

## ***Market inside Market***



GLÁUCIO BRANDÃO

Já que estamos em tempos de estrangeirismo: *startup, stakeholders, shallow, crossfit, hub, advisor, mindset, venture capital, elevator pitch, burn rate, workflow, break even, low carb, unicorn, digital detox, pivot, meetup, brainstorming, hard and soft skill* etc. etc. etc, vou criar meu próprio termo pra ver se cola e, sendo assim, entrar para o panteão daqueles que ficaram para a história da administração ou do empreendedorismo por causa de uma palavra. Melhor: vou criar uma expressão e ficar mais famoso ainda. Que tal *Market inside Market™*? (acho que inventei esta expressão?).

Stand up comedy à parte, escrevi em inglês pra chamar a atenção, não para a expressão em si, mas para o modismo que toma conta das pessoas quando alguém, ou algo, alcança um sucesso inesperado e faz com que uma horda de incautos sigam a glória sem perscrutar o que está por baixo disso. “E não é só isso”, como ouviríamos em comercial da Polishop: acham ser este o único caminho!

Como há 17 anos tenho dedicado minha carreira ao empreendedorismo universitário e, entre outras coisas, ajudado a criar as cinco incubadoras da UFRN, vejo entristecido o declínio das incubadoras públicas como geradoras de valor *quidem* para o nosso ecossistema. Antes, talvez por uma demanda reprimida, orientavam com sucesso os empreendedores que lá adentravam. O aquecimento mundial dos Mercados de novas empresas (não o nosso) devido aos empreendimentos de alto impacto (tecnológicos, sociais, ecológicos, edutech, govtech, fintech etc.), acesso fácil a tecnologias, fez crescer número de universidades que abriram os olhos e apostaram no Mercado como fonte primária de inovação e, assim fazendo, se associaram a ele. A consequência desse “boom” empreendedor fez com que se multiplicassem as fontes de conhecimento, o acesso ao mercado de startups, investidores etc., provocando na incubadora pública - a qual ainda mantém, incrivelmente, seu formato de administração convencional - uma diminuição de sua importância como ente forjador do empreendedorismo, ao ponto de ter sua utilidade questionada.

Assim, depois de apontar a não compreensão da academia em [Inovação: conceito que a Universidade não compreendeu ainda](#) e mostrar que nossas incubadoras não estão bem na fita por ignorarem indicadores que interessam de fato ao mercado das startups em [Incubadoras universitárias: indo na contramão](#), já que desconheço incubadora de universidade pública superavitária, venho dar uma trégua, pois considero inconsequente,

leviano e hipócrita o comportamento de oposições que batem e não oferecem minimamente uma opção de caminho. Não é meu estilo!

Assim, apontarei neste artigo alguns pontos que rondam o ente em questão. São apenas conselhos que eu, como gerente executivo da inPACTA e professor universitário, tenho produzido e tomado na apresentação de pílula vermelha, sem moderação, e repassando aqui “0800”, mesmo que a *vibe* empreendedora grite que “se conselho fosse bom era vendido” (rsrsrs). Posso passar minha conta bancária também!

Começemos então com uma análise bem FOFA: uma Fraqueza, uma Oportunidade, uma Força e uma Ameaça que ronda o berçário, para não virar um diagnóstico da Consultoria PwC, uma das maiores do mundo. Depois darei um encaminhamento e revelarei o que estamos tramando.

### **Ponto Fraco. A formação incompleta do *staff* das Incubadoras Acadêmicas**

A Universidade, como fiel guardadora das metodologias científicas, tem de servir à sociedade utilizando este ferramental. O Mercado também faz parte da sociedade. Então, a forma mais eficiente de compreender esse cliente, que absorverá a maioria de nossos egressos, é bem simples: ouvi-lo! E a melhor maneira de fazer isso, em minha visão, é ter um componente especializado no assunto compondo a equipe que gerencia a incubadora! Pergunto-vos: quantos incubadoras possuem em seus quadros empresários antenados que opinem em suas estratégias, táticas, diretrizes, planos? A resposta: temos apenas acadêmicos! O que nós (aqui me incluo) entendemos profundamente de Mercado, já que temos dedicação exclusiva?

### **Ponto Forte. O conhecimento científico do *staff* das Incubadoras Acadêmicas**

Por outro lado - toda coluna Empreendedorismo Inovador da Nossa Ciência é uma prova disto - já mostrei aqui diversas vezes que as startups são eventos científicos. Ora pela analogia científica estrita: observação, hipóteses, experimentação e generalização, ora por seu dual empreendedor: observação (idem), teste de conceitos (hipóteses), validação e verificação (experimentação) e escala (generalização). Ou seja: levando a máxima do movimento *lean startup* à risca “errar rápido para ter sucesso cedo”, nós, acadêmicos e servidores públicos temos esta vantagem, a de sermos peritos em procedimentos experimentais e podermos errar sem ter à sombra de um aviso prévia à porta. Ou seja: temos esta força, uma excelente vantagem competitiva. Não sei porque não a usamos?

### **Ameaça. A extinção.**

Mais de 90% do ensino superior está com o entes privados. As incubadoras/aceleradoras privadas (Ace, Artemisia, CUBO-Itaú, CESAR-Labs, para citar algumas) respondem rápido ao Mercado e, pasmem: [estudantes egressos das universidades são os responsáveis pela geração da maioria das startups aqui no Brasil](#). Ao juntar-se a maior eficiência das universidades privadas (falo aqui na velocidade de posicionamento dos egressos no Mercado; não faço juízo de valor sobre qualidade ou outros requisitos) e o *pull up* requerido

pelas aceleradoras, em breve teremos a maioria (se é que já não são?) de startups brasileiras formadas por egressos das escolas privadas. Se nosso plantel incubador não adquirir “rapidinho” esse *know-how* ágil das irmãs privadas, só vai dar Darwin: *Extinção! Hasta la vista, baby!*

### **Oportunidade. O Empreendedorismo que dura é aquele baseado em conhecimento**

Stanford, Harvard, MIT, só para ficar nessas três, geram a base científica do Silicon Valley, que, se fosse arrancado do EUA e virasse um país, seria a [quinta maior economia do mundo](#), ultrapassando, inclusive, o Brasil. Citando um exemplo nordestino, a UFPE gerou o CESAR, responsável pela gênese do Porto Digital.

Ou seja: a universidade tem de contribuir DIRETAMENTE para aquela seção do Lean Canvas, a “vantagem matadora”, da qual só ela detém a batuta! A maior empresa do Mundo de 2030, segunda 10 entre 10 futurólogos sérios, será uma empresa que tem por proposta de valor a capacitação. Ou seja: o Mercado exige conhecimento metodológico aprimorado para ser competitivo. Somos especialistas nisso. Essa é a grande oportunidade da incubadora: atuar com EGGubator, unidade geradora de “ovos”, “sementes” de empreendedorismo inovador, atuando como um ente especializado em transformar teoria em prática. A parte *hard* da teoria deve ficar com a Academia. A Validação do negócio - aqui entendido como solução para a sociedade em qualquer área, seja tecnológica, social, ambiental, cultural etc. - fica para o Mercado.

### **O Mercado tem de ser feito no Mercado: *Market inside Market*™**

Ok, GBB-San: Pintaste o *Black Mirror*! Qual é o conselho então?

Há muito venho aprendendo com a labuta. E o que venho percebido é óbvio: não adianta ensinar o mancebo, ou a donzela, a nadar na piscina e depois lançar o desavisado ao mar. Outra coisa que pode-se afirmar sobre uma incubadora pública é que as taxas cobradas para a incubação não cobrem nem a energia elétrica dos respectivos prédios. Ou seja: como cobrar por VPL, *break even*, *payback* e coisas do gênero se o próprio berçário não se mostra sustentável? O dever de casa, não teria que ser respondido corretamente antes de ser ensinado?

Observando isso, estamos pivotando o formato de incubação da inPACTA para um modelo *a la Effectuation*, pois o [Canvas deu errado](#).

Nesse novo modelo, não trabalharemos mais com incubação convencional, mas com detecção de negócios e composição de equipes, utilizando ao máximo as tecnologias disponíveis, as redes de comunicação e a Universidade. Administraremos todos os projetos a distância com validação *in loco*, prevendo a redução do custo para a universidade a um centésimo do atual. Pensamos que as chances de sucesso são maiores, pois o empreendedor terá de desenvolver seu negócio no próprio Mercado. Projetos nascidos “na rua” só sobreviverão se forem “batizados pela rua”. Não haverá ilusão subsidiada por estruturas burocráticas. Simples assim. A esta metodologia que estamos desenvolvendo

(ainda é segredo, e já escrevi demais...) e que em breve será validada, damos o nome de *Market inside Market™*. Vai ser divertido testar isso!



**É necessário mostrar ao aspirante a empreendedor o que o espera!**

**Fechando...**

Respondendo à questão colocada como ameaça se “**As incubadoras são necessárias?**”, diria que a resposta é condicional. **Não**, se mantiverem esse formato de administração convencional. **Sim**, se *adequarem sua forma de operação à realidade do mar do Mercado, e não à piscina de suas ilusões!* Menos Idalberto Chiavenato e mais Eric Ries, se é que me entendem!

De um modo amplo e contundente, posso dizer que ou o processo de incubação convencional muda ou continuará frustrando os candidatos interessados ao sistema e, na sequência, caindo no descrédito, causando prejuízo a ambos os lados. A manter esse andor, o ato final desse ente autárquico será, obviamente, a morte! E não está longe.

Já que nós, incubadoras, estamos em baixa, aproveitemos o momento para a auto-inovação, uma vez que pregamos tanto isso.

O site ainda está meio capenga, pois foi feito por mim na pressa de registrar o domínio. Assim, quem tiver curiosidade sobre o que estamos aprontando, é só dar uma olhadinha na [IncaaS](#).