



Roberto Lotufo, diretor executivo da Agência de Inovação Inova Unicamp: ensinando aos empreendedores como começar um negócio de sucesso



Alexandre Neves, presidente do Grupo Unicamp Ventures: experiências práticas de relacionamento empreendedor, com obtenção de resultados reais



O sócio-fundador da Positron, Marcos Ferretti: abordando questões básicas de custo e tempo e trazendo a equipe para a realidade de mercado

Mentoria estreita laços entre ambientes acadêmico e empresarial

Iniciativas orientam alunos empreendedores na consolidação e fortalecimento de startups

ADRIANA ARRUDA
Especial para o JU

Há atualmente uma tendência global de incentivo à formação de startups, empresas recém-criadas ou em fase de constituição, cujas atividades estão relacionadas à pesquisa e desenvolvimento de ideias inovadoras e que tenham potencial de rápido crescimento. Competições de empreendedorismo – fomentadas por investidores e diversos atores do sistema de inovação – são cada vez mais comuns e incentivam talentos a se tornarem empreendedores. No entanto, ao entrar em contato com os desafios do mercado, jovens empreendedores tendem a falhar por não terem conhecimento sobre a realidade empresarial. Uma alternativa que potencializa a vi-

talidade de aprendizado desses jovens por meio da oferta de conhecimento e experiência é a mentoria empresarial. De acordo com o diretor executivo da Agência de Inovação Inova Unicamp, Roberto Lotufo, a mentoria é utilizada nas etapas de criação e fortalecimento de startups e de reconhecimento de novos empreendedores. “O modelo, ainda recente no Brasil, aproveita a experiência de profissionais para ensinar aos empreendedores menos experientes como começar um negócio de sucesso”, afirma.

Com o objetivo de fortalecer a área de empreendedorismo e estreitar laços entre a comunidade acadêmica e empresarial, a Unicamp está cada vez mais alinhada com as iniciativas de mentoria empresarial. Uma delas está atrelada ao contexto do Desafio Unicamp de Inovação Tecnológica, competição de modelo de negócios criada em 2011 e idealizada pela Agência de Inovação Inova Unicamp. O intuito é estimular a criação de negócios de base tecnológica a partir de tecnologias protegidas da Unicamp (patentes e programas de computador). Durante os quatro meses da competição, cada equipe é orientada por dois mentores, sendo um da comunidade acadêmica e outro empresarial. O sócio-fundador da Positron, Marcos Ferretti, foi um dos mentores empresariais da competição: “Acompanhei a equipe vencedora do Desafio durante todo o processo.

Inicialmente, o grupo escolheu uma patente da Unicamp com uma boa análise de mercado”, relata.

O acompanhamento do grupo foi realizado por meio de estudos e reuniões com Ferretti e também com o mentor acadêmico, o professor Fernando Cabral. “Em nossos encontros, ouvi as ideias para o modelo de negócios da equipe e abordei questões básicas de custo e tempo, trazendo a equipe para a realidade de mercado. O grupo teve contato com distribuidores e fabricantes e até com concorrentes para saber o custo de produtos semelhantes”, relata Ferretti. Da mesma maneira, o professor Cabral colocou o grupo em contato com outros profissionais de sua área, ampliando a rede de contatos da equipe. Os alunos se aproximaram de empresas do setor farmacêutico e de cosmético para fazer a validação de seu modelo de negócios junto aos potenciais clientes. “Ao longo da competição, alinhamos o modelo de negócios e abordamos estratégias de marketing”, afirmou Ferretti. Com o auxílio fundamental dos mentores, o grupo foi vencedor do Desafio Unicamp e um dos três finalistas do Prêmio Santander de Empreendedorismo.

Outra iniciativa bem-sucedida de mentoria implantada pelo Grupo Unicamp Ventures com o apoio da Inova Unicamp é o Conselho de Startups, que existe há dois anos. O Grupo Unicamp Ventures é uma rede de relacionamento

formada por empresários ex-alunos, ex-professores e empreendedores que passaram pela Unicamp. “O Conselho é um trabalho voluntário de aconselhamento e visa apoiar e incentivar a atividade empreendedora”, afirmou Alexandre Neves, presidente do Grupo Unicamp Ventures. Segundo Neves, os conselheiros podem ser empreendedores, executivos ou investidores interessados em disseminar sua expertise em empreendedorismo. Em 2011, o Conselho somou 35 empresas e 34 conselheiros, sócios e diretores de empresas filhas como Dextra, Ci&T e Movile, além de conselheiros executivos de grandes empresas, como Abril, Avanade, Anhembi Morumbi, Accenture e Siemens. Esses conselheiros entram em contato com o Unicamp Ventures, que faz a correspondência entre conselheiro e startup aconselhada, de acordo com o perfil de ambos.

Promovendo um balanço dos dois últimos anos, Neves afirma que a iniciativa obteve conquistas fundamentais. “Além de criarmos um ecossistema de empreendedorismo importante para a Unicamp e região, realizamos experiências práticas de relacionamento empreendedor e obtivemos resultados reais, como investimento de fundos em startups e a criação da IVP – Inova Ventures Participações S.A, empresa de participações tendo 48 empreendedores e investidores da região”, lembrou.

Para os próximos anos, o Conselho objetiva aumentar a maturidade de startups e estabelecer um padrão de acompanhamento que possibilite melhor colaboração entre os envolvidos. “É preciso buscar formas de aumentar o comprometimento de todos, já que é difícil manter uma estrutura de longo prazo baseada apenas em doações”, opina Neves. Ainda de acordo com o presidente da rede Unicamp Ventures, não há pré-requisitos para a escolha das startups aconselhadas. “Buscamos saber se determinada empresa tem um projeto suficientemente interessante para atrair os conselheiros. No entanto, como temos mais empresas do que conselheiros, há limitação”, afirmou.

Apesar das iniciativas já existentes, o assunto da mentoria empresarial é pouco difundido no Brasil. Pensando nessa lacuna, a Universidade pretende ampliar sua rede de mentores – que atualmente conta com 67 profissionais – e aprimorar as técnicas de mentoria. “Buscamos pessoas com conhecimento de planejamento estratégico, gestão de empresas e da atividade empresarial em geral. A ideia é que sejam profissionais voluntários, que doem tempo para aconselhar jovens empreendedores a criar seu próprio negócio”, ressalta Lotufo. Os interessados em fazer parte da rede de mentores da Unicamp devem preencher as informações no portal www.inova.unicamp.br/unicampempreende.

Um cardápio de recursos variados

A importância da mentoria empresarial está cada vez mais sendo reconhecida e acatada por empresas e institutos brasileiros. Pensando nessa demanda atual, o instituto Empreender Endeavor Brasil tem a atividade de mentoria fortemente instituída em seu escopo de atuação. “O instituto apoia empreendedores que tenham poten-

cial de alto impacto e tem a missão de ‘antecipar’ grandes empresas, visando gerar empregos e renda”, afirmou Fernanda Antunes, analista da Endeavor, no Fórum de Empreendedorismo e Inovação com tema de Mentoria Empresarial, evento promovido pela Agência de Inovação Inova Unicamp.

O instituto possui uma rede de 245 mentores oficiais e engloba empresários, investidores, advogados, executivos e consultores. “Em nossa didática, um mentor pode aconselhar um empreendedor que, conseqüentemente, irá transmitir essas informações para outros empreendedores e implantá-las em seu plano de negócios. Por outro lado, temos um sistema em que vários mentores conversam com o empreendedor em *outreach*, a chamada plataforma web”, explicou a analista. A Endeavor atualmente apoia 95 empreendedores e 50 empresas. As empresas do instituto cresceram 60% e geraram mais de 20 mil empregos ao longo dos anos. “Trabalhamos com empreendedorismo de alto impacto e

investimos na geração de conhecimento, atualizando o site com artigos, promovendo *workshops* e disponibilizando áreas de pesquisas”, acrescenta Fernanda.

A Aceleradora, organização que realiza gestão e capital semente para startups, também investe no sistema de mentoria. Entre seus resultados, a Aceleradora soma mais de 200 startups apoiadas com mentoria, mais de 500 empreendedores capacitados e 30 fundos de investimento em todo o mundo em sua rede de contatos. “Costumamos dizer que a startup busca por um modelo de negócios escalável em um ambiente de extrema incerteza”, afirmou Yuri Gitahy, fundador da Aceleradora. Gitahy explica que, para atender a todos, a equipe utiliza metodologias de acordo com a necessidade de cada startup. “Realizamos palestras, *meetups* e mentoria. As sessões podem ser presenciais ou remotas e, além disso, damos acesso a investidores nacionais e internacionais parceiros da Aceleradora”, explica. Ao longo do

projeto, a Aceleradora concede apoio a startups em áreas como marketing, vendas, tecnologia, gestão, estratégia e jurídico. Em geral, o mentor concede de 6 a 12 horas por ano para cada empresa.

Outros modelos de mentoria explorados no Fórum de Empreendedorismo e Inovação foram os da rede Artemisia, que trabalha com modelos de negócios de impacto social. “A metodologia de destaque é a Aceleradora de Impacto, programa voltado aos empreendedores que possuem negócios em estágio inicial, que são acompanhados durante nove meses”, explicou Maure Pessanha, diretora da Artemisia. Ao longo dos meses, o programa oferece acompanhamento jurídico e financeiro. Pessanha explica que, em um primeiro momento do programa, há a organização do encontro para o *matching*, que é a fase de correspondência entre conselheiro e aconselhado, na qual são abordadas questões de necessidades dos negócios e maneiras de torná-lo viável para a sociedade. Em seguida, realiza-se o *pitch* de

empreendedores – como é tratada a apresentação dos aconselhados – e diversas reuniões. “O mentor ouve, faz perguntas e abre portas para os aconselhados. Além de beneficiar o empreendedor com sua vasta experiência, a mentoria proporciona aos conselheiros o contato com o novo e com a energia de quem está começando”, afirma Pessanha.



Maure Pessanha, da Artemisia: empreendedores são acompanhados durante nove meses



Yuri Gitahy, fundadora Aceleradora: metodologias de acordo com a necessidade