimento de forma antecipada para que os riscos sejam apenas os inerentes aos negócios e não por despreparo.

Durante todo processo, mas principalmente nessa fase de preparação, estar inserido no ambiente de inovação é fundamental. Participar de eventos com foco em inovação e empreendedorismo, ter conexões nos ambientes de *coworking*, incubadoras, habitats de inovação, programas de pesquisa das universidades, pode proporcionar uma boa rede de *networking* para apresentar e difundir o projeto da *startup*.

É importante destacar a assessoria jurídica especializada para a realização de contratos, termos de uso, transferência de tecnologia e também negócios, pois além de apontar possíveis soluções em relação aos entraves burocráticos, poderá ser um canal de conhecimentos sobre *business* que viabilizará a conexão com vários outros empreendedores engajados no ecossistema de inovação, proporcionando parcerias, novos negócios e investimentos.

Com as experiências adquiridas e com uma ideia inovadora em mente, é hora de “pôr a mão na massa” e transformar a ideia em um projeto para se tornar uma empresa *startup*. A seguir são listados os principais passos para iniciar uma empresa *startup*.



PASSO 1: IDENTIFICAR UMA DOR

O mercado sempre apresenta “dores” (problemas) que necessitam de soluções. Identificada uma “dor”, surge a necessidade de apresentar uma solução inovadora para ela. Esse é o início da fase da ideação, o primeiro passo para iniciar uma *startup*. Essa identificação da “dor” requer observação do mercado. Deve-se realizar uma pesquisa para conhecer os potenciais clientes, estudar esse público alvo a fim de verificar se a ideia corresponde às reais necessidades existentes. Manter o *feedback* com os futuros clientes é fundamental para delimitar de maneira específica a “dor” que se propõe resolver e se já existe algo semelhante no mercado. Isso ajudará a aprimorar a ideia e a determinar a capacidade de crescimento do negócio. No Espírito Santo, a legislação permite que uma *startup* aponte um problema da administração pública e a respectiva solução. Sendo atendidos os critérios legais, a *startup* poderá ser contratada diretamente pelo poder público.

PASSO 2: APRESENTAR IDEIAS INOVADORAS

Ainda na fase da ideação, vale ressaltar que uma *startup* não é apenas mais uma empresa, ela surge com uma proposta para revolucionar o mercado. Por isso, a solução a ser apresentada deve ser uma ideia inovadora e criativa que irá simplificar e facilitar a vida das pessoas. A solução deve ser simples, executável e de custo acessível. Algo que seja complexo de alto custo e que não seja possível criar um protótipo para experimentação não é uma solução viável para ser transformada em um modelo de negócio.



PASSO 3: VALIDAR A IDEIA

A ideia será validada ao ser colocada em prática por meio da experimentação. Para tanto, deve-se transformar a ideia em realidade, desenvolver um protótipo, um modelo, uma versão simplificada para ser usada pelo público alvo e colher os primeiros resultados. Na experimentação, toda observação é válida, tanto dos acertos como dos erros, dos pontos fracos e fortes, isso permitirá melhorias e correções para que a dor identificada seja solucionada da melhor forma. A ideia bem validada por meio de um protótipo consistirá no MVP, o principal produto ou serviço que será a proposta inovadora a ser apresentada aos potenciais investidores, os quais avaliarão se o modelo desenvolvido é um negócio repetível e escalável para receber investimentos.

PASSO 4: AS SOLUÇÕES DEVEM SER ESCALÁVEIS

A Indústria 4.0 (ou Mundo 4.0) trouxe a tecnologia para o cotidiano das pessoas, proporcionando maior conforto e praticidade. Apesar de ser possível desenvolver uma startup que ofereça um produto que não seja de base tecnológica, é cada vez maior o número de *startups* caracterizadas pela fusão do mundo físico, digital e biológico, por meio do uso das novas tecnologias como Computação em Nuvem, Modelagem Conceitual, Ontologias, Interoperabilidade Semântica, Automação, Robótica, Inteligência Artificial (IA), Internet das Coisas (IoT), Visão Computacional, Sistemas *Ciber* Físicos, Deep Learning, Machine Learning, Redes Neurais Profundas e *Big Data Analytics*. As soluções desenvolvidas a partir da aplicação de uma ou mais dessas tecnologias, tendem a ser mais eficientes, autônomas, customizáveis e com alta escalabilidade. As soluções escaláveis são aquelas que podem ser aplicáveis em qualquer lugar com um mínimo de alteração do produto. Devem ter um forte potencial de crescimento, com possibilidade de aumento dos lucros de forma exponencial sem um grande aumento nos custos. Embora o empreendedor possa iniciar com uma solução a nível local, deve sempre buscar projeções mundiais para o seu negócio.





PASSO 5: FORMAR A EQUIPE

Uma equipe forte é um dos fatores de sucesso para uma *startup*. Ainda que o empreendedor seja o criador e desenvolvedor da ideia inovadora, ele precisará de uma boa equipe para operacionalizar essa solução e transformá-la em um projeto viável de uma empresa *startup*. A equipe não é um grande grupo, em média, é formada de três a cinco pessoas de perfis técnicos que desempenham papéis fundamentais não só no ramo específico da ideia, mas também no ramo de negócios para modelar a ideia e transformá-la em uma *startup*. Ainda que o projeto inicial falhe, uma boa equipe deverá estar capacitada para atuar em outros projetos. Esse é um dos itens que serão avaliados na maioria dos processos seletivos de subvenção econômica e nas incubadoras, como também pelos investidores, os quais poderão apostar não propriamente na ideia, mas na capacidade e desenvoltura da equipe. Uma ideia boa nas mãos de uma equipe ruim tem menos chances de se tornar um modelo de negócio do que uma ideia não tão boa nas mãos de uma equipe com maior capacidade de atuação.

PASSO 6: definir objetivos

Em bora a *startup* se desenvolva em um ambiente de alto grau de incerteza, é necessário definir objetivos claros em curto, médio e longo prazo. Isso permitirá manter foco no projeto e não perder tempo com outras divagações. Tais objetivos não são rígidos, pois o mercado está em constante mudança exigindo do empreendedor que se adapte às condições que surjam no decorrer do tempo. Se necessário, o empreendedor deve “pivotar”, ou seja, mudar de direção e de foco motivado pelos indicadores e novas perspectivas do mercado.



PASSO 7: ELABORAR O PROJETO DA *startup*

iniciar uma *startup* não pode ser uma aventura de riscos desmedidos. Quando o assunto é iniciar um novo negócio é importante que seus fundadores tenham uma ideia do mercado que vão encontrar. É necessário que a proposta do negócio se torne explícita, com o intuito de garantir que todos os envolvidos estejam alinhados aos mesmos objetivos. Para desenvolver o projeto, é necessário que o empreendedor considere alguns elementos essenciais que o ajudarão a dar rumo para o negócio, bem como beneficiará os gestores frente a elaboração de ações, avaliações iniciativas e investimentos. Para tanto, é pre-

ciso que o empreendedor tenha definido qual o propósito de sua *startup*, qual o diferencial que ele pretende oferecer.

Com isso é preciso delimitar qual o público-alvo, atentar às necessidades deste ao entender seus hábitos e expectativas. E se for preciso, fazer adaptações das ideias a fim de alcançar a aceitação do público-alvo. E diante de um estudo acerca das insatisfações do seu público-alvo em determinado mercado, baseado em entrevistas e pesquisas a *startup*, por meio de seu produto ou serviço, terá a oportunidade de solucionar os problemas encontrados.

Feito isso a *startup* terá dados suficientes para analisar a concorrência no que tange às necessidades do público-alvo não atendidas, ou as parcialmente ou totalmente não atendidas. Só assim será possível a superação da concorrência ao preencher lacunas por ela deixada e melhorar a experiência do cliente ao oferecer maior qualidade naquilo que se sentem insatisfeitos.

Para facilitar o funcionamento e gerenciamento da empresa, a fim de que se atinja a automatização de tarefas e otimização de processos, bem como a busca pela satisfação do cliente, é preciso a implantação de inovação no que se refere à tecnologias. Sendo, portanto, o investimento correto em tecnologia um dos grandes fatores para alcançar a escalabilidade ao oferecer serviços ágeis sem precisar recorrer à uma grande estrutura física e humana, o que fará com que a empresa aumente sua cartela de clientes e, conseqüentemente, seu faturamento, sem que de forma significativa aumente seus custos.

E por fim, quando o assunto é finanças, o risco financeiro deve ser sempre calculado. Os recursos devem ser gastos de forma inteligente para aproveitar

as oportunidades do mercado. Para desenvolver o projeto, é necessário que o empreendedor tenha definido o orçamento que irá precisar para colocar a solução proposta em pleno funcionamento. Isso permitirá estabelecer se o empreendedor e sua equipe possuem recursos próprios para viabilizar o projeto ou se dependerão de um aporte financeiro de algum investidor ou de programas de fomento de inovação que ofereçam subvenção econômica.

PASSO 8: INCUBADORAS E PROGRAMAS DE FOMENTO

Para desenvolver o planejamento econômico e o plano de negócios, os empreendedores iniciantes podem encontrar algumas dificuldades. Nesse ponto uma das possíveis soluções é buscar o apoio de uma incubadora, a qual dará o suporte necessário para o desenvolvimento de competências empresariais por meio do aporte de gestão e de tecnologia. Os empreendedores receberão mentorias e assessoria técnica para desenvolver o produto e o modelo de negócio. A incubação da empresa pode ocorrer ainda na fase da ideação e seguir dentro da incubadora para receber capacitações para criar o protótipo, estabelecer o planejamento estratégico, *marketing* e prospecção de vendas. A seleção para participar do processo de incubação ocorre por meio de análise do projeto, o qual deve ser claro, conciso e objetivo, demonstrando todo potencial da ideia inovadora. Além do projeto escrito, também deve ser desenvolvido o *pitch*, uma apresentação sintética que varia de 1 a 3 minutos de forma clara, objetiva e concisa, concentrando as principais informações do projeto, como a solução inovadora, o mercado, o potencial de crescimento e a expertise

da equipe. Esse tipo de apresentação também é utilizado nos processos seletivos dos programas de fomento de inovação, os quais oferecem algum recurso não reembolsável para que o projeto se transforme em uma empresa. A maior parte dos programas governamentais está focada no *start* inicial do projeto, como o Programa Centelha, e os recursos são liberados mediante a apresentação de resultados em cada fase. Nesses programas também são oferecidas mentorias para orientar os empreendedores no aperfeiçoamento do projeto. O *pitch* também é usado para apresentações nas oportunidades de encontros rápidos com potenciais investidores, os quais recebendo uma transmissão clara da ideia poderão se interessar pela proposta e marcar uma reunião com mais tempo para discutir a possibilidade de investimento.

PASSO 9: CRIAR UM MODELO DE NEGÓCIOS

O quadro de modelo de negócios conhecido como *Canvas* é composto por uma apresentação gráfica em que é apresentado o passo a passo dos processos que serão seguidos para levar a empresa a ter lucratividade. O plano de negócios é uma ferramenta de gerenciamento estratégico de grande importância para iniciar uma *startup*, pois irá descrever o produto, o mercado, a meta, os cálculos financeiros e a estratégia de *marketing*, demonstrando como a empresa irá crescer e se tornará rentável.



PASSO 10: CRIAR UMA IDENTIDADE PARA O PRODUTO E PARA A EMPRESAS

A identidade do produto e da empresa devem ser desenvolvidas de tal maneira que se torne uma referência para os clientes. Isso envolve muito mais que apenas ter uma marca registrada ou um logotipo, tem a ver com a formação da opinião do público em relação à concorrência. Além disso, é necessário também se preocupar com a proteção da solução, a qual deverá ser registrada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

PASSO 11: ESTRATÉGIA DE IR AO MERCADO (go-to-marketing)

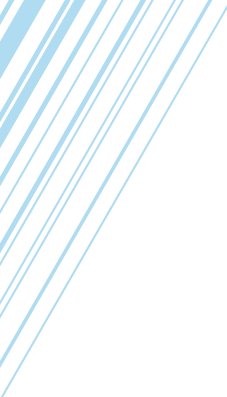
É crucial que uma *Startup* tenha uma estratégia *Go-To-Marketing (GTM)*, ou seja, a “estratégia de ir ao mercado” ou “estratégia de entrada no mercado” e quando a apresentar aos investidores, tenha definidos critérios de segmentação claros que demonstrem uma imagem clara de seus clientes-alvo iniciais e posteriores. O passo seguinte deve ser o convencimento dos investidores de que os clientes obterão mais valor com o seu produto e ou serviço do que com a concorrência e que você desenvolveu uma estratégia para distribuir o seu produto/serviço no mercado.

Assim as questões a serem consideradas por uma *Startup* na elaboração de um *GTM* se pautam em: quem são os primeiros clientes-alvo que ela procura? É preciso definir critérios de segmentação claros de quem vai comprar seu pro-

duto no início, e quem obterá o maior valor. Quais são alguns desses critérios e características que você está procurando? São coisas como: o tamanho do cliente se ajusta ao que você está pretendendo oferecer? O modelo de preços se ajusta a esse cliente específico? Mais importante, os pontos fracos identificados no mercado são resolvidos de forma otimizada e eficiente por aquele produto/serviço? Pois, tudo isso se trata de obter receita e tração o mais cedo possível com ótimos clientes que se encaixam em sua proposta de valor, seu modelo de negócios e outras características. Tudo isso depende de um teste decisivo que vai funcionar excepcionalmente bem como parte de sua estratégia de mercado e seus critérios iniciais de cliente-alvo.

O uso correto dessa estratégia evitará o foco no tipo errado de cliente e, consequentemente, a perda de tempo em testes e ciclos de vendas ao cliente que duram de 12 a 18 meses, um dos fatores que leva à mortandade das Startups por não estarem aptas a suportar uma longa demanda de tempo para a obtenção de resultados. Isso se deve ao fato da não elaboração de uma estratégia inicial de entrada no mercado e todos seus primeiros critérios de segmentação. Por isso a importância de uma Startup pensar sua estratégia de mercado e critérios de segmentação antecipada.

Nesse sentido é o que Steve Barsh, Sócio Gerente da Dreamit Ventures, um Programa de Fundo e Crescimento focado em Startups que já se encontram com o produto em mãos e, mais frequentemente, com receita antecipada ou pilotos prontos para escalar sediada nas cidades de New York e Philadelphia, nos Estados Unidos exemplifica ao discutir o que os fundadores erram ao falar sobre a “estratégia de mercado” (“GTM”) (#DreamitDose):



Eu quero que você pense como se estivesse indo pescar. Que tipo de peixe você está procurando? E o mais importante, por quê? Quais são as principais características dos clientes que você procura? Geralmente, isso trará ciclos de vendas mais curtos, adoção mais rápida e crescimento mais forte. Você quer puxar o barco até onde os peixes estão praticamente pulando.

[...] penso nisso como um teste de tornassol. Lembra que o azul fica vermelho em ácido? Sei que é um ótimo cliente inicial se tiver essas características. Deixe-me dar um exemplo em securetech. Por exemplo, você tem uma solução de securetech que visa bancos, você não está almejando bancos enormes, está apenas perseguindo bancos regionais. Por quê? Porque a proposta de valor do seu produto se encaixa excepcionalmente bem. O preço vai funcionar. Mas mais importante, são equipes menores, menos pessoas, mais fáceis de fechar e agregar valor como parte da transação. Não só é mais fácil fechar, mas com aquele banco regional você sabe o que eles têm uma equipe menor. Você se torna um multiplicador de força porque sua automação oferece mais valor porque eles têm menos pessoas para trabalhar nesse problema. Portanto, podem ser grandes problemas como esse. Pode ser um critério tão simples quanto geográfico. Você quer estar mais perto de seus primeiros clientes. Então, quando você pensa sobre o seu teste de tornassol, quando você pensa sobre o seu localizador de peixes, você está procurando por mercados, segmentos e clientes onde você pode empurrar areia colina abaixo.

STARTUPS UNICÓRNIOS BRASILEIRAS

O ambiente de inovação possui alta competitividade. O que hoje é uma solução pode ficar ultrapassado em questão de meses. Por isso, o empreendedor deve possuir uma boa percepção para corrigir as direções que o negócio segue, sempre com base na exigência atual do mercado, mantendo o foco na inovação. A velocidade com que faz isso é determinante para se estabelecer até onde a empresa pode chegar. A exemplo disso, seguem cinco empresas brasileiras que se tornaram unicórnios, com valorização acima de 1 bilhão de dólares.



1. Nubank – uma FinTech, um “banco virtual”, fundada em 2013, que oferece serviços financeiros como cartão de crédito sem taxas e burocracias bancárias, revolucionando o modelo de empresa do setor financeiro e a forma de comunicação com o público (NUBANK, 2020, online).



2. iFood – fundada em 2011, empresa atuante no ramo de entrega de comida pronta com pedidos feitos por meio de um aplicativo que oferece as mais diversas variedades de comida com entrega a domicílio, facilitando e simplificando a relação entre os clientes e os restaurantes e demais fabricantes de comida (IFOOD, 2020, online).



3. **PagSeguro** é uma empresa que atua como meio de pagamento eletrônico e instituição bancária sendo uma das responsáveis pela captura, transmissão e liquidação financeira de transações com cartões de crédito e débito, tanto no meio físico (com suas máquinas sem aluguel), quanto no meio eletrônico (com suas soluções de pagamento on-line). (PAGSEGURO, 2020, online).



4. **Quinto Andar** - fundada em 2012, é uma empresa que possui uma plataforma digital focada em aluguel de imóveis. A ideia principal é a facilitação locação de imóveis sem fiador e com assinatura de contrato digital, possui espaço para que proprietários anunciem gratuitamente seus imóveis, simplificando a relação entre locador e locatário. (QUINTO ANDAR, 2020, online).



5. **Loggi** - A Loggi é uma plataforma online que está revolucionando o mercado de entregas expressas no Brasil. De forma rápida e fácil, você faz o pedido no app e acompanha tudo em tempo real: recebe notificações por SMS ou e-mail com detalhes sobre o andamento da entrega, confere o local exato de onde está o motoboy, e tem acesso aos protocolos digitais com as assinaturas de quem recebeu a encomenda (LOGGI, 2020, online).

startups de sucesso do espírito santo

Nos últimos anos, o Espírito Santo tem despontado como um importante ecossistema de inovação no Brasil, destacando-se por ter várias empresas *startups* de sucesso nascidas em solo capixaba. Segue um breve resumo de cinco delas:



1. PicPay - é uma FinTech que oferece um aplicativo que funciona como uma carteira digital. Com ele é possível realizar operações de compras com cartão de crédito ou por transferências. Ainda oferece o serviço de recarga de créditos do celular, parcelamento de boletos e parcelamento de faturas de água e energia. (PICPAY, 2020, online).



2. Wine - é uma startup de e-commerce de vinhos com o diferencial que tem como base de modelo de negócios um clube de assinatura, em que o cliente paga um valor fixo mensal e recebe o produto em sua casa periodicamente. (WINE, 2020, online).



3. Olho do Dono - é uma startup AgroTech que desenvolveu um software que utiliza visão computacional e inteligência artificial para pesagem de rebanhos de forma rápida e eficiente sem a necessidade de passar todos os animais em uma balança. Essa proposta propõe revolucionar a pecuária mundial (OLHO DO DONO, 2020, online).



4. **Feedback Hunter** - é uma empresa startup que oferece serviços de pesquisa de satisfação avaliando a experiência e o comportamento do consumidor com a empresa na busca de otimizar as estratégias de marketing para ampliar a lucratividade das empresas a partir da alta satisfação dos seus clientes (FEEDBACK HUNTER, 2020, online).



5. **MeuDinheiro** - é uma startup que oferece um sistema gerenciamento financeiro e de investimentos online para controle financeiro pessoal, familiar ou de uma pequena empresa. Entre outras funcionalidades, possui controle de orçamento, contas a pagar e a receber, fluxo de caixa, contas bancárias e cartões de crédito, relatórios e gráficos detalhados (MEUDINHEIRO, 2020, online).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E SITES ÚTEIS

ABS, Associação Brasileira de Startups. **Feita por Startup, para Startup.** Disponível em: <<https://abstartups.com.br/sobre-a-abstartups/>> Acesso em 17/04/2020.

ANPROTEC, **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores.** Disponível em: <<http://anprotec.org.br/site/>> Acesso em 17/04/2020.

CAMALEÃO, Núcleo de Negócios Sustentáveis. **Núcleo de Ideias, Inovação e Negócios com uma pegada sustentável.** Disponível em: <<https://nucleocamaleao.eco.br/>> Acesso em 17/04/2020.

CENTELHA. **O Primeiro Impulso Para Quem Quer Empreender!** Disponível em: <<http://programacentelha.com.br/#sobre>> Acesso em 08/04/2020.

CNPQ, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq. **O CNPq.** Disponível em: <http://www.cnpq.br/web/guest/apresentacao_institucional/> Acesso em 08/04/2020.

FAPES, **Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo. História.** Disponível em: <<https://fapes.es.gov.br/>> Acesso em 08/04/2020.

FEEDBACK HUNTER, Feedback Hunter. **Pesquisa de Satisfação Inteligente.** Disponível em: <<https://feedbackhunter.com.br/>> Acesso em 08/04/2020.

FINEP, Financiadora de Inovação e Pesquisa. **Sobre a FINEP.** Disponível em: <<http://www.finep.gov.br/a-finep-externo/sobre-a-finep>> Acesso em 08/04/2020.

IFOOD, Ifood. **Nunca foi tão fácil pedir comida.** Disponível em: <<https://www.ifood.com.br/>> Acesso em 08/04/2020.

LOGGI, Loggi. **Conectando o Brasil com rastreo em tempo real.** Disponível em: <<https://www.loggi.com/>> Acesso em 08/04/2020.

MEUDINHEIRO, Sistema para controle financeiro online. **Controle Financeiro Completo para Você e sua Família.** Disponível em: <<https://www.meudinheiroweb.com.br/>> Acesso em 20/04/2020.

MCI, **Mobilização Capixaba pela Inovação.** Disponível em: <<https://findes.com.br/mobilizacao-capixaba-pela-inovacao/>> Acesso em 08/04/2020.

NUBANK. **Ser Nubank é reinventar sua vida financeira.** Disponível em: <<https://nubank.com.br/>> Acesso em 17/04/2020.

OIOLI, Erik. **Manual do direito para startups.** –1. ed. São Paulo : Thomson Reuters Brasil, 2019.

PAGSEGURO. **Para Seu Negócio.** Disponível em: <<https://pagseguro.uol.com.br/#rml>> Acesso em 17/04/2020.

PICPAY. **Pagar e receber ficou mais fácil do que enviar mensagem.** Disponível em: <<https://www.picpay.com/site>> Acesso em 17/04/2020.

QUINTO ANDAR. **Reinvente seu jeito de morar: Alugue ou compre seu imóvel sem drama.** Disponível em: <<https://www.quintoandar.com.br/>> Acesso em 17/04/2020.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Quem**

é o Sebrae?. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/>> Acesso em 17/04/2020.

START-UP BRASIL. **O Programa**. Disponível em: <https://www.startupbrasil.org.br/sobre_programa/> Acesso em 17/04/2020.

VALE DA MOQUECA. **Ecosistema Disruptivo Capixaba**. Disponível em: <<https://valedamoqueca.org/>> Acesso em 17/04/2020.

VALFRE ADVOGADOS. **Quem Somos**. Disponível em: <<https://www.valfreadvogados.com.br/site/#ondeatuamos>> Acesso em 17/04/2020.

VIEIRA, Lucas Bezerra. **Direito para Startups: manual jurídico para empreendedores** – 1ª Ed. Queiroz, Barbosa e Bezerra Advocacia, 2017.

WINE, Clube. **O maior Clube de Vinho do Mundo**. Disponível em: <<https://www.wine.com.br/>> Acesso em 17/04/2020.

ISBN: 978-65-994406-0-1

DIÁLOGO
EDITORIAL