

## As Startups e o Agronegócio I

*Matheus Alberto Cònsoli*

Nos últimos dois anos comecei a ter mais contato com o negócio startup. Vejam que desde o início da conversa considero isso um negócio. Segundo um conceito que li, *“uma startup é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza”* (Exame, 03/Fev/2016 - Yuri Gitahy).

Em geral os startups se desenvolveram para gerarem novos modelos de negócios, principalmente relacionados à tecnologia de informação. Hoje pode-se facilmente encontrar startups de novos produtos, tecnologias, serviços (principalmente relacionados à informação e economia compartilhada) com ou sem modelos de negócio de fato inovadores, apesar de terem algo a oferecer que sejam inovadores. O agronegócio, por sua pujança e crescimento chamou atenção desses empreendedores, bem como investidores públicos e privados, fundos de investimentos, indústrias estabelecidas, pesquisadores, acadêmicos, inventores, produtor etc. A grande maioria dessas empresas tem como objetivos de difundir tecnologias e melhorar o desempenho da produção agrícola.

Ressalto que não sou especialista em startups, mas dada a experiência profissional e acadêmica de mais de 15 anos me arrisco a tecer alguns comentários e a “classificar” esses novos negócios.

Inicialmente, tenho uma visão bem pragmática sobre as intenções do “grupo de pessoas” envolvidos nos startups. Há de fato, na minha singela visão, um conjunto de pessoas interessadas em criar alguma tecnologia e solução inovadora, se envolvendo na concepção, desenvolvimento, lapidação, lançamento e gestão desses potenciais negócios, com objetivo de ganhar escala e naturalmente dinheiro com a operação do negócio. Há, entretanto, outros grupos, eventualmente até mais inovadores e visionários, mas cujo objetivo é criar e desenvolver a ideia, mostrar seu potencial valor “se” ele tiver sucesso e então vender a ideia para alguém colocar em prática. Ambos os grupos podem ou não atrair interessados e investidores e em geral sempre há pessoas ou empresas procurando por negócios dessa natureza.

Com base nisso, passei a observar alguns tipos de startups, independente dos objetivos dos seus idealizadores citados acima. Naturalmente minha visão reflete uma opinião e pode ter um viés das empresas e pessoas com quem tenho tido contato sobre esse assunto. Esse é um viés da minha experiência no agronegócio, mas eventualmente sirva para outros setores também.

Ressalto que em alguns casos parece até que há uma batalha entre os startups e as empresas “estabelecidas”. Pode ser que alguns desses startups desenvolvam de fato soluções e/ou modelos de negócios destrutivos e inovadores. Mas nada impede, na minha opinião, que os startups andem de mãos dadas com outras empresas e negócios já estabelecidos. Digo isso pois certa vez em uma conversa com um empreendedor comentei da possibilidade de uma parceria de negócios com uma outra empresa já tradicional. A resposta: - “não quero nada com isso que está aí hoje...meu negócio tem que ser totalmente novo e independente”. Respeito a opinião dele, mas me parece que ele perdeu uma oportunidade! Não é hora para radicalismo de negócios na minha opinião.

Nos próximos artigos retomo esse tema procurando identificar, se assim posso dizer, alguns “tipos de startups”, seus desafios e algumas oportunidades de negócios.

## Sobre o autor:



**Matheus Albeto C&osol;nsoli**

E-mail: [consoli@markestrat.org](mailto:consoli@markestrat.org)

Especialista em Estrat&eacute;gias de Neg&ocedil;cios, Gest&ao de Cadeias de Suprimentos, Distribui&ccedil;o e Marketing, Vendas e Avalia&ccedil;o de Investimentos. Doutor pela EESC/USP. Mestre em Administra&ccedil;o pela FEA/USP. Administrador de Empresas pela FEA-RP/USP. Professor de MBA's na FUNDACE, FIA, FAAP, PECEGE/ESALQ, entre outros.

