

Startups revolucionam a América Latina com criatividade e inovação

A América Latina tem demonstrado ser um centro de criatividade e inovação, uma nova geração de empreendedores cria startups de nível mundial e atrai capitais globais à região.

18/08/2016 12:06:27

A América Latina é uma região em movimento, que tem demonstrado sua capacidade para gerar empresas inovadoras. O desenvolvimento de startups está agitando e acordando esta zona do planeta que está cada vez mais atraente para os capitais do mundo todo, em busca de novos e criativos talentos.

De acordo com o Latam Accelerator Report 2015, elaborado por Gust y Fundacity, que são aceleradoras e clubes de investimentos, em 2015 na América Latina, foi investido um total de US\$ 31.563.841 em 1.333 startups por 62 aceleradoras. Com Chile, Brasil, Uruguai, México e Argentina à frente.

Aceleradoras de startups de várias partes do mundo não param de chegar à região, ocupando espaços de financiamento, assessoramento e vinculação que a estrutura local de cada país ainda não oferece. É o caso, para mencionar algumas das mais destacadas, da Wayra, que conta com a maior cobertura de ação na região, atuando na Colômbia, no México, na Argentina, na Venezuela, no Peru, no Equador, no Brasil e no Chile. Mexican V.C. e 500 startups são importantes no México, Nxtplabs é pioneira na Argentina, Sociolatom Ventures Accelerator na Colômbia, e também 21212 é um ícone no Brasil.

O Chile se destaca como um caso de sucesso na região, com a única iniciativa que parte do governo; a Startup-Chile começou em 2010 e em apenas 5 anos, o programa já apoiou a criação de mais de 1.000 startups com um unicórnio (startup que vale mais de 1 bilhão de dólares) e quatro centauros (que valem entre 100 milhões e 1 bilhão de dólares). Seu sucesso aconteceu em tão pouco tempo que o modelo foi replicado no Brasil.

O Google inaugurou, em junho em São Paulo, seu sexto centro para startups de nível mundial. As grandes empresas de tecnologia, como Microsoft e SAP, também se deram conta da importância desta fonte de talento para enriquecer seus processos de inovação ou o uso de suas plataformas, e estão impulsionando seus projetos particulares de busca e filtro com grandes eventos que atraem a comunidade de novos empreendedores.

É o caso da startup mexicana Kichink, que foi premiada pelo Google como a mais inovadora no evento para investidores DemoDay 2015. Essa startup permite criar uma plataforma de venda online em poucas horas, incluindo também serviços de logística, pagamento e gestão de fraude. O Google não se enganou e a Kichink já é um sucesso, com mais de 50.000 lojas online no México que acreditaram na sua ideia, além de grandes marcas como Avon ou a marca de sapatos Mitu. Em 2016, planejam operar na Colômbia, no Chile e nos Estados Unidos.

Less, outra startup selecionada pelo projeto RETINA, o fórum iberoamericano tecnológico do EL PAÍS (renomado jornal espanhol), mostrou um produto disruptivo para a logística de mercadorias com um sistema de telemetria industrial, baseado na Internet das Coisas, que inclui sensores que podem ir dentro dos containers. Já conta com clientes como a Telefónica, na Argentina e no Chile.

A receita de sucesso dessas startups que realmente fazem uma diferença está na sua visão, no uso da tecnologia, mas, acima de tudo, no seu modelo de negócio disruptivo. Na disrupção digital, não há inimigo pequeno, pelo contrário, são mais rápidos e flexíveis.

Tentam melhorar seu ambiente: mentes desafiadoras, confiam em sua inteligência e vontade de melhorar seu ambiente. Muitas focam em resolver problemas pontuais e conseguem ser rapidamente valorizadas pelos usuários da região. É o caso do auge das plataformas para melhoria do acesso ao crédito e outros serviços financeiros, ou temas críticos como educação e serviços médicos.

Conhecem sua região como ninguém: partem de uma mente analítica e prática, mas também identificam barreiras locais que tenham experimentado, por exemplo, acesso a meios de pagamento, a confiança, a segurança, altos custos de serviços ou serviço ao cliente.

Modelos mais cooperativos: “ganhamos quando os usuários ganham”, evitam ser vistos como uma despesa ou um problema, propõem esquemas mais cooperativos baseados em comissões ou o uso de estratégias de gamificação que premiam seus usuários. Sociedades que evoluem para esquemas mais colaborativos.

A ênfase está no serviço ao cliente: a qualidade do atendimento é parte do modelo de negócio e se constrói como uma forma de comunicação que visa criar relações. Este novo modelo se apoia em dois pilares: a comunicação imediata e constante através de qualquer canal, e o autoatendimento, empoderando os usuários para que possam resolver sozinhos quaisquer necessidades, aplicações móveis, vídeos ou chats já são ferramentas imprescindíveis.

Lealdade, tesouro precioso: construir relações é a alma do negócio, valoriza a experiência do cliente e constrói estruturas de lealdade. Implementam estratégias para premiar esta lealdade, que rende

frutos rapidamente, contribuindo com opiniões ou participando de fóruns de serviço.

Fortalecer a equipe de trabalho: crescem a partir de pequenas equipes e conseguem recrutar pessoas preparadas, com dois elementos-chave: um ambiente de trabalho rico, com possibilidade de trabalho remoto, e o uso da tecnologia de otimização de força de trabalho do centro de contato.

Por Asier Bollar, diretor de marketing da Aspect Software na América Latina
<http://www.aspect.com/pt> , <https://www.facebook.com/AspectBrasil/?fref=ts>