

Na crise, investimento em marca some e leva chance de boas captações

O ano tem sido desafiador para a caixa das startups. Com menos rodadas de investimento para as grandes e maior necessidade de provar sustentabilidade para as pequenas, a expectativa é de que o mercado de inovação passe a adotar uma postura mais cautelosa e preventiva, pela necessidade de redução de custos

Silas Colombo (*)

Nessas situações, empreendedores acabam dando um famoso e histórico tiro no pé: secar o investimento em marca.

Com isso, o investimento em branding, reputação e credibilização fica em segundo plano, e a prioridade se torna vender, vender e vender e, ao mesmo tempo, enxugar para fazer o dinheiro durar até o cenário ficar mais favorável para uma nova captação.

Essa solução, historicamente (e aprendida a duras penas no início da pandemia) gera alguns cenários: aumento do custo de aquisição via marketing digital, uma vez que o mercado é inundado pelos concorrentes fazendo o mesmo, o que leva todos para uma briga por preço; diminuição das taxas de retenção, já

que todo cliente pagante é bem-vindo e não necessariamente é ICP (perfil ideal de cliente), que ainda saem falando mal da empresa, por motivos óbvios; e uma dura batalha por equilíbrio entre crescimento e operação, com maior dificuldade nas contratações estratégicas.

Não fossem o bastante, esses cenários, mesmo acobertados por um controle das contas momentâneo e um crescimento de receitas a curto prazo, mascaram duas sequelas ainda mais danosas para o futuro da startup, percebidas quando chega o momento de voltar às conversas com investidores: negociações baseadas apenas em performance financeira que derrubam drasticamente o valuation e uma dificuldade enorme de provar a capacidade de crescimento exponencial do negócio sem uma quei-



Em períodos de incertezas de mercado ou crise política, a reputação da marca representa cerca de 52% do valuation da empresa.

ma dramática dos novos aportes.

Esses desafios são causados pela escolha precoce de interromper o investimento em marca. Para se ter uma ideia, a mais recente pesquisa da AMO Strategic Advisors revelou que a reputação da marca representa cerca de 43% do valuation da empresa.

O mesmo estudo ainda aponta que, em períodos de incertezas de mercado ou crise política/econômica, esse valor chega a até 52%.

Isso acontece uma vez que, durante a avaliação do preço de uma empresa de inovação, a capacidade de criar, educar e atingir o mercado consumidor é observada no futuro, ou seja,

mesmo com as planilhas impecáveis, ainda falta a demonstração de que o público-alvo realmente vai abraçar a ideia, e a empresa terá a capacidade de liderar ou participar de um movimento de expansão desse novo mercado.

Outro ponto importante destacado no estudo é que 77% dos profissionais no Brasil buscam trabalhar em empresas que constroem e nutrem uma reputação positiva.

Dessa forma, quando o novo processo de escala e captação vier, os melhores profissionais estarão engajados ou até mesmo indo trabalhar com os concorrentes que fortaleceram suas marcas.

Sem contar ainda o óbvio (mas nem tanto para grande parte dos novos empreendedores) que, sumir do dia a dia dos seus consumidores e reaparecer só quando a

tormenta passar deixa um estigma na relação. Para 92% dos brasileiros, marcas que não se posicionaram ao longo da pandemia ou divulgaram ações de impacto social ou mesmo de novos produtos e funcionalidades que auxiliavam nos momentos de readaptação, poderiam simplesmente sumir do mercado sem deixar saudades.

É natural economizar para enfrentar o inverno com mais gordura para queimar, mas, nesses casos, não é inteligente abrir mão do que vai te fazer acelerar quando o oceano azul se abrir novamente, deixando a ferramenta apenas para os concorrentes mais experientes, que vão sair na frente na retomada e gerar uma nova crise para a sua empresa enfrentar.

(*) - É fundador e CCO da Motim, primeira aceleradora de reputação do mundo (https://motim.cc/).

Financial statement for EAI CLUBE AUTOMOBILISTA S/A. Includes sections for Balanço Patrimonial, Demonstração dos Fluxos de Caixa, Demonstração do Resultado, Demonstração dos Resultados, and Notas Explicativas.

Compras: como manter um estoque abastecido sem desperdício. Article discussing inventory management, costs, and efficiency in a business context.

BANCO BMG S.A. - ATA DA REUNIÃO ORDINÁRIA DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO REALIZADA EM 30 DE JUNHO DE 2022. Includes agenda items and meeting minutes.

BANCO BMG S.A. - ATA DA REUNIÃO ORDINÁRIA DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO REALIZADA EM 26 DE MAIO DE 2022. Includes agenda items and meeting minutes.

Edital de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1065207-90.2018.8.26.0100. O Dr. Fabio Coimbra, Juiz de Direito da 6ªVC do Foro da Capital.

Edital de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1002081-04.2020.8.26.0001. A Dr.ª Simone de Figueiredo Rocha Soares, Juza de Direito da 8ªVC do Foro Regional de Santana S/P.

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/8AC0-E32C-1DEF-6D0E> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 8AC0-E32C-1DEF-6D0E



Hash do Documento

263736F0B1A56FDE544CEDCC5FAA61614C7F6E5ECB2D22A7E5EBAD14AF3A1D2C

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 08/08/2022 é(são) :

Jornal Empresas & Negócios Ltda - 008.007.358-11 em 08/08/2022 20:19 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Mon Aug 08 2022 20:19:16 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.493806 Longitude: -46.7235171 Accuracy: 22.702

IP 177.139.95.220

Hash Evidências:

C9CEA24DB0C184259A9DCBEB63372F37A82B2530817DD8D1FA2E88AAA30972FB



LEIA O QR CODE ABAIXO E ACESSE A PUBLICAÇÃO EM NOSSO PORTAL



https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/eai-clube-automobilista-s-a-2/

The logo for 'Empresas & Negócios' features the word 'Empresas' in a dark red serif font, '&' in a smaller dark red font, and 'Negócios' in a blue serif font. A blue triangle points down to the left of the ampersand, and a blue triangle points right to the left of the 'N' in 'Negócios'.

Empresas
& Negócios