



**EVENTOS E
TENDÊNCIAS PARA
EMPREENDEDORES
E A STARTUP
RAPPI:
O MAIS NOVO
UNICÓRNIO DA
AMÉRICA DO SUL.**

*Guilherme Staliano
João Pedro Moreira
Théo Huppés Monteiro
Vitor Teixeira Fiorante*

EVENTOS E TENDÊNCIAS PARA EMPREENDEDORES

O empreendedorismo é um fenômeno ligado à criação de um negócio, que envolve inovação e riscos, com o objetivo de explorar uma oportunidade. Com a forte retração econômica no Brasil nos últimos anos, o índice de desemprego tem aumentado, fazendo com que as pessoas, com a necessidade de ter uma fonte de renda, optem por abrir negócios próprios, o que gera um crescimento no número de novos empreendedores. No ano de 2017, uma pesquisa feita pelo Boa Vista SCPC apontou que houve um crescimento de 13,6% no número de empresas no Brasil¹. Estudos feitos pelo Sebrae² mostram que há, atualmente, no Brasil, cerca de 48 milhões de empreendedores, sendo que aproximadamente 16 milhões têm entre 18 e 34 anos. Entretanto, começar um negócio novo nem sempre é simples, principalmente para pessoas com pouca ou nenhuma experiência e há diversos desafios que o empreendedor precisa superar. Para superar esses desafios é necessário ter noções de diversas áreas, dentre elas, ter conhecimento de gestão de pessoas, gestão financeira, inovação, marketing, e diversas outras. O estudo do Sebrae realizado em 2016 mostra que 1 em cada 4 empresas registradas no CNPJ fecha antes de completar 2 anos no mercado. Dentre as causas da mortalidade das empresas, podemos citar as atuais políticas públicas e a carga tributária, forças incontornáveis do ambiente de negócios. Outras possíveis causas para que o negócio não prossiga e que podem ser controladas pelos empreendedores são: o planejamento, ou seja, a pessoa não soube se organizar e estudar alternativas para os desafios; a capacitação, pois nem sempre o gestor tem pleno conhecimento das habilidades necessárias para manter um negócio próprio ou não conseguiu adquiri-los da melhor forma; a gestão, que pela falta de conhecimento ou por displicência, não foi efetuada da melhor forma possível.

¹ Disponível em: <<https://www.boavistaservicos.com.br/noticias/indicadores-economicos/abertura-de-empresas/numero-de-novas-empresas-sobe-136-em-2017/>>. Acesso em: 9/10/2018.

² Disponível

em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-em-empreendedorismo-no-brasil-e-no-undodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em: 9/10/2018.

| Empreendedorismo

Todavia, para o bem de empreendedores atuais e futuros, existem diversos eventos que têm como objetivo a divulgação de novidades e tendências para auxiliar na gestão. A seguir, listamos alguns desses eventos.

Superlógica Xperience

Tem como principal objetivo a divulgação de conteúdo sobre economia da recorrência por meio de palestras de CEOs e co-fundadores de empresas tais como *Verse Music Inc*, *Client Success*, Superlógica e outras. Entende-se por economia de recorrência como a transformação das relações comerciais entre consumidores, empresas e segmentos, baseando o consumo em acesso, não em propriedade, ou seja, a economia da recorrência é a economia das assinaturas, visto que o mercado de serviços por assinatura vem crescendo cada vez mais. A próxima edição será nos dias 6 e 7 de junho de 2019, na cidade de Campinas, São Paulo.



Expert XP

Promovido pela corretora de investimentos *XP*, ocorrem palestras de mais de 50 nomes do atual cenário de empreendedorismo, com objetivo de passar informações sobre as novas tendências do mercado de investimentos. Assim, a *Expert XP* é, para o empreendedor, uma fonte de conhecimentos e de métodos de diversificação de renda por meio de investimentos. Essa lógica se deve ao fato de que, em uma empresa superavitária, parte do lucro sempre deve ser reinvestida, uma vez que dinheiro parado, em função da dinâmica inflacionária, tende a perder o seu valor. O evento proporciona palestras e feiras sobre os mais variados temas, tais como planejamento patrimonial; o futuro da energia no Brasil; panorama de mercado; a importância da previdência etc. A última edição ocorreu em 21 e 22 de setembro de 2018.



Futurecom

A *Futurecom* completou 20 anos em 2018 e promete atrair muitos interessados por empreendedorismo. O evento é considerado o maior evento de TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação) de toda a América Latina. Realizado em São Paulo, apresenta conteúdos, experiências e atrações que consagram diversos momentos como: encontro de profissionais da área, empreendedores e investidores que estão atrás de lançamentos, além da chance de um bom *networking*. Em 2018, o tema foi "*Inspiring Innovation*" e o intuito do congresso foi refletir a temática não apenas em conteúdo, mas também no formato (Última edição: 15 e 18 de outubro de 2018; Próxima edição: 2º semestre de 2019).

RD Summit

O *RD Summit* é o maior evento de marketing digital da América Latina. Em sua edição anterior trouxe mais de 150 palestrantes tratando sobre os mais variados assuntos. No ano de 2018, o evento contou com a participação de *Tim Ash*, especialista em marketing digital e autor de livros *best sellers* sobre *Landing Pages*. *Ash* tratou de assuntos como *design* focado no usuário e neuromarketing, que aborda a mistura entre a neurociência e o marketing com o objetivo de entender as motivações e preferências dos consumidores. A última edição foi realizada em 7, 8 e 9 de novembro de 2019.



E-commerce Brasil

Considerado o maior evento de *e-commerce* da América Latina, durante três dias é possível assistir palestras e discussões de alto nível técnico sendo possível contar com os grandes nomes de: *Marta Dalton*, Diretora de *E-commerce* (comércio virtual, ou seja, não presencial) da Coca-Cola; *Sylvie De Wever*, GM da América Latina na empresa *Ebay*, considerado o maior *site* de compra e venda de bens do mundo, e *Martin Barthel*, Chefe Global da Estratégia de Varejo e Comércio Eletrônico do *Facebook*, atualmente a maior rede social do mundo com um valor de mercado superior a US\$ 400 bilhões.



| Empreendedorismo

Uma grande oportunidade para profissionais da área que buscam um sólido conhecimento em *E-commerce*, mercado o qual está ganhando cada dia mais espaço no atual mundo digitalizado e vem atraindo a atenção do mercado.

Super Bots Experience

O *Super Bots Experience* trata sobre os *chats* e as inteligências artificiais, com enfoque na discussão dos principais desafios e os rumos do mercado brasileiro de *chat bots*. Conceitualmente, *chat bots* são programas de computador que respondem as perguntas dos usuários, possuem inteligência artificial que permite que eles vão aprendendo cada vez mais com as conversas que tem com as pessoas. Para os empreendedores essa tecnologia é interessante pois altera a forma de relacionamento dos consumidores com as empresas, fazendo a conversa chegar o mais próximo possível de uma conversa com uma pessoa real, além de ser uma ferramenta disponível ao usuário durante 24 horas por dia, agilizando e simplificando a resolução de problemas mais simples. O último evento ocorreu nos dias 8 e 9 de agosto de 2018.



Tendências de empreendedorismo e mercado para 2019

O ano de 2018 ficou marcado pelos serviços de *cashback* (programa de incentivo operado por empresas de cartão de crédito, onde uma porcentagem do valor gasto é pago de volta ao titular do cartão) e *crowdfunding* (Financiamento coletivo que consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa). Algumas tendências permanecem, outras se modificam e diversas deixam de existir. Na lista abaixo você pode encontrar algumas delas.

| Empreendedorismo

Software como serviço - *Software as a Service (SaaS)*

SaaS - É uma tendência que nasceu com muita força nos últimos anos e deve se manter forte no mercado em 2019. Trata-se da venda de *softwares* juntamente com serviços oferecidos por uma empresa: incluindo toda a estrutura necessária para a utilização do sistema: servidores, segurança e atualizações. Juntamente com este tipo de serviço, existem muitas possibilidades de investimento como a automação de processos, os aplicativos e também o desenvolvimento de modelos de negócios inovadores.

A internet das Coisas - *Internet of Thing (IoT)*

A Internet das coisas é um conceito tecnológico em que **todos os objetos da vida cotidiana estariam conectados à internet**, agindo de modo inteligente e sensorial (consiste na ideia da fusão do "mundo real" com o "mundo digital", possibilitando a comunicação e a interação com outras pessoas ou objetos como eletrodomésticos, carros, *wearables* - dispositivos tecnológicos utilizados como roupa, chaves, mesas etc). Essa tendência concentra um alto valor de investimento de grandes empresas que resultam em um crescimento de novas tecnologias. A internet está, hoje, em 54% da vida da população mundial: o que torna a necessidade de relação dos negócios com esta ferramenta muito importante. Realidade virtual e aumentada e marketing por geolocalização são alguns casos do uso de internet e tecnologias ligadas a ela no nosso cotidiano juntamente com o que o mercado demanda.

Startse - Ecossistema de *Startups*

É uma empresa que possui como objetivo conectar empreendedores, investidores, mentores e empresas, através de cursos e eventos. As *startups* são empresas que possuem um grande potencial para escalabilidade, atingir um grande número de usuários mantendo custos consideravelmente baixos, baseando-se na inovação dos seus produtos e serviços. Uma tarefa difícil, e que necessita de conhecimentos de empreendedorismo, e investidores que se interessem pela ideia. Assim, o evento constitui uma ótima oportunidade para adquirir aprendizado, experiência e criar networking.

| Empreendedorismo

Independente da área de atuação, todo empreendedor deve ter em mente a necessidade de estar sempre em busca de conhecimento e atualizar-se em relação às tendências do mercado. Para começar um negócio é necessário estar preparado para assumir riscos, e quanto mais preparado para essas situações, mais fácil se tornará a superação dos obstáculos.

Oportunidade para se desenvolver não faltam, basta foco e dedicação com o intuito de atingir a excelência para o seu negócio.

STARTUP RAPPÍ: O MAIS NOVO UNICÓRNIO da AMÉRICA LATINA



A *startup* colombiana *Rappi*, fundada em 2015 com o objetivo de transformar a forma como as pequenas compras do dia a dia são realizadas, escolheu o bigode como seu símbolo para criar uma identidade com o consumidor latino. Três anos após a sua fundação, a empresa se tornou o mais novo unicórnio da região, como são chamadas as *startups* que valem mais de US\$ 1 bilhão. Com isso, ela segue os passos das brasileiras 99, Nubank e PagSeguro, que atingiram o feito no primeiro semestre de 2018.

A *startup* se utiliza de um aplicativo próprio disponível para *Android* e *IOS* para atender a um público que tende a estar cada vez mais conectado em redes sociais e realizar tarefas via *apps*. Através de um aplicativo onde é possível solicitar entregas de praticamente qualquer coisa (compras de mercado, refeições de restaurantes ou qualquer produto mesmo no meio da madrugada), a *Rappi* tem no Brasil parte de sua estratégia e destina uma fatia considerável dos US\$ 220 milhões recebidos em sua última rodada de investimentos, no país. E foi a partir dessa ideia, que vem conseguindo alterar cotidianamente a maneira dos consumidores conseguirem seus produtos, que a empresa inovou e desenvolveu a sua tecnologia. Segundo seus fundadores, empresas que tenham visão continental serão capazes de atrair fundos e brigar globalmente. Por enquanto, com uma taxa de crescimento de 30% ao mês, dos 3,6 milhões de

| Empreendedorismo

usuários da empresa, 800 mil estão no Brasil, divididos em 10 cidades.

Segundo o Presidente executivo da empresa, em declarações públicas, *Simón Borrero*, foram duas razões as para o sucesso. A primeira, a atenção aos pedidos dos clientes – através de uma caixa em branco dentro do aplicativo onde os entregadores da *Rappi* busquem qualquer coisa, extraiu-se o indicador para quais serviços a empresa deveria prestar atenção. A outra, ainda mais fundamental, foi entender que precisava vender-se como uma empresa latina.

Segundo a filosofia implantada pela organização, ao se conseguir operar e ter uma identidade que combine com toda a América latina e não apenas com o Brasil ou a Argentina, as suas chances de conseguir investimentos são muito maiores. Fato notoriamente lógico uma vez que o PIB da região somam atraentes U\$5,9 trilhões (segundo banco Mundial)¹.

Por sua grande ascensão e avaliação positiva dos usuários, realizamos uma entrevista com a porta voz da *Rappi* concedeu entrevista à REPPENSE por *whatsapp* no dia 25/10/2018 a fim de compartilhar a trajetória do sucesso da *startup* colombiana.

Entrevista

por Vitor Fiorante

RR: Como surgiu a empresa e como se deu a captação dos recursos/investimentos iniciais para implantação da mesma em suas primeiras operações?



Rappi: A *Rappi* começou com um *software* chamado *Grabillity* e tinha como usuários grandes empresas como *Walmart*, *El Corte Ingles*, *Reliance* e mais 3.000 clientes corporativos em 17 países diferentes. O sistema era usado em compras de supermercado, onde as pessoas arrastavam os produtos para o carrinho. Perceberam que as pessoas usavam a plataforma, mas não havia muita recompra, pois, o sistema de entregas não era eficiente. Com os *feedbacks* dos clientes, em junho de 2015, *Simon Borrero*, *Felipe Villamarin* e *Sebastian Mejia* criaram a *Rappi* na Colômbia.

A *Rappi*, aplicativo de *delivery* de tudo, surgiu com apenas dois botões: um de supermercado e outro de qualquer coisa. Pelo botão

| Empreendedorismo

de Qualquer Coisa, a empresa foi conhecendo as necessidades de seus clientes e abrindo novos botões. Perceberam, por exemplo, que as pessoas estavam pedindo muito em restaurantes e, em poucos meses, criaram o botão de restaurantes. A *Rappi* é uma plataforma desenvolvida conforme *feedbacks* e pedidos de seus usuários.

Em 2016, a empresa foi acelerada pela *Y Combinator*, a mais importante incubadora de *startups* do mundo. No início de 2018, recebeu um aporte de US\$185 milhões, o que permitiu a sua expansão no Brasil e na América Latina. Em setembro deste ano recebeu um novo aporte, desta vez US\$220 milhões, se tornando o novo unicórnio latino americano.

RR: Quais são os maiores obstáculos para uma empresa em ascensão?

Rappi: Para uma *startup*, em geral os grandes empecilhos são: a burocracia brasileira, a legislação, o complexo sistema tributário e o acesso ao capital de risco para impulsionar o negócio.

RR: Como você enxerga a *Rappi* a longo prazo (10 anos)?

Rappi: A *Rappi* quer ser a maior empresa de tecnologia da América Latina, referência no mercado, e que possa trazer conforto e agilidade aos seus usuários, além de promover uma gestão próxima de seus aliados e parceiros.

RR: Qual é a diferença entre trabalhar em uma empresa tradicional em comparação com uma *startup*? Como é o clima de trabalho? O ambiente é diferente dos clássicos escritórios?

Rappi: A natureza das *startups* é atender às necessidades de forma inovadora, o que permite que elas cresçam rapidamente nos primeiros anos em comparação com uma empresa tradicional. O ambiente é informal e despojado, sempre procurando deixar os colaboradores o mais confortável possível, para que isso naturalmente se transforme em resultados.

RR: Em um mercado cada vez mais competitivo, qual o diferencial da *Rappi* em seus serviços?

Rappi: Somos um serviço que permite ter quase tudo o que você deseja, em questão de minutos. Somos os únicos a oferecer a entrega de uma infinidade de produtos, desde produtos de supermercados, farmácias e restaurantes, até literalmente qualquer

| Empreendedorismo

coisa, já que a maioria dos outros se concentram em apenas uma vertical.

Somos uma empresa latino-americana projetada para os latino-americanos, por isso compreendemos muito bem as necessidades do público. Além de sermos uma empresa de tecnologia, achamos que também é necessário um envolvimento humano, por isso, em compras de supermercado nossos clientes contam com *Shoppers*, que são funcionários capacitados para realizar uma compra e interagir com o usuário da melhor forma para que tudo saia conforme o esperado. Todas as compras do aplicativo são acompanhadas por um suporte em tempo real, composto por pessoas reais, que estão disponíveis para tirar dúvidas e solucionar eventuais problemas.

Também temos um serviço diferencial que é o *Rappi Prime*, um programa onde o cliente paga R\$19,90 por mês e tem todos os custos de frete gratuitos nas compras acima de R\$20 com cartão de crédito. Além de tudo isso, damos uma facilidade aos nossos usuários e estabelecimentos parceiros que é o *RappiPay*. É possível, dentro do nosso aplicativo, fazer transferências a amigos, assim como dividir a conta entre amigos. Também disponibilizamos a função para estabelecimentos parceiros, ou seja, quando um cliente vai em algum estabelecimento fisicamente, pode pagar sua conta usando *RappiPay* apenas escaneando o *QR Code* do parceiro, sem filas, cartões e complicações.

RR: Qual é a relação/vínculo da Rappi com os entregadores credenciados?



| Empreendedorismo

Rappi: Os entregadores são *MEIs*, ou seja, trabalhadores independentes que desejam ter uma renda adicional em seu tempo livre. Eles não têm contrato de trabalho ou de prestação de serviços com a *Rappi*, são apenas usuários da plataforma *Rappi*, que a utilizam após o aceite de termos e condições.

RR: Como funciona a estrutura hierárquica de uma *startup*, qual a perspectiva de crescimento pessoal e plano de carreira que a empresa oferece?

Rappi: Aqui é meio confuso pra explicar a estrutura. Diria que a estrutura é parecida com a de outras empresas e que tudo depende da sua *performance* dentro da empresa. A hierarquia é bem dinâmica e similar com a de grandes empresas do mercado, o crescimento dentro da empresa é rápido e sempre de acordo com o desempenho de cada colaborador.

RR: A *Rappi* atende, atualmente, apenas algumas regiões no Brasil, como esses lugares foram selecionados? Existem planos para expansões em larga escala?

Rappi: Nossa missão é tornar as cidades mais eficientes e melhorar a qualidade de vida dos habitantes. Queremos ser o *delivery* de tudo em minutos e oferecer uma solução para nossos usuários que vivem em cidades congestionadas, com pouca mobilidade, que valorizam seu tempo e que buscam permanentemente melhorar sua qualidade de vida. As cidades que estamos foram escolhidas com isso em mente, e pretendemos expandir para a maioria das capitais e grandes cidades brasileiras. ■

