

COMO PROMOVER A INOVAÇÃO EM SUA EMPRESA POR MEIO DA

CORPORATE VENTURE



SUMÁRIO

AFINAL, O QUE É CORPORATE VENTURE.....	3
CORPORATE VENTURE INTERNO.....	4
CORPORATE VENTURE EXTERNO.....	6
INOVAÇÃO COMO DIFERENCIAL.....	7
CORPORATE VENTURE SE TORNOU FUNDAMENTAL.....	9
COMO INOVAR POR MEIO DA CORPORATE VENTURE.....	11
1. Conheça os objetivos.....	13
2. Alinhe as expectativas o quanto antes.....	14
3. Estabeleça uma cultura transparente.....	15
4. Tenha as contas em dia.....	16
5. Encontre parceiros relevantes.....	17
6. Abra mão do protagonismo.....	18
7. Vá em busca de colaboração.....	19
8. Acesse aceleradoras.....	20
9. Conheça o trabalho colaborativo.....	21
10. Reduza atritos.....	22
CORPORATE VENTURE É A TENDÊNCIA.....	24



Existem histórias tão antigas que não sabemos nem mesmo qual a sua origem.

Esopo foi um escritor grego por volta de 620 a.C., ao qual é atribuída a fábula da “Assembleia de ratos”, recontada por La Fontaine:

“Era uma vez uma colônia de ratos que vivia com medo de um gato. Resolveram fazer uma assembleia para discutir o problema. Muitos planos foram discutidos e abandonados.

Por fim, um ratinho jovem levantou a mão e sugeriu:

- Vamos pôr uma sineta no pescoço do gato, quando ele chegar, saberemos que está perto.

Em meio a aplausos, a ideia foi aprovada.

Um rato mais velho, que ficou a assembleia toda em silêncio, apenas disse:

- E quem vai colocar a sineta no gato?”

Toda fábula tem uma moral, essa é muito clara. Falar é fácil, difícil é fazer!

Com o empreendedorismo em alta é preciso definir alguns termos para compreender as vias de crescimento e as formas de se destacar no mercado.

A inovação é, sem dúvida, um diferencial competitivo para qualquer empresa que busca se manter ativa no mercado. Grande parte das empresas do mundo, no entanto, não sabe como dar o próximo passo.

Inovar é, por definição, criar algo revolucionário, ou reformular algo já existente para facilitar o seu uso, tornar mais barato, ou promover o acesso a mais pessoas.

Porém, como inovar se tornou um lugar-comum para as empresas, muitos empresários e empreendedores pegam a si próprios questionando as formas de fazer isso sem arriscar o capital da empresa.

É nesse contexto que surge o conceito de **corporate venture**. Esse movimento é uma busca por desenvolver pequenas empresas, incluindo as startups, que pode, no futuro, entregar um alto retorno financeiro e tornarem-se parceiras de grandes empresas já consolidadas.

Há uma enorme confusão na definição desses termos advindos do inglês, como **corporate venture** e **corporate venturing capital**. Isso prejudica a compreensão do que é, de fato, cada coisa.

Dessa maneira, esse e-book tem por objetivo tirar todas as suas dúvidas e explicar como promover a inovação em sua empresa através da **Corporate Venture**. Confira!



AFINAL, O QUE É CORPORATE VENTURE

Segundo pesquisa realizada em 2018 pela Endeavor, em parceria com EY-Parthenon e a Cátedra Insper-Endeavor, **corporate venture** é qualquer esforço de uma corporação para inovar de maneira empreendedora, sejam eles internos ou externos.

Já o corporate venture capital é chamado de **capital de risco**, ou o dinheiro utilizado por empresas ou fundos de investimento para aportar em startups e empresas de alto risco, com alto potencial de retorno.

Com as taxas de juros crescendo a cada dia, sem expectativa de redução, torna-se mais difícil para as empresas ainda no começo das suas operações, tomarem crédito para alavancar os seus negócios.



COMO PROMOVER A INOVAÇÃO EM SUA EMPRESA POR MEIO DA CORPORATE VENTURE

Assim, o **corporate venture** se apresenta como uma alternativa de atrair investimentos de grandes empresas, oferecendo serviços correlacionados a ela. Por exemplo, uma startup focada em marketplace sendo impulsionada pelo capital de risco de uma grande varejista.

Esse movimento apresenta uma vantagem para as duas, uma vez que no lugar de se tornarem competidores, buscam alianças para somar forças.

Corporate venture é a soma de forças para a criação de novos negócios, podendo ser de modo interno a uma empresa, ou externo. Explicaremos a seguir as duas categorias.

CORPORATE VENTURE INTERNO



Muitas pessoas confundem empreendedorismo com um profissional autônomo. Ser empreendedor é um estilo de vida que cultiva a inovação e a disrupção. De acordo com o SEBRAE,

Ser empreendedor significa ser um realizador, que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação.

Empreender pode acontecer dentro de uma empresa de terceiros. Esse tipo de profissional é o **intraempreendedor**. Ele compreende que a evolução pessoal passa, também, pela evolução da empresa que o contratou, então direciona os esforços para o crescimento e otimização dos dois.

Corporate venture interno conversa com esse colaborador. É o ato das empresas patrocinar os seus próprios colaboradores a desenvolver novas ideias e gerar novos negócios paralelos ao principal.

É um estímulo para os funcionários montarem equipes que se julgam altamente especializadas para desenvolver um projeto, um protótipo e, se validado, inserir no catálogo da empresa.

É uma maneira de valorizar a criatividade de quem já está no negócio e gerar novas fontes de receita.





CORPORATE VENTURE EXTERNO

Paralelamente, o corporate venture externo tem o foco fora dos limites da empresa. É a busca por inovações e diferenciação no mercado. É um reflexo do esforço em criar novas iniciativas para otimizar e fortalecer o negócio principal.

Aqui, entra em jogo o **corporate venture capital**, ou o aporte de empresas em outras. Esse aporte acontece com algumas contrapartidas que devem ser analisadas atentamente.

A mais conhecida e difundida é através da **participação societária**, em que a empresa investidora compra direitos de participação na investida. Dessa forma, pode, por exemplo, comprar 10%, 20%, ou até mais da empresa, sem fazer parte do quadro societário formal e, se quiser fazer parte dele algum dia, tem o direito a entrar, caso contrário, pode sair sem maiores problemas.

O importante é compreender que nesse tipo de investimento o controle do negócio continua nas mãos dos fundadores e empreendedores. Na verdade, quando a empresa é muito incipiente, o investidor confia no empreendedor, muito mais que no negócio criado até então.

A grande diferença está no **capital intelectual** agregado. Com uma grande companhia, a menor se beneficia com um conhecimento de mercado amplo, além de rede de contatos, estratégias de marketing e outras áreas que já foram dominadas pelo seu parceiro.



INOVAÇÃO COMO DIFERENCIAL

Inovar não é um mar de rosas. É uma tarefa árdua que deve ser compartilhada por toda a empresa em busca de soluções com objetivos bem definidos.

Com o crescimento da competição no mercado, os diferenciais devem ser compreendidos e incorporados pela cultura da empresa. Foi-se o tempo em que preço era o único fator da conta.

Estamos sempre expostos a ciclos econômicos, mas quando uma empresa atrai clientes apenas por preço, irá perdê-los pelo mesmo motivo. É um diferencial não sustentável.

As próximas camadas dizem respeito à qualidade, rapidez no atendimento e a flexibilidade. Esses são os pilares trabalhados pelas empresas tradicionais, que além de tudo, conseguem negociar preços e reduzir as suas margens de acordo com o volume.

Como último diferencial, e o mais importante de todos, está a **inovação**. Esse não é um termo apenas de dicionário, mas a forma como o mercado pensa nos dias de hoje.

Com a **4ª revolução industrial**, ou a revolução digital na indústria, inovar se torna a prioridade de qualquer empresa que busca crescer, ou pelo menos sobreviver. A demanda vem da sociedade, que busca tecnologias mais avançadas a cada segundo para otimizar a sua rotina.

Todos os setores passam por mudanças fundamentais, que norteiam todo o modelo de negócios. Uma das características, por exemplo, é o movimento **mobile first**, em tradução livre, “priorizar o móvel”.

Os smartphones se tornaram onipresentes, e empresas que compreendem isso e desenvolvem soluções rápidas, entregues na palma da mão do cliente, saem na frente.

Porém, implementar soluções, principalmente tecnologias novas, é custoso para qualquer empresa. Existem apenas duas possibilidades. Ou ela gera um caixa muito grande com folga para investir o próprio **capital de risco**, ou busca com investidores externos.



CORPORATE VENTURE SE TORNOU FUNDAMENTAL

Diante do exposto, se somam mais algumas características da vida moderna. O consumidor **quer o novo**. A inovação se tornou o principal diferenciador porque os processos tradicionais já caíram no gosto popular.

O ser humano gosta de ser surpreendido e, na medida do possível, ter a vida facilitada por recursos externos como a tecnologia.

Tome como exemplo a *31ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação* da Fundação Getúlio Vargas. No Brasil, há mais de 1 smartphone por pessoa!

Esse dispositivo já faz parte da rotina do consumidor. Ter uma página na internet já não é mais um diferencial, mas uma obrigação. As pessoas esperam encontrar o site de uma empresa para tirar as suas dúvidas ou, pelo menos, um canal rápido de comunicação.

É nesse sentido que a inovação se tornou **moeda de troca**. Inovar quer dizer trazer novas soluções a problemas desconhecidos, ou mesmo decodificar problemas antigos e resolvê-los de uma vez por todas.

No entanto, a inovação envolve pesquisa, trabalho, desenvolvimento de protótipos, testes e inúmeros outros estágios de criação. O **corporate venture**, tanto interno quanto externo, nasce como uma resposta aos altos custos.

É muito mais vantajoso ampliar o orçamento de um determinado setor para fomentar a criatividade e inovar até mesmo nos menores processos, ou mesmo ir em busca de corporate venture capital para alavancar as operações sem comprometer a sustentabilidade do negócio.

Ainda, a inovação é um ciclo que se retroalimenta. As empresas já compreenderam que a especialização é fundamental para se tornar uma autoridade e conquistar posicionamento no mercado. Por outro lado, sabem que **diversificar** a receita é fundamental para o longo-prazo.

Abrir uma empresa nada mais é que o investimento de mais alto risco. É concentrar o capital em uma atividade, em um só negócio. Dessa maneira, pensar em maneiras de reduzir despesas e aumentar as frentes de lucro é essencial para a sobrevivência.

COMO INOVAR POR MEIO DA CORPORATE VENTURE



Para compreender como inovar por meio do corporate venture, precisamos aprofundar um pouco mais os conceitos.

O Venture Capital pode ser subdividido em duas categorias.

- **Corporate Venture Capital:** É o aporte que visa inovar.
- **Venture Capital:** Capital de risco que busca ser multiplicado exponencialmente.

O corporate venture é muito mais que um investimento. Se fosse para apenas emprestar dinheiro para uma empresa no início, os investidores seriam banqueiros.

Essa modalidade tem muito mais a ver com a busca **pela inovação** e a soma de forças. Conforme dito anteriormente, empresas menores se beneficiam muito mais com o ganho de capital intelectual do que com o aporte financeiro propriamente dito.

Empresas que estão nas fases iniciais ainda estão tateando o mercado para encontrar as suas vias de crescimento. Mesmo com todo o referencial teórico, faltam as noções práticas e essas já foram percorridas pelas grandes empresas. É justamente por isso que as maiores empresas são muito competitivas.

No início, os medos são muitos, como a precificação, padronização dos processos, estratégias de marketing, estratégias de vendas, e até mesmo, a gestão de pessoas.

No mercado, há empresas que são experts nessas questões. São reconhecidas muito mais pelos métodos do que pelos produtos em si, e o ganho de começar com esse empurrão já é um grande diferencial.

Compreendidos esses conceitos, apresentaremos um guia com algumas dicas para encontrar os melhores caminhos que promovem a inovação em sua empresa por meio da corporate venture. Veja a seguir!



1. Conheça os objetivos

Qualquer empresa, em todas as etapas do seu ciclo de vida, deve conhecer os seus objetivos claramente, desde o curto até o longo-prazo. Muitas vezes, esse objetivo está ligado ao propósito do empreendedor. Por isso, essa figura está tão em alta nos dias de hoje.

Com os objetivos muito bem definidos, algumas tomadas de decisões são realizadas de maneira automática. É uma resposta instintiva da pessoa que guarda a cultura, missão e valores do negócio.

Se a sua empresa está precisando apenas de dinheiro para seguir em frente, não é a corporate venture que irá resolver. Não existe atitude mais contraproducente do que entregar o capital de risco ou uma parte da empresa para pessoas que não irão agregar valor de fato. Nessas situações, realmente, é melhor ir atrás de um banco.

Corporate venture é crescimento conjunto. Desse grupo, faz parte o empreendedor, a empresa e o investidor. Todos terão um peso significativo na balança e os objetivos devem ser estipulados para definir as ações a serem tomadas.



2. Alinhe as expectativas o quanto antes

O maior erro de qualquer empresa é aceitar, ou entrar em um investimento, sem compreender exatamente o que está em jogo. Corporate Venture é uma negociação do tipo ganha-ganha. Ambas as partes devem ser contempladas para o sucesso da parceria, seja de modo interno ou externo.

O alinhamento de expectativas é reconhecer onde se está e para onde se quer chegar. Os dois lados devem concordar pelo menos nessas premissas. As divergências surgem no método como os resultados serão alcançados. Aí se inicia uma fase de negociação.

Por exemplo, uma startup com poucos meses no mercado, pouca aderência e um empreendedor sem um histórico vencedor, não deve esperar um aporte milionário na primeira rodada de investimentos.

Ainda, uma empresa que investe pouco nos seus colaboradores **intraempreendedores**, também não pode esperar grandes resultados.

Tudo é uma sinergia entre expectativas. Quando todo mundo conversa a mesma língua, se torna mais simples definir trajetos, calcular rotas e encontrar maneiras de satisfazer a ambas as partes, ao mesmo tempo em que impulsiona a empresa.



3. Estabeleça uma cultura transparente

Um dos principais, se não o principal fator que define uma empresa apta a receber aporte por meio de corporate venture é a **transparência radical**. Esse é um princípio elaborado por Ray Dalio na sua obra “Princípios”.

Transparência radical é elaborar processos e métodos que garantem a idoneidade em todas as pontas. Erros são assumidos e corrigidos prontamente. Feedbacks podem ser dados em todos os setores hierárquicos, dentre outros comportamentos que demonstram confiança no trabalho que está sendo realizado.

4. Tenha as contas em dia



Se uma empresa busca inovar através dos seus intraempreendedores, deve ter um caixa sólido que aguarde os momentos de turbulência. A inovação não é uma chave que pode ser ligada e desligada a qualquer momento de acordo com a "maré do mercado".

Mesmo que a busca seja de investimento externo, toda a parte tributária e fiscal deve estar redonda. Grandes empresas que realizam aportes em pequenas e médias, ou mesmo em startups, buscam negócios sérios com responsabilidade fiscal e tributária.

No momento de vender uma parte da sociedade em troca de aporte, tenha a certeza de que será questionado sobre todos os números do negócio.

Informações como fluxo de caixa, balanço patrimonial, demonstrativo de resultados e mesmo projeções de crescimento fundamentadas em dados, são um diferencial para conseguir esse tipo de investimento.

Todas as grandes empresa, um dia já foram pequenas, e nenhuma delas cresceu com base no achismo. Crescer envolve criação de valor, acompanhamento e otimização constante de processos e produtos.



5. Encontre parceiros relevantes

Nada impede que uma empresa do varejo possa investir em startups do setor de turismo, porém, não é o mais comum. Quando falamos em corporate venture, nos referimos a investimentos **altamente especializados**.

São empresas do mesmo setor, ou setores correlatos, que buscam adquirir as empresas menores ou impulsionar o crescimento para ter um parceiro fiel no longo-prazo.

Ao acessar essa modalidade de capital, não pense em escolher qualquer um para ser o seu parceiro. Essa corporação passa a ter poder sobre a sua empresa, então busque apenas os mais relevantes e as autoridades do mercado para atingir resultados de sucesso.

Aqui, entra a importância de reconhecer os objetivos e alinhar as expectativas.

Se o que falta para o seu negócio é uma estratégia de marketing sólida, ou um sistema de pagamentos eficiente, ou até mesmo uma plataforma online campeã, você sabe exatamente que tipo de ajuda buscar.

O erro de muitos empreendedores é ir atrás do dinheiro. O maior ganho com a modalidade de corporate venture é em forma de conhecimento e tração no mercado. Com o apoio de campeões, se torna muito mais fácil ser um deles também.



6. Abra mão do protagonismo

Investir por meio de corporate venture é abrir mão do protagonismo. Outra grave falha de empresários é vincular ao extremo, a sua imagem com o negócio.

Tenha em mente que um negócio só se torna empresa quando o fundador pode ir embora e o organismo continuar se desenvolvendo. Essas são empresas que possuem, de fato, valor de mercado.

A inovação vem quando se compreende que, para desenvolver novas ideias, é preciso fomentar o **pluralismo**. Isto é, a capacidade de ouvir e debater opiniões contrárias em prol de um bem comum.

A realidade é que as empresas estão muito ocupadas com o seu negócio principal, e uma frase popular nunca fez tanto sentido.

Quem trabalha demais, não tem tempo de ganhar dinheiro.

Corporate venture é uma maneira de inovar sem precisar se desviar do foco. É entregar para outras pessoas ou até empresas menores que a sua, a responsabilidade e a confiança em desenvolver soluções benéficas para ambos.

Essa não é uma relação comercial, ou apenas um cenário frio de negócios, mas a busca por uma parceria sólida que almeja colher grandes frutos.



7. Vá em busca de colaboração

A realidade é dura, mas dificilmente um investidor vai bater à sua porta. Como empreendedor, é a sua função ir atrás de colaborações e criar métodos de agregar valor à outra parte.

Essa colaboração está em todos os lugares. O ser humano é colaborativo, basta expor a ideia ao mundo e convencer de que ela se sustenta, por isso, os passos anteriores conferem solidez à proposta.

O Sebrae, por exemplo, realiza eventos e feiras de inovação para expor as melhores ideias apresentadas. É exatamente esse o tipo de lugar que um empresário em busca de novas inspirações deve frequentar.

A inovação é muito próxima da criatividade. A criatividade, por sua vez, vem da combinação de ideias e maneiras de pensar. Feiras e eventos são fundamentais para desenvolver as ideias e encontrar pessoas dispostas a colaborar.

São inúmeras as maneiras de encontrar investidores, ou até mesmo se tornar um para colher os frutos de uma inovação compartilhada.



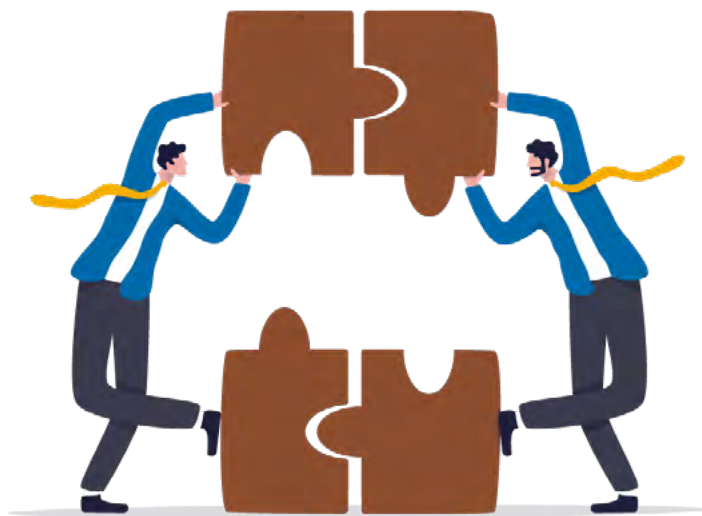
8. Acesse aceleradoras

Aceleradoras são um tipo de organização que tem como foco facilitar o crescimento e consolidação de empresas. São especializadas em fornecer uma rede de apoio e criar networking entre pessoas que compartilham interesses parecidos em relação aos negócios.

Esse tipo de corporate venture pode não envolver um investimento direto, propriamente dito, e a empresa não passa por nenhuma divisão societária.

As aceleradoras funcionam como um grupo de mentoria capaz de orientar as melhores práticas e ajudar a otimizar processos. Dessa mentoria, pode surgir um investimento futuro e seria o primeiro passo para uma parceria duradoura e de alto valor agregado.

Porém, há organizações que sim, fornecem um capital suficiente para a empresa sobreviver, se ela apresentar indicadores e um futuro promissor. Nesse caso, ocorre como na maioria das outras formas de investimento, uma parte da sociedade é cedida.



9. Conheça o trabalho colaborativo

Foi-se o tempo em que as empresas escondiam seus problemas e fórmulas secretas. Hoje, o mercado é tão competitivo que nem mesmo esses artifícios são suficientes para criar uma diferenciação por si só.

Existe uma categoria de eventos chamada **hackathons**, em que profissionais se reúnem para discutir problemas em comum e, também, encontrar soluções inovadoras em conjunto.

Ainda, o **coworking** é muito negligenciado nesse setor. É uma forma de reunir empresas de diferentes ramos sob um mesmo espaço. Dessa maneira, várias cabeças, pensando nos seus problemas próprios, podem gerar alternativas que atendem aos seus vizinhos.

Imagine um estúdio fotográfico ao lado de uma agência de design e outra de publicidade. Dessa junção, podem surgir grandes inovações que agregam valor às três marcas, bastando encontrar os parceiros certos para colaborar.



10. Reduza atritos

A maior habilidade de um gestor é administrar conflitos e desenvolver técnicas para tornar o ambiente corporativo mais leve, ao mesmo tempo em que está focado em resultados.

Para a colaboração por meio de uma corporate venture, reduzir atritos é essencial. O empreendedor sempre deve ter os documentos à mão, fornecer todas as informações fundamentais ao seu parceiro, sem grandes burocracias.

Já a empresa investidora deve se adequar às necessidades desse mesmo empreendedor. Cada negócio possui uma realidade diferente, e não é porque a grande empresa fez sucesso no passado que a mesma receita vai se repetir.

Inovação é pensar sempre além. Como se manter competitivo no futuro, garantindo o presente.



CORPORATE VENTURE É A TENDÊNCIA

De acordo com um estudo da PwC, 2020 foi um recorde de M&As, ou a fusão de empresas. Foi um aumento de 48% em relação à média dos cinco anos anteriores.

Grandes empresas tendem a se fundir para conquistar maior mercado e, nessas transações, as menores empresas também podem ser beneficiadas.

O mercado é um mar aberto para a competição justa, mas se torna muito mais fácil de ser navegado com o apoio de quem já atingiu patamares elevados.

No Brasil, em 2019, aproximadamente 25% de todos os investimentos em startups surgiram de grandes corporações, e esse número tende a crescer a cada dia. Hoje em dia, até mesmo pessoas físicas podem entrar em fundos de investimento para empresas de pequeno porte.

Corporate Venture é a tendência por agregar valor, ao mesmo tempo em que gera inovação e promove o pluralismo de ideias dentro de uma instituição.

O mercado é altamente competitivo e a diferenciação hoje é focada em encantar o consumidor, solucionar problemas de maneira criativa e criar uma marca forte a ponto de se tornar uma referência na formação cultural da região.

O mundo está evoluindo, quem não cresce, automaticamente fica para trás.



www.sebrae.com.br | 0800 570 0800

