

**UNIVERSIDADE PAULISTA**  
**PROGRAMA DE MESTRADO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**OBSTÁCULOS ENFRENTADOS PELO**  
**EMPREENDEDORISMO INOVADOR COM BASE**  
**TECNOLÓGICA NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

**ALAN DE CARVALHO GONÇALVES**

**SÃO PAULO**

**2020**

**UNIVERSIDADE PAULISTA**  
**PROGRAMA DE MESTRADO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**OBSTÁCULOS ENFRENTADOS PELO**  
**EMPREENDEDORISMO INOVADOR COM BASE**  
**TECNOLÓGICA NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

Orientadora: Profa. Dra. Márcia Terra da Silva

Área de concentração: Gestão de Sistemas de Operação

Linha de Pesquisa: Redes de Empresas e Planejamento da Produção.

Projeto de Pesquisa: Indústria 4.0: Aspectos Tecnológicos, Econômicos, Sociais e Ambientais.

**ALAN DE CARVALHO GONÇALVES**

**SÃO PAULO**

**2020**

## FICHA CATALOGRÁFICA

Gonçalves, Alan de Carvalho.

Obstáculos enfrentados pelo empreendedorismo inovador com base tecnológica no Brasil / Alan de Carvalho Gonçalves. - 2020.

90 f. : il. color. + CD-ROM.

Dissertação de Mestrado Apresentada ao Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Paulista, São Paulo, 2020.

Área de concentração: Gestão de Sistemas de Operação.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Márcia Terra da Silva.

1. Empreendedorismo. 2. *Startup*. 3. Dificuldades encontradas pelos empreendedores. I. Silva, Márcia Terra da (orientadora). II. Título.

**ALAN DE CARVALHO GONÇALVES**

**OBSTÁCULOS ENFRENTADOS PELO  
EMPREENDEDORISMO INOVADOR COM BASE  
TECNOLÓGICA NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Paulista – UNIP, para obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

Aprovado em:

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Márcia Terra da Silva  
Orientador/ Universidade Paulista (UNIP)

---

Prof. Dr. Oduvaldo Vendramento  
Universidade Paulista (UNIP)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Daniele Miquilim  
Faculdade de Tecnologia Termomecanica (FTT)

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho a Deus, por me guiar, capacitar, me dar sabedoria, inteligência, paciência e forças para continuar nessa jornada até o fim. Pois, sem seus cuidados, eu nunca teria chegado até aqui.

Dedico este trabalho aos meus pais, irmão, cunhada, à minha sobrinha Manuela que foi presente de Deus em nossas vidas e, principalmente, à minha futura esposa Mariana que, mesmo com todas as minhas dificuldades, sempre me apoiaram e incentivaram a continuar nessa difícil jornada.

Dedico este trabalho, também, à minha orientadora professora Dra. Márcia Terra, pela sua paciência para comigo, sua dedicação, profissionalismo, carinho, respeito e, principalmente, por me fazer acreditar que conseguiria chegar até o final do curso, mesmo com todas as dificuldades que foram surgindo ao longo do caminho. Professora, muito obrigado por compartilhar um pouquinho do seu conhecimento comigo e por ajudar a me tornar uma pessoa melhor.

Também dedico este trabalho à minha tia Rita por sempre estar ao meu lado e acreditar no meu potencial, mesmo quando outros duvidavam. À minha Luiza que durante muito tempo foi uma das pessoas responsáveis pela criação e construção da minha educação.

Para todas as essas pessoas dedico esse trabalho com imenso carinho, respeito e gratidão.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos os professores do programa de pós-graduação em engenharia da produção da Universidade Paulista por compartilharem seus conhecimentos de forma simples e objetiva.

Agradeço à Dra. Márcia Terra pela orientação, sem a senhora eu jamais teria conseguido realizar esse trabalho.

Agradeço o pessoal da secretária, tanto Bruno, quanto a Márcia pela paciência comigo. Mesmo atuando nos bastidores, vocês foram fundamentais para realização dessa conquista.

Agradeço aos meus amigos de sala doutorandos, Ivo e Saturnina que sempre se dispuseram a me ajudar, independentemente da hora ou do dia.

Agradeço ao professor Mestre Alexandre Neves que sempre me apoiou nos momentos difíceis e nunca deixou de estender as mãos quando precisei.

Agradeço à professora Dra. Janice, Pró-reitora da Universidade Cruzeiro do Sul, por toda a ajuda até o presente momento.

Agradeço aos professores Mestres Alan de Santana Brito, Fabiana Vilaça, Ana Claudia Siqueira, Flávio Sousa e Haroldo Costa por sempre me ajudarem, apoiar e me incentivar a crescer e cada vez mais.

Agradeço ao meu pai Manuel dos Santos Gonçalves, minha mãe Maria Conceição de Carvalho Gonçalves e meu irmão Alex de Carvalho Gonçalves pela excelente educação que me deram, que contribuiu de forma significativa para meu crescimento. Também agradeço pelo carinho, amor, amizade, companheirismo e, principalmente, por servirem de espelho para meu crescimento pessoal e profissional.

Agradeço à Mariana Alves, pela compreensão, paciência e pelas palavras de consolo nos momentos difíceis.

Agradeço à Patrícia, Daniele, Letícia e Nayara do polo E.A.D da Universidade Cruzeiro do Sul, Câmpus São Miguel por me ajudarem atravessar inúmeras dificuldades, nunca deixaram de acreditar no meu potencial, tanto profissional, quanto pessoal.

Agradeço a todos por sempre acreditar na capacidade e no meu potencial. Isso é somente um simples agradecimento. Jamais terei palavras suficientes para agradecer todos e tudo que fizeram por mim.

## **EPÍGRAFE**

“O que os empreendedores têm em comum não é determinado tipo de personalidade, mas um compromisso com a prática sistemática da inovação”.

(Peter Drucker)

## RESUMO

O empreendedorismo é de suma importância, não somente para a sociedade, mas também para o crescimento e desenvolvimento do país. O surgimento das *startups* mostra-se uma tendência em grande crescimento, principalmente pelos empreendedores iniciantes. Porém, as mudanças na forma de abrir, gerir e conduzir uma empresa *startup* é diferente das empresas tradicionais, já conhecidas no mercado. Por esse motivo, o objetivo geral desse trabalho é enfatizar as dificuldades pelas quais os empreendedores passam para consolidar seu empreendimento no mercado brasileiro. Já os objetivos específicos são: identificar na literatura as dificuldades encontradas pelos empreendedores de *startups* no Brasil e verificar a maneira como os empreendedores atuam para contornar tais dificuldades. Para atingir os objetivos em questão, foi aplicado um questionário Likert contendo, 18 perguntas fechadas para empreendedores em fase inicial de desenvolvimento de uma *startup*. Os resultados apontaram que a falta de conhecimento da administração financeira, por parte dos sócios, restrições financeiras iniciais e conflito entre os sócios são as dificuldades mais presentes na opinião de empreendedores, entre outras.

Palavras-chave: Empreendedorismo. *Startup*. Dificuldades encontradas pelos empreendedores.



## **ABSTRACT**

Entrepreneurship is of paramount importance not only for society, but also for the country's growth and development. The emergence of startups shows itself as a trend in great growth, mainly for beginning entrepreneurs. However, the changes in the way of opening, managing and leading a startup company are different from the traditional companies already known in the market. For this reason, the general objective of this work is to emphasize the difficulties that entrepreneurs face to consolidate their enterprise in the Brazilian market. The specific objectives are to identify in the literature the difficulties encountered by entrepreneurs of startups in Brazil and to verify the way in which entrepreneurs work to overcome such difficulties. To achieve the objectives in question, a Likert questionnaire was applied, containing 18 closed questions for entrepreneurs in the initial stage of developing a startup. The results showed that the lack of knowledge of financial management by the partners, initial financial restrictions and conflict between the partners are the most common difficulties in the opinion of entrepreneurs, among others.

**Key-words:** Entrepreneurship. Startup. Difficulties encountered by entrepreneurs.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Organização do Trabalho .....	17
Figura 2 – Diferença entre inovação incremental e inovação radical.....	20
Figura 3 – Estrutura da Dissertação.....	24

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Aumento em % por estado entre 2017 e 2019 .....	26
Tabela 2 – Dificuldades encontradas pelos empreendedores inovadores.....	29

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

Abstartups (Associação Brasileira de Startups)

ANPRORTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores)

Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
1.1 Justificativa e problema .....	14
1.2 Objetivos.....	15
1.2.1 Objetivo Geral .....	15
1.2.2 Objetivos Específicos .....	16
1.3 Organização do trabalho .....	16
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>18</b>
2.1 <i>Startup</i> .....	18
2.2 Empreendedorismo .....	19
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>22</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....</b>	<b>25</b>
4.1 Análise da evolução das <i>startups</i> brasileiras mediante as dificuldades encontradas pelos empreendedores (Artigo aprovado e apresentado no Congresso IFLOG – Anexo - A) .....	25
4.2 Empreendedorismo de <i>Startups</i> : A utilização dos Parques Tecnológicos e incubadoras de empresas para diminuir o insucesso das <i>Startups</i> na Indústria (Artigo aprovado e apresentado no Congresso CITEC – Anexo B) .....	27
4.3 Análise das dificuldades encontradas segundo relato dos empreendedores de startups no Brasil (Artigo para submissão a uma revista ainda a ser definida – Anexo C) .....	28
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>31</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>32</b>
<b>APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO UTILIZADO NA PESQUISA.....</b>	<b>38</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A origem da expressão empreendedorismo não é precisa dentro da literatura. Porém, quando pesquisamos a palavra empreendedorismo, percebe-se que está associada à inovação, geração de emprego e fonte de renda.

Devido ao fato do empreendedorismo estar sempre gerando novos postos de trabalho e renda, tanto para o cidadão, quanto para a região, Estado e País, nota-se no mundo inteiro um grande interesse pelo crescimento do empreendedorismo, principalmente pelo inovador. O empreendedorismo inovador para Kim e Mauborgne (2005) é aquele que introduz novos serviços ou produtos, criando assim um novo mercado. Ainda, de acordo com os autores, o lançamento de novos produtos ou serviços podem proporcionar inesperadas transformações na economia, principalmente baseando-se nas tecnologias de informação e comunicação. Para uma melhor compreensão sobre a criação de novos mercados, pode-se citar o final da década dos anos 90 e início da década dos anos 2000, em que o avanço da tecnologia na época possibilitou o lançamento de novos produtos, tais como a telefonia móvel e a internet, proporcionando a criação de um novo mercado que transformou significativamente a vida e a rotina de inúmeras pessoas (DORNELAS, 2011).

Assim, nota-se que os produtos e serviços provenientes da tecnologia da informação, contribuíram de forma significativa para o empreendedorismo encabeçar uma mudança global (PEZZONI, 2013). Da mesma forma, Audretsch e Feldman (1996) afirmam que a cultura empreendedora e inovadora acelera o conhecimento e a criação de novos produtos e serviços.

Para Fillion (1999), o empreendedorismo inovador além incentivar o desenvolvimento e o progresso do país, também atua como um motor do sistema econômico, identificando novas oportunidades de negócios, empreendimentos e tecnologias que estejam associados às inovações. Já Oyefusi (2009) afirma que o empreendedorismo é de suma importância para a criação da competitividade e riqueza no processo de desenvolvimento de qualquer estado, cidade, região e país.

A criação e a produção de novos produtos e serviços pertencentes a tecnologia da informação ganhou força no Brasil, logo no início dos anos 2000, com o surgimento de inúmeras empresas na internet, que ficaram conhecidas como empresas “.com” e a partir desse momento o empreendedorismo de base tecnológica começou a ser estudado pelo governo brasileiro com mais intensidade, seguindo o exemplo dos Estados Unidos, onde os empreendedores são considerados os grandes impulsionadores da economia (DORNELAS, 2005).

As modificações decorrentes da introdução de novos produtos no mercado, em função dos avanços tecnológicos e mudanças nos processos produtivos evidenciam a contribuição do espírito empreendedor para o crescimento econômico do país, criando novas formas de trabalho e ao mesmo tempo reduzindo distâncias comerciais e culturais, gerando novas formas de riqueza, emprego e renda para a sociedade (AUDRETSCH; FELDMAN, 1996; BESSOME, 2000; DORNELAS, 2008; LAMBING; KUEHL, 2007).

E, tratando-se da criação de novos produtos e um mercado ainda não explorado, desde 2013 nota-se um crescimento exponencial do empreendedorismo de base tecnológica, principalmente, por entidades atualmente conhecidas como *Startups* (SOUSA; LOPES, 2016). *Startups* são pequenas empresas, projetadas para identificar um modelo de negócios escalável e repetível que atuam em um ambiente de extrema incerteza (BLANK, 2012).

Mesmo atuando em um cenário repleto de incertezas, com poucos colaboradores, as *startups* necessitam constantemente transformar ideias inovadoras em serviços ou produtos para se manter no mercado (DEWES, 2005; RIES, 2012).

Sendo assim, nota-se que a *startup* além de transformar ideias em produtos e serviços inovadores de alto valor para a sociedade, também destaca-se pela criação de novos postos de trabalho. Mediante o exposto, as *startups* tendem a ser essenciais para desenvolvimento econômico do país. Para Julie Meyer (apud ARRUDA et al., 2012) as *startups* possuem enorme potencial para mudar a curva de uma economia inteira, caso consiga se manter no mercado.

Entretanto, para uma *startup* se consolidar no mercado necessita lidar com algumas dificuldades, como a falta de capital inicial, dificuldades para obter financiamento, falta de conhecimento em relação ao negócio, falta de experiência, dificuldades para encontrar investidores, burocracia na abertura da empresa, taxa tributárias elevadas, dentre outras. De acordo com entidades especializadas em monitoramento de startups como, Abstartups, Anprotec e Sebrae, constatou-se que a falta de acesso ao capital e o conflito entre os sócios lideram o *ranking* como as dificuldades que mais contribuem para as *startups* não obter sucesso. Tais dificuldades, de acordo com Nogueira e Arruda (2015), fazem com que 25% das *startups* solicitem falência antes completarem um ano, 50% não chegam a quatro anos e 75% fecham num tempo menor ou igual a treze anos.

A partir da circunstância apresentada no presente trabalho, é possível chegar na seguinte reflexão: Até que ponto os empreendedores brasileiros de *startups* estão preparados para lidar com as dificuldades inerentes ao empreendedorismo de base tecnológica?

Essa pesquisa tem como objetivo geral identificar as principais dificuldades enfrentadas pelos empreendedores de *startups* para consolidar seu empreendimento no Brasil, com a finalidade de contribuir, posteriormente, na construção de formas de enfrentamento dessas dificuldades.

Como objetivos específicos, essa pesquisa se propõe a:

1. Identificar na literatura as dificuldades que colocam em risco o sucesso dos empreendedores de *startups* no Brasil.
2. Verificar a visão de empreendedores sobre as condições que dificultam a evolução da empresa.

Para cumprir esses objetivos, inicialmente realizou-se uma revisão da literatura sobre o termo *startup* e sua definição, em seguida pesquisou-se sobre empreendedorismo de base tecnológica e sua importância para o desenvolvimento econômico brasileiro.

A partir do arcabouço teórico gerado pela revisão bibliográfica, foi realizada uma pesquisa de campo, utilizando-se questionário Likert para coleta e análise de dados. O presente questionário contempla 5 opções de resposta em 19 perguntas fechadas, sendo que 18 delas são referentes as dificuldades que mais interferem no desenvolvimento e crescimento da *startup* e uma pergunta relacionada a área de atuação do empreendimento. O questionário Likert propõe as opções de resposta: (1) discordo plenamente, (2) discordo parcialmente, (3) neutro - nem concordo – nem discordo, (4) concordo parcialmente e (5) concordo plenamente.

## **1.1 Justificativa e problema**

O conceito sobre empreendedorismo já é consolidado dentro da literatura. De acordo com Schumpeter (1988), o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, criação de novas formas de organização ou exploração de novos recursos e materiais. Dando continuidade nessa linha de pensamento, autores como (BARRETO, 1998; CHIAVENATO, 2004; CICCONI, 2013; DOLABELA, 2010) afirmam que o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade.

Porém, não é só o termo empreendedorismo que está consolidado dentro da literatura. Outro tema bastante discutido dentro da literatura é a inovação. A inovação é o resultado de um conjunto de recursos, comportamentos e atividades que possibilitam o desenvolvimento de novos produtos, processos e sistemas (QUANDT; FERRARESI; BEZERRA, 2013).



Corroborando com os autores, o Manual de Oslo (2005, p. 55) descreve que a inovação pode ocorrer através de quatro formas distintas, são elas: produto, processo, marketing e organização.

- Produto: a inovação de produto é a introdução de um bem ou serviço novo ou com suas características melhoradas. Isso pode incluir uma melhora significativa nas especificações técnicas, componentes e materiais, *softwares* incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais.
- Processo: a inovação de processo é a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. O que pode incluir mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou *softwares*.
- Marketing: a inovação de marketing é a implementação de um novo método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, promoção ou fixação de preços.
- Organizacional: a inovação organizacional é a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do local de trabalho ou nas suas relações externas.

Por fim, outro termo que é pertinente à pesquisa e também encontra-se muito bem definido na literatura é a *startup*. A *startup* pode ser definida como uma instituição projetada para criar um novo produto ou serviço em condições de extrema incerteza (BLANCK, 2011; RIES, 2012; TORRES, 2012). Durante a pesquisa pode-se notar que a definição desses autores sobre *startups* são as mais citadas em artigos acadêmicos.

Dessa forma, pode-se notar que os termos relacionados ao empreendedorismo, inovação e *startup* estão bem alicerçados na literatura. Sendo assim, a presente pesquisa pretende identificar as dificuldades que podem retardar o crescimento e desenvolvimento das empresas denominadas *startups*.

## 1.2 Objetivos

### 1.2.1 Objetivo Geral

Identificar as principais dificuldades enfrentadas pelos empreendedores de *startups* para consolidar o negócio no Brasil.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

1. Identificar na literatura as dificuldades que colocam em risco o sucesso dos empreendedores de *startups* no Brasil.
2. Verificar a visão de empreendedores sobre as condições que dificultam a evolução da empresa.

### 1.3 Organização do trabalho

O desenvolvimento do trabalho foi estruturado em formato de artigos. Cada artigo possui como objetivo aprofundar o conhecimento, analisar e discutir os resultados mediante os problemas de pesquisa apresentados, relacionando-os e respondendo os objetivos específicos deste trabalho. Com a intuito de manter uma sequência lógica do trabalho, os artigos serão apresentados em sua íntegra, em anexo. Vale ressaltar que os artigos não utilizam o mesmo padrão de formatação da dissertação, ou seja, os artigos estarão utilizando a formatação do *template* do congresso ao qual foi submetido e aprovado.

O trabalho foi organizado em cinco capítulos com os conteúdos relacionados abaixo, de acordo com o esquema da Figura 1.

- Capítulo 1: Introdução, Justificativa e o Problema, Objetivos Gerais e Específicos.
- Capítulo 2: Referencial Teórico, composto por uma revisão sistemática da literatura.
- Capítulo 3: Relata a metodologia de pesquisa que foi utilizada nos artigos desta pesquisa, descrevendo o processo utilizado e as técnicas adotadas para o desenvolvimento dos artigos.
- Capítulo 4: Aborda os resultados e discussões dos artigos publicados em eventos, congressos e revistas. Este capítulo tem por objetivo correlacionar os objetivos específicos desse trabalho com a pesquisa realizada em campo, os artigos desenvolvidos, submetidos, aprovados e apresentados em eventos e congressos.
- Capítulo 5: Apresenta as considerações finais da pesquisa proposta.

Figura 1 – Organização do Trabalho



Fonte: Elaborada pelo autor

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A busca na literatura não só proporcionou maior sustentabilidade à metodologia, mas também fundamentou dois artigos elaborados como resultado dessa fase.

### 2.1 *Startup*

As *startups* brasileiras começaram surgir no final da década de 90 e início da década de 2000, período que ficou conhecido como bolha da internet (CHASSAGNE, 2015). Mas o que vem a ser uma *startup*?

Segundo o SEBRAE (2011), *startup* pode ser definida como uma empresa jovem que trabalha para desenvolver ideias totalmente inovadoras para o mercado. De acordo com Ries (2012), *startup* é uma instituição desenhada para criar um novo produto ou serviço em condições de extrema incerteza. Ainda de acordo com o autor, o termo *startup* não deve ser aplicado somente a uma empresa pequena ou que esteja iniciando seus negócios. Qualquer pessoa criando uma solução em condições de extrema incerteza é um empreendedor, seja na iniciativa privada ou pública (RIES, 2012).

A *startup* é uma empresa que se inicia através da possibilidade de criar um novo produto ou serviço para o mercado, concebido a partir de tecnologias não totalmente consolidadas. E, por conta disso, sempre trabalham com hipóteses, ou seja, antes de lançar o produto no mercado não sabem se será bem aceito e, por esse motivo, os empreendedores devem primeiro experimentar se o produto ou serviço irá atender as exigências ou resolver o problema dos clientes. Assim, a *startup* é uma empresa projetada para criar soluções para problemas muitas vezes desconhecidos (TORRES, 2012).

Para Julie Meyer (apud ARRUDA et al., 2012), as *startups* começam pequenas, mas com probabilidade de crescimento exponencial em pouquíssimo tempo, devido seu potencial inovador. Além disso, a autora afirma que as *startups* possuem um imenso potencial de mudar a curva de uma economia inteira, caso consigam se consolidar no mercado. Por serem empresas criadas para assumir o risco de inovar desde o início, as mesmas, também, se deparam com desafios particulares para sobreviver no mercado e, assim, atingir o crescimento exponencial (ARRUDA et al., 2012).

Sendo assim, e mediante esse cenário das *startups* buscarem sempre inovação, percebe-se que o empreendedorismo por oportunidade vem crescendo constantemente.

## 2.2 Empreendedorismo

Para iniciar, deve-se considerar que o empreendedorismo sempre foi considerado de suma importância para o crescimento do país. Entretanto, nota-se que apenas recentemente o tema empreendedorismo está sendo amplamente discutido no meio acadêmico. Durante a década de 80, o tema empreendedorismo passou a ser estudado dentro de outras disciplinas no intuito de proporcionar habilidades específicas, como a inovação, criatividade, reflexões e ações para desenvolver o lado crítico, social e de liderança no estudante, possibilitando transformar estudantes em empreendedores de sucesso (GRAEVENITZ; HARHOFF; WEBER, 2010; MORRIS; WEBB; FU; SINGHAL, 2013; SILVA; PENA, 2017).

Segundo Rocha e Freitas (2014), a educação voltada para empreendedorismo contribui para uma melhor formação da cultura empreendedora e na geração de novos empreendedores. Para os autores Brancher, Oliveira e Roncon (2012), estudar o empreendedorismo é investigar a natureza humana frente aos desafios.

Para Dornelas (2001, p. 37), o empreendedor é aquele que identifica uma oportunidade para desenvolver algo inovador que possibilita gerar valor, isto é, relaciona a criatividade e entendimento tecnológico com o conhecimento de mercado, para identificar se a inovação que concebeu será útil e valorizada pela a sociedade. Em outras palavras, o empreendedorismo consiste na criação de uma nova oportunidade de negócio, que não existia, atrelada à ideia de crescimento (COLLINS; HANGES; LOCKE, 2004). Sendo assim, nota-se que a principal tarefa do empreendedor é imaginar e definir o que fazer, as vezes até como fazer (FILION, 2000). Já de acordo com Ries (2012), o empreendedorismo é a arte de fazer tudo ao mesmo tempo de forma equilibrada, ou seja, o empreendedor está a todo momento gerenciando o projeto, administrando as finanças, planejando novos projetos, organizando o serviço interno e estudando o mercado, a fim de buscar novas oportunidades para alavancar seu empreendimento (CHIAVENATO, 2008; DORNELAS, 2012).

Do ponto de vista da economia, os empreendedores são de suma importância, auxiliam no crescimento e desenvolvimento do país gerando novos postos de trabalhos, gerando renda e algumas vezes iniciando toda uma cadeia de produção (SILVEIRA et al., 2008). Porém, ser empreendedor não é uma tarefa muito fácil, o mesmo tem que lidar com inúmeras barreiras e dificuldades antes de alcançar o sucesso (SOARES; BASTOS, 2007). Quase sempre as dificuldades estão relacionadas com: falta de planejamento inicial, de apoio familiar; dificuldades entre sócios e/ou membros da equipe, falta de conhecimento comercial, dificuldades de encontrar mão de obra qualificada, carga tributária elevada, falta de recursos

financeiros, ausência de crédito, efeitos da economia, controles governamentais, conhecimento técnico ou dificuldades para adquirir matéria prima, entre outros (PEREIRA; VERRI, 2014; OLIVEIRA, 2018).

Segundo Teixeira (2000), o empreendedorismo é movido pelo desenvolvimento de novos produtos, sob aqueles que já existem. Em contraposição, Salerno (2018) afirma que inovação em cima de produtos existentes é entendida como inovação incremental. Justificando sua teoria, o autor explana que a inovação incremental somente estende a vida de produto já existente no mercado (SALERNO, 2018).

Devido a *startup* ser considerada uma empresa que muitas vezes necessita buscar ou criar solução para um problema pouco conhecido, ela se insere na categoria de empreendedorismo inovador, conforme Garcia e Calangtone (2002). Para os autores, a introdução de novos produtos ou serviços é entendida como inovação radical e não incremental. Ainda de acordo com os autores, a inovação radical introduz uma disrupção no mercado através do lançamento de um produto ou serviço até então não conhecido. A Figura 2 abaixo diferencia melhor as particularidades da inovação incremental e radical.

Figura 2 – Diferença entre inovação incremental e inovação radical

Inovação Incremental	Inovação Radical
Mercado existente, aqui os clientes são conhecidos	É preciso criar mercado
Trajectoria tecnológica definida, com evolução previsível	Trajectoria em formação, não previsível
Mudanças na cadeia de valor devem ser evitadas pois são fontes de custos	É preciso desenvolver novas cadeias de valor
Operação ou unidade de negócio	Corporativo
Foco nos produtos atuais, nas necessidades dos clientes explicitadas por clientes atuais	Foco em necessidades não explicitadas por clientes e não clientes e na criação de necessidades
Linear e contínua	Não linear, descontínua
Risco reduzido	Incerteza, alto grau de risco
Resolução de problemas, de restrições	Resposta a desafios, criação de oportunidades
Foco na cadeia	Foco nas adjacências (os arredores)

Fonte: Adaptado de Terra (2012).

Em vista disso, percebe-se que o empreendedorismo inovador desafia as empresas a galgar as barreiras dos mercados existentes mediante a criação de mercados inexplorados. (KIM; MAUBORGNE, 2005). Seguindo essa mesma linha de raciocínio, nota-se que as *startups* possuem essas características, ou seja, são empresas criadoras de mercados inexplorados.

Embora o empreendedorismo inovador seja repleto de dificuldades a serem superadas, esse novo modelo de empreendedorismo cresce em um ritmo acelerado, não só no Brasil, mas no mundo todo.

### 3 METODOLOGIA

Para desenvolvimento desse trabalho, primeiro efetuou-se uma busca refinada sobre os temas: empreendedorismo inovador, *startups*, inovação e suas definições de acordo com especialistas nos assuntos. Posteriormente, coletou-se artigos científicos, teses e dissertações publicados em bases de dados como: Google Acadêmico, Emerald e Scielo. As informações específicas sobre crescimento do número das *startups* foram encontradas nos *sites* da Agência Brasil, Abstartups, ANPROTEC e Sebrae. Em seguida, optou-se pela técnica de fichamento do material, para escolher as melhores passagens e marcos teóricos.

Como resultado dessa primeira fase do trabalho, foi organizado o conhecimento sobre as *startups* no Brasil em duas frentes, a evolução das *startups* e suas principais dificuldades e o papel de instituições de apoio à essas empresas. Posteriormente, essas duas frentes geraram artigos de congresso.

A seguir foi iniciado o trabalho de campo, em que os procedimentos técnicos utilizados foram a análise de textos, documentos e aplicação do questionário Likert. A fim de buscar respostas para o problema de pesquisa, um questionário eletrônico foi enviado na segunda quinzena do mês de dezembro de 2019, para 200 empreendedores de *startups* que ainda se encontram em fase inicial de desenvolvimento do seu empreendimento. Porém, somente 20 empreendedores fizeram a devolutiva, isso equivale a 10% do total do grupo. A escala Likert é bastante utilizada em pesquisas de opinião, em que os entrevistados especificam o seu nível de concordância com a afirmação. Entretanto Costa (2011) relata que uma escala de medição dever ser composta por um conjunto de indicadores.

Para a pesquisa foram usados cinco níveis de concordância: (1) discordo totalmente, (2) discordo parcialmente, (3) neutro – nem concordo, nem discordo, (4) concordo parcialmente e (5) concordo totalmente, conforme mostra o Anexo 1.

Uma primeira aproximação do campo de pesquisa foi necessária para construir o questionário dentro dos padrões de comunicação dos pesquisados. Assim, as perguntas foram elaboradas após entrevistas com empreendedores dos mais diferentes segmentos de atuação com *startups* incubadas no Parque Tecnológico de São José dos Campos e no Parque Tecnológico da Universidade de São Paulo (USP) em São Paulo, CIETEC. Vale ressaltar que algumas das empresas incubadas tinham aproximadamente um ano de vida, sendo considerada ainda em fase inicial de desenvolvimento. Já outras, tinham aproximadamente entre três e quatro anos de vida, sendo que algumas já estavam tentando validar seus produtos ou serviços no mercado. Esse processo foi essencial pois desvendou o dia a dia das *startups*.



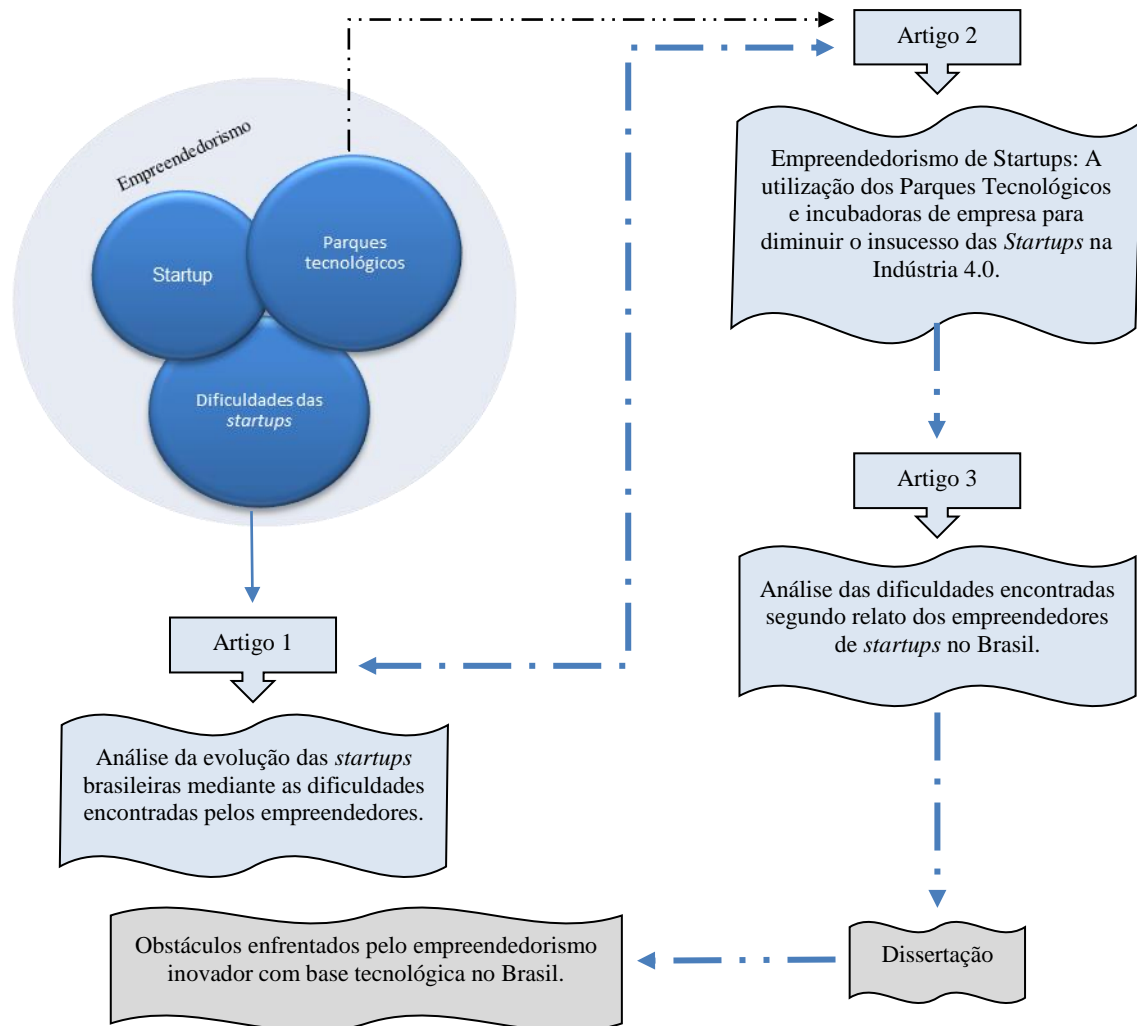
Por outro lado, foi bastante difícil, já antecipando a dificuldade de levantar dados dessas empresas, não só pelo receio de revelarem segredos de um produto inovador para o mercado, mas também por conta do seu dia a dia muito corrido, em que minutos não dedicados ao trabalho são contados.

Como referência para o desenvolvimento de algumas perguntas foram utilizados dados fornecidos por empresas especializadas em monitoramento de *startups*, tais como, Abstartups, Sebrae e Anprotec. Após obter todas informações necessárias, o questionário foi estruturado com 19 perguntas fechadas, sendo que 18 delas são direcionadas especificamente às dificuldades que mais interferem no desenvolvimento e crescimento da *startup*. A outra pergunta é referente a área de atuação do empreendimento.

Sendo assim, a elaboração desta dissertação foi projetada em formato de artigos. O primeiro artigo buscou analisar, por meio de revisão bibliográfica, a evolução das *startups* brasileiras mediante as dificuldades encontradas pelos empreendedores. Esse primeiro artigo estabelece assim a pertinência do tema de dissertação. O segundo artigo procurou identificar as dificuldades encontradas pelos empreendedores de *startups* e de que maneira os Parques Tecnológicos e incubadoras de empresas podem auxiliar para diminuir o insucesso do empreendimento. Com isso, o primeiro e o segundo artigo respondem o primeiro objetivo específico desta pesquisa: identificar na literatura as dificuldades que colocam em risco o sucesso dos empreendedores de *startups* no Brasil. Agora, o terceiro artigo busca conhecer a opinião dos empreendedores de inovação sobre as dificuldades que enfrentam para manter a empresa, portanto o terceiro artigo responde e consolida o segundo objetivo específico desta pesquisa: verificar a visão de empreendedores sobre as condições que dificultam a evolução da empresa. Por fim, nas conclusões são apresentadas as principais contribuições, limitações da pesquisa e recomendações de trabalhos futuros.

A Figura 3, a seguir, descreve os eventos e *status* dos artigos que fazem parte dos resultados e discussões deste trabalho, e estão apresentados na sua íntegra nos anexos.

Figura 3 – Estrutura da Dissertação



Fonte: Elaborada pelo autor.

Em termos acadêmicos, o intuito desse trabalho é gerar novos conhecimentos através da elaboração de Artigos e da Dissertação, com a finalidade de acrescentar valor de mercado, alertando os empreendedores de *startups* sobre as possíveis barreiras que irão se deparar no estágio inicial de desenvolvimento de seu empreendimento.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para verificar o crescimento do número de *startups*, a investigação foi composta de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. Os resultados foram transformados em artigos e estão anexados ao final do trabalho. Neste item, os artigos são resumidos e comentados.

O primeiro, procurou analisar se as dificuldades encontradas pelos empreendedores desaceleraram o crescimento do número de *startups* no Brasil. Assim o primeiro artigo estabelece a pertinência do tema de dissertação.

### 4.1 Análise da evolução das *startups* brasileiras mediante as dificuldades encontradas pelos empreendedores (Artigo aprovado e apresentado no Congresso IFLOG – Anexo - A)

Este artigo foi submetido e aprovado no IFLOG (Congresso Internacional de Logística e Operações), apresentado dia 24 de outubro de 2019, no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo– IFSP, câmpus Suzano e o mesmo encontra-se disponível na íntegra.

Em um primeiro momento o artigo procurou identificar na literatura as principais dificuldades que contribuíram para a descontinuidade das *startups* no Brasil. E, posteriormente, analisar se tais dificuldades desaceleraram o crescimento desse novo modelo de negócio.

Na presente pesquisa foi possível identificar as dificuldades que aumentaram em 30% a taxa de mortalidade das *startups* em 2018: acesso à capital (40%), dificuldades de ingressar no mercado (16%) e o conflito entre os sócios (12%), de acordo com Valente (2018). Em contrapartida, em 2017, o Brasil tinha 3.353 mil *startups* cadastradas no *site* da Abstartups. Já em 2019, o número de *startups* cadastradas nesse mesmo *site* quase triplicou, passando de 3.353 mil para 9.450 mil *startups* conforme mostra Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 – Aumento em % por estado entre 2017 e 2019

NÚMERO DE STARTUPS POR ESTADO			
Estado	Nº de Startups em 2017	Nº de Startups em 2019	Aumento em %
SP	1327	3750	183%
MG	366	1081	195%
RJ	343	832	143%
RS	212	965	355%
PR	194	650	235%
SC	187	611	227%
PE	114	211	85%
DF	83	204	146%
GO	80	180	125%
BA	69	251	264%
CE	68	178	162%
MS	45	87	93%
PB	32	94	194%
AM	30	75	150%
RN	29	74	155%
MT	28	108	286%
PA	25	51	104%
AL	25	46	84%
ES	22	116	427%
TO	17	36	112%
MA	14	56	300%
AC	14	24	71%
SE	11	17	55%
RO	7	24	243%
PI	5	60	1100%
RR	3	4	33%
AP	3	15	400%
<b>Total</b>	<b>3353</b>	<b>9800</b>	
<b>Crescimento porcentual entre início 2017 e segundo semestre de 2019</b>			

Fonte: Elaborada pelo autor.

Como pode-se notar na Tabela 1, em menos de dois anos o número de *startups* cresceu em 192%. Outra informação bastante interessante é, que, por hora as *startups* estão mais concentradas nas grandes capitais, São Paulo lidera o *ranking* com (41%), em segundo lugar está o estado de Minas Gerais (12%) e por último o estado do Rio de Janeiro com (9,7%).

Dessa forma, percebe-se que mesmo mediante das inúmeras dificuldades e desafios, os empreendedores no Brasil estão apostando cada vez mais nesse novo modelo de negócio, conhecido como *startup*.

As limitações dessa pesquisa estão relacionadas a quantidade de estudos disponíveis que apresentam dados mais consistentes, principalmente da saúde financeira do novo empreendimento, sendo esse o fator limitante para observações mais fundamentadas. Como proposta para continuidade dessa pesquisa sugere-se um olhar mais aprofundado nos

empreendimentos desse segmento, de forma a compreender os fatores preditivos de sucesso, bem como poder comparar com empreendimentos internacionais do mesmo segmento.

#### **4.2 Empreendedorismo de *Startups*: A utilização dos Parques Tecnológicos e incubadoras de empresas para diminuir o insucesso das *Startups* na Indústria** (Artigo aprovado e apresentado no Congresso CITEC – Anexo B)

Este artigo foi submetido e aprovado no CITEC (Congresso Internacional de Tecnologia e Gestão), apresentado dia 07 de dezembro de 2018, na Fatec Baixada Santista – Rubens Lara, na cidade de Santos – SP, e encontra-se disponível na íntegra.

O segundo artigo investiga os elementos institucionais que apoiam, protegem e capacitam *startups* durante sua infância. Também buscou identificar de que maneira o Parque Tecnológico, incubadora e aceleradora podem contribuir para o crescimento e desenvolvimento do empreendedorismo inovador.

Os Parques Tecnológicos além de influenciar no setor econômico da “região ou cidade” também contribuem de forma positiva para que jovens empreendedores possam concretizar seus objetivos. De acordo com Anprotec (2018), os Parques Tecnológicos são empreendimentos que possuem o objetivo de alavancar a produção de riqueza de uma determinada região, através do desenvolvimento da cultura de inovação, da competitividade e aumento da capacitação empresarial, fundamentado na transferência de conhecimento e tecnologia. Sob o mesmo ponto de vista, os autores Atrasas, Dias e Leite (2003), Aulicino (2012), Benko (1998), Chiochetta (2010), Gaino e Pamplona (2014), Lastres e Cassiolato (2003), Rodrigues, Rovere e Shebata (2007), Steiner, Cassim e Robazzi (2012), Cariono (2017) afirmam que os parques tecnológicos são ambientes com uma grande quantidade de empresas de base científica, de diferentes segmentos, que operam em rede e em colaboração com empresas, universidades, centros de pesquisas, agentes financeiros e governo, no intuito de disseminar o conhecimento e tecnologia para inovação e desenvolvimento regional.

Agora, as incubadoras instaladas em Parques tecnológicos são capazes de aumentar as chances de uma *startup* sobreviver no mercado. A incubadora de empresas, de acordo com Beltramini, Souza e Oliveira (2019), além de auxiliar os novos empreendedores na criação e desenvolvimento de suas empresas, também oferecem assessoria empresarial, contábil, financeira, jurídica, atividades de capacitação, articulação de políticas públicas e gera disseminação de conhecimento, empreendedorismo, *network*, capitalização de capital e clientes, o que diminuiu a descontinuidade do empreendimento (ANPROTEC, 2019).

Segundo uma pesquisa realizada pela revista Pequenas Empresas Grandes Negócios (2014), as chances de empresas incubadas, dentro de Parques Tecnológicos, abrirem falência futuramente é 3,45 vezes menor, do que uma *startup* instalada em outros ambientes fora do Parque Tecnológico.

Por fim, as aceleradoras de *startups* têm como único objetivo acelerar o empreendimento em um curto espaço de tempo, esse tempo pode variar entre três e seis meses. Nesse intervalo de tempo, a aceleradora fornece educação e conexões a grupos de *startups* durante programas intensivos (HALLEN et al., 2014; KANBACH; STUBNER, 2016). Para Pauwels et al. (2016) e Amezcua et al. (2013) deve ser focado na intensa interação, monitoramento e educação que permitem alavancar os empreendimentos acelerados.

Sendo assim, nota-se que tanto os Parques Tecnológicos, quanto as incubadoras e acelerados estão se tornando um diferencial para o sucesso das novas *startups*, porque além de oferecer para os empreendedores infraestruturas físicas, totalmente eficiente e versátil, possibilita também respaldo de especialistas em diferentes áreas de atuação, como citamos acima. Contudo, percebe-se que as atividades oferecidas pelas incubadoras têm como objetivo oferecer um norte para os empreendedores nos quesitos criação, desenvolvimento e sucesso do empreendimento.

#### **4.3 Análise das dificuldades encontradas segundo relato dos empreendedores de startups no Brasil** (Artigo para submissão a uma revista ainda a ser definida – Anexo C)

O terceiro artigo buscou conhecer a opinião dos empreendedores de inovação sobre as dificuldades que enfrentam para manter a empresa.

Essa pesquisa evidencia as dificuldades que mais interferem no desenvolvimento e crescimento dos empreendedores que tentam criar uma ruptura no mercado, através do lançamento de novos produtos e serviços utilizando-se de base tecnológica. São elas: falta de conhecimento de administração financeira por parte dos sócios (81%), restrições financeiras iniciais (80,9%), conflito entre os sócios (80,9%), falta de conhecimento da administração de negócios por parte dos sócios (76%) e a elevada burocracia para abertura e manutenção do modelo de negócio (71,4%), conforme mostra a Tabela 2 a seguir. Este percentual foi obtido através do somatório entre as células “concordo parcialmente” e “concordo plenamente”.

Tabela 2 – Dificuldades encontradas pelos empreendedores inovadores

		Discordo plenamente	Discordo parcialmente	Neutro	Concordo parcialmente	Concordo plenamente	Somatório das células com maiores índices percentuais
1	As restrições financeiras iniciais atrapalharam no crescimento da empresa.	4,8%	6,6%	9,5%	<b>33,3%</b>	<b>47,6%</b>	<b>80,9%</b>
2	A dificuldade de mobilizar recursos e captar financiadores aumentam o risco de insucesso da empresa.	9,5%	19,0%	14,3%	<b>23,8%</b>	<b>33,3%</b>	<b>57,1</b>
3	A falta de Capital Inicial aumenta o risco de insucesso da empresa.	9,5%	14,3%	19,0%	<b>28,6%</b>	<b>28,6%</b>	<b>57,2</b>
4	As alterações repentinas em relação ao projeto inicial dificultam o crescimento da empresa.	<b>28,6%</b>	<b>33,3%</b>	4,8%	14,3%	19,0%	<b>61,9</b>
5	A dificuldade de enfrentar novos riscos referente ao modelo de negócio é o principal motivo para a empresa obter insucesso.	<b>23,8%</b>	<b>28,6%</b>	23,8%	4,8%	19,0%	<b>52,4</b>
6	A dificuldade em realizar alterações no modelo de negócio para captar mais clientes aumenta o risco de insucesso da empresa.	14,3%	23,8%	23,8%	23,8%	14,3%	-
7	A falta de conhecimento de administração de negócios, por partes dos sócios, aumenta o risco de insucesso da empresa.	0,0%	14,3%	9,5%	<b>38,1%</b>	<b>38,1%</b>	<b>76%</b>
8	A falta de conhecimento de administração financeira, por parte dos sócios, aumenta o risco de insucesso da empresa.	4,8%	9,5%	4,8%	<b>38,1%</b>	<b>42,9%</b>	<b>81%</b>
9	A falta de conhecimento específico da área que deseja empreender aumenta o risco de insucesso da empresa.	9,5%	19,0%	4,8%	<b>23,8%</b>	<b>42,8%</b>	<b>66,6</b>
10	A falta de experiência, por partes dos sócios, aumenta o risco de insucesso da empresa.	4,8%	14,3%	28,6%	<b>23,8%</b>	<b>28,6%</b>	<b>52,4</b>
11	A dificuldade de gerenciar pessoas atrapalha o crescimento da empresa.	0,0%	28,6%	9,5%	<b>28,6%</b>	<b>33,3%</b>	<b>61,9</b>
12	O conflito entre os sócios dificulta o crescimento da empresa.	4,8%	9,5%	4,8%	<b>23,8%</b>	<b>57,1%</b>	<b>80,9%</b>
13	As taxas tributárias elevadas contribuem para o insucesso da empresa	4,8%	33,3%	9,5%	19,0%	33,3%	<b>52,3</b>
14	A burocracia elevada para abertura e manutenção do modelo de negócio contribuem para o insucesso da empresa.	4,8%	9,5%	14,3%	<b>38,1%</b>	<b>33,3%</b>	<b>71,4%</b>
15	A dificuldade de encontrar profissionais qualificados e dispostos a se envolver profissionalmente aumentam o risco de insucesso da empresa.	0,0%	14,3%	23,8%	<b>33,3%</b>	<b>28,6%</b>	<b>61,9</b>
16	A falta de aporte de capital inicial, das instituições privadas ou governamentais, aumenta o risco de insucesso da empresa.	9,5%	28,6%	19,0%	19,0%	23,8%	<b>42,8</b>
17	A dificuldade adquirir apoio técnico de parque tecnológico, incubadora, aceleradora e/ou outros organismos contribuem para insucesso da empresa.	14,3%	19,0%	42,9%	14,3%	9,5%	<b>23,8</b>
18	A fragilidade da economia nacional (insegurança econômica) aumenta o risco de insucesso da empresa.	4,8%	9,5%	28,6%	<b>42,9%</b>	<b>14,3%</b>	<b>57,2</b>
19	Em qual área a startup atua.	<b>resposta será representada em forma de gráfico</b>					
20	Modelo do negócio	<b>resposta será representada em forma de gráfico</b>					

Fonte: Elaborada pelo autor.

Sendo assim, nota-se que a presente pesquisa conseguiu identificar, mediante as opiniões dos empreendedores, dificuldades diferentes das citadas na literatura.

As limitações dessa pesquisa estão relacionadas a pouca quantidade de estudos disponíveis que apresentem dados mais consistentes, principalmente da saúde financeira do novo empreendimento, sendo esse o fator limitante para observações mais fundamentadas. Como proposta para continuidade dessa pesquisa propõe-se um olhar mais aprofundado nos empreendimentos desse segmento, de forma a compreender os fatores preditivos de sucesso, bem como poder comparar com empreendimentos internacionais do mesmo segmento.



## 5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve como objetivo principal identificar as dificuldades que podem retardar o desenvolvimento e crescimento das *startups* no Brasil. Contudo, os resultados apresentados na pesquisa identificaram as dificuldades que mais interferem no crescimento, desenvolvimento e até mesmo a descontinuidade das startups, de acordo com os empreendedores são: falta de conhecimento de administração financeira por parte dos sócios (81%), restrições financeiras iniciais (80,9%), conflito entre os sócios (80,9%), falta de conhecimento de administração de negócios por partes dos sócios (76%) e, por último, está a elevada burocracia que envolve a abertura e manutenção do negócio (71,4%).

Embora o desenvolvimento *startup* seja totalmente diferente das empresas tradicionais conhecidas no mercado, nota-se que as dificuldades apresentadas parecem fazer parte desse tipo de modelo de negócio. Neste sentido, esse deve ser o motivo pelo qual muitos empreendedores buscam suporte das incubadoras de empresas, localizadas nos Parques Tecnológicos para norteá-los no enfrentamento das inúmeras barreiras impostas pelo empreendedorismo inovador voltado para base tecnológica. De acordo com a revista Pequenas Empresas Grandes Negócios (2018), uma empresa instalada em incubadoras dentro do Parque Tecnológico possui 3,45 vezes menos oportunidade de descontinuidade.

Para as entidades de fomento voltadas para o empreendedorismo inovador, Abstartups, Sebrae, StartSe e Anprotec, as *startups* são empresas que buscam sempre trabalhar em prol do desenvolvimento de produtos e serviços inovadores. Além disso, de acordo com a Abstartups (2019), as *startups* se destacam por proporcionar novas oportunidades de emprego nos mais diferentes segmentos da indústria. Conforme a pesquisa, 40% das empresas possuem mais de cinco funcionários, isso equivale aproximadamente mais de 50 mil novos empregos gerados. Desta forma, pode-se concluir que as *startups*, provavelmente, se tornarão empresas fundamentais para o crescimento econômico e pela geração de novas oportunidades de empregos no país.

Mesmo considerando que o objetivo do trabalho foi alcançado com êxito, vale ressaltar que o durante o desenvolvimento houve uma limitação, dificuldades em obter respostas dos entrevistados, de conseguir visitas em parques tecnológicos e agendar horário para dialogar com empresários.

Por fim, pode-se concluir que a presente pesquisa conseguiu identificar, até o presente momento, diferentes dificuldades daquelas citadas pela literatura e entidades especializadas no monitoramento de *startups*.

## REFERÊNCIAS

- ALBERONE, M.; CARVALHO, R.; KIRCOVE, B. **Sua ideia ainda não vale nada – O guia prático para começar a validar seu negócio**. Rio de Janeiro, 2012.
- AMEZCUA, A.; GRIMES, M.; BRADLEY, S.; WIKLUND, J. Organizational Sponsorship and Founding Environments: A Contingency View on the Survival of Business Incubated Firms, 1994-2007. **Academy of Management Journal**, 2013.
- ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. **Parques Tecnológicos em Operação**. 2019. Disponível em: <<http://anprotec.org.br/site/lideres-tematicos/parques-tecnologicos-em-operacao/>>. Acesso em: 15 fev. 2020.
- ARRUDA, C.; COZZI, A.; NOGUEIRA, V.; COSTA, V. **O Ecossistema Empreendedor Brasileiro de Startups**: Uma análise dos determinantes do empreendedorismo no Brasil a partir dos pilares da OCDE. Fundação Dom Cabral- Núcleo de Inovação e Empreendedorismo. 2013.
- ATRASAS, A. L.; DIAS, J. M. C. D. S.; LEITE, L. A. D. S. **Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas**: Fatores de Desenvolvimento Tecnológico e Regional em Portugal e Espanha: Relatório de Viagem Internacional. (Documentos 96) Brasília: EMBRAPA, set. 2003.
- AUDRETSCH, D. B.; FELDMAN, M. R & D spillovers and the geography of innovation and production. **American Economic Review**, v. 86, n. 3, p. 630-640, 1996.
- AULICINO, A. L. Implementation of Technology Parks for the Eradication of Poverty in Emerging Countries: A Brazilian case. In: **IASP World Conference**, 29, 2012. Tallin: Institute for Sustainable Development IDS, p. 2-17, 2012.
- BARRETO, L. P. Educação para o empreendedorismo. **Educação Brasileira**, v. 20, n. 41, p. 189-197, 1998.
- BEATRIZ, B.; NATÁLIA, N. S.; JOÃO, P. L. O. The business incubator and the challenge of its implementation in brazilian public universities: a model proposal for minas gerais state university - **Revista Fafibe On-Line**, Bebedouro SP, v. 12, n. 1, p. 75-93, 2019. ISSN 1808-6993. Disponível em: <[unifafibe.com.br/revista](http://unifafibe.com.br/revista) e <[unifafibe.com.br/revistafafibeonline/](http://unifafibe.com.br/revistafafibeonline/)>. Acesso em: 17 jan. 2020.
- BENKO, G. El impacto de los tecnopolos en el desarrollo regional: Una revisión crítica. **EURE** (Santiago), Santiago, v. 24, n. 73, dic. 1998.
- BESSOME, F. **Nem tanto nem tão pouco**. São Paulo: Rumos, 2000.
- BRANCHER, I. B.; OLIVEIRA, E. M.; RONCON, A. Comportamento empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional.

Internext. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 166-193, jan./jun. 2012.

BRITO, D. **Startups crescem no Brasil e consolidam nova geração de empreendedores**. 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-07/startups-crescem-no-brasil-e-consolidam-nova-geracao-de-empreendedores>>. Acesso em: 27 jan. 2020.

BRUNEEL, J.; RATINHO, T.; CLARYSSE, B.; GROEN, A. The Evolution of Business Incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations. **Technovation**, v. 32, n. 2, p. 110-121, 2012.

CÂMERA, I. **O que é B2B? E B2C?** Aprenda quais os tipos de negócio e como funcionam. 2018. Disponível em: <<https://www.startse.com/noticia/nova-economia/corporate/b2b-b2c-e-mais>>. Acesso em: 29 jan. 2020.

CARIONO, L. **O que é um parque tecnológico**. 2017.

CHAMMAS, A.; QUARESMA, M.; MONT'ALVÃO, C. A closer look on the user centred design. **6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics**, v 3, p. 5397-5404, 2015.

CHASSAGNE, Ghislain Claude Emmanuel. **An exploration of the lean startup approach among Brazilian digital startups**. Tese de Doutorado, 2015.

CHASSAGNE, Ghislain Claude Emmanuel. **Digital Startups**, 2015.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

CHIOCHETTA, J. C. **Proposta de um Modelo de Governança para Parques Tecnológicos**. Porto Alegre. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, UFRGS. 2010. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/28794/000770257.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 18 fev. 2020.

CICCONI, E. G. Empreendedorismo (Capítulo 01), p. 01-14. In: PORTO, Geciane. **Gestão da inovação e empreendedorismo**. 1. ed. -Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

COLLINS, Christopher J.; HANGES, Paul J.; LOCKE, Edwin A. **The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis**. Cornell University, ILR School, 2004.

COSTA, F. J. **Mensuração e desenvolvimento de escalas**: aplicações em administração. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

DANE, F. **Research methods**. Brooks/Cole Publishing Company: California, 1990.

DEWESD, M. **Empreendedorismo e Exportação no Setor de Desenvolvimento de Software**: Características de Empreendedores e Empresas. Dissertação (Mestrado em Administração) Escola de Administração. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. São Paulo: De Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011

FILION, L. J. Empreendedores e proprietários de pequenos negócios. **Revista USP – Revista da Administração**, São Paulo, p. 5-28, 1999.

FILION, L. J. Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE - Revista de Administração de Empresas / EAESP / FGV**, São Paulo, Brasil. RAE Light, v. 7, n. 3, p. 2-7, jul./set. 2000.

GAINO, A. A. P.; PAMPLONA, J. B. Abordagem teórica dos condicionantes da formação e consolidação dos parques tecnológicos. **Production**, São Paulo, v. 24, n. 1, p. 177-187, 2014.

GARCIA, R.; CALANGTONE, R. A critical look technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review. **Journal of Product Innovation Management**, v. 19, p. 110-132, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo, 2012.

GONÇALVES, A. C.; SILVA, M. T. **Riscos enfrentados pelo empreendedorismo inovador com base tecnológica no Brasil**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Paulista – UNIP, 2020.

GRAVENITZ, G. V.; HARHOFF, D.; WEBER, R. The effects of entrepreneurship education. **Journal of Economic Behavior & Organization**, n. 76, v. 1, p. 90-112, 2010. Disponível em: <<http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/831>>. Acesso em: 11 fev. 2020. doi:10.1016/j.jebo.2010.02.015

HALLEN, B. L.; BINGHAM, C. B.; COHEN, S. L. Do Accelerators Accelerate? A Study of Venture Accelerators as a Path to Success. **Academy of Management Proceedings**, p. 747-752, 2014.

KANBACH, D. K.; STUBNER, S. Corporate accelerators as recent form of startup engagement: The what, the why, and the how. **Journal of Applied Business Research (JABR)**, v. 32, n. 6, p. 1761-1776, 2016. 10.19030/jabr.v32i6.9822.

KIM, C.; W, MAUBORGNE. **A estratégia do Oceano Azul – como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante**. 20ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. **Glossário de Arranjos Produtivos e Inovativos Locais**. Rede de Pesquisa em Sistemas e Arranjos Produtivos e Inovativos Locais. Rio de Janeiro: Instituto de Economia da UFRJ, nov. 2003.

MANZO, A. J. **Manual para la preparación de monografías**: una guía para presentar informes y tesis. Buenos Aires: Humanistas, 1971.

MORRIS, M. H.; WEBB, J. W.; FU, J.; SINGHAL, S. A competency-based perspective on entrepreneurship education: conceptual and empirical insights. **Journal of Small Business Management**, v. 51, n. 3, p. 352-369, 2013.

NOGUEIRA, V.; ARRUDA, C. **Causas da Mortalidade de Startups Brasileiras**: Como aumentar as chances de sobrevivência no mercado, 2015.

OLIVEIRA, M. G. N. **Empreendedorismo**: dificuldades que as micros e pequenas empresas enfrentam para abrir e manter uma empresa, 2018.

OYEFUSI, O. O. **Minority entrepreneurship**: entrepreneurship education at Historically black colleges and universities and inner city Economic development. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Business Administration. University Of Phoenix, 2009.

PAUWELS, Charlotte; CLARYSSE, Bart; WRIGHT, Mike; VAN HOVE, Jonas. **Understanding a new generation incubation model**: The accelerator. Technovation, 2016.

PEREIRA, J. A.; VERRI, R. A. Dificuldades na Criação de Empresas em Diferentes Momentos: um estudo de casos múltiplos, a partir da ótica dos empreendedores. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 8, n. 2, p. 2-17, 2014 ISSN 1982-2537.

PEZZONNI, C. **Empreendedorismo dão início às ações para aprimorar o ambiente empreendedor no Brasil**. 2013. Disponível em: <<http://gec2013rio.blogspot.com.br/2013/04/apos-o-fim-do-eventodiscussoes-e.html>>. Acesso em: 11 fev. 2020.

PHAN, P. H.; SIEGEL, D. S.; WRIGHT, M. Science parks and incubators: observations, synthesis and future research. **Journal of business venturing**, v. 20, n. 2, p. 165-182, 2005. 10.1016/j.jbusvent.2003.12.001.

QUANDT, C. O.; FERRARESI, A. A.; FREGA, J. R. Gestão de ideias e inovação em grandes empresas do Sul do Brasil. In: ENCONTRO DA ANPAD, 36, 2012. Rio de Janeiro. **Anais...**Rio de Janeiro, 2012.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta**. 1º ed. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

ROCHA, E. L. D. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, art. 5, p. 465-486, jul./ago. 2014.

RODRIGUES, R. F.; ROVERE, R. L. L.; SHEBATA, L. D. Os Parques Tecnológicos enquanto Instrumentos de Apoio ao Desenvolvimento Local: o caso do Petrópolis-Tecnópolis. In: SEMINÁRIO LATINO-IBEROAMERICANO DE GESTIÓN TECNOLÓGICA, 12, 2007, Buenos Aires. **Anais...** Buenos Aires: ALTEC, 2007

SALERMO, M. S.; GOMES, L. A. V. **Gestão da inovação mais radical**. Elsevier Editora Ltda, 2018.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO P. B. **Metodologia de pesquisa**. São Paulo: McGraw-Hill. 2006.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia** (S. G. de Paula, Trad.). Rio de Janeiro: Zahar, 1942. (Obra original publicada em 1984).

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **Como obter financiamento para sua startup**. Brasília – DF, 2012.

SILVA, J. F. D.; PENA, R. P. M. O “bê-á-bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. **REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017. doi:10.14211/regepe.v6i2.563

SILVEIRA, A.; GONÇALVES, G.; BONELI, J; CASTRO, E; BARBOSA, P.; VILLENA, D. **Empreendedorismo**: a necessidade de se aprender a empreender. 2008. Disponível em: <[http://www.novomilenio.br/foco/2/artigo/artigo\\_daniele.pdf](http://www.novomilenio.br/foco/2/artigo/artigo_daniele.pdf)>. Acesso em: 25 dez. 2019.

SOARES, A. P.; BASTOS, D. Empreendedorismo e Planejamento: Um Estudo sobre a Utilização do Plano de Negócios nas Pequenas e Médias Empresas. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS, 5, 2007, Seropédica/RJ. **Anais...** Seropédica/RJ: SIMGEN, 2007.

SOUSA, E. G.; LOPES, J. E. F. **Empreendedorismo tecnológico e startups**: uma análise de cenários no contexto de universidades brasileiras: Encontro de Estudos Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2016.

STEINER, J. E.; CASSIM, M. B.; ROBAZZI, A. C. **Parques Tecnológicos**: Ambientes de Inovação. São Paulo: IEA Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo. 2012.

TEIXEIRA, José Carlos. Notícias. **Revista do Banco do Nordeste**, maio, 2000.

TERRA, J. C. **10 dimensões da gestão da inovação**. Rio de Janeiro: Elsevier; 2012.

TORRES, J. **O que é uma startup**. Disponível em: <<http://www.guiadastartup.com.br/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 11 fev. 2020.

TUSHMAN, M.; SMITH, W. K.; WOOD, R. C.; WESTERMAN, G.; O'REILLY, C. Organizational designs and innovation streams. **Industrial and corporate change**, v. 19, n. 5, p. 1331-1366, 2010.

VALENTE, J. **Pesquisa mostra que 30% das startups não conseguem se manter no mercado.** 2018.

VASCONCELOS, G. G.; MALAGOLLI, G. A. Inovação Startup: Transformando ideias em Negócios de Sucesso. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, Ano 1, v. 9, p. 739-753, out./nov. 2016. ISSN. 2448-0959.

WEBSTER, J.; WATSON, J. T. Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. **MIS Quarterly & The Society for Information Management**, v. 26, n. 2, p. 13-23, 2002.

WEBSTER, J.; WATSON, J. T. Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. **MIS Quarterly & The Society for Information Management**, v. 26, n. 2, p. 13-23, 2002.

## **APÊNDICE A - questionário utilizado na pesquisa**

### **Análise das dificuldades encontradas pelos empreendedores de *startups* no Brasil**

O presente questionário tem como objetivo identificar as principais dificuldades internas e externas encontradas pelos empreendedores de *startups* desde sua fase inicial até o presente momento.

Assinale as alternativas seguintes de acordo com grau de concordância, sendo (1) para discordo totalmente até (5) para concordo totalmente:

- ( 1 ) discordo plenamente
- ( 2 ) discordo parcialmente
- ( 3 ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ( 4 ) concordo parcialmente
- ( 5 ) concordo plenamente

### **Perguntas Fatores Internos**

1. As restrições financeiras iniciais atrapalharam no crescimento da empresa.

- ( ) discordo plenamente
- ( ) discordo parcialmente
- ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ( ) concordo parcialmente
- ( ) concordo plenamente



2. A dificuldade de mobilizar recursos e captar financiadores aumentam o risco de insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

3. A falta de Capital Inicial aumenta o risco de insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

4. As alterações repentinas, em relação ao projeto inicial, dificultam o crescimento da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

5. A dificuldade de enfrentar novos riscos referente ao modelo de negócio é o principal motivo pela qual a empresa venha obter insucesso.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

6. A dificuldade em realizar alterações no modelo de negócio para captar mais cliente aumenta o risco de insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

7. A falta de conhecimento de administração de negócios, por parte dos sócios, aumenta o risco de insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

8. A falta de conhecimento de administração financeira, por parte dos sócios, aumenta o risco de insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

9. A falta de conhecimento específico da área que deseja empreender aumenta o risco de insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

10. A falta de experiência, por parte dos sócios, aumenta o risco de insucesso da empresa

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

11. A dificuldade de gerenciar pessoas atrapalha o crescimento da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

12. O conflito entre os sócios dificulta o crescimento da empresa

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

### **Perguntas Fatores Externos**

1. As taxas tributárias elevadas contribuem para o insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

2. A burocracia elevada para abertura e manutenção do modelo de negócio contribui para o insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

3. A dificuldade de encontrar profissionais qualificados e dispostos a se envolver profissionalmente aumentam o risco de insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

4. A falta de aporte de capital inicial, das instituições privadas ou governamentais, aumenta o risco de insucesso da empresa.

- ☐ ( ) discordo plenamente
- ☐ ( ) discordo parcialmente
- ☐ ( ) neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ ( ) concordo parcialmente
- ☐ ( ) concordo plenamente

5. A dificuldade adquirir apoio técnico de parque tecnológico, incubadora, aceleradora e/ou outros organismos contribuem para insucesso da empresa.

- ☐ discordo plenamente
- ☐ discordo parcialmente
- ☐ neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ concordo parcialmente
- ☐ concordo plenamente

6. A fragilidade da economia nacional (insegurança econômica) aumenta o risco de insucesso da empresa.

- ☐ discordo plenamente
- ☐ discordo parcialmente
- ☐ neutro - nem concordo, nem discordo
- ☐ concordo parcialmente
- ☐ concordo plenamente

### **Modelo de Negócio**

- ☐ B2C: quando a venda é direto para o público final;
- ☐ B2B: quando os clientes são outras companhias, sejam elas grandes corporações ou pequenas e médias empresas;
- ☐ B2G: quando o governo é o maior consumidor;
- ☐ C2C: quando pessoas físicas vendem os produtos da empresa a outros consumidores.

**Área de atuação**

- ☐ Engenharias
- ☐ Saúde
- ☐ Sustentabilidade
- ☐ Serviços
- ☐ Aplicativos
- ☐ Jogos
- ☐ Educação
- ☐ *Web site*
- ☐ Outra área

Anexo A - Artigo 1 – Análise da evolução das *startups* brasileiras mediante as dificuldades encontradas pelos empreendedores – IFLOG 2019

**ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DAS STARTUPS BRASILEIRAS MEDIANTE AS DIFICULDADES ENCONTRADAS PELOS EMPREENDEDORES**

***ANALYSIS OF THE EVOLUTION OF BRAZILIAN INITIALS THROUGH DIFFICULTIES ENCOUNTERED BY ENTREPRENEURS***

**Resumo:** Com os avanços da tecnologia, tanto o empreendedorismo inovador, quanto o espírito empreendedor vem passando por um processo constante de transformações no Brasil. Mas, esse processo de transformação traz consigo inúmeras dificuldades para os empreendedores. O presente artigo busca identificar através de uma revisão literária as principais dificuldades encontradas pelos empreendedores de "startups" no Brasil, e até que ponto estas dificuldades podem influenciar no crescimento desse novo mercado. Os resultados revelam que, mesmo com todas as dificuldades encontradas pelos empreendedores, o número de startups entre 2017 e o segundo semestre de 2019 vem crescendo constantemente.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Inovação; Startups; Crescimento das Startups

**Abstract:** *With the advances in technology, both innovative entrepreneurship and entrepreneurship have been undergoing a constant process of transformation in Brazil. But this process of transformation brings with it many difficulties for entrepreneurs. This article seeks to identify through a literary review the main difficulties encountered by startup entrepreneurs in Brazil, and to what extent these difficulties may influence the growth of this new market. The results show that, despite all the difficulties encountered by entrepreneurs, the number of startups between 2017 and the second half of 2019 has been growing steadily*

**Keywords:** *Entrepreneurship; Innovation; Startups; Startups growth.*



## 1 INTRODUÇÃO

A palavra empreendedorismo veio da tradução da palavra "entrepreneur" que é de origem francesa, pode-se perceber por meio de publicações que existem olhares diferentes para a amplitude desse conceito. Dornelas (2008) argumenta que podem existir inúmeras definições de empreendedorismo dentro da literatura. Já para Nassif (2010), o tema empreendedorismo está em constante transformação, por isso vem sendo envolvido em inúmeras pautas de pesquisas.

Observando a questão social, Landstrom et al. (2012) relatam que empreendedorismo se tornou objeto de estudo tanto para Psicologia quanto para a Sociologia, os pesquisadores estão em uma constante busca por características e traços que definam esse tema.

O empreendedor de acordo com Dolabela (2008), é uma pessoa visionária, ou seja, é uma pessoa que reúne as informações necessárias para alcançar seu objetivo, reconhece as oportunidades e as converte em um negócio lucrativo. Com isso, o mesmo possibilita o desenvolvimento de novos caminhos e novas soluções não somente para atender a sociedade, mas, também as corporações (SILVA et al., 2017; TIMMONS, 1994).

Embora existam diversas definições sobre o empreendedorismo, umas das que pode explicar o espírito empreendedor é de Joseph Schumpeter, que salienta que: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”. (SCHUMPETER, 1949). Já descreve o empreendedorismo como processo de produzir algo totalmente novo assumindo os riscos e as recompensas. Enfim, o empreendedorismo transforma ideias inovadoras em serviços e produtos novos e o empreendedor assume os riscos e as recompensas (HIRISH e PETERS, 2004; RIES, 2012).

Neste caso, mais do que o pequeno empreendedor que iniciou um pequeno negócio oferecendo produto já conhecido do mercado, a presença de inovação é o que deflagra o processo de ruptura econômica. O lançamento de novos bens de consumo, novos meios de transporte e/ou procedimentos de produção inovadores é um agente propulsor do capitalismo (ROSA e PASSONI, 2018), incentivando novas oportunidades de mercado (BHIDÉ, 2002).

Esta combinação de espírito empreendedor e capacidade de inovação pode criar negócios e gerar renda e empregos, movimentar a economia local/regional, buscar novas soluções para o

mercado e atender as necessidades tanto das organizações, quanto da sociedade. Uma pesquisa realizada pelo Sebrae em (2018), utilizando o banco de dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), constatou que as empresas de pequeno porte criaram 137,3 mil novos postos de trabalho entre janeiro e setembro no país. Esses novos postos de trabalho geraram 575 mil novos empregos, esse número é quase cinco vezes maior que a quantidade de empregos gerados pelas empresas de maior porte. O estado de São Paulo, foi que mais se destacou na geração de empregos. A pesquisa revelou que foram criados 21,4 mil postos de trabalho em setembro de 2018. Com isso, a região Sudeste respondeu pela criação de 32,9 mil empregos.

Embora a taxa de mortalidade das *startups* sejam consideradas bem acima da média, desde 2013, percebe-se um crescimento em ritmo acelerado de novas empresas no modelo *startup* (MCTI, 2013).

Entendendo as empresas *startups* como uma das principais formas de concretizar as capacidades de empreender e inovar, e sabendo que o empreendedor-inovador nem sempre é bem-sucedido, a presente pesquisa possui como objetivo identificar através de uma revisão bibliográfica se as dificuldades encontradas pelos novos empreendedores podem impactar de alguma forma o crescimento desse novo modelo de empreendedorismo, no Brasil.

## 2 METODOLOGIA

Neste trabalho, o modelo utilizado para a realização da presente pesquisa foi a bibliográfica sistemática. Primeiramente, realizei uma busca referente aos termos utilizados, em seguida foi realizado um filtro através da leitura dos resumos para identificar a pertinência ao objeto estudado, ato continuo foi realizado a busca desses artigos na íntegra os quais foram lidos e analisados. Nesse sentido, a revisão bibliográfica sistemática é considerada contudo um passo inicial para qualquer pesquisa científica (WEBSTER; WATSON, 2002).

A pesquisa bibliográfica sistmática, foi usada para adquirir um aporte teórico maior e um conhecimento mais aprofundado sobre os temas: empreendedorsimo, inovação, e as principais dificuldades encontradas sobre os empreendedores de startup no Brasil.

A pesquisa biblografica sistemática pode ser elaborada com embasamento em materiais teoricos como artigos, livros, e teses (GIL, 2007), a pesquisa bibliográfica sistemática possui

caráter exploratório, pois permite maior compreensão com a resolução do problema, aprimoramento de ideias ou descoberta de intuições, complementa Gil (2007).

A pesquisa bibliográfica sistmática contribui para compreender os aspectos mais pertinentes que necessitam ser considerados em uma pesquisa (NORONHA e FERREIRA, 2000; MALHOTRA, 2001 e AAKER et al., 2007).

Para compor o acervo de pesquisa foram coletados artigos científicos, teses e dissertações publicados em bases de dados como Scielo, Emerald e Google Acadêmico. Outras informações específicas sobre o tema foram coletados dos sites da Agência Brasil, Abstartups, ANPROTEC E Sebrae. Vale ressaltar que, para a realização da presente pesquisa, não se utilizou nenhum instrumento pratico de medida para coleta de dados.

Entretando, Castro (2006) afirma que a revisão bibliográfica sistemática, é uma revisão totalmente planejada a fim de responder a uma pergunta específica e que aplica métodos explícitos e sistemáticos para identificar, selecionar e avaliar criticamente os estudos, e para coletar e analisar dados desses estudos incluídos na revisão. A coleta e análise dos dados consistiu em uma pesquisa quantitativa em plataformas específicas que monitora o crescimento das startups no Brasil, como: Agência Brasil, Abstartups, ANPROTEC, E Sebrae.

### **3 INOVAÇÃO**

Antes de apresentar os resultados da pesquisa bibliográfica é necessária uma breve explicação sobre Inovação que aparece em vários artigos como motor do empreendedorismo, além de vir se destacando cada vez mais dentro das organizações como principal elemento de mudança. Essa mudança vem sendo impulsionada por um mercado cada vez mais competitivo onde a inovação se torna imprescindível para o sucesso da empresa (DINIZ e ALMEIDA, 2015).

A definição sobre o que é realmente inovação ainda é tema de debate no meio acadêmico. Porém a definição mais aceitável sobre inovação foi elaborada pela Organização Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), que considera inovação uma oportunidade de mercado e/ou serviço que pode levar ao desenvolvimento, produção e comercialização de uma invenção, sendo a empresa inovadora aquela que desenvolve e comercializa uma inovação (SALERMOS e GOMES, 2018). A fim de padronizar o conceito sobre inovação, a

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) elaborou em 1990, a primeira edição do Manual de Oslo (OSLO, 2005).

O Manual de Oslo, foi elaborado com objetivo de orientar e padronizar conceitos, metodologias e construção de estatísticas e indicadores de pesquisa de P&D de países industrializados (OSLO, 2005).

O manual de Oslo é considerado um tanto flexível no que diz respeito a definições e metodologias de inovação tecnológica e, por isso o manual se tornou um referencial para a maioria das indústrias brasileiras, que de alguma forma tentam se inovar em termos de produtos e operações objetivando se tornarem mais competitivas no mercado em que atuam (OSLO, 2005).

De acordo com Oslo (2005), as inovações estão divididas em quatro tipos: inovações de produto, inovações de processo, inovações organizacionais e inovações de marketing. Descritas como segue:

**Inovação de Produto:** pode ser a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado. E isso pode ocorrer por meio de melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais.

**Inovação de Processo:** ocorre com a implementação de um novo método de produção e distribuição ou significativamente melhorando o existente na empresa. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou softwares. As inovações de processo também visam na redução de custo na produção, na distribuição e no melhoramento do produto.

**Inovação de Marketing:** É o desenvolvimento de um novo método de marketing que trará mudanças significativas na concepção do produto, quanto em sua embalagem, no posicionamento do produto, na promoção ou na fixação de preços. Outro benefício é atender melhor às necessidades dos consumidores, abrir novos mercados, ou reposicionar o produto de uma empresa no mercado, com o objetivo de aumentar as vendas.

**Inovação Organizacional:** É implantar um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas. Esse tipo de inovação visa à melhoria do desempenho, redução de custos administrativos,

redução de custos de transação, e ainda aumenta a satisfação dos trabalhadores no local de trabalho (e assim a produtividade do trabalho).

#### 4 STARTUPS

Nesse capítulo apresentaremos alguns conceitos e definições sobre esse fenômeno chamado startup que, atualmente, vem-se destacando na IV Revolução Industrial, como sendo um dos principais potencializadores para a descoberta e desenvolvimento de inovações tecnológicas e geração de empregos.

As *Startups* geralmente surgem através da oportunidade ou da necessidade de criar um produto/serviço totalmente inovador para o mercado. O termo startup de acordo com Gitahy (2010), surgiu em um momento conhecido como “bolha da Internet”, por volta de 1996 e 2001. O autor ainda enfatiza que o termo startup só passou a ser utilizado no Brasil, quando a geração mais jovem obteve a oportunidade de criar seus próprios negócios/serviços. Dewes (2005), afirma que a força motivadora desses jovens para criação de seus próprios negócios/serviços ou produtos, vem devido a necessidade de se realizar, superar, e de se tornar um diferencial a cada dia.

Para Ries (2011), *startup* é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza. Seguindo a mesma linha de pensamento Gitahy (2010), define *startup* como um grupo de pessoas a procura de negócios repetíveis e escaláveis, trabalhando em um projeto de extrema incerteza.

O termo repetível e escalável para startup de acordo com SEBRAE (2017), significa entregar o mesmo serviço/produto sempre de forma ilimitada ao consumidor sem que haja customização. Já a escalabilidade está relacionada ao crescimento da empresa, ou seja, crescer, porém, mantendo os custos do negócio sempre baixo. Agora o modelo de negócios refere-se a estratégia que a empresa irá utilizar para capta seus clientes e, lucrar com a venda de seus produtos/serviços (NARDES e MIRANDA, 2014).

Diferente das empresas tradicionais que atuam em um nicho de mercado já consolidado, a startup de acordo com Blank (2012), ainda é uma empresa que busca de um modelo de negócio que seja repetível, escalável e viável.

Para muitas pessoas as *startups* são empresas somente ligadas a Internet, porém, para Moreira (2016), as *startups* geralmente estão ligadas a internet, porque é muito mais fácil e viável criar novos aplicativos e softwares, do que criar uma empresa de nanotecnologia. Zuini (2013), enfatiza que as *startups* estão mais vinculadas à Internet, porque as mesmas buscam desenvolver serviços/produtos que possam ser utilizados por milhares de clientes, proporcionando com isso oportunidades de crescimento organizacional.

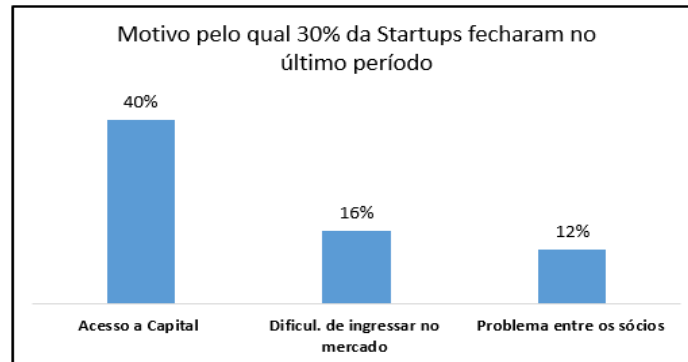
Entretanto, Silva (2015) afirma que grande parte dessas novas empresas na internet são em maioria, jovens empreendedores que pouco entendem de gestão. Mas, mesmo assim, procuram ganhar dinheiro desenvolvendo a sua própria empresa. E com isso, acabam criando novos modelos de negócios, novos processos de criação, e novas formas de administração e controle, que podem dar certo ou não.

## **5 PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS PELOS EMPREENDEDORES DE STARTUPS NO BRASIL**

Várias são as dificuldades enfrentadas pelos empresários brasileiros para que os seus empreendimentos possam “sair do papel” e virar uma realidade. Dificuldades de toda ordem, desde processos burocráticos e de investimentos até de relacionamento com fornecedores e clientes. Mesmo assim, para que o objetivo desse estudo possa ser observado de forma mais sucinta, o foco da pesquisa foi concentrado nas dificuldades (internas/externas) que foram consideradas potenciais para o insucesso de um empreendimento. Essas dificuldades estão relacionadas diretamente ao mercado, ambiente econômico, financiamento externo, local da instalação, característica dos administradores, conhecimento, conflito entre sócios, estrutura física, falta de capital e falta de experiência entre os empreendedores (NOGUEIRA e ARRUDA, 2015).

A pesquisa realizada em 2018, pelo Sebrae em conjunto com o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviço, contendo 1044 empresas, apontaram a os 3 (três) principais motivos que contribuíram para a falência de *startups* no último período, conforme mostra Figura 1 a seguir. Dentre as empresas que participaram da pesquisa, (31%) pertenciam ao segmento da Tecnologia da Informação e Comunicação, (21%) pertenciam ao segmento de Desenvolvimento de software e (18%) pertenciam ao segmento de serviços.

Figura 1 – Motivos pelos quais as *startups* fecharam no último período.



Fonte: Adaptado de Valente (2018).

Verifica-se pela figura acima que das 1044 empresas *startups* que responderam à pesquisa, 30% fecharam. A pesquisa detalha os 3 principais motivos de falência das *startups*, e ainda identifica a falta de acesso ao capital como o principal motivo, sendo responsável por 40% dos insucessos.

Segundo o relatório do Sebrae (2014), as dificuldades dos empreendedores relacionadas em obter acesso a capital, é pelo fato desse modelo de negócio não oferecer nenhuma garantia concreta que o produto/serviço irá ter aceitação por parte do público. Atualmente existem fundos de investimentos que serve para incentivar o empreendedor, porém, não tão fácil conseguir porque as tanto as agências financiadoras públicas quanto as agências financiadoras privadas, preferem emprestar o capital quando empreendimento oferece menos risco (SEBRAE, 2014).

Agora de acordo com os especialistas citados no presente estudo, percebe-se também, que, a grande dificuldade para as *startups* conseguirem obter capital ou até mesmo financiamento, é porque sempre operaram com um alto grau de incerteza.

A segunda maior dificuldade dessas empresas foi identificada como sendo a dificuldade de ingressar no mercado. Isso pode ocorrer devido à dificuldade para o cliente enxergar a empresa e como seu produto pode agregar em seu cotidiano Harrison (2005). Já o Sebrae (2014), afirma que isso ocorre porque muitos empreendedores não possuem o hábito de pesquisar informações relevantes sobre o mercado que se deseja atuar, ou seja, além de muitos empreendedores não pesquisam sobre os hábitos de consumo do público, os mesmos, também não possuem a mínima noção da demanda de clientes que querem atingir com seus produtos/serviços. Joshi e Hanssens (2010), afirmam que as empresas podem aumentar a visibilidade do produto/serviço, e até mesmo, tornar empresa mais atrativa no mercado,

através de investimentos em campanhas de publicidade e marketing. Todavia o autor ainda enfatiza que é de extrema importância que existam meios de consciencialização dos novos produtos e serviços ao cliente final.

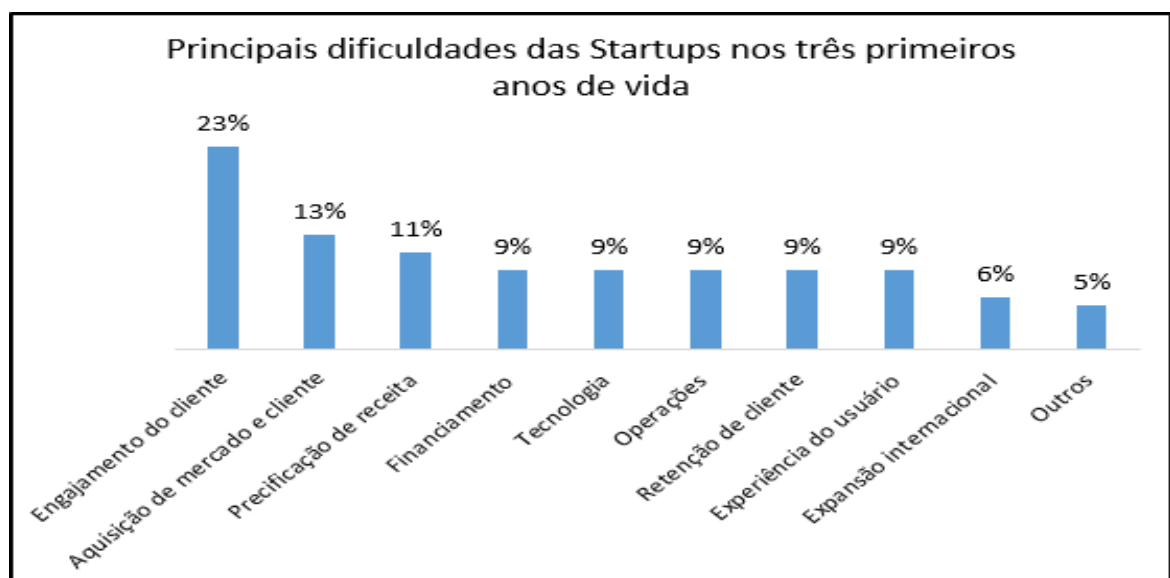
Segundo Arruda et al. (2014), a aceitação e a visibilidade do produto comercializado são um dos fatores mais importantes para empresa ingressar e conquistar o mercado.

A terceira maior dificuldade está relacionada com problema entre sócios. Nogueira e Arruda (2014), afirmam que os conflitos se iniciam muitas vezes em função da falta de experiência entre os sócios, dificuldades para solucionar problemas repentinos e/ou dificuldades para efetuar correções ou adaptações no serviço/produto para atender a necessidade do mercado. Os autores ainda relatam que as *startups* que possuem dois sócios ou mais, desempenhando suas funções em tempo integral, durante a fase inicial de suas operações, aumentam em 1,24 vezes as chances da empresa abrir falência.

Vale ressaltar que a pesquisa realizada pela Agência Brasil, divulgou em sua pesquisa, só e somente os 3 (três) principais motivos que contribuem para insucesso das *startups*.

Agora, de acordo com um estudo realizado em (2019), pela Brasil Digital Report as principais dificuldades encontradas nos 3 (três) primeiros anos de vida das *startups* brasileiras estão relacionados com: engajamento do cliente, aquisição de mercado e cliente, precificação de receita, financiamento, tecnologia, operações, retenção de clientes, experiência do usuário, expansão internacional, outros. Conforme mostra a Figura 2 abaixo:

Figura 2 – Principais dificuldades das *startups* nos três primeiros anos de vida



Fonte: Adaptada de Brasil Report (2019).



A seguir iremos explicar de uma maneira mais sucinta possível, o que significa cada uma dessas dificuldades para os empreendedores.

- ✓ Engajamento do cliente: envolve o nível da presença emocional, cognitiva e física, do cliente em relação à startup (PATTERSON et al., 2006);
- ✓ Aquisição de mercado e cliente: é a troca de experiência entre a startup e seus consumidores, no qual cada um deles entrega algo de valor para o outro, fazendo com que as duas partes ganhem (PETER et al., 1993);
- ✓ Precificação de receita: está relacionado com o valor que deve ser pago para se adquirir o produto/serviço da *startup* (CHURCHILL JR; PETER, 2013);
- ✓ Financiamento: a dificuldade para os empreendedores adquirirem empréstimos das financeiras e/ou bancos sejam privados ou públicos (GONÇALVES, 2019);
- ✓ Tecnologia: dificuldade de dominar uma tecnologia ainda não totalmente conhecida, ou seja, transformar a ideia inicial em produtos ou serviços economicamente viáveis (VERASZTO, 2004);
- ✓ Operações: refere-se às atividades utilizadas para o desenvolvimento na prestação do serviço (MOREIRA, 2012);
- ✓ Retenção de clientes: a dificuldade que as startups encontram para conquistar e fidelizar clientes (DOMINGUES, 2000);
- ✓ Expansão internacional: desafio de crescimento e de criação de valor para as empresas no país e fora dele (ALMEIDA, 2018) e;
- ✓ Experiência do usuário: envolve emoções, crenças e expectativas que ocorrem antes, durante e depois da utilização do produtos e serviços consumo (CHAMMAS et al., 2015).

Embora as duas pesquisas tenham sido realizadas em anos diferente, pode-se perceber por meio de um cruzamento de dados entre as duas pesquisas que, realmente as maiores dificuldades e/ou obstáculos enfrentados pelos empreendedores brasileiros, estão relacionados diretamente com: dificuldade de obter capital para desenvolver seu projeto, engajamento de clientes “prestação de serviço”, problemas entre os sócios e aquisição de mercado e cliente.

As dificuldades encontradas pelos empreendedores brasileiros, até o presente momento, vêm provando ter um impacto significativo no tempo de vida da empresa (NOGUEIRA e ARRUDA, 2015). Os autores ainda enfatizam que tais dificuldades podem fazer com que, 25% das *startups* venha abrir falência com aproximadamente um ano; 50% das startups

podem falir com aproximadamente quatro anos; 75% podem falir aproximadamente com um tempo menor ou igual a treze anos.

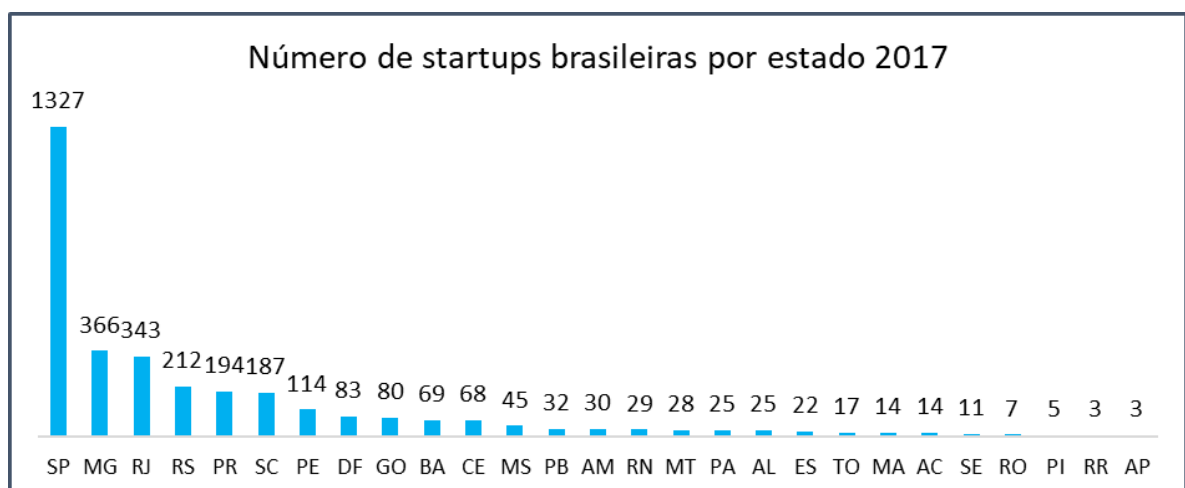
Dentre todas as dificuldades encontradas pelos jovens empreendedores no Brasil, até o presente momento, percebe-se que as mesmas, podem ser influenciadas pela falta de um conhecimento mais aprofundado. Segundo Kelley et al. (2011), essas dificuldades podem ser em função da falta da existência de disciplinas que compõem as grades curriculares das escolas e/ou das universidades voltadas para Inovação, Tecnologia e Empreendedorismo. Ato continuo, os autores ressaltam que a uma das dificuldades encontradas pelas escolas e universidades é efetuar o alinhamento do ensino da inovação e tecnologia que são matérias mais técnicas com matérias sobre desenvolvimento de negócios – planejamento, estratégia, business e mercado financeiro com o intuito de promover a criação de negócios inovadores.

## 6 CRESCIMENTO DAS STARTUPS BRASILEIRAS

Embora ainda sejam muitas as dificuldades encontradas pelos empreendedores brasileiros, uma pesquisa realizada em 2017 pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC) em conjunto com o Serviço Brasileiro de Apoio à Pequenas Empresas (SEBRAE), mostrou que as *startups* ainda se destaca como sendo um modelo de negócio muito atrativo para os empreendedores, conforme mostrado nas Figuras 3 e 4 (SEBRAE, 2017).

A Figura 3, mostra o número de startups por estado no primeiro semestre de 2017, a Figura 4, mostra o número de startups no final do segundo semestre de 2018, e a Tabela 1 mostra a relação da taxa de crescimento entre os dois períodos.

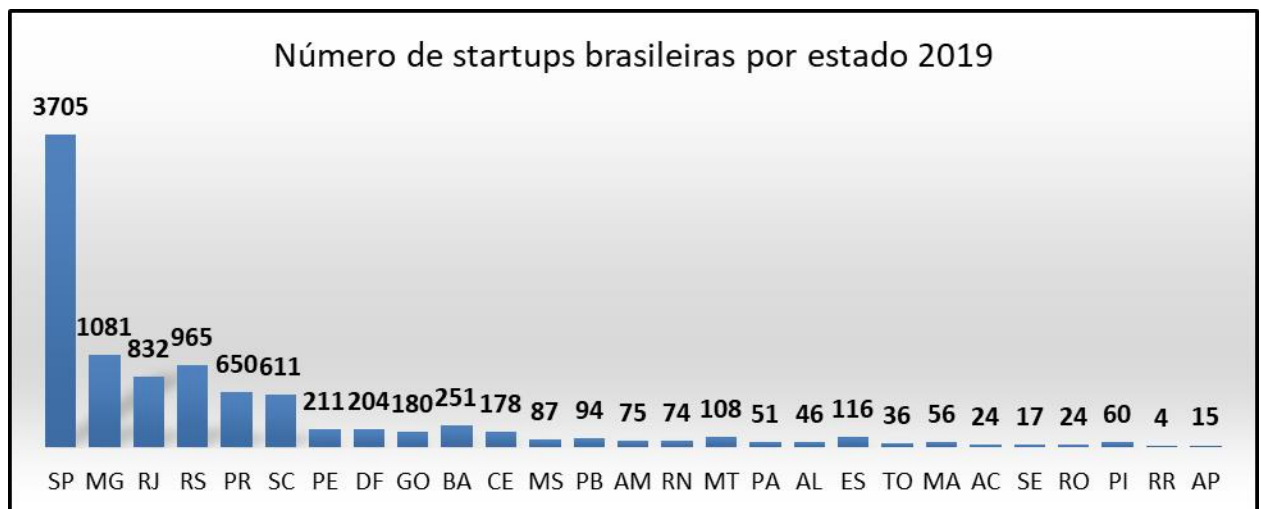
Figura 3 – Número de *startups* brasileiras por estados 2017



Fonte: Adaptado de StartupBase (2017).

Percebe-se mediante a Figura 3, acima que os estados que possuem o maior número de startups são: São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Essas concentrações de startups dentro dos grandes estados devem ser em função da quantidade de indústrias localizadas ao seu redor, dos parques tecnológicos, de universidades para auxiliar no desenvolvimento de novas tecnologias, da quantidade de pessoas “consumidores”, mão de obra especializada e principalmente da visibilidade que empresa pode adquirir no mercado.

Figura 4 – Número de startups brasileiras por estado 2019



Fonte: Adaptado de StartupBase (2019).

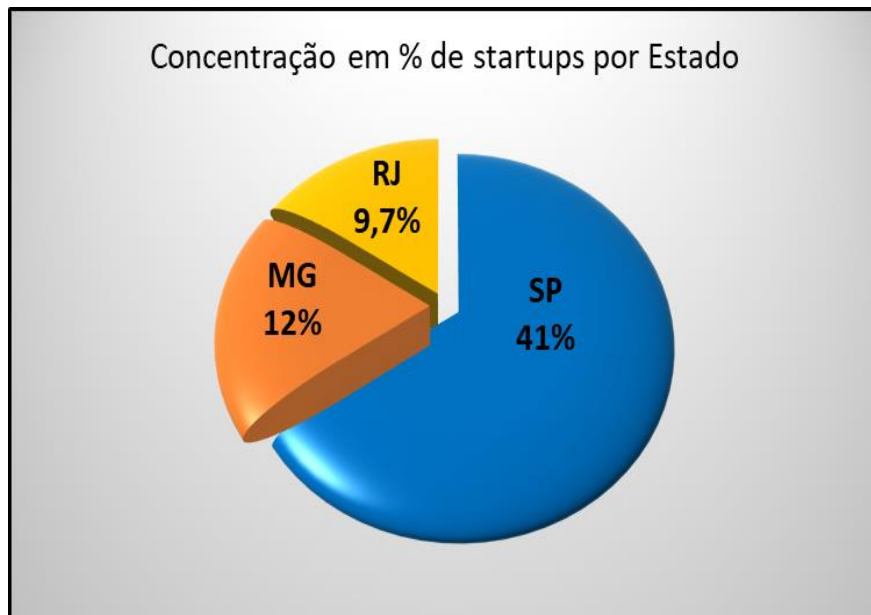
Analisando a Figura 4, acima percebe-se uma pequena variação entre o crescimento de *startups* em alguns estados. Em 2017, o Rio Grande do Sul possuía 212 *startups* e ocupava a 4º colocação. Já em 2019, o número de *startups* subiu para 965 e atualmente está ocupando a 3º colocação no ranking, que antes pertencia ao Rio de Janeiro. A Bahia em 2017, com somente 69 *startups* ocupava 10º colocação. Agora em 2019, o número de *startups* no estado subiu para 251 e atualmente está ocupando a 7º no ranking, que antes pertencia a Pernambuco. O Espírito Santo em 2017, com 22 *startups* ocupava o 19º. Em 2019, com 116 *startups*, o estado está ocupando o 12º lugar no ranking. O Mato Grosso em 2017, com 28 *startups* estava em 16º lugar. Em 2019, o número de *startups* subiu para 108 no estado, e isso que com ele ocupasse a 13º colocação ranking, posição que antes era da Paraíba.

Tabela 1 – Aumento em % por estado entre 2017 e 2019

NÚMERO DE STARTUPS POR ESTADO			
Estado	Nº de Startups em 2017	Nº de Startups em 2019	Aumento em %
SP	1327	3750	183%
MG	366	1081	195%
RJ	343	832	143%
RS	212	965	355%
PR	194	650	235%
SC	187	611	227%
PE	114	211	85%
DF	83	204	146%
GO	80	180	125%
BA	69	251	264%
CE	68	178	162%
MS	45	87	93%
PB	32	94	194%
AM	30	75	150%
RN	29	74	155%
MT	28	108	286%
PA	25	51	104%
AL	25	46	84%
ES	22	116	427%
TO	17	36	112%
MA	14	56	300%
AC	14	24	71%
SE	11	17	55%
RO	7	24	243%
PI	5	60	1100%
RR	3	4	33%
AP	3	15	400%
<b>Total</b>	<b>3353</b>	<b>9800</b>	
<b>Crescimento porcentual entre início 2017 e segundo semestre de 2019</b>			

Com base na Figura 3, pode-se perceber que no início do primeiro semestre de 2017, o número total de empresas *startups* era de 3353. Já no final do segundo semestre em 2019 o número subiu para 9800, (Figura 4), isso significa que dentro desse período houve um aumento de 192 %. Sendo assim, nota-se que as *startups* realmente estão se tornando um mercado bem atrativo no que se refere ao quesito desenvolvimento e inovação para os novos empreendedores.

Segundo Brito (2018), uma grande parte das *startups* brasileiras estão mais concentradas nos estados de, Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, conforme mostrado na Figura 5, abaixo.

Figura 5 – Concentração % *startups* por estado

Fonte: Adaptado de Brito (2018).

## 7 CONCLUSÃO

A presente pesquisa objetivou identificar algumas das principais dificuldades que contribuem para o insucesso de inúmeras *startups* no Brasil, conforme mostrado nas Figuras 1 e 2. O que se pode observar é que, as dificuldades, parecem já fazer parte desse novo modelo de negócio, desde seu estágio inicial de desenvolvimento. Apesar das inúmeras dificuldades e desafios encontrados pelos empreendedores, esse novo mercado vem crescendo a cada ano. Em 2017, eram somente 3353 *startups*, já em 2018, houve um aumento para 9.450 *startups* cadastradas conforme descrito na Tabela 1.

A partir dos resultados desse estudo, pode-se observar que as *startups*, em seu período inicial de desenvolvimento não podem utilizar ou se basear em receitas de sucesso das demais empresas já consolidadas no mercado. As *startups* além de possuírem características totalmente diferentes das demais empresas, e atuarem em um nicho de mercado totalmente ou pouco conhecido, ainda precisam procurar soluções inovadoras.

Dessa forma, com base nos resultados encontrados, pode-se pressupor que as dificuldades encontradas pelos novos empreendedores, não influenciaram de maneira significativa a taxa de crescimento desse novo mercado, com isso, seria equivocado afirmar que as dificuldades descritas nesse estudo podem desacelerar o crescimento desse novo modelo de negócio.

As limitações dessa pesquisa estão relacionadas a quantidade de estudos disponíveis que apresentem dados mais consistentes, principalmente da saúde financeira do novo empreendimento, sendo isso, o fator limitante para observações mais fundamentadas. Como proposta para continuidade dessa pesquisa seria um olhar mais aprofundado nos empreendimentos desse segmento, de forma a procurar compreensão nos fatores preditivos de sucesso bem como poder comparar com empreendimentos internacionais do mesmo segmento.

## REFERÊNCIAS

ABSTARTUPS; ACCENTURE. Radiografia do Ecossistema Brasileiro de Startups. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/PDF/radiografia-startups-brasileiras.pdf>>.

ALMEIDA, R. I. S.; O desempenho das empresas incubadas: um estudo comparativo na região centro de Portugal.

ANPROTEC, SEBRAE. Estudo de impacto econômico: segmentos de incubadoras de empresas no Brasil. 2016.

ARRUDA, Carlos et al. Causas da mortalidade de startups brasileiras: o que fazer para aumentar as chances de sobrevivência no mercado? Núcleo de Inovação e Empreendedorismo: Fundação Dom Cabral, 2014. Disponível em: <<http://www.fcd.org.br/blogespacodialogo/List/Postagens/Post.aspx?ID=384>>.

BHIDE, A. As perguntas que todo empreendedor deve responder. Harvard Business Review. Empreendedorismo e estratégia. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 9-34, 2002.

BLANK, S. Por que o movimento lean startup muda tudo. Harvard Business Review.br. São Paulo, 2013.

Brazil Digital Report 1st Edition April 2019. Disponível em: [http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/brazil\\_digital\\_report.pdf](http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/brazil_digital_report.pdf).

BRITO, D. Startups crescem no Brasil e consolidam nova geração de empreendedores. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-07/startups-crescem-no-brasil-e-consolidam-nova-geracao-de-empreendedores>

CASTRO, A. A. Curso de revisão sistemática e metanálise. São Paulo: LED-DIS/UNIFESP, 2006. Disponível em: <http://www.virtual.epm.br/cursos/metanalise>.

CHAMMAS, Adriana. QUARESMA, Manuela. MONT'ALVÃO, Cláudia. A closer look on the user centred design. 6th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics, Volume 3, p. 5397-5404, 2015.

CHURCHILL Jr., G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para o cliente. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

DEWES, M. (2005). Empreendedorismo e Exportação no Setor de Desenvolvimento de Software: Características de Empreendedores e Empresas. Dissertação (Mestrado em Administração) Escola de Administração. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005. Disponível em: <[http://volpi.ea.ufrgs.br/teses\\_e\\_dissertações/td004042.pdf](http://volpi.ea.ufrgs.br/teses_e_dissertações/td004042.pdf)>.

DINIZ, Fabian Carmo.; ALMEIDA, Edna dos Santos. Proposta de requisitos de inovação e sustentabilidade para micro e pequenas empresas. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA E INOVAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MODELAGEM COMPUTACIONAL E TECNOLOGIAS INDUSTRIAIS E GESTÃO EM TECNOLOGIAS INDUSTRIAIS, 2015, Salvador. Anais... Salvador: SENAI/CIMATEC, 2015. p. 24-29.

DOMINGUES, S. V.: O valor percebido como elemento estratégico para obter a lealdade dos clientes.

DORNELAS; J. C. A. Empreendedorismo. Transformando ideias em negócios

Estudo\_ANPROTEC\_v6.pdf. Estudo De Impacto Econômico. Disponível em:<  
[http://www.anprotec.org.br/Relata/18072016%20Estudo\\_ANPROTEC\\_v6.pdf](http://www.anprotec.org.br/Relata/18072016%20Estudo_ANPROTEC_v6.pdf)

GIL, A; C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GITAHY; Y. (2010). O que é uma startup? São Paulo. Out de 2010. Disponível em:  
<http://exame.abril.com.br/pme/dicas-de-especialista/noticias/o-que-e-uma-startup>.

HARRISON, J. S. Administração Estratégica de Recursos e Relacionamentos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P. Empreendedorismo. 5ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

JOSHI, A.; HANSSENS, D. M. The Direct and Indirect Effects of Advertising Spending on Firm Value, 2010. Disponível em:  
<[https://www.researchgate.net/publication/241448900\\_The\\_Direct\\_and\\_Indirect\\_Effects\\_of\\_Advertising\\_Spending\\_on\\_Firm\\_Value?enrichId=rgreq-abf50275694b3ec14d09ad3f2358a05b-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI0MTQ0ODkwMDtBUzoxMTYzNDA0OTcwNjM5MzZAMTQwNDc0OTE0NDc4Mw%3D%3D&el=1\\_x\\_2&\\_esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/241448900_The_Direct_and_Indirect_Effects_of_Advertising_Spending_on_Firm_Value?enrichId=rgreq-abf50275694b3ec14d09ad3f2358a05b-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI0MTQ0ODkwMDtBUzoxMTYzNDA0OTcwNjM5MzZAMTQwNDc0OTE0NDc4Mw%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf)>.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ÅSTRÖM, F. 2012. Entrepreneurship: Exploring the knowledge base. Research Policy, 41(7), p.1154-1181, 1994.

MALHOTRA, N. Pesquisa de marketing. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MANUAL DE OSLO. DIRETRIZES PARA COLETA E INTERPRETAÇÃO DE DADOS SOBRE INOVAÇÃO, 2005, Terceira Edição.

MOREIRA, D. O que é uma startup? 2016. Respondido por Yuri Gitahy. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup>>.

MOREIRA, D.: Administração da produção e operações. São Paulo: Saraiva, 2012.

NARDES, F. B. S.; Miranda, R. C. R.; LEAN STARTUP E CANVAS: UMA PROPOSTA DE METODOLOGIA PARA STARTUPS: Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, v.5, n.3, Jul, Ago, Set, Out, Nov, Dez 2014. ISSN2179-684X.

NASSIF, V.M. et al. Empreendedorismo: área em evolução? Uma revisão dos estudos e artigos publicados entre 2000 e 2008. RAI-Revista de Administração e Inovação, 7(1), 2010.

NOGUEIRA, V.; ARRUDA, C.; Causas da Mortalidade de Startups Brasileiras: Como aumentar as chances de sobrevivência no mercado, 2015.

NORONHA, D. P.; FERREIRA, S. M. S. P. Revisões da Literatura. In: Campello, B.S., Cendón, B.v. e Kremer, J.M. Fontes de Informação para Pesquisadores e Profissionais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, p. 191-198, 2000.

PATTERSON, Paul; YU, Ting; RUYTER, Ko de. Understanding Customer Engagement in Services. ANZMAC 2006 Conference, 2006, Brisbane. Proceedings... Brisbane, 2006.

PETER, P. J. Churchill JR, G. A.; Brown, T. J. (1993). Caution in the Use of Difference Scores in Consumer Research. Journal of Consumer Research, v. 19, n. 4, p. 655-662. The University of Chicago Press.

RIES, Eric. A Startup Enxuta. 1º Edição. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

ROSA, T. L.; PASSONI, D. A evolução histórica do conceito de empreendedorismo. Copyright © 2018 by editora FUCAP Título: Empreendedorismo: o estado da arte ISBN: 978-85-66962-09-3

SALERMO, M. S.; GOMES, L. A. V.; GESTÃO DA INOVAÇÃO MAIS RADICAL, 2018, Elsevier Editora Ltda.

SEBRAE. O que é uma startup? 2017. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-umastartup,616913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD#o-que-e>>.

SILVA, A.L. et al. Empreendedorismo e empresas que dão suporte ao empreendedor. Maiêutica: Estudos Contemporâneos em Gestão Organizacional, 5(1).

SILVA, D. K. Empresas Em Iniciação (Startups) – Um Estudo Do Modelo De Gestão De Empresas Em Iniciação E De Crescimento Acelerado No Estado Do Ceará – Estudo De Caso Múltiplos. Disponível em: [http://www.faf7.edu.br:8081/iniciacao\\_cientifica/anaais/trabalho/358](http://www.faf7.edu.br:8081/iniciacao_cientifica/anaais/trabalho/358).



STARTUPBASE. O banco de dados oficial da Associação Brasileira de Startups: veja as estatísticas do Banco de Dados. 2017. Disponível em: <<http://startupbase.abstartups.com.br/status>>.

VALENTE, J.; Pesquisa mostra que 30% das *startups* não conseguem se manter no mercado. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-07/startups-crescem-no-brasil-e-consolidam-nova-geracao-de-empreendedores>>.

VERASZTO, E. V. Projeto Teckids: Educação Tecnológica no Ensino Fundamental. Dissertação de Mestrado. Campinas. Faculdade de Educação. UNICAMP. 2004.

WEBSTER, J.; WATSON, J. T. Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. MIS Quarterly & The Society for Information Management, v.26, n.2, pp.13-23, 2002.

ZUINI, P.; Como funciona o ciclo de vida de uma startup: Especialista fala sobre as principais fases de uma startup e o que é importante para cada momento. 2013. <https://exame.abril.com.br/pme/como-funciona-o-ciclo-de-vida-de-uma-startup>.

Anexo B – Artigo 2 - Empreendedorismo de Startups: A utilização dos Parques Tecnológicos e incubadoras de empresa para diminuir o insucesso das *Startups* na Indústria 4.0 – CITEC - 2018

**Empreendedorismo de Startups: A utilização dos Parques Tecnológicos e incubadoras de empresa para diminuir o insucesso das *Startups* na Indústria 4.0.**

**Alan de Carvalho Gonçalves** (PPGEP - Universidade Paulista) [alancarvalho02@yahoo.com.br](mailto:alancarvalho02@yahoo.com.br)

**Márcia Terra da Silva** (PPGEP - Universidade Paulista)

[marcia.terra@uol.com.br](mailto:marcia.terra@uol.com.br)

## **RESUMO**

O presente artigo apresenta uma revisão bibliográfica sobre a utilização dos Parques Tecnológicos e sua importância para o desenvolvimento e crescimento de novas startups. Com a intenção de incentivar novos empreendedores brasileiros a colocar seus projetos em prática criou-se no Brasil em 1987, a ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. Os Parques Tecnológicos atualmente vêm sendo de suma importância para auxiliar os novos empreendedores a converter suas ideias em realidade, além de aumentar significativamente a taxa de sucesso, e sobrevivência do empreendimento no mercado. O presente trabalho tem como objetivo, identificar as dificuldades que novos empreendedores enfrentam e de que maneira os Parques Tecnológicos podem auxiliá-los.

**PALAVRAS-CHAVE:** EMPREENDEDORISMO, *STARTUPS*, PARQUES TECNOLÓGICOS E INCUBADORAS

## **ABSTRACT**

*This article presents a literature review on the use of Technology Parks and its importance for the development and growth of new startups. With the intention of encouraging new Brazilian entrepreneurs to put their projects into practice, in 1987 it was created in Brazil the ANPROTEC - National Association of Entities Promoting Innovative Enterprises. The Technology Parks are currently of paramount importance to help new entrepreneurs turn their ideas into reality, as well as increase the success rate and survival of the venture in the market. The present work aims to identify the difficulties that new entrepreneurs face and discover how the Technological Parks can help these entrepreneurs.*

**Keywords:** ENTREPRENEURSHIP, *STARTUPS*, TECHNOLOGICAL AND INCUBATOR PARKS

## INTRODUÇÃO

O empreendedorismo pode ser definido como um conjunto de processos e pessoas que, juntos podem transformar ideias em oportunidades, e na criação de negócios inovadores de sucesso (SENTANIN e BARBOZA 2005). Para Vasconcelos e Malagolli (2016) os empreendedores buscam retorno monetário com a aplicação de ideias inovadoras, porém, muitos possuem dificuldades em converter suas ideias em projetos bem-sucedidos. Com o intuito de auxiliar esses empreendedores a converter suas ideias em realidade criaram-se os parques tecnológicos. Os parques tecnológicos segundo Abreu et al. (2016) são instituições criadas com o objetivo de promover a troca de conhecimento entre as instituições científicas como, universidades e empresas, associadas ao Parque Tecnológico em desenvolvimento econômico e tecnológico.

Pode ser que devidos os avanços tecnológicos da TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação) e IOT (Internet das Coisas) o processo de inovação acelerou significativamente nos últimos anos (LEMOS, 2009). Esses avanços tecnológicos podem gerar novos setores, novas indústrias, novos mercados, diminuição nos custos do produto e melhorias na qualidade tanto dos produtos novos, quanto dos produtos existentes. (LEMOS, 2009). A autora ainda enfatiza que, esse avanço acelerado da tecnologia é de extrema importância para que o setor econômico venha se tornar mais competitivo. Outro fator que pode influenciar essa competitividade pode estar relacionado com a facilidade e agilidade para o desenvolvimento do produto/serviço e acessibilidade ao cliente que pode usufruir do produto/serviço em qualquer lugar. De acordo com Reis (2012), um produto/serviço em desenvolvimento inicial não necessita de um local fixo e nem Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), como as empresas tradicionais. Isso pode ser um dos fatores que veem influenciando cada vez mais os empreendedores a utilizarem plataformas digitais para desenvolvimento de novos produtos/serviços, porém, para que os empreendedores venham colocar seus projetos em prática, ele provavelmente irá necessitar apoio tanto de empresas quanto de pessoas com experiências no ramo.

Com a intenção de incentivar novos empreendedores brasileiros a colocar seus projetos em prática criou-se no Brasil em 1987, a ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores - A Anprotec é um complexo de base científico-tecnológica planejado, de caráter formal, concentrado e cooperativo, que agrega empresas cuja produção se baseia em pesquisa tecnológica desenvolvida em centros de P&D

vinculados ao Parque (Anprotec). Atualmente a Anprotec, tem aproximadamente 370 membros, entre parques tecnológicos, incubadoras de empresas, coworking, aceleradoras, órgãos públicos e instituições de ensino e pesquisa, e outras entidades ligadas à inovação e empreendedorismo. Segundo a Associação, o Brasil conta com 369 incubadoras de empresas, cerca de 90 iniciativas de parques tecnológicos e 35 aceleradoras (Anprotec).

Segundo alguns estudiosos um dos maiores desafios dos Parques Tecnológicos é fazer com que os novos empreendedores venham a ter sucesso com seus empreendimentos. De acordo com um estudo realizado pelo Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral (2015), 25% das empresas sobrevivem menos de um ano, 50% sobrevivem em um período de quatro anos ou menos, e 75% delas sobrevivem em período de treze anos ou menos. O estudo ainda enfatiza outros três problemas que dificultam diretamente o sucesso dos novos empreendedores como sendo: o local de instalação da empresa, readequação dos administradores para atender as necessidades e mudanças do mercado, o mau relacionamento entre sócios e investidores e principalmente os conflitos entre os sócios. Ainda de acordo com o estudo, as empresas que são auxiliadas por Parques Tecnológicos, incubadoras ou aceleradoras possuem uma chance de sobrevivência e sucesso maior do que empresas instaladas em outros lugares.

A presente pesquisa tem como objetivo identificar através de uma pesquisa bibliográfica os principais fatores que elevam a mortalidade das *startups* e alguns meios que inúmeros empreendedores possam utilizar para contornar tais dificuldades e manter seu funcionamento.

## **Metodologia**

Para a elaboração do presente artigo, utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica, visando compreender mais sobre a importância do envolvimento do parque tecnológico para a sobrevivência de novas startups no mercado. A pesquisa bibliográfica contribui para compreender os aspectos mais pertinentes que necessitam ser considerados em uma pesquisa, possuindo critério flexível, não estruturado e qualitativo, permitindo que os pesquisadores estejam abertos para novas ideias e dados (NORONHA e FERREIRA, 2000; MALHOTRA, 2001 e AAKER et al., 2007).

De acordo com Gil (1999), a utilização da pesquisa bibliográfica é realizada por meio de material já pesquisado, como artigos científicos e livros. A mesma, também, pode ser elaborada como parte de uma pesquisa experimental ou descritiva. Os dois casos destinam-se

analisar e conhecer subsídios científicos ou culturais retroativos a respeito de certo problema, assunto ou tema (CERVO e BERVIAN, 1983, p. 55).

Para a realização da pesquisa, foram utilizados depoimentos, declarações, artigos publicados por revistas sobre empreendedorismo de grande circulação e sites de referências representação do campo, como: ABSTARTUP, ANPROTEC, BRASSCOM e SEBRAE. Já para as pesquisas realizadas em artigos e periódicos acadêmicos, foram utilizados como base de dados os sites Scielo e Google acadêmico, e palavras chaves como: Startups, Incubadoras, Aceleradoras, Empreendedorismo Tecnológico, Inovação e Parques Tecnológicos. Para melhor consolidação/estruturação deste trabalho, foi utilizado como base Ries (2011), devido ao mesmo ter sido o mais citado (2803 vezes) no Google acadêmico.

Neste artigo os resultados da pesquisa bibliográfica foram estruturados em Empreendedorismo, Startups, Incubadoras e Parques Tecnológicos, além de Aceleradoras, ressaltando em cada um desses itens os fatores que levam a empresa a ter um alto risco de insucesso.

## **EMPREENDEDORISMO**

A palavra empreendedorismo veio da tradução da palavra "entrepreneur" que é de origem francesa. Para Moreira et al. (2016), o empreendedorismo sofreu algumas variações em sua utilização ao decorrer dos anos. Dornelas (2008) argumenta que podem existir inúmeras definições de empreendedorismo dentro da literatura. Porém umas das definições mais antigas e que talvez se encaixe melhor dentro do empreendedorismo é, a definição de (JOSEPH SCHUMPETER, 1949):

“O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Para Dolabela (2008), o empreendedor é um visionário, que reúne as informações necessárias para alcançar seu objetivo, reconhece as oportunidades e as converte em um negócio lucrativo. Segundo Sebrae (2016), o empreendedor é uma pessoa que está começando algo totalmente novo, ou seja, suas ideias podem virar realidade ou não.

De acordo com Castro (2009), o empreendedorismo está relacionado com mudanças, aprendizagem, inovação e criação. Segundo Pinho (2004) esse cenário de aprendizagem, inovação e criação, faz com que a relação entre as incubadoras e os empreendedores venha crescer ainda mais.

Independente das inúmeras definições que o termo empreendedorismo recebeu ao longo do tempo, o empreendedorismo sempre terá um papel fundamental no desenvolvimento social e econômico, porém, está associado principalmente na geração de renda e empregos (BERTINATO et al., 2017).

Como podemos perceber acima, mesmo que existam diferentes definições para o empreendedorismo, no final todas acabam frisando características de uma mesma realidade sendo: geração de empregos, mudança no mercado pelo lançamento de produtos/serviços inovadores, movimentar a economia local/regional, buscar soluções novas para o mercado e nas formas de gerenciar cada empreendimento.

## **STARTUPS**

De acordo com o Gitahy (2010), o termo emergiu em um momento conhecido como “bolha da Internet”, por volta de 1996 e 2001. Silva (2015) enfatiza que a internet vem sendo um dos veículos de comunicação mais utilizado para difundir o conceito sobre startups. Mas de acordo com Gitahy (2010), esse termo somente começou a ser utilizado recentemente no Brasil quando o público jovem passou a ter oportunidade de criar seus próprios negócios.

A Brasscom - Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação relata que esse termo startup, está associado para empreendimentos que ainda estão em desenvolvimento inicial e, que visam buscar um negócio rentável e inovador independentemente da área de atuação.

Startup, segundo Gitahy (2010), pode ser definido como um grupo de pessoas a procura de negócios repetíveis e escaláveis, trabalhando em um projeto de extrema incerteza. A incerteza é pelo simples fato do projeto ser totalmente novo e, por conta disso, não se sabe se o mesmo vai ter uma vida longa ou curta no mercado. O autor ainda enfatiza que a incerteza é o principal motivo que faz as startup serem consideradas investimento de alto risco. De acordo com Steve Blank (2012), enfatiza que startup é uma empresa que ainda está em busca de um modelo de negócios viável que seja repetível e escalável. O autor ainda relata que a startup além de ser uma empresa temporária, a mesma, também, busca um modelo de crescimento e que depois tende voltar para seu estado inicial para novamente buscar crescimento.

Uma startup geralmente surge através da necessidade de criar um produto ou serviço totalmente novo para o mercado e, geralmente vem sendo vinculada com o desenvolvimento de novas tecnologias. Além disso, hoje, muitas surgem através de aplicativos tecnológicos

inovadores. Ainda, para a startup ter sucesso, e se consolidar em um mercado competitivo, o projeto precisa ser inovador, escalável e repetível (RIES, 2012).

O termo repetível consiste na possibilidade de uma experiência inicial poder ser refeita, ter um processo de produção conhecido de maneira a iniciar uma empresa (GITAHY, 2010). Já o termo escalável segundo Vasconcelos e Malagolli (2015), significa que a análise de ponto de equilíbrio da futura produção indica a viabilidade de venda dos produtos a um preço maior do que o custo de produção, pois o lucro da empresa tem que estar sempre à frente do crescimento físico. Para uma melhor contextualização de um produto repetível e escalável, usaremos os drones como exemplo. O mesmo pode atender diversas áreas de diferentes segmentos da indústria, como exemplo, tem-se a utilização de drone na agricultura que pode ser utilizado para analisar a plantação, detectar pragas e doenças, falhas de plantio, excesso de irrigação, entre outros. Dessa forma, a versatilidade de utilização dos drones permite contarmos com a venda na agricultura de número suficiente para cobrir custos fixos e variáveis de produção.

Outros exemplos de empresas que iniciaram como startups e que citaremos como exemplos são: Google, Facebook, Waze, Yahoo, Instagram, Apple e Microsoft. Todas essas grandes empresas conhecidas atualmente e que vale dezenas de bilhões de dólares, na época começaram como startup.

A startup, em seu desenvolvimento inicial não necessita de um local fixo e nem Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), como as empresas tradicionais (REIS, 2012). Taborda (2006) enfatiza que a startup pode começar a funcionar, até antes mesmo de iniciar sua comercialização. E, esse é um dos motivos que faz com que as startups gerem cada vez mais novas oportunidades de empregos em diversas áreas. Uma pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship, com 800 mil adultos de 60 países, mostrou que apenas 4% eram empreendedores e que eles eram responsáveis por 38% dos empregos criados (ABSTARTUPS, 2018). Ainda segundo ABSTARTUPS – Associação de Brasileira de Startups scale-ups no Brasil são responsáveis por gerar 50% dos novos empregos. Para a OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development, scale-up, são empresas que conseguem manter um rápido e longo crescimento por período de três anos consecutivos de forma escalonada.

Dessa forma mediante o exposto o conceito utilizado para esse estudo será o proposto por Ries, porque além de ser uma referência importante sobre o assunto, o mesmo, tem uma definição mais clara sobre o termo startups, e com isso, o termo startup, fica mais fácil de ser compreendida pelo leitor.

## INCUBADORAS E PARQUES TECNOLÓGICOS

De acordo com Machado et al. (2015), muitos empreendedores estão recorrendo as incubadoras para melhorar as chances de sobrevivência no mercado. Isto ocorre porque as incubadoras de empresa proporcionam maior conhecimento sobre o mercado, sobre a gestão de recurso da empresa (DEE et al., 2011).

A incubadora de empresas de acordo com Raupp e Beuren (2006) é considerada um ambiente totalmente versátil e alentador no qual são apresentadas diversas facilidades para o crescimento e surgimento e de novos empreendimentos.

Fonseca e Kruglianskas (2000) argumentam que as incubadoras foram idealizadas com a finalidade de incentivar o nascimento de negócios providos de projetos tecnológicos desenvolvidos dentro dos centros de pesquisa universitários ou não.

Os Parques Tecnológicos são um espaço físico que abriga médias e pequenas empresas de base tecnológica oferecendo suporte e uma infraestrutura adequada aos seus usuários e assim busca incentivar seu crescimento. Encontram-se ali principalmente empresas relacionadas com o desenvolvimento de sistemas modernos, “aplicativos ou equipamentos tecnológicos” (OECD, 1987).

Para Grimaldi e Grandi (2005), as incubadoras de empresas dentro do parque tecnológico buscam, também, impulsionar o desenvolvimento das tecnologias acelerando, assim, o crescimento dos novos empreendedores.

Para Raupp e Beuren (2006), as incubadoras vêm sendo de suma importância no que diz respeito à prosperidade do setor econômico da cidade ou região. De acordo com Phan et al. (2005), os empreendedores buscam as incubadoras dentro dos Parques Tecnológicos porque além de aumentar sua taxa de sobrevivência, ainda se tornam mais competitivas no mercado. Em seu período de incubação, as empresas adquirem alicerces vitais para seu desenvolvimento e crescimento, até sua saída para começar no mercado de forma autônoma. O período de incubação normalmente varia entre um ano e meio a dois anos e, no final do período a empresa é considerada graduada. Segundo Iacono & Nagano (2014, p. 51), o processo de incubação é fragmentado em três diferentes fases, são elas:

- Pré-incubação: Nessa fase o tempo é dedicado para que o empreendedor venha aperfeiçoar seu plano de negócios, elabore uma pesquisa de mercado e capacite tecnicamente para administrar seu empreendimento. O tempo de pré-incubação pode variar de três meses até um ano.



- **Incubação:** É nessa fase que o plano de negócio elaborado na fase de pré-incubação começa a se desenvolver; nessa fase a empresa começa a utilizar as instalações físicas e outros serviços prestados pela incubadora. Esta fase tem geralmente duração de dois anos.

- **Pós-incubação:** Nessa última fase, a empresa é considerada graduada porque se subentende que a empresa alcançou a maturidade, porém, a fase de pós-incubação não possui prazo para encerramento. Mesmo que a empresa seja graduada, os serviços prestados pela incubadora continuam à disposição da em De acordo com Machado et al. (2015), muitos empreendedores estão recorrendo às incubadoras para melhorar as chances de sobrevivência no mercado. Isto ocorre porque as incubadoras de empresa proporcionam maior conhecimento sobre o mercado, sobre a gestão de recursos da empresa (DEE et al., 2011).

A incubadora de empresas de acordo com Raupp e Beuren (2006) é considerada um ambiente totalmente versátil e alentador no qual são apresentadas diversas facilidades para o crescimento e surgimento e de novos empreendimentos.

Fonseca e Kruglianskas (2000) argumentam que as incubadoras foram idealizadas com a finalidade de incentivar o nascimento de negócios providos de projetos tecnológicos desenvolvidos dentro dos centros de pesquisa universitários ou não.

## **ACELERADORA**

Enquanto as Incubadoras trabalham com empreendimento no processo inicial, aceleradoras trabalham com empreendimento que estão mais desenvolvidos, ou seja, a aceleradora ajudará a acelerar, sistematizar o processo de criação de empresas de sucesso, definir e construir seus primeiros produtos, identificar o público e obter recursos incluindo capital e funcionários. Pauwels et al. (2014) alega que aceleradoras estão desenvolvendo na sociedade um papel significativo no encorajamento do empreendedorismo. Segundo Paulo e Newton (2016), as aceleradoras auxiliam os empreendedores a delinear e desenvolver seus produtos iniciais, ajuda no direcionamento de clientes, e ainda na obtenção de colaboradores e capital. O autor ainda enfatiza que o programa de aceleração para as startups, possui geralmente, um tempo limitado de três meses, e dentro desse período o empreendedor obtém um local para trabalhar, possibilidade de networking, acessória de advogados, empresários, técnicos, investidores anjo, executivos, capital de risco, além de uma quantidade pequena de capital.

Para Rodriguez (2015, p. 22), as aceleradoras normalmente dispõem de quatro etapas diferentes no desenvolvimento da aceleração:

- A Primeira etapa é o processo de seleção: esse processo irá definir se as empresas se encaixam dentro do programa. O processo de seleção é dividido em duas partes são eles: aplicação e depois avaliação.
- A segunda etapa é o processo de aceleração: esse processo tem como foco analisar o conhecimento do acelerado.
- A terceira etapa do processo é o conhecido como demo day: esse processo consiste em apresentar seu projeto para os investidores, após o termino do período de aceleração. É nesse processo que os investidores irão analisar se vale a pena ou não investir na sua empresa.
- A quarta etapa é o follow-up: geralmente, as etapas de aceleração acabam logo no “demo day”. Porém, devido o surgimento da integração vertical, os participantes do programa de aceleração podem receber uma nova proposta das aceleradoras de refinanciamento e a aceleração, por meio do próprio capital de risco da empresa.

## **FATORES QUE AUMENTAM O RISCO DE INSUCESSO DAS STARTUPS**

A partir das referências estudadas acima, podem ser identificados fatores externos e internos que elevam o risco de insucesso, conforme apresentado abaixo:

### **FATORES EXTERNOS**

Quanto aos fatores externos, podem se elencados fatores relacionados ao mercado, ambiente econômico, financiamento externo, ou local da instalação, entre outros;

- Relacionados a mercado: o produto/serviço por ser totalmente novo, trás consigo a incerteza de aceitação no mercado por parte dos consumidores;
- Ambiente econômico: o produto/serviço ao decorrer do desenvolvimento pode sofrer reajustes, o que acaba tornando-o inviável tanto o desenvolvimento do produto/serviço, quanto para os empreendedores do projeto, para os investidores e para os consumidores;

- Financiamento externo: além de ser baixo o financiamento, é totalmente burocrático, caro, e as taxas são extremamente altas, e são raros os que conseguem um financiamento ou algum tipo de incentivo por parte do governo;
- Local da instalação: o empreendimento tem que ser instalado em lugar adequado, e onde ajam profissionais experientes e qualificados para oferecer o suporte necessário para tanto para os novos empreendedores quanto para desenvolvimento do projeto.

## **FATORES INTERNOS**

Quanto aos fatores internos da empresa, podemos elencar fatores como: característica dos administradores, conhecimento, conflito entre sócios, estrutura física, falta de capital, falta de experiência entre os empreendedores, entre outros.

- Características dos administradores: pouco ou nenhum conhecimento em administração, dificuldades em planejamento geral e planejamento estratégico, falta de organização e distribuição das tarefas, falta de liderança, e falta de controle;
- Conflito entre os sócios: readequação do produto, serviço ou da empresa para atender as mudanças ou necessidades do mercado. Esse conflito acontece devido às pessoas terem dificuldades de entender e enxergar o lado positivo das novas ideias;
- Estrutura física: o espaço físico pode não ser apropriado para o desenvolvimento do produto/serviço, e isso pode impactar diretamente no desenvolvimento do empreendimento e do produto/serviço;
- Falta de capital: o projeto pode sofrer alterações elevando o custo do produto/serviço, e com isso, os empreendedores além de não possuírem capital suficiente para arcar com essa mudança, também, podem encontrar dificuldades em captar investidores para dar seguimento no projeto,
- Falta de experiência: a falta de experiência entre os empreendedores em administração, organização do trabalho, empreendedorismo, flexibilidade para atender mudanças repentinas no desenvolvimento do projeto podem influenciar de forma significativa na solução de problemas relacionados ao novo empreendimento;

- Conhecimento: a falta de conhecimento em relação à pesquisa de mercado, público alvo, empreendedorismo, em administração, em gestão e desenvolvimento de projeto e as dificuldades de reorganização, aumentam de forma exponencial o risco de insucesso do empreendimento.

## CONCLUSÃO

O presente artigo identificou fatores externos e internos, que impedem que novos empreendimentos “startups” obtenham o sucesso desejado no Brasil.

Desta forma pudemos perceber que o apoio das incubadoras e aceleradoras de empresas localizadas dentro dos Parques Tecnológicos, além de influenciar no setor econômico da “região ou cidade”, também, vem sendo de suma importância para que jovens empreendedores possam transformar seus projetos em realidade.

Nota-se que tanto as incubadoras quanto as aceleradoras instaladas em Parques tecnológicos, estão demonstrando ser instituições capazes de minimizar as chances de insucesso de uma startup. Uma pesquisa realizada pela revista Pequenas Empresas Grandes Negócios constatou que, startups instaladas dentro de Parques Tecnológicos é 3,45 vezes menor de fracassar no mercado, do que uma startup instalada em salas alugadas em escritórios particulares.

Até o presente momento o estudo nos mostra que os parques tecnológicos podem ser considerados um diferencial para o sucesso das novas startups porque, além de oferecer para os empreendedores uma infraestrutura físicas totalmente eficiente e versátil, oferece também respaldo com especialistas em diversas áreas de atuação como: atividades de capacitação, articulação de políticas públicas e geração de disseminação de conhecimento, empreendedorismo, network e capitalização de capital e de clientes.

## REFERÊNCIAS

ABREU, I. B. L.; VALE, F. S.; CAPANEMA, L.; GARCIA, R. C. B. Parques tecnológicos: panorama brasileiro e o desafio de seu financiamento. Revista do BNDES 45, junho 2016.

ABREU; P. R. M.; CAMPOS; N. M. O PANORAMA DAS ACELERADORAS DE STARTUPS NO BRASIL. Julho/2016.

ABSTARTUPS - Por que Startups? - Disponível em: <https://abstartups.com.br/sobre-a-abstartups/>> Acesso em: 06/04/2018 às 17h00

ANPROTEC - Sobre Anprotec. Disponível em: <http://anprotec.org.br/site/sobre/>> Acesso em: 06/04/2018 às 15h30

ARRUDA, C.; NOGUEIRA, V.; COZZI, A.; COSTA V.; Causas da Mortalidade de Startups Brasileiras, 2015.

BRASSCOM - Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação. Start Up.

CASTRO, V. F. M.; PAULA, R. M. De. A. (2009). A Importância da incubadora de Base Tecnológica para a Abertura de Novos Empreendimentos. XIII Encontro Latino Americano de iniciação Científica e IX Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do vale o Paraíba, p.1-6.

CAVALER, M. R.; BERTINATO, F.; MACHADO, E: Fatores que influenciam no desenvolvimento de startups incubadas: um estudo de caso nos municípios de dois vizinhos e pato branco. VII Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação 11 e 12 de setembro de 2017 – Foz do Iguaçu/PR.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

DEE N. J. et al. Incubation for Growth: A review of the impact of business incubation on new ventures with high growth, Nesta Report. 2011

DORNELAS, J. C. A. EMPREENDEDORISMO: Transformando ideias em negócios.

FONSECA, Sérgio Azevedo; KRUGLIANSKAS, Isak. Avaliação do desempenho de incubadoras empresariais mistas: um estudo de caso no Estado de São Paulo, Brasil. In: Conferência Latino-Americana de Parques Tecnológicos e Incubadoras De Empresas, 2000, Panamá. Anais... Panamá: IASP, 2000. 1 CD-ROM.

FREIRE, Carlos Torres; MARUYAMA, Felipe Massami; POLLI, Marco. Inovação e empreendedorismo: políticas públicas e ações privadas. Novos estud. CEBRAP, São Paulo, v. 36, n. 3, p. 51-76, Nov. 2017. Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-33002017000300051&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002017000300051&lng=en&nrm=iso)>. access on 24 Sept. 2018. <http://dx.doi.org/10.25091/s0101-3300201700030004>.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GITAHY, Y. (2010). O que é uma startup? São Paulo. Out de 2010. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/dicas-de-especialista/noticias/o-que-e-uma-startup>. Acesso em: 25/04/2018 às 19hs14

GRIMALDIA, R.; GRANDIA A. 'Business incubators and new venture creation: an assessment of incubating models', *Technovation*, 25(2): 111–121. 2005.

IACONO, A.; NAGANO, M. S. (2014). Nascentes de Base Tecnológica: Empresas no Brasil. *Interciencia*, v. 39.

INSPER. Verbete Draft: o que é Scale-up – disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/verbete-draft-o-que-e-scale-up/> > Acesso em: 07/05/2018 às 14h32

INOVAPARK. E-book: Entenda a importância dos parques tecnológicos. Disponível em: <https://www.inovapark.com.br/e-book-entenda-importancia-dos-parques-tecnologicos/> > Acesso em 16/04/2018 às 13h40

LEMO, C. (2009). Inovação na era do conhecimento. *Parcerias estratégicas*, 5(8), 157-180.

MACHADO, E., SELIG, P., FOLLMANN, N. Y FILHO, N. Análise da influência do capital estrutural no sucesso de startups incubadas: uma pesquisa com 21 empreendedores. *International Journal of Innovation*.

MALHOTRA, N. Pesquisa de marketing. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

NORONHA, D. P.; FERREIRA, S. M. S. P. Revisões da Literatura. In: Campello, B.S., Cendón, B.v. e Kremer, J.M. Fontes de Informação para Pesquisadores e Profissionais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, p. 191-198, 2000.

PAUWELS; C.; BART.; C.; WRIGHT; M.; HOVE; J. V. Understanding a new generation incubation model: The accelerator, 2014.

PHAN, Phillip H.; SIEGEL, Donald S.; WRIGHT, Mike. Science parks and incubators: observations, synthesis and future research

PINHO, R. A. (2004). O Empreendedorismo No Processo de Criação de Empresas de Base Tecnológica em Incubadoras: O Caso do Centro de Incubação e Desenvolvimento Empresarial em Manaus. *Administração Pública em Debate*.

PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DE EMPRESAS - ABRAII - disponível em: <http://abrai.org/> > Acesso em: 28/04/2018.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M.; O suporte das incubadoras brasileiras para potencializar as características empreendedoras nas empresas incubadas> *Revista de Administração - RAUSP*, vol. 41, núm. 4, outubro-diciembre, 2006, pp. 419-430.

REVISTA PEGN. [revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2014/11/3-fatores-que-aumentam-chances-de-uma-startup-falhar.html](http://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2014/11/3-fatores-que-aumentam-chances-de-uma-startup-falhar.html). Acesso em 29/10/2018 às 15h21

RIES, E. A Startup Enxuta. 1º Edição. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

RODRIGUEZ, J. A. H.; Start-up Development in Latin America: The Role of Venture Accelerators, 2015.

SEBRAE – Causas da mortalidade de startups brasileiras – disponível em: <http://ois.sebrae.com.br/publicacoes/causas-da-mortalidade-de-startups-brasileiras/> Acesso em: 07/05/2018 às 11h43

SOUZA; E. G.; LPOES; J. E. F. EMPREENDEDORISMO TECNOLÓGICO E STARTUPS: UMA ANÁLISE DE CENÁRIOS NO CONTEXTO DE UNIVERSIDADES BRASILEIRAS.

STEINER, J. E.; CASSIM, M. B.; ROBAZZI, C. A. Parques Tecnológicos: Ambientes de Inovação: INSTITUTO DE ESTUDO AVANÇADOS DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Texto disponível em [www.iea.usp.br/artigos](http://www.iea.usp.br/artigos)

TABORDA, ANA, “O que é uma start-up?”, Dez. 2006 - Disponível em: [http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o\\_que\\_e\\_uma\\_start\\_up.pdf](http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o_que_e_uma_start_up.pdf) >. Acesso em: 17/04/ 2018 às 14h15

VALENCIANO SENTANIN, Luis Henrique; BARBOZA, Reginaldo José. Conceitos de empreendedorismo. Revista Científica Eletrônica de Administração, v. 6, n. 4, p. 685-693, 2005.

VASCONCELOS, G. G.; MALAGOLLI, G. A. INOVAÇÃO STARTUP: Transformando ideias em Negócios de Sucesso. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 1. Vol. 9. pp 739-753. Outubro / Novembro de 2016. ISSN. 2448-0959.

## Anexo C - Artigo 3 - Análise das dificuldades encontradas segundo relato dos empreendedores de startups no Brasil

### Análise das dificuldades encontradas segundo relato dos empreendedores de startups no Brasil

#### Resumo

A criação de empresas que buscam a criar novos mercados utilizando-se de base tecnológica, desencadeia uma série barreiras e dificuldades para os empreendedores, entretanto devido às rápidas mudanças que ocorrem atualmente essas dificuldades parecem também se modificar. Deste modo, o objetivo do trabalho é identificar através da opinião de alguns empreendedores que se encontram em fase inicial de desenvolvimento, quais são as dificuldades que podem retardar o desenvolvimento e crescimento das startups no Brasil ou até mesmo provocar a descontinuidade do empreendimento. A fim de buscar respostas para o problema de pesquisa, enviamos um questionário eletrônico para 200 empreendedores de startups que se encontram em fase inicial de desenvolvimento. O questionário contempla 5 opções de resposta para cada uma das 19 perguntas fechadas. Após a análise dos dados, conseguimos identificar quais são as dificuldades de acordo com os empreendedores que podem retardar o crescimento e desenvolvimento do empreendimento.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo, startups e Dificuldades enfrentadas pelos empreendedores

#### Abstract

The creation of companies that seek to create new markets using a technological base, triggers a series of barriers and difficulties for entrepreneurs, however due to the rapid changes that currently occur these difficulties also seem to change. In this way, the objective of the work is to identify, through the opinion of some entrepreneurs who are in the initial stage of development, what are the difficulties that can delay the development and growth of startups in Brazil or even cause the discontinuity of the enterprise. In order to seek answers to the research problem, we sent an electronic questionnaire to 200 startup entrepreneurs who are in the early stages of development. The questionnaire includes 5 answer options for each of the 19 closed questions. After analyzing the data, we were able to identify what are the difficulties according to the entrepreneurs that can slow the growth and development of the enterprise.

**Keywords:** Entrepreneurship, startups and Difficulties faced by entrepreneurs



## **Introdução**

Desde 2008, nota-se um crescimento significativo do empreendedorismo por oportunidade no Brasil. Geralmente esse tipo de empreendedorismo se baseia em inovação, seja de mercado, de novos modelos de negócios ou de produto. Esse tipo de empreendedorismo é de extrema importância tanto para o desenvolvimento econômico quanto para o progresso de qualquer país (FILION, 1999; KINZER, 1973; SCHUMPETER, 1942). Ainda de acordo com os autores, empreender é de suma importância porque contribui para a geração de novos empregos e novas formas de renda, além de introduzir novos produtos e criar novos mercados.

Seguindo a mesma linha de pensamento, Baron e Shane (2007) e Miller e Morris (1999) relatam que a função do empreendedorismo é descobrir novas oportunidades de negócios com a intenção de se criar algo novo para o mercado. Para Stella Bezergianni (2013), a base para a criatividade e inovação tecnológica é explorar novas ideias. Esse pensamento se alinha com a teoria Schumpeteriana, ou seja, que o desenvolvimento econômico se inicia a partir da exploração de novas ideias e a introdução de inovações diferenciadas no mercado (SCHUMPETER, 1982, p. 56).

Entretanto, autores como Dolabela (1999), Dornelas (2008) e Degen (2009) relatam que o empreendedor que busca criar novo mercado através do desenvolvimento de produtos diferenciados assume inúmeros riscos. Mesmo assim, desde 2010 nota-se um crescimento vertiginoso de empresas nascidas da inovação que, portanto, toleram lidar com alto grau de risco. Essas empresas são conhecidas na esfera do empreendedorismo, como startups (SEBRAE, 2012).

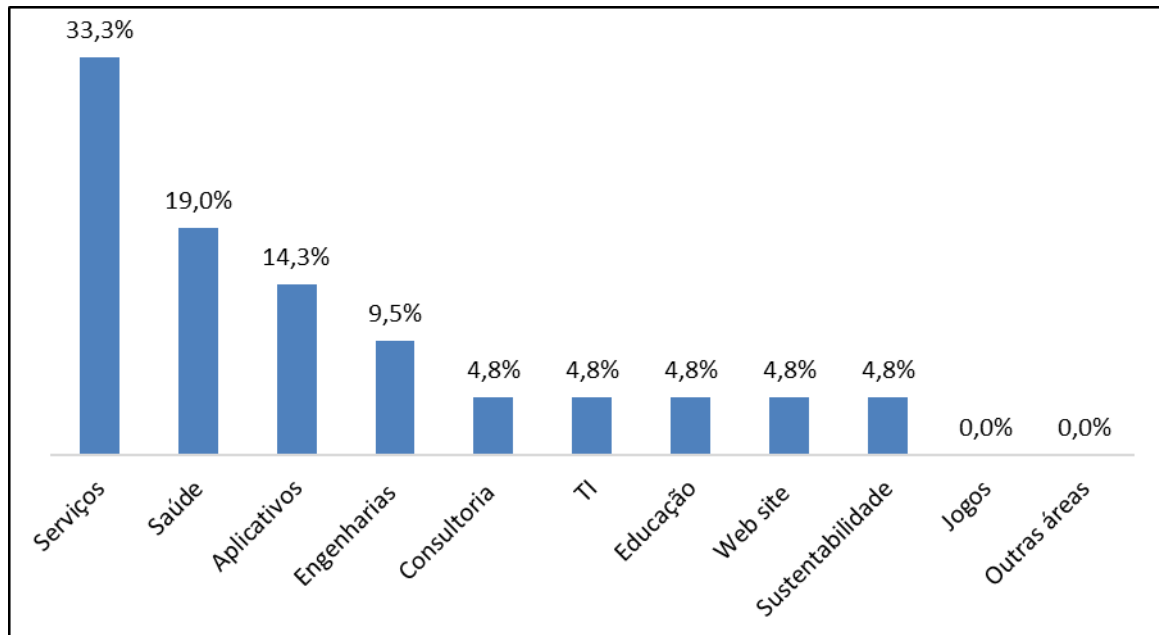
Porém, para que a startup venha a se consolidar em um mercado totalmente exigente e competitivo, nota-se que os empreendedores enfrentam dificuldades como: validar seu produto no mercado, administrar o conflito entre os sócios, dificuldades para obter financiamento, entre outros. Segundo Valente (2018), dentre das 1.044 empresas que participaram de uma pesquisa relacionada sobre as dificuldades enfrentadas pelas startups, (40%) apontaram a falta de acesso a capital, em seguida está a dificuldade de ingressar no mercado (16%), e (12%) apontaram problemas entre os sócios.

Em contrapartida, Bruneel, Ratinho, Clarysse e Groen (2012) afirmam que a falta de experiência em gestão e habilidades de marketing das startups também contribuem para a alta

taxa de mortalidade do empreendimento. Com isso, pode-se perceber que dentre as inúmeras dificuldades, essas são as que mais interferem no desenvolvimento e crescimento da empresa.

Sendo assim, o presente artigo se pauta na seguinte questão de pesquisa. Será que essas dificuldades citadas acima ainda são as que mais interferem no crescimento e desenvolvimento da empresa? Como objetivo, pretende-se identificar através do questionário passando para os empreendedores as dificuldades, através de uma escala de mensuração para que possamos comparar com algumas das dificuldades citadas pelos especialistas dentro da literatura. A fim de buscar respostas para o problema de pesquisa, enviamos um questionário eletrônico na segunda quinzena do mês de dezembro de 2019, para 200 empreendedores de startups. Porém, somente 20 empreendedores fizeram a devolutiva, isso equivale a 10% do total do grupo. O instrumento utilizado para a coleta e análise de dados baseou-se na pesquisa likert. O questionário contempla 5 opções de resposta para cada uma das 19 perguntas fechadas, sendo que 18 delas são referentes às dificuldades que mais interferem no desenvolvimento e crescimento da startup e 1 pergunta relacionada a área de atuação. As empresas que participaram da pesquisa atuam em diferentes setores, como mostra a Figura 1 abaixo.

Figura 1 – Área de atuação das *startups* que participaram da pesquisa



Fonte: Elaboração própria do autor

Por fim, o presente artigo encontra-se organizado em cinco seções. A primeira consiste na introdução cuja finalidade é explanar para o leitor o conteúdo que será abordado, os objetivos do trabalho e organização. A segunda, consiste do referencial teórico, apresentado em três subseções que são: startups, diferenças entre modelo de negócio inovador e tradicional e tipos de startups. A terceira seção, apresentará a metodologia utilizada para elaboração da pesquisa e seus fundamentos. Na quarta seção, será apresentado os resultados e discussões da pesquisa. Na quinta e última seção, apresentaremos as conclusões obtidas referentes a pesquisa.

### **Referencial teórico**

A palavra startup surgiu entre o meio da década de 1990 e início da década de 2000, período esse que ficou conhecido como bolha da internet, devido uma alta nas ações das empresas de tecnologia da informação e comunicação. Entretanto, dentro da literatura pode-se notar diferentes definições por parte dos especialistas e de entidades especializadas em startups, como veremos abaixo.

Para Githay (2015), esse termo está associado a um conjunto de pessoas que trabalham no desenvolvimento de uma ideia totalmente diferente podendo ou não, ser lucrativa. Para Hermanson (2011), toda e qualquer empresa em fase inicial de desenvolvimento, pode ser definida com uma startup. Em contrapartida, de acordo com Sebrae (2012), para uma empresa ser considerada startup, a mesma necessita possuir alguns padrões específicos.

O que já está consolidado é que a startup é uma instituição projetada para criar a solução de um problema, para um determinado grupo de pessoas, por meio da produção de produtos e serviços inovadores. O ponto fulcral para grande número de autores é achar um modelo de negócios que seja repetível e escalável (TORRES, 2012; RIES 2011; BLANK e DORF, 2012).

Devido a startup possuir um modelo de negócio diferente, nota-se que muitas pessoas acreditam que o termo se aplica somente a empresas que trabalham em desenvolvimento de aplicativos e software. Entretanto, para Bicudo (2016), e Sebrae (2012) os empreendedores preferem se ariscar na internet com mais frequência devido ao custo inicial ser baixo. Ato contínuo, os autores afirmam que criar uma empresa na internet é muito mais viável e barato do que uma empresa física, por exemplo.

As empresas que utilizam modelo de negócio tradicional, primeiramente precisam elaborar um plano de negócios detalhado, analisar o mercado para somente depois colocar em prática o plano. Já as startups, por utilizarem um modelo de negócio inovador, não têm experiências passadas para direcionar suas decisões de mercado, e se forem criadas baseando-se na técnica da tentativa e erro (ALBERONE; CARVALHO; KICORVE, 2012), podem ter o custo do erro excessivamente alto. Por isso os empreendedores de startups necessitam ir a campo para validar suas ideias, por meio do feedback das pessoas antes de lançar um produto no mercado (RIES, 2012).

No entanto segundo Felin et al. (no prelo, p. 1), as startups erram em valorizar e priorizar o excessivamente o feedback do cliente e mercado por dois motivos. O primeiro motivo: os clientes não possuem mais experiência que os fundadores da empresa. Segundo motivo: não há estudos comprovando que estudar ou pesquisar clientes é garantia de sucesso de novos serviços, produtos ou a introdução de um novo modelo de negócio radical no mercado. Reforçando essa ideia, Blanck e Dorf (2012) afirmam que mesmo se os empreendedores fizerem pesquisa de mercado, procurando validar o modelo de negócio junto a possíveis clientes, a inovação associada ao empreendedorismo gera grande incerteza no gerenciamento das startups.

## **Tipos de startups**

As startups podem ser divididas em 6 tipos de acordo com Blank (2012):

Small-business: quase sempre é criada pela necessidade e não pela oportunidade, contudo, o empreendedor dispõe totalmente de suas economias e não possui desejo de expandir o negócio.

Scalable startups: empreendedores que encontram um modelo de negócio com grande potencial de crescimento e que necessita de investimento para crescer.

Lifestyle startups: esse modelo é conhecido porque os empreendedores trabalham com uma ideia que realmente amam.

Buyable startups: empreendedores possuem uma grande ideia e precisam de capital de risco para concretizar o modelo de negócio.

Social startup: pessoas querem fazer a diferença no mundo, gerando resultados positivos para a sociedade.

Large-company startups: empresa consolidadas no mercado, mas que necessitam se reinventar continuamente para se manterem no mercado.

Em síntese, a literatura expõe como questões básicas das startups:

- A inovação de produtos e/ou serviços;
  - A criação de modelos de negócio adequados;
- Decorrente das 2 questões:
- O gerenciamento em ambiente de incerteza;
  - A necessidade de saber interpretar as condições do mercado.

## **Metodologia**

A metodologia utilizada para elaboração do presente artigo, é de natureza quantitativa, e foi desenvolvida em duas etapas. A primeira etapa consiste numa revisão da literatura, buscando um aprofundamento sobre o assunto estudado. A segunda etapa, conta inicialmente com o desenvolvimento do instrumento para coleta de dados, a partir das referências de Alencar e Fleith (2003) e Bruno-Faria e Alencar (1996). O instrumento de coleta contém 20 perguntas, das quais 18 são apontadas pelo Sebrae e Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e outras entidades especialistas em monitoramento de startups como sendo as dificuldades que mais interferem no desenvolvimento e crescimento das startups no Brasil. Sendo assim, e para uma melhor análise as 18 perguntas foram divididas em duas partes, fatores internos e fatores externos. A primeira parte do questionário é composta por 12 perguntas relacionadas às dificuldades internas enfrentadas pelos empreendedores, e a segunda parte contempla 6 perguntas relacionadas às dificuldades externas. As outras duas perguntas são referentes à área de atuação e modelo de negócio do empreendimento, conforme mostra Quadro 1.

Quadro 1 – perguntas utilizadas no questionário

<b>Fatores Internos</b>	
1	As restrições financeiras iniciais atrapalharam no crescimento da empresa.
2	A dificuldade de mobilizar recursos e captar financiadores aumentam o risco de insucesso da empresa.
3	A falta de Capital Inicial aumenta o risco de insucesso da empresa.
4	As alterações repentinas em relação ao projeto inicial dificultam o crescimento da empresa.
5	A dificuldade de enfrentar novos riscos referente ao modelo de negócio é o principal motivo pela qual a empresa venha obter insucesso.
6	A dificuldade em realizar alterações no modelo de negócio para captar mais cliente aumenta o risco de insucesso da empresa.
7	A falta de conhecimento de administração de negócios por partes dos sócios aumenta o risco de insucesso da empresa.
8	A falta de conhecimento de administração financeira por parte dos sócios aumenta o risco de insucesso da empresa.
9	A falta de conhecimento específico da área que deseja empreender aumenta o risco de insucesso da empresa.
10	A falta de experiência por partes dos sócios aumenta o risco de insucesso da empresa
11	A dificuldade de gerenciar pessoas atrapalha o crescimento da empresa
12	O conflito entre os sócios dificulta o crescimento da empresa
<b>Fatores Externos</b>	
1	As taxas tributárias elevadas contribuem para o insucesso da empresa
2	A burocracia elevada para abertura e manutenção do modelo de negócio contribuem para o insucesso da empresa.
3	A dificuldade de encontrar profissionais qualificados e dispostos a se envolver profissionalmente aumentam o risco de insucesso da empresa.
4	A falta de aporte de capital inicial, das instituições privadas ou governamentais, aumenta o risco de insucesso da empresa.
5	A dificuldade adquirir apoio técnico de parque tecnológico, incubadora, aceleradora e/ou outros organismos contribuem para insucesso da empresa.
6	A fragilidade da economia nacional (insegurança econômica) aumenta o risco de insucesso da empresa.
<b>Semento da Empresa</b>	
7	Em qual área a startup atua.
<b>Modelo do Negócio</b>	
8	Modelo do negócio
	B2B
	B2C
	B2G

O questionário elaborado e disponibilizado para os respondentes contém 5 opções de respostas, sendo: (1) Discordo plenamente, (2) Discordo parcialmente, (3) Neutro – nem concordo, nem discordo, (4) Concordo parcialmente, e (5) Concordo plenamente.

O questionário foi enviado de forma eletrônica na segunda quinzena do mês de dezembro de 2019, para 200 empresários que se encontram em fase inicial de desenvolvimento de suas startups. Primeiramente foi necessário realizar uma aproximação do campo de pesquisa para elaborar o questionário dentro dos padrões de comunicação dos pesquisados. Assim, as perguntas foram elaboradas após dialogar com empreendedores de diferentes segmentos de atuação que estavam com suas empresas em fase inicial de desenvolvimento e incubadas em Parques Tecnológicos.

Com as respostas obtidas através do questionário, foi possível identificar quais dificuldades possuem uma maior probabilidade de prejudicar o crescimento e desenvolvimento do empreendimento desde sua fase inicial.

## **Resultados e discussão**

Aqui demonstraremos os resultados coletados com a aplicação do questionário respondido por 20 empresários. Em primeiro momento iremos apresentar em forma de tabela os dados referentes as dificuldades que mais interferem no crescimento e desenvolvimento das startups.

A fim de identificar somente as dificuldades com os maiores índices percentuais, realizou-se o somatório das opiniões ponderadas como parcialmente e plenamente. Essa fase nos possibilitou encontrar algumas dificuldades com os índices percentuais acima dos 50%. Porém, como o objetivo da pesquisa é identificar somente as dificuldades que possuem uma maior probabilidade de interferir no crescimento e desenvolvimento da empresa, iremos dar ênfase somente para as que estão acima dos 70%. Este percentual foi obtido através do somatório entre as células concordo parcialmente e concordo plenamente.

Tabela 1 – Resultados da pesquisa

		Discordo plenamente	Discordo parcialmente	Neutro	Concordo parcialmente	Concordo plenamente	Somatório das células com maiores índices percentuais
1	As restrições financeiras iniciais atrapalharam no crescimento da empresa.	4,8%	6,6%	9,5%	<b>33,3%</b>	<b>47,6%</b>	<b>80,9%</b>
2	A dificuldade de mobilizar recursos e captar financiadores aumentam o risco de insucesso da empresa.	9,5%	19,0%	14,3%	<b>23,8%</b>	<b>33,3%</b>	<b>57,1</b>
3	A falta de Capital Inicial aumenta o risco de insucesso da empresa.	9,5%	14,3%	19,0%	<b>28,6%</b>	<b>28,6%</b>	<b>57,2</b>
4	As alterações repentinas em relação ao projeto inicial dificultam o crescimento da empresa.	<b>28,6%</b>	<b>33,3%</b>	4,8%	14,3%	19,0%	<b>61,9</b>
5	A dificuldade de enfrentar novos riscos referente ao modelo de negócio é o principal motivo pela qual a empresa venha obter insucesso.	<b>23,8%</b>	<b>28,6%</b>	23,8%	4,8%	19,0%	<b>52,4</b>
6	A dificuldade em realizar alterações no modelo de negócio para captar mais cliente aumenta o risco de insucesso da empresa.	14,3%	23,8%	23,8%	23,8%	14,3%	-
7	A falta de conhecimento de administração de negócios por partes dos sócios aumenta o risco de insucesso da empresa.	0,0%	14,3%	9,5%	<b>38,1%</b>	<b>38,1%</b>	<b>76%</b>
8	A falta de conhecimento de administração financeira por parte dos sócios aumenta o risco de insucesso da empresa.	4,8%	9,5%	4,8%	<b>38,1%</b>	<b>42,9%</b>	<b>81%</b>
9	A falta de conhecimento específico da área que deseja empreender aumenta o risco de insucesso da empresa.	9,5%	19,0%	4,8%	<b>23,8%</b>	<b>42,8%</b>	<b>66,6</b>
10	A falta de experiência por partes dos sócios aumenta o risco de insucesso da empresa	4,8%	14,3%	28,6%	<b>23,8%</b>	<b>28,6%</b>	<b>52,4</b>
11	A dificuldade de gerenciar pessoas atrapalha o crescimento da empresa	0,0%	28,6%	9,5%	<b>28,6%</b>	<b>33,3%</b>	<b>61,9</b>
12	O conflito entre os sócios dificulta o crescimento da empresa	4,8%	9,5%	4,8%	<b>23,8%</b>	<b>57,1%</b>	<b>80,9%</b>
13	As taxas tributárias elevadas contribuem para o insucesso da empresa	4,8%	33,3%	9,5%	19,0%	33,3%	<b>52,3</b>
14	A burocracia elevada para abertura e manutenção do modelo de negócio contribuem para o insucesso da empresa.	4,8%	9,5%	14,3%	<b>38,1%</b>	<b>33,3%</b>	<b>71,4%</b>
15	A dificuldade de encontrar profissionais qualificados e dispostos a se envolver profissionalmente aumentam o risco de insucesso da empresa.	0,0%	14,3%	23,8%	<b>33,3%</b>	<b>28,6%</b>	<b>61,9</b>
16	A falta de aporte de capital inicial, das instituições privadas ou governamentais, aumenta o risco de insucesso da empresa.	9,5%	28,6%	19,0%	19,0%	23,8%	<b>42,8</b>
17	A dificuldade adquirir apoio técnico de parque tecnológico, incubadora, aceleradora e/ou outros organismos contribuem para insucesso da empresa.	14,3%	19,0%	42,9%	14,3%	9,5%	<b>23,8</b>
18	A fragilidade da economia nacional (insegurança econômica) aumenta o risco de insucesso da empresa.	4,8%	9,5%	28,6%	<b>42,9%</b>	<b>14,3%</b>	<b>57,2</b>
19	Em qual área a startup atua.	resposta será representada em forma de gráfico					
20	Modelo do negócio	resposta será representada em forma de gráfico					



Segundo Valente (2018), e outros estudiosos, as dificuldades que mais impendem o crescimento e desenvolvimento das startups, estão relacionadas à: a falta de acesso a capital (40%), a dificuldade de ingressar no mercado (16%) e problema entre os sócios (12%). Ainda de acordo com o estudo realizado pelo autor, estas dificuldades foram as que mais contribuíram para a descontinuidade de 30% das startups em 2018.

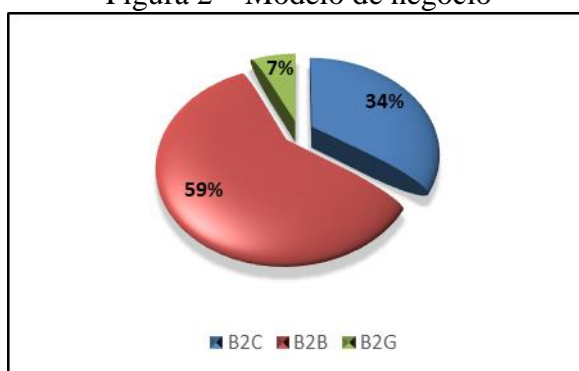
Porém, de acordo com a pesquisa realizada em dezembro de 2019 pode-se perceber que dentre todas as dificuldades que podem retardar o crescimento, o desenvolvimento ou até a descontinuidade da startup, a única que coincide com as dificuldades citadas por Valente (2018), é o conflito entre os sócios. Já, as outras dificuldades de acordo com os respondentes estão relacionadas com: falta de conhecimento de administração financeira por parte dos sócios (81%), restrições financeiras iniciais (80,9%), conflito entre os sócios (80,9%), falta de conhecimento de administração de negócios por partes dos sócios (76%) e por último está a burocracia elevada para abertura e manutenção do modelo de negócio (71,4%). Sendo assim, nota-se que a presente pesquisa conseguiu identificar dificuldades que ainda não são muito citadas dentro da literatura.

Outro detalhe que pode ser observado na pesquisa é que, dentre as cinco questões que se encontram acima dos 70%, quatro delas são dificuldades interna. Com isso, pode-se notar que as dificuldades internas são as que mais podem retardar o sucesso dos empreendedores, ou até mesmo, a descontinuidade do empreendimento.

Vale ressaltar que as dificuldades que se encontram no intervalo entre 50% e 70%, também devem ser consideradas prejudiciais para o sucesso da empresa.

A pesquisa também, nos possibilitou identificar que grande parte das empresas utilizam o modelo de negócio B2B, conforme mostra Figura 2 abaixo.

Figura 2 – Modelo de negócio



Segundo o relatório da Associação Brasileira de Startups, o modelo B2B cresceu nos últimos 2 anos 70% confirmando os dados coletados na pesquisa. O modelo de negócio B2B é uma abreviação de “Business to business” esse modelo tem como objetivo desenvolver produtos e serviços para outras empresas. Já o modelo B2C, significa que a empresa tem como público alvo somente os consumidores finais, exemplo, as vendas realizadas pelo e-commerce e lojas físicas, onde o cliente realiza sua compra diretamente com empresa. Agora o modelo B2G, significa que a empresa presta serviço diretamente para órgãos governamentais (CÂMARA, 2018).

Por fim, conseguimos identificar o segmento com maior concentração de startup. Das 20 empresas participantes da pesquisa 33,3% atuam no setor de serviços, 18% na área da saúde, 14% no desenvolvimento de aplicativos, 9,5% no setor de engenharia, os demais setores como: TI, educação, web site, sustentabilidade ficaram cada uma com 4,8%. Contudo, o que nos chamou a atenção, foi o crescimento do número de *startups* atuantes na área da saúde com 18%.

## **Conclusão**

A presente pesquisa teve como objetivo principal identificar as dificuldades que podem retardar o desenvolvimento e crescimento das startups no Brasil. Contudo, os resultados apresentados na pesquisa mostram que dentre todas as dificuldades pesquisadas as que mais contribuem para o insucesso do empreendimento de acordo com os empreendedores são: falta de conhecimento de administração financeira por parte dos sócios (81%), restrições financeiras iniciais (80,9%), conflito entre os sócios (80,9%), falta de conhecimento de administração de negócios por partes dos sócios (76%) e por último está a burocracia elevada para abertura e manutenção do modelo de negócio (71,4%).

Mesmo considerando que o objetivo do trabalho foi alcançado com êxito, vale ressaltar que o durante o desenvolvimento nos deparamos com uma limitação do tipo: dificuldades em obter respostas dos entrevistados, em conseguir visitas em parques tecnológicos e agendar horário para dialogar com empresários.

Por fim, pode-se concluir que a presente pesquisa conseguiu identificar até o presente momento dificuldades diferentes das citadas dentro da literatura e por entidades especializadas em monitoramento de startups.

## Referências

ALBERONE, M. CARVALHO, R. KIRCOVE, B. Sua ideia ainda não vale nada – O guia prático para começar a validar seu negócio. Rio de Janeiro, 2012.

ALENCAR, EUNICE, M. L. S.; FLEITH, Denise S. Barreiras à criatividade pessoal entre professores de distintos níveis de ensino. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 16, n.1, p. 63-69, 2003.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. Empreendedorismo: uma visão do processo. Thomson Learning, 2007.

BEZERGIANNI, S. (2013). Conceiving, exploring, and exploiting innovative ideas: from waste cooking oil to diesel *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 2(9), 201 Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1186/2192-5372-2-9>

BICUDO, L. O que é uma startup? 2016, Disponível em: <https://www.startse.com/noticia/startups/afinal-o-que-e-uma-startup>

BLANK, S.; DORF, B.. The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company. Pescadero: K&S Ranch, 2012.

BRUNEEL, J., RATINHO, T., CLARYSSE, B., & GROEN, A. (2012). The evolution of business incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations. *Technovation*, 32(2), 110-121.

BRUNO, F.; MARIA F.; ALENCAR, EUNICE, M. L. S. Indicadores de clima para a criatividade: um instrumento de medida da percepção de estímulos e barreiras à criatividade no ambiente de trabalho. *Revista de Administração*, v.33, n.4, p.89-91, out./dez. 1998

CÂMERA, I. O que é B2B? E B2C? Aprenda quais os tipos de negócio e como funcionam. Disponível em: <https://www.startse.com/noticia/nova-economia/corporate/b2b-b2c-e-mais>.

DEGEN, Ronald J. O empreendedor como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011

FELIN, T.; GAMBARDELLA, A.; STERN, S.; & ZENGER, T. (in press). Lean startup and the business model: experimentation revisited. Forthcoming in *Long Range Planning*.

FILION, Luis Jacques. Empreendedores e proprietários de pequenos negócios. *Revista USP – Revista da Administração*, São Paulo, p.5-28, 1999.

HERMANSON, BORIS. O que é uma start up? São Paulo:Mundo Sebrae,2011.

KIRZNER, I. Competition and entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press, 1973.

MANZO, A. J. Manual para la preparación de monografías: una guía para presentar informes y tesis. Buenos Aires: Humanistas, 1971.

MILLER, W. A.; MORRIS, L. Fourth generation R&D: managing knowledge, technology, and innovation. New York: John Wiley & Sons, 1999.

RIES, E. A Startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

SCHUMPETER, J. A. Capitalismo, socialismo e democracia (S. G. de Paula, Trad.). Rio de Janeiro: Zahar, 1942. (Obra original publicada em 1984).

SCHUMPETER, Joseph A (1982). Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural.

SEBRAE. Como obter financiamento para sua startup. Brasília – DF, 2012.

TORRES, J. O que é uma startup. Disponível em <http://www.guiadastartup.com.br/o-que-e-uma-startup/>

VALENTE, J. Pesquisa mostra que 30% das startups não conseguem se manter no mercado. Reportagem disponível no site da agência Brasil.