

Valide a ideia da sua startup antes de criar qualquer coisa

Um [estudo da aceleradora Startup Farm](#), feito entre os projetos participantes do programa entre 2011 e 2016, revelou que 74% das startups brasileiras fecham após cinco anos, enquanto 67% encerram suas atividades entre dois a cinco anos de funcionamento.

A principal razão para essa taxa alta de mortalidade é a falta de interesse do mercado. Muitos empreendedores se jogam no projeto levando apenas a sua paixão por ele e esquecem de garantir que os consumidores também se apaixonem.

O caminho ideal para evitar que isso aconteça é: identificar o problema, traçar soluções, validar e só então lançar o MVP. Ao pular a parte de validação, você corre o risco de lançar algo que ninguém quer comprar.

Porque empreendedores não validam a ideia

Um dos principais motivos pelos quais empreendedores caem nessa cilada é a vontade de ter todos os passos do projeto sob seu controle.

Validar significa entrar em contato com os consumidores e, realmente, a resposta que eles oferecem nem sempre é satisfatória. Entretanto, nesse momento, as críticas precisam ser levadas a sério.

Existe também muita ansiedade para colocar o projeto na rua logo. Por isso, empreendedores querem fazer tudo sozinhos para ver as coisas acontecerem mais rápido. Começam a codificar e desenhar layouts e esquecem de olhar para a solução sob a perspectiva do cliente.

Se esse é seu caso, pare o que está fazendo e respire. Comece a pensar em formas de validar a sua ideia para não lançar uma startup que ninguém precisa.

5 passos antes do MVP

Nem sempre é fácil definir o que fazer para validar a sua startup. Alguns passos podem ajudar a decidir por onde caminhar antes de lançar o seu MVP:

Consuma do concorrente

Se houver algum concorrente com um produto parecido ou que ofereça uma solução para o mesmo problema, use o produto dele religiosamente. Investigue cada aspecto, falhas, pontos fortes e o que mais puder. Fazer isso é importante para tatear o mercado.

Pesquise tudo sobre o seu mercado

Além da pesquisa entre os concorrentes, procure se aprofundar em outros aspectos do produto que pretende lançar. Se você está pensando em criar uma startup de moda, entenda tudo sobre os produtos do seu nicho. Se for [e-commerce](#), pesquise e teste o serviço de grandes e-commerces.

Grupos focais

Uma ótima maneira de saber o que as pessoas acham sobre o seu produto é fazendo grupos focais. Neles, você tem a possibilidade de falar com seu potencial consumidor e tem chance de saber se ele pagaria pela solução que você vai oferecer e quanto.

Pesquisa de mercado

Depois dos grupos focais, com os resultados em mãos, formule perguntas para aplicar em uma pesquisa. Procure não formular perguntas que investiguem a opinião direta sobre a solução, prefira as que confirmem hipóteses sobre a necessidade daquilo.

Protótipo

Agora que você já tem algumas respostas sobre suas hipóteses, faça um protótipo e teste informalmente com alguns potenciais consumidores. Tente não se preocupar com as conquistas, como:

“lançou o MVP, criou o website”. Foque nas métricas. Elas vão dizer se você está no caminho certo.

Livros que podem te salvar

Para se preparar antes de começar a sua startup, procure ler bastante. Autores dos mais diversos *backgrounds* têm muito a oferecer e você não pode deixar passar nenhum ensinamento deles – seu concorrente pode estar seguindo tudo à risca.

[De Zero a Um](#)

[De Zero a Um](#) – Peter Thiel e Blake Masters

Peter Thiel fundou o Paypal e foi um dos primeiros investidores do Facebook. Ele é um dos bilionários mais respeitados do Vale do Silício e realmente tem muito o que ensinar.

No livro De Zero a Um ele mostra uma visão única sobre como montar uma startup. Blake Masters, seu aluno responsável por documentar tudo, colocou no livro ensinamentos únicos sobre a filosofia de vida de Peter e sua forma original de fazer as coisas.

O principal momento do livro diz que uma startup deve começar indo de 0 a 1 e não de 1 a n. Ele explica a diferença entre progresso horizontal e vertical. O horizontal significa expandir inovações existentes e melhorar esses conceitos – como os aplicativos que surgiram depois do Uber com ideias parecidas, por exemplo.

Já o vertical vem de criar algo que não existia, abrindo oportunidades nunca vistas em algum mercado – como o surgimento do próprio Uber. Ir de 1 a n é progresso horizontal, enquanto ir de 0 a 1 é vertical.

Peter explica que é inútil tentar se preparar para o futuro, simplesmente porque existem muitas opções e cenários possíveis. Isso vai contra a tendência dos empreendedores de ter controle sobre os resultados de seu projeto, mas é a verdade.

Outro ponto que você precisa ter em mente é conhecer seu mercado a fundo. Peter conta que os alunos na Universidade de

Stanford, onde dá aula, tinham o costume de se matricular em atividades extra curriculares diversificadas para terem um currículo amplo.

Segundo ele, essa prática depõe contra você. O melhor é gastar a sua energia para dominar um assunto a fundo, conhecendo tudo o que puder sobre aquilo.

É a mesma história com a sua validação: você tem que saber tudo sobre aquele mercado e aquele tipo de produto para ter mais garantia de sucesso.

Peter também aborda outros assuntos, como focar em criar algo que não pode ser copiado, que monopólios não são necessariamente coisas ruins e sobre como criar uma startup é um investimento de anos da sua vida.

[Empresas Feitas Para Vencer](#)

[Empresas Feitas Para Vencer](#) – Jim Collins

Outra obra que pode ajudar a começar uma startup com o mindset correto é a de Jim Collins. Ele baseou todos os ensinamentos em pesquisas com algumas empresas que são incríveis e outras nem tanto.

Seu trabalho investigou porque umas se destacam, desafiando a lógica e mantendo-se excelentes por muito tempo.

Uma das conclusões a que ele chegou é que as organizações incríveis podem ter começado medíocres ou não – o que elas fizeram de diferente foi aceitar sua condição e trabalhar em cima daquilo.

Quando as coisas não vão bem, o que você precisa fazer é traçar planos de ação para resolver os problemas. Não faz muito bem seguir em frente como se nada tivesse acontecido esperando que o cenário mude sozinho.

Descubra porque algo não está dando certo e trabalhe no que pode ser melhorado ou mudado.

Jim tem outro livro que segue uma linha parecida, o [Feitas Para Durar](#). Também baseado em uma pesquisa, dessa vez ele focou mais nos aspectos da gestão de organizações excepcionais.

Bill Aulet, escritor do livro [Disciplined Entrepreneurship](#), diz que é impossível construir um produto bom sem ter um

consumidor muito bem definido. E você não pode criar o produto perfeito para seu cliente se ficar agarrado à ideia de um protótipo que não interessa a ninguém. Então, engula seu orgulho e abra a cabeça.

O que achou do post? Se gostou, não deixe de comentar e compartilhar com seus amigos. O 12Minutos tem mais livros que podem fazer toda a diferença na construção do seu projeto, [acesse aqui](#) e conte para nós o que achou!