Financiamento é desafio para startups

Enquanto algumas empresas de tecnologia buscam investimento rápido, outras preferem usar capital próprio e se manter no controle

Ian Mount
THE NEW YORK TIMES

Roman Stanek e Robert J. Moore tinham o mesmo sonho. Observando empresas que coletavam dados sobre transações na web de clientes, os dois empreendedores concluíram que existia um amplo mercado para ajudar essas empresas a determinar quem eram seus clientes e qual seria a melhor maneira de chegar até eles.

Mas, embora Stanek e Moore buscassem mais ou menos o mesmo mercado, mais ou menos ao mesmo tempo, eles se distinguiram em um ponto fundamental: como financiar o sonho. Um deles levantou rapidamente mais de US$ 50 milhões de investidores, enquanto o outro utilizou basicamente capital próprio, o que permite avaliar o que o capital de risco pode representar para uma nova empresa.

Quando Roman Stanek fundou a GoodData em 2007, já tinha grande experiência com capital de risco. Ele vendera uma companhia de software, a NetBeans, para a Sun Microsystems em 1999 por pouco mais de US$ 10 milhões. E em 2006, vendera a Systinet, empresa de serviços online por US$ 105 milhões.

Depois de financiar, no primeiro ano, o desenvolvimento de software da GoodData com centenas de milhares de dólares com a venda da Systinet, Stanek começou a procurar investidores. Finalmente, ele captou US$ 53,5 milhões de empresas como O'Reilly AlphaTech Ventures e Andreessen Horowitz. "Passamos três anos criando um produto e ainda estamos às voltas com grandes projetos", disse Stanek. "De início, é preciso fazer um investimento considerável, e depois quando o negócio está engrenado, a coisa se torna meio previsível. Portanto, se nós quiséssemos criar uma grande empresa dominante, não teríamos escolha."

● Dilema

Enquanto o investimento rápido pode ajudar uma startup de tecnologia a crescer com mais velocidade, os donos acabam abrindo mão de uma grande parte da empresa

Por outro lado, antes de começar a RJMetrics, os cofundadores Robert Moore e Jake Stein trabalharam como analistas numa empresa investimentos de Nova York, onde conheceram empresários que fundaram empresas lucrativas sem muito capital e adiaram a captação de recursos ao máximo. "O que acontece nessa situação é que eles se dão extremamente bem", disse Moore.

JESSICA KOURKOUNIS/NYT

Nas mãos. Robert Moore preferiu usar capital próprio

Quando eles fundaram a RJMetricas no final de 2008, Moore e Stein investiram US$ 10 mil do próprio bolso. Moore fez a primeira versão do software em seu sótão. Só contrataram o primeiro funcionário em 2010, e mudaram-se para um escritório na Filadélfia, onde os custos são muito inferiores aos de em Nova York ou São Francisco.

Quando captaram o primeiro investimento, no início de 2012, tinham 100 clientes e um faturamento anual de US$ 1 milhão. "Isto nos colocava numa excelente posição para eventuais negociações, porque tínhamos uma experiência comprovada que outras empresas no mesmo estágio não tinham", disse Moore. Eles levantaram US$ 1,2 milhão, quase todo o valor com clientes da RJMetrics.

As duas abordagens criaram companhias muito diferentes. Os primeiros clientes da RJMetrics apareceram nos três primeiros meses. Para aumentar o faturamento, ela teve de usar toda a capacidade de persuasão, porque não dispunha de uma equipe de vendas. Mas o fato de não contar com a ajuda de ninguém, permitiu que os fundadores preservassem uma boa parte do patrimônio da empresa e evitassem exigências em excesso de investidores externos.

No fim, é uma questão entre manter o capital ou vendê-lo em troca de crescimento. Moore afirma que os fundadores e funcionários da RJMetrics continuam proprietários de mais de 80% da empresa, mesmo depois do investimento inicial. Isso significa que, ele diz, se a empresa for vendida por, digamos, US$ 50 milhões, os fundadores estariam com a vida ganha.

Se a GoodData fosse vendida por US$ 50 milhões, seria um desastre. "O retorno para alguém que detém 5% de uma empresa vendida por US$ 100 milhões e para alguém que detém 50% de outra vendida por US$ 10 milhões é o mesmo", disse Moore. "E mais empresas são vendidas por US$ 10 milhões do que por US$ 100 milhões."

Stanek, da GoodData, diz que as altas expectativas da empresa valem a pena porque ele e seus investidores acreditam que o valor da empresa seja de pelo menos US$ 1 bilhão. "Não sou mais o acionista majoritário, mas tenho o suficiente para continuar interessado", diz./

TRADUÇÃO ANNA CAPOVILLA

Anúncio

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 22 jun. 2013, Economia & Negócios, p. B22.