

Inovação em movimento

Um mapa sobre as startups no Brasil em 2023

 cortex

apoio
-ENDEAVOR



Sumário

- 03. Metodologia
- 04. Introdução
- 05. Entenda o cenário atual
- 07. Abertura de startups nos últimos 22 anos
- 08. Distribuição de startups por segmento
- 09. Top 10 atividades econômicas
- 10. Top 10 cidades com mais startups
- 11. Distribuição por porte e faturamento
- 12. Distribuição por número de colaboradores
- 13. Depoimentos
- 21. Sobre a Cortex

Metodologia

O Inovação em Movimento é um relatório anual realizado por meio de um trabalho minucioso de pesquisa e análise de informações do banco de dados proprietário da solução de Inteligência de Vendas B2B da Cortex que será publicado com o apoio da Endeavor.

A plataforma da Cortex conta com sistemas de coleta automatizados capazes de vasculhar fontes públicas e estruturar dados provenientes de diferentes formatos para combiná-los e obter painéis de análises únicas.

Para este relatório, foram utilizados dados de startups abertas a partir do ano 2000, com informações sobre abertura, porte, faturamento, atividade econômica e número de colaboradores.

Inovação em movimento: Um mapa sobre as startups no Brasil em 2023

Introdução

O Brasil conta hoje com **11.651 startups**. Embora o país tenha passado, em 2020 e 2021, por grandes investimentos nesses negócios, o cenário não se refletiu na abertura de empresas. Ao contrário, houve uma queda no número de novos CNPJs desde 2018.

Neste relatório, você verá um raio x das startups brasileiras, com um histórico dos últimos 20 anos, e conhecerá desde as cidades com mais empresas deste tipo até as atividades econômicas mais escolhidas pelos empreendedores, além de entender o porte das empresas ativas de acordo com o faturamento.

O material conta ainda com uma série de análises e depoimentos exclusivos de founders e CEOs de startups e scale ups do ecossistema brasileiro, que abordaram o cenário de 2022 e as perspectivas para 2023.

Boa leitura!





Entenda o cenário atual

No Brasil, depois de um período de forte expansão em 2020 e 2021, no auge da pandemia de Covid-19, com grande liquidez do mercado, fartura de recursos e alguns recordes de captação, o país viu, em 2022, uma série de empresas, desde big techs até unicórnios e startups que ainda estão em estágio inicial, enfrentarem um período desafiador.

O cenário de incertezas da economia e a escassez de capital, também impactados pelo cenário macroeconômico internacional de inflação e elevações nos juros, fez com que as empresas deixassem de lado a máxima de “crescer a qualquer custo” e pensassem mais em crescer com eficiência. Esse movimento está alinhado a um dado relevante que mostra que 93% das empresas estão focando em eficiência nas suas estratégias de crescimento em 2023 para se adaptarem às atuais condições, segundo a Accenture.

Marvin Fiori, Diretor de Inovação na Cortex

Inovação em movimento: Um mapa sobre as startups no Brasil em 2023

“O ecossistema de empreendedorismo em todo o mundo é fruto de um ambiente muito veloz e plural. Cada mercado e setor conta com particularidades e ao pensar no Brasil, temos um cenário amplo e cheio de oportunidades, mesmo nos momentos de baixa. O estudo mostra um número menor de novas empresas, mas entendemos que tão importante quanto novas empreendedoras e empreendedores no país, é que as empresas que já existem continuem crescendo e multiplicando o seu alcance! Quando uma startup atinge uma comprovação do seu modelo de negócio, está num momento de inflexão de crescimento, o que chamamos de scale-up. Ela não apenas cresce, mas contribui com o país, aumentando a inovação de produtos e serviços, gerando mais e melhores empregos. Empreender deve carregar o sentido de escalar e ajudar que o ecossistema também se desenvolva”, comenta Andressa Schneider, Head de Insights na Endeavor Brasil – rede global de apoio à empreendedoras e empreendedores à frente das maiores scale-ups do mundo, entre elas a Cortex.

endeavor



Abertura de startups no Brasil: 2022 x 2000

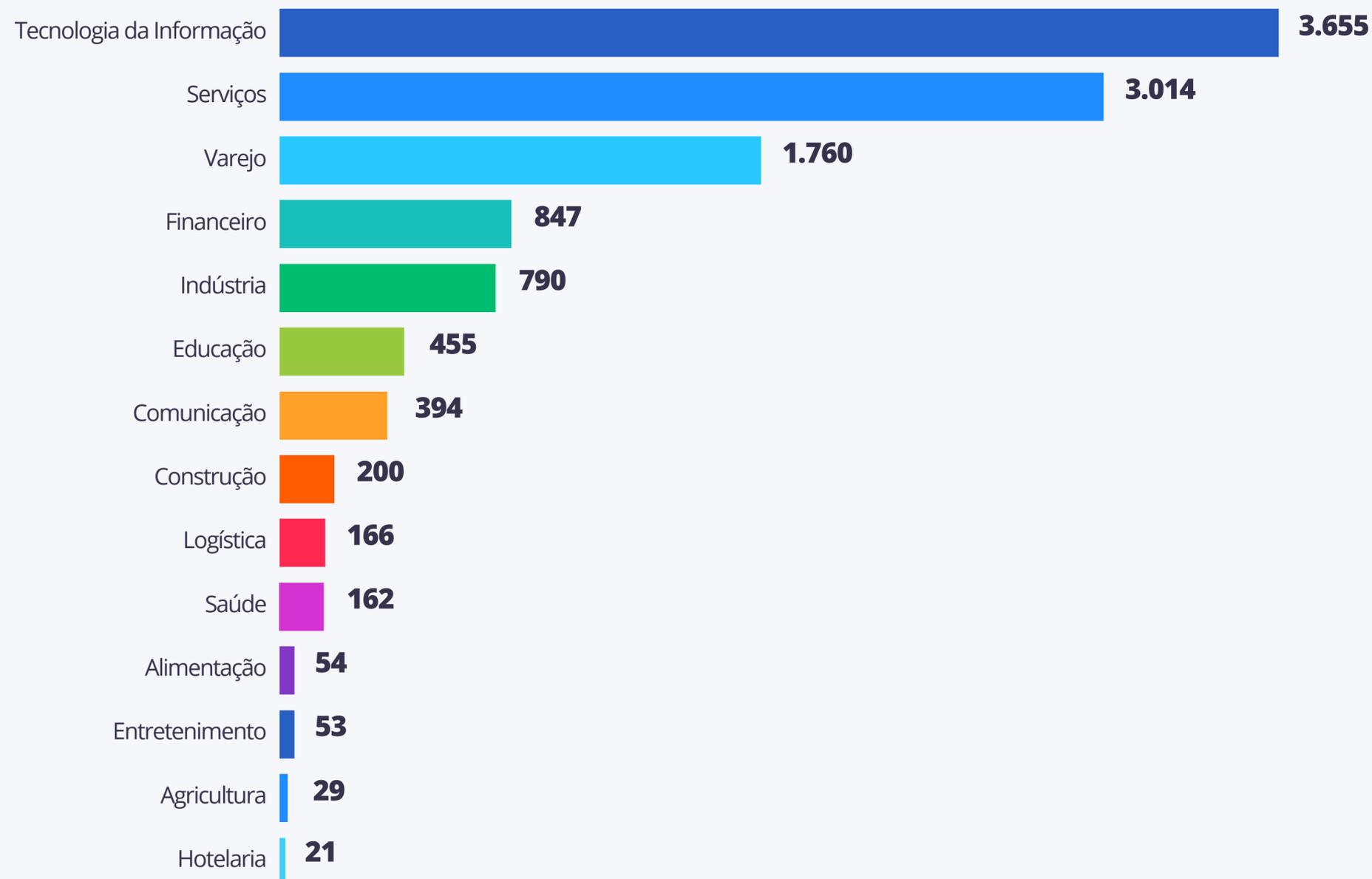
Desde 2018, o Brasil vem sofrendo uma queda no número de novas startups. Em 2022, o país registrou o menor número, com 103 novos CNPJs abertos no período. Nos últimos 10 anos, foram abertas mais de 5 mil startups.

11.651
startups atualmente

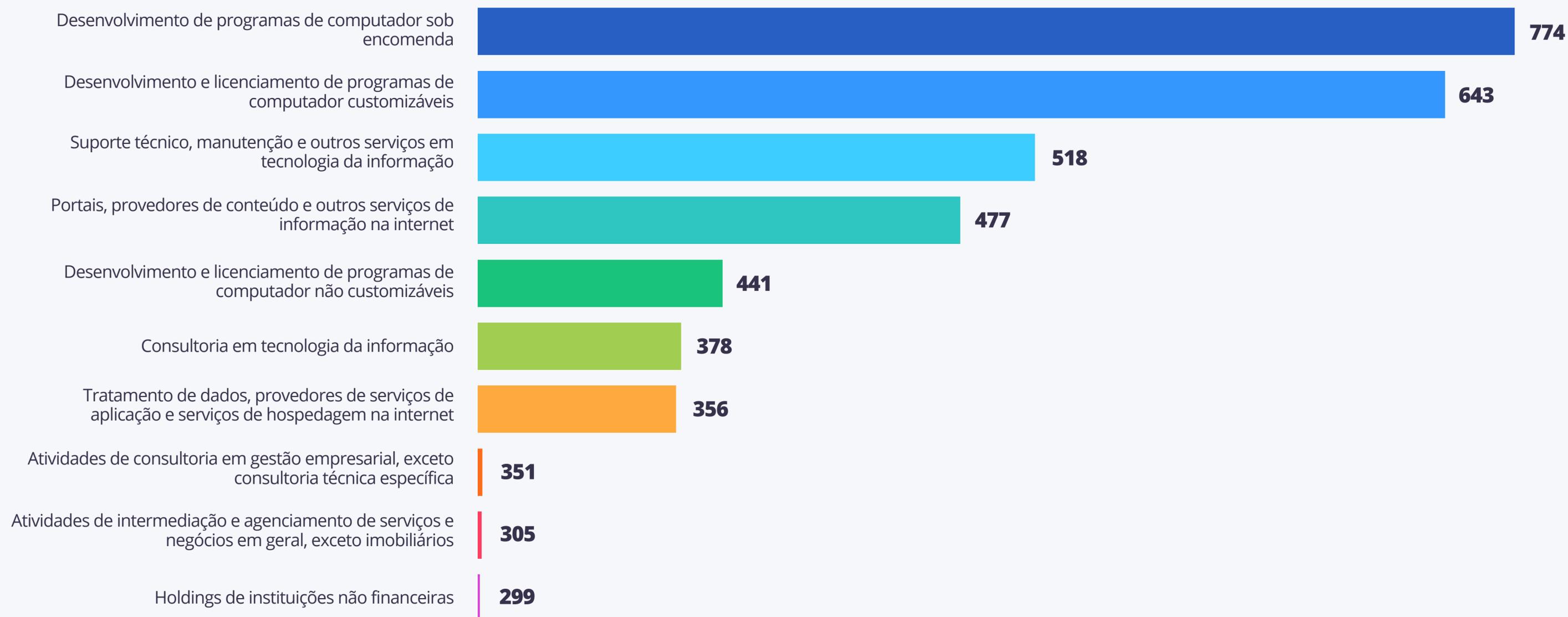


Distribuição por segmento

Dentre os segmentos econômicos, os que mais somam startups são Tecnologia da Informação e Serviços. Os dois, juntos, concentram mais da metade das empresas. Em seguida estão Varejo, Financeiro e Indústria.

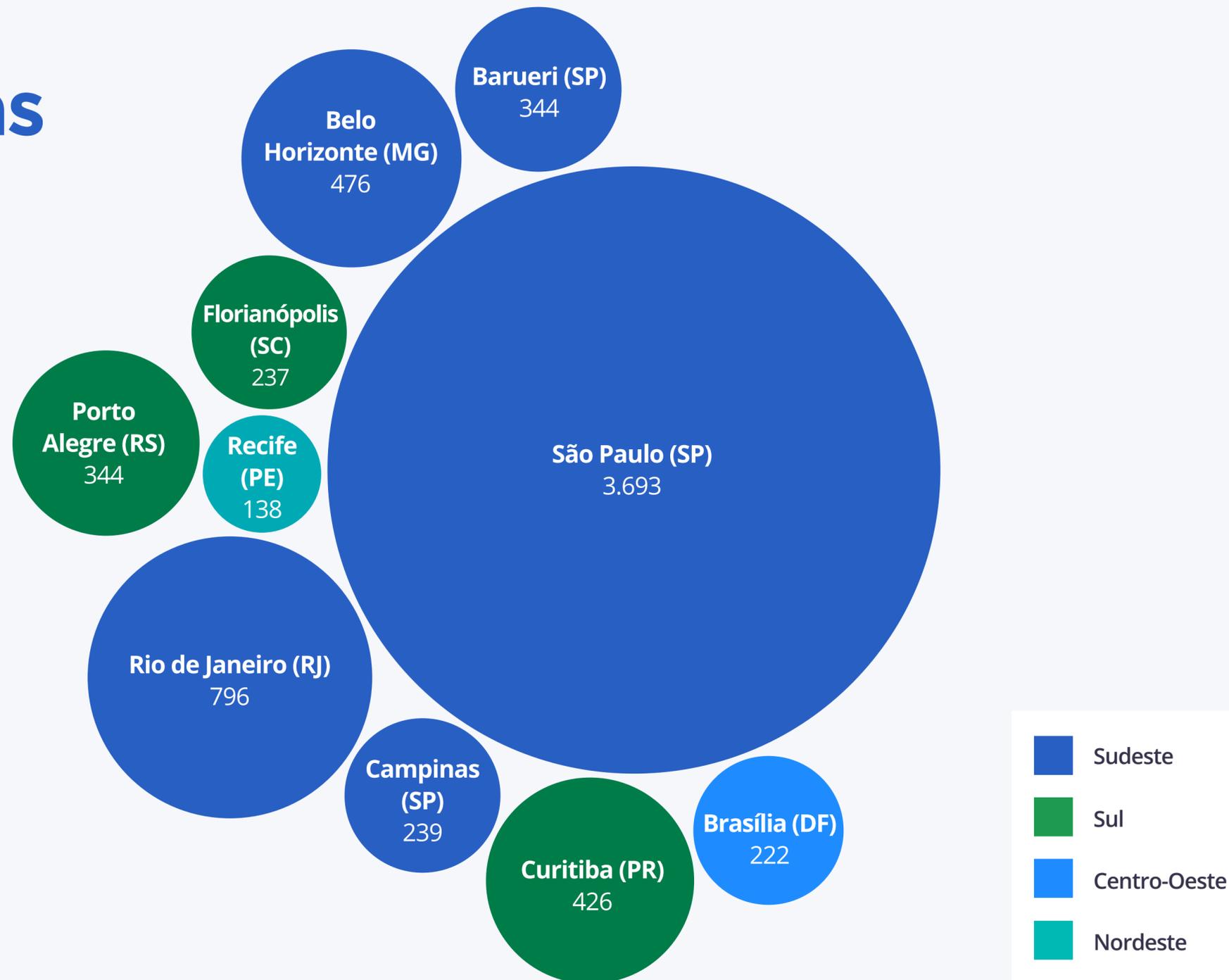


Top 10 atividades econômicas mais escolhidas para startups



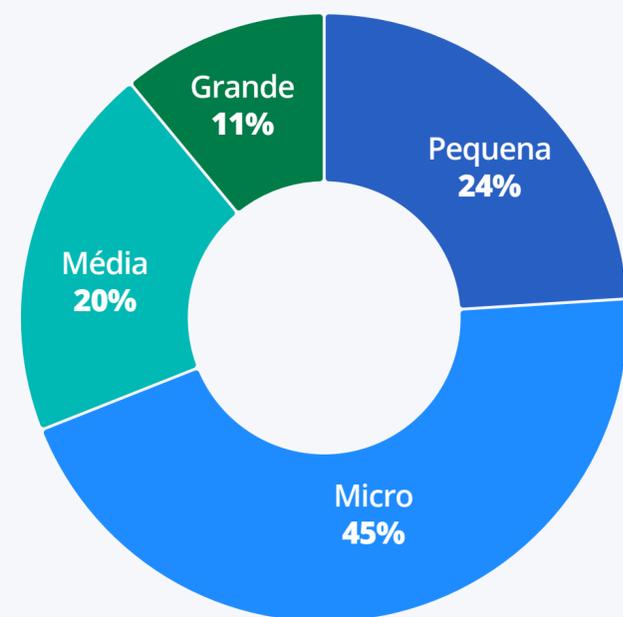
Top 10 cidades com mais startups abertas

As três cidades que concentram mais startups estão na Região Sudeste. São Paulo, sozinha, concentra 30% de todas as startups do país. Em seguida, estão Rio de Janeiro e Belo Horizonte.

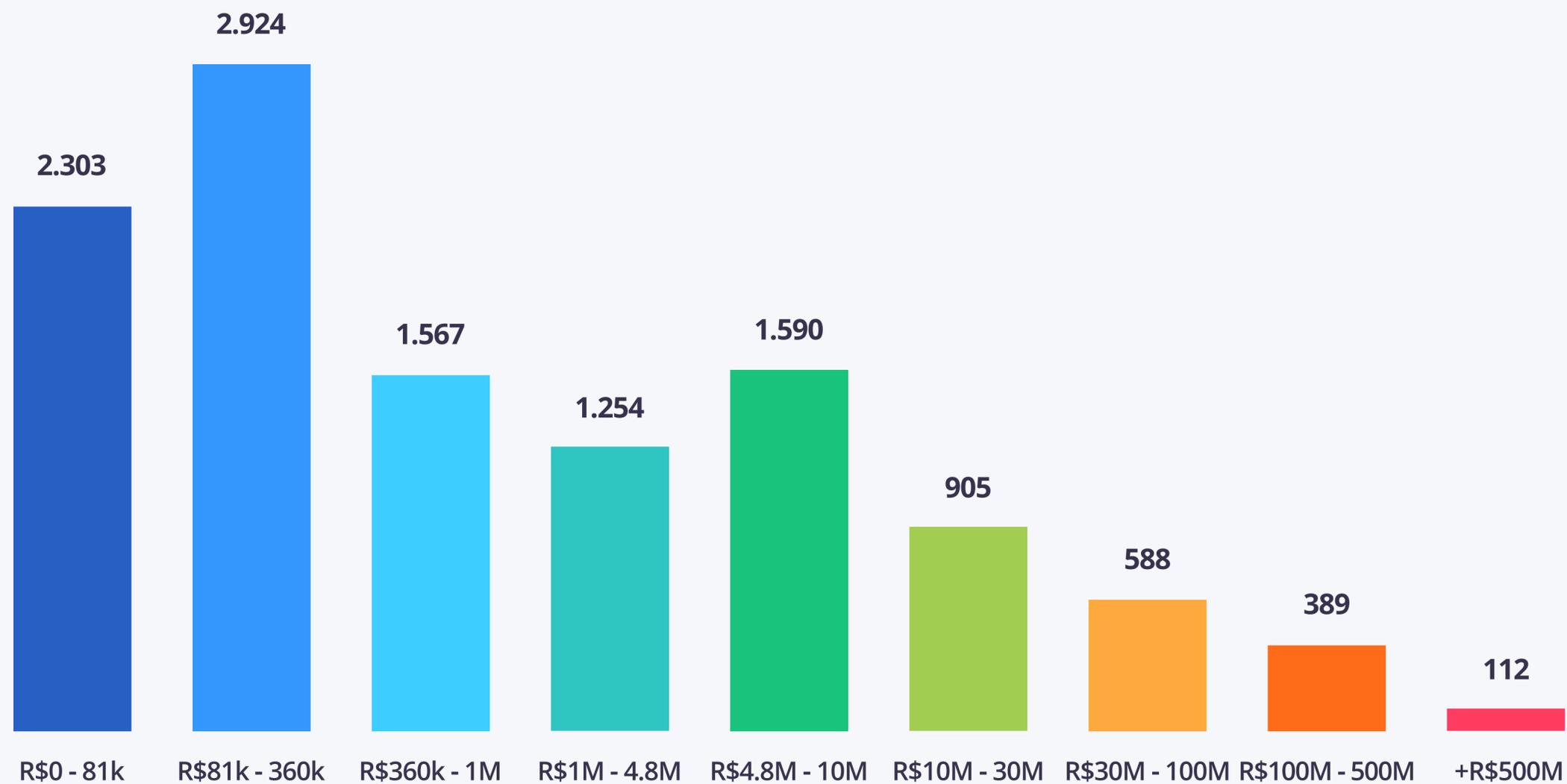


Porte

Calculado de acordo com o faturamento

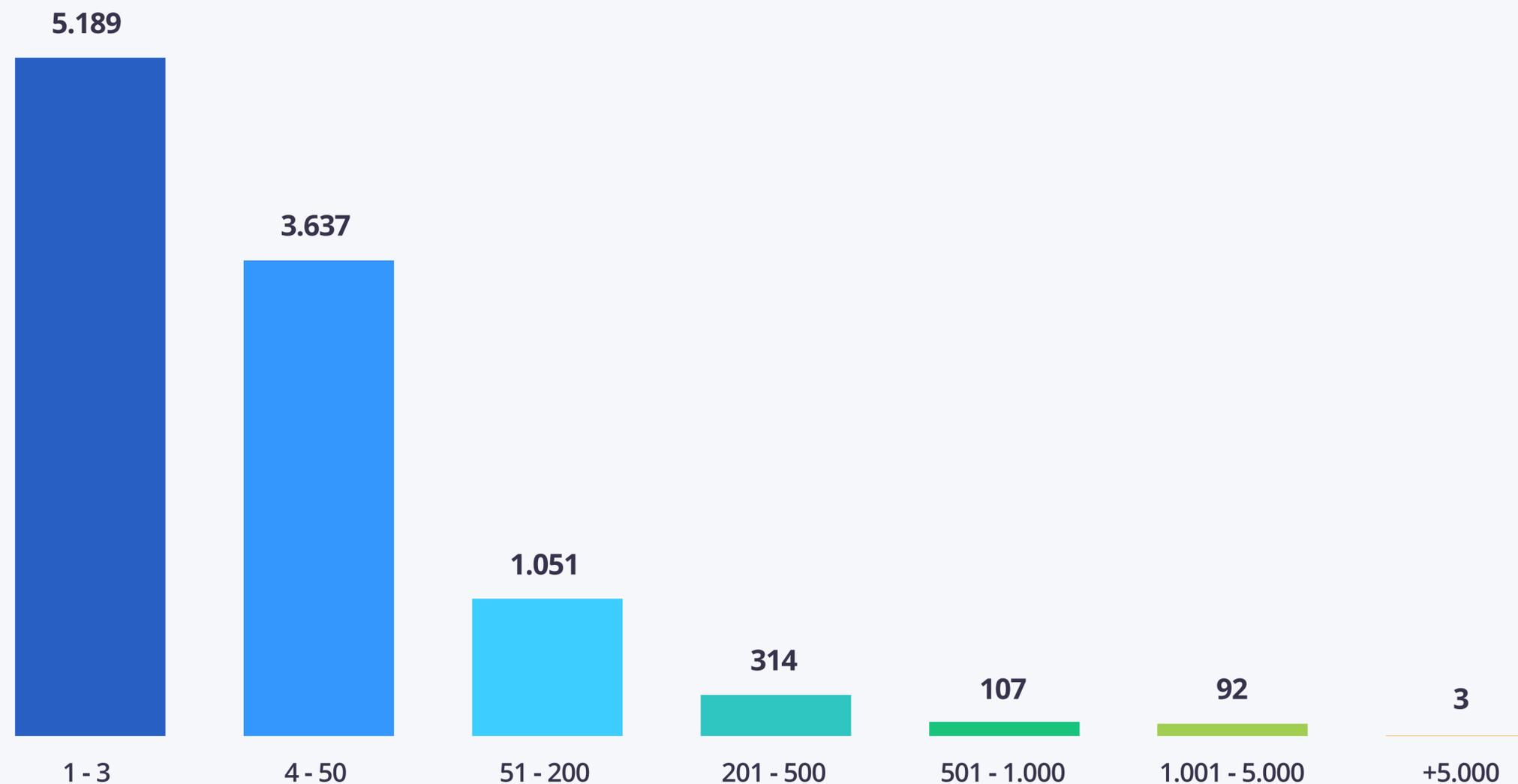


Faturamento



Distribuição por faixa de colaboradores

A maior parte das startups brasileiras tem até 3 colaboradores, o que corresponde a 45% do total. Já as startups que têm de 4 a 50 colaboradores representam 31% e as que têm de 51 a 200, são 9%. Enquanto as faixas que representam as startups que têm de 201 a mais de 5.000 colaboradores somam menos de 5%.



Depoimentos



Contrariando o cenário de escassez de capital no ano passado, a Cortex recebeu em setembro o maior investimento até então feito em empresas do setor de Big Data Analytics na América Latina. A rodada de R\$ 260 milhões foi liderada pela Lightrock, com a participação do SoftBank Latin America Funds e Riverwood Capital, que, em 2020, co-lideraram a rodada de investimento anterior na companhia. No mês seguinte, a empresa anunciou a aquisição da totalidade das ações da Geofusion, referência em inteligência geográfica no Brasil, consolidando-se como referência e a mais bem capitalizada do segmento de Inteligência para Marketing e Vendas na região.

A empresa tem histórico de resiliência. “Nossa rodada anterior foi bem na primeira fase da pandemia. Naturalmente, não foi nada fácil. Mas acho que estamos ficando especialistas em captar recursos quando a maré está baixa”, afirma Leonardo Rangel, CEO e co-Founder da Cortex.

Entusiasta do ecossistema de startups brasileiro, Rangel analisa como a percepção em relação à iniciativa de empreender mudou no país. “Antigamente ter uma carreira de

sucesso envolvia trabalhar em bancos de investimento, consultorias estratégicas de gestão ou tentar uma carreira pública com mais estabilidade. Hoje, quando um jovem toma a iniciativa de se arriscar e abrir uma startup, existe um nível de aceitação muito mais alto. E essa maior disponibilidade de talentos brasileiros querendo arriscar, inovar, criar algo com mentalidade de crescimento e que impacte positivamente nossa sociedade, acaba tendo um efeito multiplicador muito positivo para o desenvolvimento do nosso país”.

Utilizando-se do conceito de que as startups são aquelas organizações criadas com a possibilidade de se tornarem muito maiores em pouco tempo, Rangel elenca três conselhos para quem quer empreender. “O primeiro é resolver um problema do mercado de maneira relevante e única, ou seja, ter clareza de uma grande dor que você pode resolver e se propor a fazer isso de uma maneira única, sabendo o que faz do seu produto ou serviço tão diferente dos demais. O segundo é ser um eterno estudante. Você precisa buscar o aprendizado de forma muito ativa e inquieta, porque à medida em que a sua empresa for crescendo, ela vai precisar do seu líder de formas



diferentes em cada estágio. Se a sua empresa der certo e você ficar estagnado achando que já tem todo o conhecimento de que precisa, você vai ficando pequeno para ela. E o terceiro conselho é: seja resiliente, porque não vai ser fácil! Tem um monte de coisas que podem acontecer da porta pra dentro e da porta pra fora da empresa e várias delas vão dar errado. Às vezes são questões internas operacionais da companhia, às vezes é uma questão do mercado, ou de regulação. Mas a verdade é que sempre tem jeito. Mesmo que esse jeito seja mudar totalmente o seu negócio”, finaliza.



Leonardo Rangel
Co-CEO da Cortex

flash

Depois de uma robusta rodada de capital no começo de 2022, a Flash pôde materializar a sua visão. “Foi um ano de baixar a cabeça e materializar, fazer movimentos estratégicos para executar uma visão muito grande que criamos para o que poderia ser a Flash, saindo da empresa de benefícios e se tornando uma real plataforma de serviços para o colaborador e para a empresa no que tange a benefícios, despesas e software de gestão para o RH”, conta Ricardo Salem, CEO da plataforma digital de benefícios corporativos. Esse movimento envolveu a criação de novos produtos, mudança na infraestrutura tecnológica e duas aquisições. “Tudo isso enquanto, obviamente, o business de benefícios crescia de forma acelerada”.

Em 2023 a empresa trabalha na evolução do que foi iniciado no ano anterior. “Nós efetivamente lançamos esses produtos e serviços e anunciamos para o mercado. Agora eles precisam escalar e se provarem líderes, assim como o produto de benefícios, dentro de um contexto macroeconômico global cada vez mais incerto. Isso significa que também é preciso instigar uma cultura de eficiência, priorizando eficiência operacional e processos enxutos, tanto quanto um crescimento acelerado.”

Para os próximos anos, a Flash deixa de ser uma plataforma de benefício e passa de ser uma plataforma de gestão dos colaboradores no que tange à jornada dele dentro da empresa até coisas transacionais, como benefício, despesas e assim por diante. “Tem outras coisas, obviamente, no plano, mas esse é o posicionamento: que sejamos o parceiro da empresa para digitalizar esses processos que, até então, na maioria dos casos, ainda são analógicos, manuais ou um sistema fragmentado. Na Flash, nós conseguimos ser um sistema único para facilitar essa gestão de colaboradores”, finaliza.



Ricardo Salem
CEO da Flash



“O ano de 2022 começou com abundância de capital e terminou com escassez e o que aconteceu na Involves foi reflexo daquilo que aconteceu no mercado financeiro. Começamos com o budget super acelerado, mindset de crescimento a todo custo e muitas iniciativas de inovação. Ao longo do ano foi necessário fazer uma correção de rota, com alguns movimentos mais duros, mas conseguimos fechar com breakeven. No fim das contas, mesmo com todos os solavancos, ainda conseguimos crescer”, conta André Krummenauer, co-Founder e CEO da startup catarinense de software para gestão de trade marketing Involves.

Para 2023, a visão da empresa, que pretende se posicionar como protagonista em inovação com suas soluções de vanguarda baseadas em Inteligência Artificial, é de muito foco em eficiência, processos, ganho de margem e crescimento sustentável. “Nós mantivemos novas avenidas de crescimento, com foco no que já está gerando caixa. Não estamos investindo em nada muito incerto. É um ano de muita certeza, com budget ‘embaixo do braço’. Alguns passos maiores que estavam sendo endereçados devem ficar para um segundo momento. O foco agora é trabalhar nas alavancas existentes ou naquelas que já estão quase construídas para gerar resultado ainda neste ano.”

Krummenauer finaliza dizendo que o mercado está passando uma mensagem para as empresas e ressalta a importância de ouvi-la. Para ele, as empresas que estão sendo valorizadas neste momento são justamente aquelas que têm a capacidade de trabalhar mais com menos, dentro de um ambiente de escassez, e tendo foco no cliente como a principal fonte de financiamento. “É claro que cada empresa tem o seu contexto próprio, mas para aquelas que querem prosperar neste cenário, eu diria que isso é muito importante agora. Quem souber fazer isso, não vai ser pego ‘de calça curta’ quando a maré baixar ainda mais”.



André Krummenauer
Co-Founder e CEO da Involves



O ano de 2022 foi marcante para a Clavis Segurança da Informação, com crescimento de 50% comparado a 2021. O CEO Victor Santos conta que a empresa fez investimentos na evolução dos produtos e na reestruturação das operações, visando ganhar mais produtividade e escalabilidade para sustentar o crescimento nos anos seguintes.

Com um cenário de incertezas para o mercado de tecnologia e para a economia nacional desde o final do ano passado, os planos para 2023 são de reduzir os custos operacionais, aumentar as margens brutas e manter o crescimento de 50% no faturamento. Santos acredita que o mercado voltará a se movimentar no 2º semestre. “Nos últimos anos temos trabalhado duro para tornar a segurança da informação cada vez mais acessível, ágil e abrangente para todos e neste ano vamos continuar investindo em expandir a nossa marca. Em 2023 nós queremos nos consolidar ainda mais como uma plataforma de cibersegurança e privacidade de dados para o mercado de pequenas e médias empresas. Temos uma carteira de clientes diversa em tamanho e segmento.”

Para o executivo, não existe uma fórmula mágica para ter um startup próspera e de

alto crescimento, mas ele dá algumas dicas. “Encontre as pessoas certas, que gostem do que façam e se identifiquem com o propósito para se tornarem donas do negócio. Pessoas certas nas posições certas são fundamentais para tornar a empresa próspera.”

Sobre a área de vendas, a dica é entregar valor. “Mais do que fazer uma venda, faça clientes, garanta que esteja entregando valor para ele e esteja realmente preocupado com a experiência e o sucesso deles. Seu produto/serviço/solução tem que ser bom e fazer a diferença na excelência do atendimento e na entrega”.

E, por fim, ele fala sobre a saúde financeira da empresa. “Busque sempre alternativas de menor custo, invista em linhas de negócio que gerem maior margem e sejam lucrativas”.



Victor Santos
CEO da Clavis



Para a Arquivei, plataforma responsável por gerenciar documentos fiscais de mais de 120 mil empresas, o panorama de 2022 foi positivo. Assim avalia a co-CEO da startup, Ísis Abbud. “Tivemos um crescimento maior do que a gente esperava. Viemos de um investimento agressivo no final de 2021 com a aquisição do nosso principal concorrente no final de 2022. E, apesar de ter sido um ano de muitos testes, com a expansão da nossa base conseguimos crescer bem próximo da meta prevista, de 47%. Somando a aquisição do fim do ano anterior, nosso crescimento foi de 66%.”

Para 2023 os planos são de eficiência. A ideia é focar em um crescimento menos agressivo, mais eficiente, com foco em reduzir o CAC. “A ideia é escalar no segundo semestre, chegando a um crescimento de 70%. Nossa estratégia é aumentar o valor entregue ao cliente, com novos produtos e novas ofertas. O resultado disso deve chegar em 2024.”

Este também será um ano de mudança de posicionamento para a Arquivei, que deve evoluir de gestão de nota para source-to-pay, uma solução que vai de ponta a ponta e revoluciona a forma como as empresas compram e vendem.

Como aprendizado para compartilhar com outros empreendedores, Abbud destaca a importância de não deixar de testar simplesmente por medo de errar. “A gente tem que ter um fail fast. Errem rápido para aprender rápido, isso significa avaliar o tempo todo o que foi feito e não simplesmente sair criando coisas novas sem voltar para entender como foi a eficiência destes testes. A partir do momento que você achou um product market fit, estruture-se para trazer isso com eficiência.”



Ísis Abbud
co-CEO da Arquivei



“O nome do ano de 2022 foi break even”. Assim define Gabriel Gaspar, CEO do Nibo, startup de tecnologia focada em desenvolver ferramentas que visam revolucionar a rotina de empresários contábeis pelo Brasil. O executivo conta que, no ano passado, a empresa conseguiu deixar as despesas sob controle, focar em gestão de caixa de uma forma muito conservadora, evitar e cortar despesas e custos desnecessários, além de conseguir expandir receita para começar a gerar caixa.

Para 2023 os planos não mudam muito. “Vamos continuar fazendo o que já está dando certo. A gente está bastante feliz em continuar focando nossos esforços em estratégias que geram retorno rápido de forma comprovada e previsível. Queremos em 2023 continuar gerando um caixa que nos permita passar por qualquer ‘solução’ que por acaso aconteça no meio do caminho e tentar estratégias bastante rentáveis para acelerar o crescimento. É hora de intensificar estes esforços”.

Para as startups que querem crescer e prosperar, Gaspar sugere escolher e focar em um nicho, mesmo que ele pareça pequeno num primeiro momento. “É preferível primeiro dominar este nicho e depois partir para outro do que começar uma estratégia de go to market que seja muito ampla, abrangente, pouco definida e pouco focada, então ser eficiente é muito importante”.

A segunda dica tem a ver com repensar quanto se gasta entre marketing e produto. “Estou cada vez mais convencido de que o melhor investimento de marketing que você pode fazer, é ter um produto muito bom. No passado, quando o capital era muito abundante, as empresas eram tentadas a compensar lacunas nos seus produtos com investimentos massivos em marketing. Se você está num mercado que não tem uma dinâmica de “winner takes all”, esse tiro tende a sair pela culatra na forma de churn. Investir no seu produto pode ter um efeito composto muito poderoso ao longo do tempo.”

E para encerrar, a terceira dica é racionalizar os investimentos de marketing. “Entenda quais são as estratégias de marketing mais rentáveis e que dão retorno mais rápido. Pause as outras iniciativas e foque integralmente no que já está dando certo.”



Gabriel Gaspar
CEO da Nibo

ACCOUNTFY

Poucas são as startups que podem se dar ao luxo de considerar “ruim” um ano em que obteve um crescimento de 40%, como é o caso da Accountfy. A percepção se deu porque a startup mantinha um ritmo de dobrar de tamanho ou até mesmo crescer duas vezes e meia. “O cenário político conturbado atrapalhou bastante a tomada de decisão de compra das corporate e o colapso no mercado de VC afetou muita gente, já que muitas startups de tecnologia tinham aberto capital”, avalia Goldwasser N., founder e CEO da plataforma SaaS de gestão e performance financeira.

Mesmo com conquistas importantes como a redução de churn ao índice histórico mais baixo e novos projetos de distribuição, o empresário não esconde a preocupação com o cenário econômico brasileiro. “Minha perspectiva para 2023 é de que seja um ano de muita instabilidade, com resultados ruins no primeiro trimestre para as empresas e, se nada de diferente for feito, isso possivelmente vai gerar uma perda de confiança no segundo trimestre. Como a economia brasileira é muito indexada, a redução da taxa de juros acaba tendo um efeito mais rápido. Então a minha esperança é que o Banco Central comece a enxergar o efeito negativo de ter uma taxa de juros tão alta e dê uma arrefecida”.

Ele finaliza falando sobre a importância da autenticidade para o empreendedor brasileiro. “É importante aprender com quem já fez, com o que já deu certo e errado. Mas os playbooks são apenas uma parte do jogo, a outra parte vai depender muito da percepção, da convicção e da autenticidade do empreendedor. Na minha visão, esses são os empreendedores que realmente se diferenciam.”



Goldwasser N.
Founder e CEO da Accountfy



Com uma meta arrojada de crescimento de 150% para 2023, Thiago Reis, CEO da Growth Machine, navegou em águas favoráveis ao longo do ano passado. “Nós tivemos um crescimento de 70% em 2022. Um novo negócio criado correspondeu sozinho a quase 50% dessa receita”.

A startup atua no nicho de aceleração de vendas, ajudando outras empresas a implementarem suas máquinas de vendas, com foco muito grande em empresas de serviço, em especial consultorias, agências e empresas SaaS. Para este ano, ele conta que, além de um processo de otimização do negócio, vai criar mais uma nova unidade que, sozinha, deverá corresponder a quase 25% da meta de crescimento.

Para outros empreendedores, ele dá três dicas. A primeira é ter muita atenção ao foco, achar um nicho relevante e eficiente. A segunda é encontrar uma relação de empresas que possa efetivamente sustentar o crescimento nos primeiros 3 anos da empresa. E a terceira é projetar o processo de vendas centrado no cliente e não na necessidade da empresa, ou seja, mapear muito bem como esse cliente compra, como ele decide, quais são suas dúvidas, quais são os desafios que ele tem e, a partir disso, criar um processo de vendas centrado nessa necessidade.



Thiago Reis
CEO da Growth Machine



Não se pode dizer que a V360, startup focada em tecnologia para otimização de contas a pagar de grandes empresas, teve um 2022 ruim. Muito pelo contrário. De acordo com o co-CEO Izaias Miguel, apesar de alguma dificuldade com fundraising, a empresa quase triplicou de tamanho. Para 2023, os planos são de manter o ritmo de crescimento acelerado e consolidação da organização, com foco em trazer algumas posições-chave e na evolução de processos.

“Em 2023 fechamos nosso fundraising, o que dá tranquilidade para continuarmos investindo nos principais objetivos da empresa. É mais um ano de crescimento acelerado. Esperamos expandir nossa atuação no Enterprise, liderando esse segmento. Além disso, temos buscado diversificar nossos produtos para upsell.”

Para Miguel, esse é o momento de as startups focarem em defender o caixa e chegarem ao breakeven o mais rápido possível. “Além disso, acho essencial ficar muito próximo dos clientes, tanto para descobrir novas necessidades quanto para defender território e upsell”, finaliza.



Izaias Miguel
co-CEO da V360

Inteligência que simplifica o crescimento

A Cortex é referência em inteligência de crescimento e o maior investimento em Big Data e Inteligência Artificial na América Latina. É a única empresa de tecnologia que usa Data Science e Big Data em uma plataforma de inteligência para simplificar dados de mercado e de empresas com o objetivo de acelerar resultados de marketing, comunicação e vendas.



Entregue inteligência para seu time de vendas

A plataforma é capaz de capturar um vasto volume de dados externos, estruturado ou não e conectá-lo aos dados internos das empresas clientes para análises em escala, permitindo que as ações certas sejam tomadas no momento certo. Tudo isso com uma experiência simples e flexível para qualquer usuário. Suas soluções apoiam marcas de praticamente todos os setores da economia a liderarem o futuro a partir do uso inteligente dos dados.

conheça

The screenshot displays a dashboard with several key metrics and visualizations:

- Mercado Latam:** 41,2M Empresas, 17% (email icon), 33% (mobile icon), 92% alta propensão (donut chart), and a map visualization.
- Negócios Recomendados:** 731 Leads processados, 28% novos cortex (donut chart), 78 Alta propensão (donut chart), and R\$2,3M Potencial.
- ACME Industria Acme LTDA:** 17 employees, 9 emails, 3 mobile devices, Indústria Maquinário e equipamentos, Médio (174 funcionários, R\$ 20M - 100M), Em crescimento, Maturidade Digital (15 Engenheiros), and a progress bar with 5 dollar signs (\$\$\$\$\$).
- Negócios com Alto Potencial:** 78 novos negócios, com R\$ 2,3M em vendas, and an **Enviar** button.
- Perfil das empresas:** Horizontal bar chart showing scores for Verejo, Serviços, Indústria, and Alimentação.