

Um novo jeito de acelerar empreendimentos promissores

Com sede no Rio de Janeiro, mas com parceiros em Nova York, a 21212 Digital Accelerator procura dar suporte a empresas iniciantes para que elas cresçam e consigam atingir receita anual de até R\$ 100 milhões

Giulia Camillo
gcamillo@brasileconomico.com.br

Seis meses de aprendizagem e trabalho intensivos com um objetivo principal: anabolizar startups para que elas possam expandir os negócios em escala tal que as possibilite atingir receita anual de R\$ 100 milhões. Esta é a proposta da 21212 Digital Accelerator, uma aceleradora de startups digitais feita nos moldes da americana Y Combinator, que acelerou a Dropbox — atualmente avaliada em US\$ 6 bilhões. A tarefa não é fácil. A empresa seleciona entre 10 e 15 projetos a cada semestre e emprega investimentos indiretos estimados em R\$ 200 mil para cada um.

A ideia de criar a 21212 surgiu em 2011, visando uma união entre o potencial brasileiro e a expertise americana (21 representa o código de área do Rio de Janeiro, sede da empresa, e 12 é o código de Nova York). Seis sócios abriram o negócio. Os americanos Benjamin White e Jeff Levinsohn eram empreendedores nos Estados Unidos; os brasileiros Leonardo Constantino, Marcelo Sales e Rafael Duton fundaram a Movable, maior empresa da América Latina de serviços para celular; e Frederico Lacerda, também brasileiro, era consultor da Accenture.

“É um modelo supercomprovado nos Estados Unidos”, explica Frederico Lacerda. “Verificamos o mercado brasileiro e vimos que tem muito potencial de crescimento. Com todos os indicadores de uso de internet e compras online, nós vimos um potencial muito grande e uma falta enorme de conhecimento e de capital”, completa. A primeira turma de startups aceleradas foi lançada no mercado no início deste ano. A segunda,

A aceleradora procura empreendedores capazes e boas ideias, que tenham potencial para crescer no mercado brasileiro e internacional

com 10 empresas, começou o ciclo de aceleração agora.

O trabalho funciona da seguinte forma: os empreendedores inscrevem suas ideias no website da 21212 e duas vezes por ano — no primeiro e segundo trimestres — são selecionados para entrevistas presenciais com uma banca de mentores e investidores e então para os ciclos de aceleração. Segundo Lacerda, as inscrições chegam a cerca de 250 projetos, inclusive de outros países, como Portugal, Índia, Chile, Argentina e Estados Unidos. Desses, entre 20 e 25 são chamados para as entrevistas e somente de 10 a 15 participam do programa. Para se inscrever, a empresa não precisa ter receitas nem ser operacional. Ela deve apenas atuar no Brasil, ter um bom potencial de crescimento, com pessoas capazes na liderança. “Sempre avaliamos se as empresas têm mercado potencial grande, se o produto pode gerar receita e ser usado por muitas pessoas. E analisamos principalmente os empreendedores”, comenta Lacerda. Em troca, os sócios das startups devem estar dispostos a abrir mão de uma fatia da empresa, já que a contrapartida é 20% do capital: 10% fica nas mãos da 21212 e 10% nas de um grupo de investidores iniciais que bancam as operações da aceleradora. Lacerda cita isso como um ponto positivo. Uma vez só-



Frederico Lacerda, da 21212: “É como se déssemos anabolizantes para as empresas crescerem rápido”

cia de cada startup acelerada, a 21212 tem um motivo forte para correr atrás do desenvolvimento dessas empresas. “Temos o compromisso de fazer a empresa crescer porque disso depende o sucesso da 21212”, afirma.

Após as entrevistas, o programa começa, com uma série de métodos de aprendizagem práticos e teóricos e espaços para networking. “Temos networking e suporte direto de pessoas que trabalham na área de business que ajudam na modelagem do negócio e buscam acordos na

área comercial, pessoas de TI, equipe de designers, advogados. Temos um rede de 30 mentores que cobrem diversas áreas de conhecimento. Isso na nossa opinião é o que tem mais valor no programa de aceleração. É como se déssemos um bando de anabolizantes para as empresas crescerem rápido”.

Depois de seis meses, as empresas participam de um evento, chamado Demo Day, no qual têm a oportunidade de se apresentar para uma série de investidores potenciais e fundos de

venture capital. Das 10 empresas aceleradas no primeiro ciclo, oito se apresentaram no evento e estão negociando com investidores. Uma delas, a Resolveai, que propõe soluções para transportes, já fechou um aporte de R\$ 500 mil e está negociando outro de R\$ 1 milhão. Segundo Lacerda, sete das 10 empresas estão em estágio avançado de negociação para aportes entre R\$ 500 mil e R\$ 4 milhões. A taxa de sucesso é de 70% a 80% entre as empresas aceleradas.

Além de exemplos em termos de investimentos, há também um caso de empresa já operacional, com um estágio de receita mais avançado. A Pagpop, que atua na área de meios de pagamentos, já fatura mais de R\$ 1 milhão e prevê crescer três vezes no próximo ano.

As duas empresas que não se apresentaram no Demo Day ainda não estavam prontas e, tendo um ciclo de validação mais longo que as demais, continuam fazendo parte da 21212. De acordo com Lacerda, para essas startups também são organizadas visitas de anjos, que têm a opção de investir menos dinheiro, com risco maior. ■

NA DIREÇÃO CERTA

Como funciona o programa da 21212 Digital Accelerator

1º PASSO: INSCRIÇÃO

Os empreendedores podem se inscrever no website da 21212 Digital Accelerator ([HTTP://21212.com](http://21212.com)) quando quiserem, respondendo um questionário on-line. Os donos de projetos que interessarem serão chamados para entrevista

2º PASSO: SELEÇÃO

Ocorrem duas seleções por ano. São avaliados o potencial dos empreendedores e das empresas. Mercado grande, produto que pode gerar receita e atingir público significativo e probabilidade de escala no mercado brasileiro e internacional são diferenciais

3º PASSO: ACELERAÇÃO

As empresas escolhidas passam por módulos de ensino, sessões de treinamento individual e encontros semanais para networking. A aceleradora oferece R\$ 20 mil, mais suporte tecnológico, jurídico e contatos por um período de quatro a seis meses

4º PASSO: DEMO DAY

As empresas que estiverem prontas são convidadas a participar do Demo Day, com oportunidade de apresentar seus projetos para investidores e fundos de venture capital. As empresas que não estiverem prontas, seguem no programa

5º PASSO: ALUMNI

Depois do Demo Day, as empresas continuam tendo o apoio da 21212 como parte da comunidade de Alumni. A ideia é manter o contato das startups aceleradas em ciclos de aceleração futuros e criar uma troca de experiências

O celular captura o pagamento com cartão

Startup quer aproveitar os 20 milhões de profissionais liberais e democratizar o recebimento de pagamentos através do plástico

Uma empresa familiar de meios de pagamentos, que nasceu em Ribeirão Preto, focada na área de saúde. Foi assim que há quatro anos surgiu a Pagpop, naquele tempo chamada Vitalcred. A startup tem como foco a captura de transação de cartão, oferecendo um serviço que une mobilidade e tecnologia.

“Percebemos que os profissionais da área de saúde não tinham meio de pagamento, aceitando cheque e dinheiro”, conta Márcio Campos, sócio fundador da empresa. “O cheque traz alto risco de inadimplência. O dinheiro não pode ser parcelado. Esse problema é bem claro. É extremamente importante aceitar cartão, as pessoas andam cada vez com menos dinheiro na carteira”. A solução encontrada pelos empreendedores foi oferecer a captura das transações por meio de serviços de dados e voz pelo celular e telefone.

A startup, que pretende crescer três vezes no próximo ano e tem a previsão de chegar a um faturamento mensal de R\$ 3 milhões nos próximos três anos, se expandiu e encontrou na tecnologia uma barreira. “Não tínhamos como ganhar escala”, conta o sócio. A solução? Entrar

BARREIRA SUPERADA

Pagpop conseguiu unir mobilidade com tecnologia



MANUTENÇÃO MENSAL
R\$ 19,90



TARIFA DE PROCESSAMENTO PELO SITE
R\$ 1,50



TARIFA DE PROCESSAMENTO POR TELEFONE
R\$ 2,00

Fonte: empresa

para o primeiro ciclo de aceleração digital da 21212, no segundo semestre de 2011. De acordo com Campos, o programa tem um corte tecnológico muito forte e unir isso com os contatos adquiridos ao longo dos seis meses foi importante para que a Pagpop pudesse ganhar escala. Atualmente, a empresa mira os 20 milhões de profissionais libe-

rais ou autônomos que existem no país e expandiu os negócios para além da área de saúde.

A startup lançou um aplicativo para aceitar cartão de crédito na Appstore — para iPhones — e também desenvolveu um programa para o Android. “Nós estamos fazendo o aparelho celular virar cartão. O grande diferencial é dar possibilidade de aceitar cartão de crédito com mobilidade, aceitando base de cartões grande, com custo relativo menor”, explica Campos. A Pagpop também captura os pagamentos com cartão através de celulares pré-pagos e serviços de voz. O sócio da Pagpop chama a solução de “democrática”: qualquer um que tenha celular agora pode aceitar cartões em seu negócio.

Sem a barreira tecnológica e negociando aportes estratégicos — e confidenciais — a Pagpop visa agora profissionais como revendedores de catálogos e taxistas, contando com uma carteira de clientes que ultrapassa 6,5 mil profissionais, espalhados do Acre ao Rio Grande do Sul. “Preparamos a empresa ao longo desses seis meses que estivemos juntos com a 21212 para alcançar ganhos de escala. E vamos fazer isso”, diz. ■ G.C.



MARA SAMPAIO
Psicóloga e especialista em cultura empreendedora

O suco de uva e a limonada

Assisti recentemente a uma palestra de Marcelo Sales sobre sua trajetória empreendedora. Ele é dono da Movable, empresa que desenvolve serviços de interatividade baseados em mensagens de texto, aplicativos (músicas, jogos, vídeos e imagens) e plataformas para telefones celulares. É, também, sócio da aceleradora de empresas 21212. Na sua apresentação, relembra que em sua infância na cidade de Petrópolis, junto com seus irmãos, vendia suco de uva. Na casa de sua família existia uma parreira grande da fruta e na época da colheita eles produziam mais suco do que a família conseguia consumir. Foi, então, que ele teve a ideia de oferecer gelado para operários de uma construção perto da sua casa. Cada copo era vendido por R\$ 0,50 e o negócio foi um sucesso. Para Marcelo, o suco de uva foi a base de sua trajetória empreendedora.

Eu mesma tenho um caso parecido na infância. Quando vinha nos visitar, na cidade em que morávamos,

meu avô trazia dúzias de ovos da fazenda em que morava. Eu e meu irmão colocávamos os ovos em uma cesta e os vendíamos na vizinhança. Cada um que fizer uma retrospectiva na vida encontrará um momento na infância ou adolescência onde descobriram algo diferente para fazer e ganhar um dinheiro extra. Ou para juntar o suficiente para comprar um objeto que desejava. É clássica a história da limonada na vida das crianças

A família tem papel fundamental no desenvolvimento de atitudes empreendedoras. Na infância, podem ser despertados comportamentos que conectarão trabalho, prazer e sucesso

americanas. No verão, elas vendem o copo do suco na porta de suas casas e, com a experiência, aprendem a lidar com dinheiro, com pessoas e, principalmente, a valorizar a atitude empreendedora.

Experiências como essas são essenciais para a formação das crianças nos Estados Unidos. São a semente da ação criativa e da geração de valor a partir do próprio trabalho. A diferença entre a sociedade americana e a brasileira é que aqui estas experiências são iniciativas isoladas e não uma característica cultural. A família tem um papel fundamental no desenvolvimento de atitudes empreendedoras. Na infância podem ser despertadas características de comportamento que no futuro serão importantes para conectar trabalho, prazer e sucesso. Esta é a conexão que Marcelo faz entre o suco de uva da infância e os aplicativos para celulares de hoje em dia. As situações de vida proporcionadas pela sua família e, principalmente, o apoio que teve de seus pais nas suas decisões no início de sua formação acadêmica ajudou na sua escolha por empreender.

Os pais têm um papel importante na trajetória profissional dos filhos. Mais do que a escolha de uma boa escola para prepará-los para uma universidade bem conceituada, é a influência de seu modo de vida e a forma de relacionar-se com o trabalho que será preponderante na escolha de ser ou não ser empreendedor. As atuais gerações moram mais tempo com os pais. A adolescência se prolonga e o amadurecimento dos filhos depende bastante desta convivência. O lado positivo deste fenômeno é que se pode por mais tempo proporcionar experiências familiares ricas em exemplos de atitudes empreendedoras. Despertar nos filhos o prazer pelas conquistas pessoais e estimular a autonomia nas crianças pode estar em situações simples como vender suco de uva. Quem sabe isso não pode se tornar um traço cultural brasileiro? ■

QUATRO PERGUNTAS A...

Desenvolção



...MÁRCIO CAMPOS

Sócio fundador da empresa Pagpop, acelerada pela 21212

“Todo empreendedor sonha em tornar a empresa eterna”

Márcio Campos é sócio da Pagpop e encontrou no programa de aceleração da 21212 Digital Accelerator uma forma de superar obstáculos tecnológicos surgidos com o crescimento. O programa ainda ofereceu contatos comerciais e com grandes investidores, proporcionando a chance dos sócios da empresa irem ao Vale do Silício, convidados pelo próprio Silicon Valley Bank.

Como surgiu a ideia de montar uma empresa de meios de pagamento?

Nossa empresa é construída em família. Nós somos comerciantes e eu tenho uma visão tecnológica mais forte. Percebemos que tinha um grande mercado na área de saúde, porque os profissionais não aceitavam cartão.

Quando eu e meu pai começamos a empresa, eu criei o negócio e ele vendia. Com o crescimento, precisamos de investimento, que partiu do meu cunhado.

E como o programa de aceleração ajudou a Pagpop?

Principalmente com tecnologia. A 21212 tem um foco tecnológico grande, com uma equipe boa. Além disso, vimos em conjunto com a aceleradora que era possível expandir a atuação para além do setor de saúde. Aumentamos a amplitude do negócio. Fora os contatos que fizemos com possíveis investidores. Nesses seis meses do programa, nós preparamos a Pagpop para crescer, mudamos de nome e lançamos aplicativos.

O Silicon Valley Bank escolheu vocês como a melhor apresentação do Demo Day e os premiou com uma viagem para o Vale do Silício?

É. É muito interessante e dá bastante orgulho um empreendedor brasileiro, uma empresa familiar, ir ao Vale do Silício patrocinado pelo próprio banco de lá. Nós ainda não fomos. Vamos em breve. Vamos trabalhar e tentar encontrar novos investidores, fundos de venture capital.

E, depois, quais os planos para a sua empresa?

O sonho de todo empreendedor é tornar a empresa eterna. O mercado de meios de pagamento está em evolução e nós acreditamos fortemente no crescimento e no relacionamento. Não posso falar da nossa estratégia, mas pretendemos aumentar nossa base de clientes em 50 vezes nos próximos anos e, com isso, nossa receita deve crescer também em forte escala. E estamos em negociação para alguns aportes financeiros. G.C.