

DemoDay: momento decisivo para startups apresentarem seus modelos de negócio

Eventos voltados para novos empreendedores abrem espaço para “pitches” e reúnem os principais investidores do país em busca de inovações no mercado

01/09/2016 09:35:37

Um dia dedicado a demonstrar o quão inovador e interessante é o empreendimento em que se está investindo. No universo das startups, a chance de “reclamar seu lugar ao sol” está em eventos conhecidos como “Demo Days” - ou “Demo Week”, organizados por empresas aceleradoras que atuam justamente no auxílio a novos empresários e seus respectivos negócios. Além da infraestrutura, treinamento prévio para melhoria da apresentação e orientações sobre como aproveitar ao máximo a oportunidade de “competir” com outras startups, a programação também conta com a presença de investidores que procuram inovações no mercado. É neste contexto que a criatividade atrelada à capacidade técnica/profissional permite o primeiro grande passo para, de fato, para o desenvolvimento autônomo da própria empresa.

A participação das startups no evento fica a critério da aceleradora que poderá, por exemplo, avaliar quais negócios estão amadurecidos o bastante para serem apresentados. Há, também, uma curadoria relativa aos tipos de serviços criados e sua conexão com os investidores convidados. Tudo para que haja coerência e sinergia entre ambos os lados. Uma vez definidas as participantes, começa a “corrida” para elaborar a melhor apresentação no menor período de tempo possível - inclusive para mostrá-la aos investidores. Este processo é conhecido como “pitch”, ou “apresentação-relâmpago”.

O DINO - Divulgador de Notícias - é um exemplo de empresa que já participou deste tipo de evento e apresentou seu pitch para investidores. Entre os muitos aspectos que devem ser enfatizados durante a fala está a “tração”. Ao abordá-la, o empreendedor compartilha as conquistas da startup em números - quantidade de clientes e assinaturas, faturamento, projeções entre outros. “Neste final de agosto, o DINO terá como destaque no quesito tração o faturamento crescente da empresa e as perspectivas para o fechamento do ano”, explica Rodrigo Azevedo, CEO da startup, que também prevê uma receita três vezes maior do que a obtida em 2015.

Cada pitch deve ser elaborado levando em consideração os diferentes perfis de investidor (“anjo”, “seed” etc.) e o que buscam, de fato. Por este motivo, a versatilidade da visão que se tem sobre o

próprio negócio é fundamental. Em outras palavras, deve-se saber apresentar o mesmo produto de diversas formas. Os empreendedores precisam ensaiar muitas vezes antes do Demo Day, buscar opiniões de outras pessoas no intuito de saber se o conteúdo passado está inteligível, conhecer concorrentes diretos ou indiretos, ter um amplo conhecimento sobre o mercado que atuam e, entre outros itens, mostrar alguma versão de teste do produto/serviço para apontar falhas descobertas e, de preferência, superadas.

Competição em que todos ganham

O clima durante os Demo Days tende a ser agitado e, conseqüentemente, de grande competição. Mas não se trata de uma disputa que pressuponha derrotados. Pelo contrário: é justamente na tentativa de atingir os melhores resultados durante o evento que as startups elevam o nível de suas apresentações e aprendem umas com as outras a como apresentar modelos de negócios bem estruturados. Além da oportunidade de expandir o networking, há um evidente senso colaborativo que contribuiu para o próprio crescimento do mercado.

No Brasil, a aceleradora Wayra - do grupo espanhol Telefônica - realiza sua Demo Week na última semana de agosto e organiza as startups participantes de acordo com as características dos investidores. Na edição deste ano, o DINO também estará presente demonstrando aos investidores suas metas alcançadas e objetivos futuros. Aos empreendedores interessados em mais informações sobre o evento e a aceleradora, basta acessar o site oficial da Wayra e acompanhar as novidades.