

STARTUP: TENDÊNCIA DE NEGÓCIO NO BRASIL**STARTUP: BUSINESS TREND IN BRAZIL****STARTUP: TENDENCIA EMPRESARIAL EN BRASIL**

Giuseppina Adele Rischioni¹
Josefa Jostania Silva Nunes²
Laryssa Feliciano Batista³
Vanessa Michele de Barros Lucindo⁴

Recebido em fevereiro de 2020
Aceito em outubro de 2020

RESUMO

O presente artigo apresenta a verificação do desenvolvimento de *startups* no cenário brasileiro, tema que tem atraído diversos empreendedores em vários segmentos, destacando a *startup* como novo modelo de negócio voltada à área tecnológica, demonstrando sua atuação e impacto no mercado financeiro. Um estudo, por meio de pesquisa bibliográfica e entrevista, esclarecendo métodos que proporcionem redução de incertezas, aplicando o empreendedorismo como técnica de gestão e análise voltada a *startups*, fazendo breve planejamento para diagnosticar medidas que auxiliem o crescimento significativo, controlando, buscando e identificando falhas para proporcionar soluções com maiores êxitos e eficiência no desenvolvimento no mercado brasileiro.

Palavras-chaves: Tecnologia. Inovação. Empreendedorismo. *Startup*. Mercado financeiro.

ABSTRACT

This paper describes a verification of *startups* development in the Brazilian scenario, a theme that has attracted several entrepreneurs in various segments, highlighting *startup* as a new business model focused on the technological area, demonstrating its performance and impact on the financial market. A study, through bibliographic research and interview, clarifying methods that provide reduction of uncertainties, applying entrepreneurship as a management technique and analysis focused on *startup*, making brief planning to diagnose measures that help significant growth, controlling, seeking and identifying failures. Thus providing solutions with greater success and development efficiency in the Brazilian market.

Keywords: Technology. Innovation. Entrepreneurship. *Startup*. Financial market.

¹ Docente no Centro Universitário Carlos Drummond de Andrade. E-mail: giuseppinaadele@uol.com.br.

² Graduanda do Curso de Administração, Centro Universitário Carlos Drummond de Andrade. E-mail: josefajostania@gmail.com.

³ Graduanda do Curso de Administração, Centro Universitário Carlos Drummond de Andrade. E-mail: batista.laryssa@ciee.or.br.

⁴ Graduanda do Curso de Administração, Centro Universitário Carlos Drummond de Andrade. E-mail: vanessaval@hotmail.com.

RESUMEN

Este artículo presenta una verificación del desarrollo de las *startups* en el escenario brasileño, tema que ha atraído a varios emprendedores de diversos segmentos, destacando la *startup* como un nuevo modelo de negocio enfocado en el área tecnológica, demostrando su desempeño e impacto en el mercado financiero. Un estudio, mediante investigación bibliográfica y entrevista, esclareciendo métodos que brinden reducción de incertidumbres, aplicando el emprendimiento como técnica de gestión y análisis dirigida a la *startup*, realizando una breve planificación para diagnosticar medidas que ayuden a un crecimiento significativo, controlando, buscando e identificando fallas. para brindar soluciones con mayor éxito y eficiencia en el desarrollo en el mercado brasileño.

Palabras clave: Tecnología. Innovación. Emprendimiento. Puesta en marcha. Mercado financiero.

1 INTRODUÇÃO

O comportamento de uma sociedade pode modificar diversos fatores: econômicos, culturais, entre outros, mas nos últimos anos é evidente como o crescimento acelerado da tecnologia tem modificado ainda mais o modo como as pessoas agem, pois ela é capaz de aperfeiçoar o cotidiano e tornar cada vez mais exigente em questão de praticidade.

Ao identificar uma oportunidade de negócio, empresários procuram incansavelmente amadurecer a ideia para colocar em prática o produto ou serviço. Grande parte das organizações tradicionais produzem seus produtos sem o mínimo interesse em constatar ou verificar a viabilidade do negócio, trabalha, principalmente, em busca de crescimento e obtenção de lucro.

Devido às condições favoráveis e mudanças culturais, surge nova tendência de mercado: as *startups*; elas constituem as empresas voltadas para o desenvolvimento de inovações e praticidade para os clientes por meio de aplicativos. Por se tratar de um tipo de organização embrionária, ou seja, ainda em crescimento, vem se destacando no mercado por diversos aspectos: propondo outras maneiras de gerir o negócio e de impactar na vida da sociedade, procurando solucionar problemas. A *startup* muda a forma de pensar proporcionando condições para crescimento a partir de experiências e aprendendo com as falhas.

Esta pesquisa é de caráter bibliográfico, documental e descritivo, toma como base uma entrevista realizada em empresa na cidade de São Paulo, com a finalidade de proporcionar melhor compreensão do assunto abordado.

Por tudo isso, a principal justificativa para a escolha deste tema é demonstrar como manter a *startup* no cenário desafiador brasileiro.

Considerando tal justificativa para realização desta pesquisa se torna fundamental entender o principal problema, qual seja: como manter *startup* no mercado desafiador e competitivo do Brasil?

Essa pergunta conduzirá a pesquisa e procurará atender aos seguintes objetivos:

- (a) Explorar esse novo mercado (*startups*) por meio de estudo de caso e pesquisas bibliográficas;
- (b) Apresentar o que é uma *startup* e seu desenvolvimento no cenário brasileiro, desde a criação e suas funções;

- (c) Descrever os diferentes conceitos a respeito de *startup*, sua trajetória, seu mercado e a tecnologia.
- (d) Demonstrar o mercado financeiro também voltado a esse setor, independentemente do porte e mostrar a importância para a economia brasileira.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Ao pesquisar o termo “*startups*” aparece uma variedade de conceitos, dentre eles, o que se destaca são as de base tecnológica que tem como objetivo oferecer produtos e serviços que contenham soluções práticas e inovadoras para o mercado.

“As *startups* nascem de ideias de empreendedores, que acreditam poder fazer um produto ou serviço significativo e rentável” (TOLEDO, 2012 p.18).

Nos anos 1990, se tornaria mundialmente conhecida, e pouco entendida, a forma pouco ortodoxa como empreendedores do Vale gerenciavam o lançamento de *startups*, que se pareciam mais com experiências científicas do que com negócios tradicionais (NORMAND, 2014, p.15).

O denominado Vale do Silício juntou muitas culturas, estimulou empreendedores a começar do zero, mas todos com muita ambição, assim aceleraram o processo de inovação e a criação de *startup*. Com a evolução dos negócios, a Universidade de Stanford criou um parque industrial voltada à tecnologia, a partir desse crescimento a região se tornou um aglomerado de inúmeras empresas.

No Brasil as *startups* se tornaram modalidade de grande crescimento a partir do ano de 2010. A Associação Brasileira de *Startup* ABSTARTUPS (2019) afirma que no Brasil há mais de 12 mil *startups* mapeadas; São Paulo aparece como liderança no *ranking* nacional como o Estado e cidade de maior concentração de *startup*.

Elas proporcionam amplo leque de oportunidades, empregos e grande diversidade de aprendizado, assim ideias são atualizadas de forma contínua sem limite territorial e de forma transversal.

Na atualidade o empreendedor se tornou a imagem mais autêntica da inovação, transformando e moldando suas ideias em empresas e *startups*. A *startup* em especial não é apenas uma nova pequena empresa no mercado, ela tem como principal característica uma proposta de inovação, escalável e flexível, que é desenvolvida na maior parte das vezes por uma base tecnológica, com o objetivo de ofertar um novo produto ou serviço que chame a atenção do mercado, esse diferencial é essencial e terá cada vez mais desenvolvimento como passar do tempo.

O mundo está passando por uma revolução digital desde 2016, os avanços são extremamente rápidos assim como a necessidade de novos produtos e serviços, e as *startups* devido ao seu modelo de empresa, tem o poder de conseguir responder mais rápido e de forma um pouco mais fácil a essas necessidades.

2.1 Tipos de *Startups* e suas Características

Partindo do conceito de que uma *startup* é uma empresa de ideia original e inovadora com poder de crescimento em alta escala, pode-se entender que apresente como principais características: ser uma empresa inovadora e com identidade original; ser uma empresa escalável já que trabalha em velocidade rápida; investir no planejamento e conseqüentemente tem a burocracia reduzida e uma equipe com a identidade da empresa.

Segundo a Associação Brasileira de *Startups* ABSTARTUPS (2019), esse modelo de negócio tem como principais características:

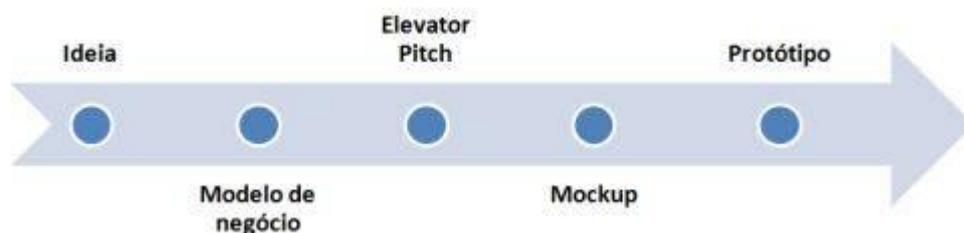
- a) Inovação;
- b) Escalabilidade;
- c) Repetibilidade;
- d) Flexibilidade e rapidez.

Como qualquer outra empresa convencional, é necessário estabelecer funções e metas para atingir objetivos, monitorando e acompanhando constantemente o ambiente no qual a *startup* atua.

2.1.1 Criação e Desenvolvimento de uma *Startup*

Ao mencionar o fato de empresas *startups* serem iniciantes no mercado, causa a impressão de que se trata de empresas inferiores às já existentes, mas na verdade, as *startups* são empresas iniciantes e que são criadas e desenvolvidas por meio de algumas fases/etapas primordiais para seu sucesso. Essas etapas aparecem na Figura 1.

Figura 1 - Etapas de uma *Startup*



Fonte: EXAME (2010)

Segundo EXAME (2010) as fases para criação e desenvolvimento de *startups* engloba:

1. **Ideia:** Este é considerado o momento das ideias, bem semelhante ao empreendedor convencional, o futuro empresário *startup* precisa juntar todas as suas ideias e colocá-las no papel que as colocará em prática posteriormente.
2. **Modelo de negócio:** Nesta fase o futuro empresário *startup*, precisa verificar e explorar as oportunidades que esse modelo de negócio trará, tanto para ele mesmo como empreendedor, como para o cliente e a sociedade, ou seja, precisa averiguar o valor de seu produto ou serviço no mercado.

3. **ElevatorPitch:** Nesta fase o empreendedor da *startup* precisa verificar o potencial de sua ideia dentro do mercado, estudar o mercado, quais as necessidades do público alvo e se irá de fato atendê-las.
4. **Mockup:** Depois de analisar a ideia que melhor atenderá as necessidades do cliente, bem como estudar o mercado, o empreendedor deverá tomar algumas ações, tais como pesquisas de campo, para se certificar se de fato seu produto ou serviço inovador trará soluções para a sociedade.
5. **Protótipo:** É a simulação de como o produto ou serviço funcionará nas mãos do cliente, nesta fase o empreendedor pode usar aplicativos para fazer demonstrações e até facilitar na pesquisa de campo.

Essas fases auxiliam no momento da criação de *startups*, porém é preciso atentar-se ao Ciclo de Vida.

2.2 O Ciclo de Vida de *Startups*

Para manter um negócio em evidência no mercado por muitos anos é necessário tomar alguns cuidados para que não ocorra a morte precoce da empresa, com a *startup* não é diferente, por isso muitas estratégias devem ser adotadas, por ser um modelo de negócio inovador.

De acordo com EXAME (2010) assim como uma pequena empresa apresenta grandes chances de morrer nos seus primeiros cinco anos, *startups* apresentam chances ainda maior de morrerem nos cinco primeiros meses.

Conhecer algumas ferramentas estratégicas e de gestão assume importância crucial no momento da abertura de uma empresa. No caso de uma *startup* não é diferente, é necessário cumprir à risca todas as suas fases. No entanto, ela também pode morrer no sentido de atingir crescimento em grande escala e ter cumprido todas as fases, passar a ser considerada uma grande empresa convencional, com concorrentes diretos, ou seja, empresas que estejam oferecendo o mesmo produto ou serviço inovador que antes era oferecido apenas pela *startup*.

2.3 Os Desafios encontrados pelas *startups*

Abrir e gerenciar qualquer modelo de empresa é uma tarefa complexa que requer muitas responsabilidades e habilidades.

De acordo com o site ContabNet (2018) os maiores desafios encontrados para abrir uma *startup* são: burocracia e tempo para abertura de empresa; carga tributária; juros altos na tomada de crédito; abertura de conta bancária; questões corporativas das empresas tradicionais; disputa com grandes e tradicionais *players*; e, suportar pressões do mercado e de clientes.

2.4 Ambiente em que as *startups* trabalham

Em uma visita ao “*Google for startup*” em agosto de 2019 é possível descrever o ambiente de trabalho de *startups*: é moderno, descontraído, formado por empreendedores, CEO, estudantes em diferentes estágios da jornada acadêmica, que detectam problemas e buscam alternativas de soluções inovadoras a fim de oferecê-las aos consumidores.

Todo esse ambiente e a forma como elas são planejadas fazem com que prevaleça cada vez mais a união das pessoas, mesmo elas sendo de diferentes áreas e tendo habilidades distintas. Os membros da equipe sempre terão o que somar ao outro, e essa combinação de talentos é o que faz as *startups* se diferenciarem e conquistarem o mercado (PERIN, 2016, p. 46).

As pessoas que trabalham nessas empresas têm várias funções, são multitarefas; normalmente vivenciando esse ambiente descontraído elas apresentam mais motivação e produzem mais.

De acordo com Terra (2019), enquanto empresas convencionais têm metas fixas estabelecidas e um fluxo de trabalho padrão, as *startups* buscam novas formas de realizar suas atividades e aperfeiçoar o relacionamento com as pessoas.

As *startups* mostram em sua estrutura um *mix* de cultura, sem regras rígidas no ambiente de trabalho, deixam os colaboradores livres para liberar a criatividade em busca de resultados positivos no mercado nacional.

2.5 Mercado das *startups* no cenário nacional

Esse fenômeno galáctico econômico que não para de crescer, denominado *startup*, vem se destacando no século XXI, principalmente nos países desenvolvidos, como por exemplo, nos Estados Unidos, porque esses projetos são criados para dividir os riscos futuros dos negócios das empresas.

O mercado brasileiro de *Startups* vem crescendo a passos largos, principalmente na região Sudeste, onde se concentra grande parte dessas empresas. São Paulo é o Estado com o maior número de *Startups*, (686 empresas constituídas), Minas Gerais vem logo em seguida com 207 negócios, em terceiro lugar está o Rio de Janeiro com 189 *Startups*, seguido pelo Rio Grande do Sul (142 empresas) e por Paraná (107 empresas) (BRASSCOM).

Esses números nos fazem crer que, não apenas nos países desenvolvidos, mas também as empresas nacionais estão se adaptando a essas mudanças, pois as *startups* nacionais demonstram e apresentam crescimento expressivo.

(...) uma versão menor de uma grande companhia. Uma *startup* é uma organização temporária em busca de um modelo de negócio escalável, recente e lucrativo. No início, o modelo de negócio de uma *startup* caracteriza-se pela flexibilidade de ideias e suposições, mas não tem clientes e nada sabe sobre elas (BLANK; DORF, 2014, p. 48).

As *startups* no Brasil apresentam tendência significativa para novas tecnologias, além do que, essas inovações estão gerando novos postos de trabalho, novas atividades, novas funções, portanto aquecendo a economia no cenário nacional.

2.5.1 Barreiras de entradas das *startups*

Como qualquer tipo de negócio, sempre há dificuldades para se conseguir a consolidação no mercado, com as *startup* não é diferente, o excesso de tributos impostos às empresas é uma queixa recorrente dos empreendedores, a falta de recursos para investimentos, mas também o excesso de leis para regulamentação, muitas vezes empresa de *e-commerce* geralmente não sabe para qual Estado deve pagar os tributos.

BARBA-SANCHÉS; ATIENZA-SAHUQUILLO (2012) citam algumas das principais razões para os baixos índices de *startups*, especialmente nas regiões com escassa tradição empreendedora, assentam sobre a falta de diferentes características empreendedoras como: espírito empreendedor, os fatores psicológicos e sociológicos e a motivação econômica. Possuem também as barreiras de entrada como a burocracia, regulamentos ou a não existência de políticas de apoio.

Portanto, a primeira dificuldade encontrada pelos empreendedores de *startups*, se ocorre quando da formalização do negócio ou investimento, pois encontram muitas barreiras impostas pelo País ou que muitos investidores ficam no meio do caminho sem segurança no mercado. É possível observar que qualquer impedimento se não encontrada a solução, dificulta e muito novas entradas de empresas no mercado bem como o sortimento de produtos no ambiente escasso.

No cenário atual, empreender no Brasil requer investimento significativo não só financeiro, mas também pessoal, pois o excesso de burocracia requer considerável quantidade de tempo do empreendedor, além de exigir doses maciças de paciência para cumprir todos os deveres e obrigações legais. Além de procurar constantemente se adaptar ao mercado e implementar sua empresa, com investimentos, planejamento, capacitação para seus colaboradores entre outros.

2.5.2 Oportunidades no mercado das *startups*

O mercado de *startups* está em constante crescimento no Brasil e no mundo, portanto torna o País ambiente propício para novos entrantes, o País possui um público que cresce cada vez mais, o jovem antes possuía as ideias, mas não as colocava em prática, hoje com a facilidade de empreender ficou muito mais fácil desenvolver uma *startup*.

Para DEGEN (1989, p.10), “ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias, característica de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de encontrar”.

As *startups* estão ganhando cada vez mais espaço dentro das corporações, pois possuem alternativas para desenvolvimento de novas tecnologias, para implementação de inovações, facilitando o aumento de produtividade, otimização nos processos administrativos e, o mais importante, melhoria na gestão de negócios.

Na *startup* é preciso ir além de buscar investimentos e saber gerenciar as finanças, é preciso encontrar as pessoas certas para atuar no negócio, além dos outros inúmeros desafios já citados nos parágrafos anteriores.

2.6 Startup do ponto de vista financeiro

Do ponto de vista financeiro, as *startups* são negócios que podem dar certo, pois além do mercado estar aquecido, também há grande número de investidores interessados.

No entanto, dada a taxa de mortalidade prematura das empresas, é de extrema importância que os sócios sejam visionários para lidar com possíveis ameaças, de modo a reduzir os riscos tendo em vista que esse negócio está diretamente ligado ao empreendedorismo.

Segundo o site Capital Social (2019) é possível identificar as fases do período de maturação, com grandes possibilidades de crescimento e transformações em uma empresa de fato. Infere-se daí que apesar de ser um mercado bastante interessante e sedutor, assim como todo negócio, é preciso ter planejamento prévio.

2.6.1 Métodos de Investimento

As *startups* trouxeram impacto extremamente positivo ao mercado atraindo clientes e investidores. Embora sejam negócios considerados incertos, elas possuem pontos fortes que podem interessar os investidores, a facilidade no investimento e o retorno financeiro acima da média são exemplos disso. Existem várias modalidades de investimento em *startups*:

2.6.1.1 Bootstrapping

De acordo com o site do SEBRAE (2016) *bootstrap* significa criar sua *startup* usando somente recursos próprios e não recorrendo a investidores externos. Se há alguma entrada de capital, ela vem dos primeiros clientes.

Em outras palavras, *bootstrap* é um modelo de negócio montado com recursos dos próprios fundadores, exige que possuam condições financeiras.

Nesse tipo de negócio, portanto, caso os fundadores não possuam recursos para se auto alavancar, esse modelo de investimento não é o indicado.

2.6.1.2 Capital semente

Segundo Spina (2012), o capital semente é o primeiro capital investido, inserido para construir os fundamentos do projeto, visando o desenvolvimento inicial dos produtos e pesquisa de mercado.

Os negócios em estágio inicial buscam tipos de investimentos para alavancar suas ideias, o capital somente pode auxiliar os empreendedores nesse projeto, mas ele não se limita a projetos que ainda não saíram do papel, esse investimento também é disponibilizado para empreendimentos pequenos que possuem carteira de clientes por meio de um financiamento de longo prazo com o objetivo de cobrir despesas iniciais.

2.6.1.3 Investimento-Anjo

O termo investidor-anjo, ou *business angel*, pode ser definido como pessoas físicas que dispõem recursos financeiros em negócios com potencial que estão se desenvolvendo, ou seja, em fase inicial.

Segundo Botelho; Didier; Rodriguez (2006), os investidores-anjos não investem em empreendimentos somente em busca da obtenção de retorno financeiro, mas também pela possibilidade de agregar valor com suas experiências e se envolver no projeto.

No geral, esses investidores não só disponibilizam recursos financeiros como também agregam valor e experiência ao empreendedor. Esse tipo de investimento apresenta, em contrapartida, uma participação, normalmente minoritária dentro da empresa, os investidores ainda participam como mentores ou conselheiros, mas normalmente não ocupam cargos executivos.

O valor disposto pelo investidor ou grupo de investidores é em torno de R\$ 50 mil a R\$ 500 mil; a soma de um grupo para investir em um empreendimento tem por objetivo a diluição dos riscos.

2.6.1.4 Incubadora de Negócio

Incubadora de negócios são entidades que auxiliam micro e pequenas empresas que oferecem ao mercado produtos ou serviços inovadores prestando assistência durante o processo de desenvolvimento inteiro.

Segundo SEBRAE (2019) as incubadoras de empresas são instituições que auxiliam micro e pequenas empresas nascentes ou que estejam em operação, que tenham como principal característica a oferta de produtos e serviços no mercado com significativo grau de inovação.

2.6.1.4.1 Aceleradora

Considerada um tipo moderno de incubadora, a aceleradora procura *startups* e as apoia financeiramente, além de contar com ampla série de serviços, tais como consultoria e/ou treinamentos, entre outros. Esse apoio se estende por período específico e pode durar de três a oito meses e em troca recebem uma participação acionária. No Gráfico 1 se observa o processo desenvolvido pela aceleradora.

Gráfico 1 - Processo de aceleração



Fonte: Aceleradora de *startup* (2020)

Segundo Abreu; Campos, (2016), as aceleradoras ajudam os empreendedores a definir e construir os seus produtos iniciais, identificar segmentos de clientes e obter recursos incluindo capital e funcionários.

As aceleradoras, basicamente, desenvolvem programas de aceleração com duração limitada, geralmente de três meses, e ajudam as *startups* com o processo do novo empreendimento, fornecendo pequena quantidade de capital, espaço de trabalho, oportunidades de *networking* e mentoria com empresários, advogados, pessoal técnico, investidores anjo, capital de risco ou mesmo executivos de empresas.

2.6.1.5 Venture Capital

Tipo de investimento que tem por objetivo apoiar o negócio por meio da compra de ações, normalmente minoritária. Durante o período de investimento o investidor não disponibiliza somente dinheiro, mas também agrega valor e expõe experiências anteriores formando uma estratégia de capital e gestão empresarial.

Em médio ou longo prazo o investidor faz o desinvestimento e obtém retorno com a venda da participação.

2.6.2 Impacto das *fintechs* e a revolução do mercado financeiro

As *startups* se apresentam como negócios inovadores, e pela menor burocracia podem crescer consideravelmente em pouco tempo, como é o caso das *fintechs*, um negócio que trouxe diversos serviços bancários através de computadores e celulares. Nota-se que as atividades bancárias estão mudando e cabe aos participantes enfrentarem esse novo desafio e aproveitarem as oportunidades que essa nova realidade oferece.

As *fintechs* são empresas da área financeira de alta tecnologia, que a partir das mudanças sociais que o Brasil e o mundo vêm sofrendo, utilizam-se da tecnologia para modificar a forma e a dinâmica dos negócios financeiros.

Segundo ABSTARTUP (2019) o mercado de fintech do Brasil está projetado para gerar potencial receita de até US\$ 24 bilhões nos próximos 10 anos.

As *fintechs* estão revolucionando, a partir de aplicativos, e ganhando força com inovações tecnológicas, a forma de lidar com as questões financeiras, saindo do tradicional sistema bancário e ganhando espaço no mercado financeiro, transmitindo comodidade e facilidades nas negociações sem deslocamento.

As instituições bancárias digitais estão quebrando paradigmas, atuando totalmente através de aplicativos com custos operacionais baixos, anuidade de cartões gratuita, sem ambiente físico, disponibilizando soluções imediatas a partir de *chat*, promovendo transparência entre as relações financeiras.

2.7 Unicórnios brasileiros

No mundo dos negócios, o termo unicórnio identifica empresas privadas raras no mercado, com capital fechado, capazes de expandir rapidamente com alto capital, encantando seus investidores com grandes chances de crescimento acelerado no mercado, são conhecidas como *Startups* Unicórnios. No Brasil esse tipo de negócio tem estado em grande evidência.

De acordo com o site Economias (2019), são chamadas de unicórnios as *startups* tecnológicas que são avaliadas em mais de mil milhões de dólares. Alguns exemplos deste tipo de empresas são a Farfetch, a Dropbox ou a SpaceX. Estas empresas são avaliadas com base nas suas oportunidades de mercado e no seu potencial de mercado, em longo prazo. O caso mais conhecido de uma *startup* unicórnio é o Facebook.

As *startups* no Brasil têm aumentado a expectativa de crescimento desse negócio inovador e tendencioso ao sucesso, está cada vez maior devido à praticidade, inovação, tecnologia e baixo investimento monetário.

3 MÉTODO

O estudo foi realizado utilizando como base a pesquisa bibliográfica e artigos disponíveis em diversos sites na Internet e a análise de discurso fundamentada em uma entrevista aberta como técnica de coleta de dados e objetivando contrastar a teoria com a prática com base na vivência diária com a finalidade de proporcionar melhor entendimento.

A escolha da *startup* se deu pela criação inovadora promovida pela empresa Opsicoapp que atua diretamente na necessidade de obter uma consulta psicológica digital de qualidade e pela disponibilidade do fundador em participar da entrevista.

3.1 Estudo de Caso

A Opsico é uma empresa jovem, surgida em setembro de 2017, ideia do CEO Fabrício Galdino, profissional da área tecnológica há mais de 10 anos e atualmente estudante da área de psicologia. Juntamente com outros estudantes do curso decidiram unir as duas áreas, aproveitando o conhecimento e a experiência da área tecnológica com a psicologia, criando algo inovador.

Assim surgiu a ideia do plano psicológico digital da Opsico e alguns estudantes entraram como sócios e apoiadores da *startup*. No decorrer do trabalho os participantes perceberam a necessidade de mais empenho e dedicação; impossibilitados de oferecer mais tempo, alguns componentes do grupo inicial saíram e outros entraram acreditando no sucesso do negócio, passando por um processo de maturação, amadurecendo a ideia e a aceitação do público.

O produto começou a ser comercializado no início de 2019, com lançamento oficial, o que nos sugere uma atuação recente no mercado, pois os anos anteriores foram de bastante trabalho, estratégia de mercado e desenvolvimento do sistema.

Diante de um mercado cada vez mais competitivo como o do Brasil, as empresas usam a inovação atrelada à tecnologia no meio empresarial como forma de atender às necessidades e busca incansável de soluções que impactem no cotidiano das pessoas por meio de plataformas com mais facilidade, incrementando o novo modelo de negócio.

As *startups* buscam constantemente por inovação, mas não basta apenas oferecer produtos inovadores, é preciso investir em aprimoramento contínuo, se adequando às novas mudanças e disponibilizando melhores soluções no nicho de mercado.

De acordo com Ries (2012, p. 26) “uma *startup* é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”.

Em outras palavras, as *startups* são empresas em fase inicial, que buscam dentro de si inovação, tecnologia e meios de se alavancar no mercado.

Você deve experimentar para encontrar a solução para o problema de seus clientes e para garantir que esses clientes vão lhe gerar o retorno financeiro suficiente para que você continue oferecendo essa solução. Quando você achar que não deve mais experimentar, ou que deve diminuir o ritmo de suas experiências, provavelmente você já encontrou um retorno mensal dentro do que você esperava e nesse momento você estará fazendo a transição de *startup* para um negócio (TORRES, 2012, p.15).

Sendo assim, nota-se que com as *startups*, isso não seria diferente, é primordial a elaboração de metas para alcançar objetivos, porém, as *startups* sempre buscam novas maneiras de realizar suas atividades e têm como principais funções oferecer, por meio de aplicativos, praticidade no cotidiano das pessoas e agregar valor monetário à economia, já que o crescimento em grande escala desse modelo de negócio pode favorecer os aspectos econômicos do País, gerando emprego e renda.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

Neste item apresentamos a análise dos dados coletados e seu contraste e comparação com a teoria, utilizando a vivência de *startups* recente no mercado brasileiro.

A coleta de dados foi realizada no dia 12 de setembro de 2019. Nela participou o fundador Fabrício Galdino; foi realizada no espaço disponibilizado pelo Google for *startup* em São Paulo, local onde atualmente a *startup* Opsico realiza reuniões e utiliza para trabalhar, já que a empresa não possui espaço físico para realização dessas atividades.

O questionário utilizado aborda os principais pontos para desenvolver uma *startup* como modelo de negócio e como se manter no mercado bastante competitivo.

Quadro de perguntas e respostas utiliza a análise de resultado como instrumento de coleta de dados, para melhor verificar as exigências nesse segmento de mercado, esclarecendo a viabilidade e a gestão do negócio.

A entrevista foi analisada, como referencial teórico para enfatizar a interação dos autores mencionados no desenvolvimento da pesquisa, com análise abrangente, global sobre o a atuação do Opsico no mercado.

4.1 Questionário - depoimento do entrevistado

Pergunta 1: Defina *startup* segundo seu entendimento.

Resposta: O entrevistado afirmou que *startup* é uma ideia de negócio inovadora o potencial de se trabalhar em uma *startup* como modelo de grande crescimento, inovador e escalável.

Comentário 1: Em conformidade com TOLEDO (2012) “As *startups* nascem de ideias de empreendedores, que acreditam poder fazer um produto ou serviço significativo e rentável”. Portanto é compreensível que seja considerada *startup* uma empresa que se proponha a criar produtos e serviços com o intuito de proporcionar solução para determinados problemas em ambientes e mercado de extrema incerteza.

Pergunta 2: Como se dá a composição desse tipo de empresa em relação a sócios-colaboradores?

Resposta: A composição da equipe de trabalho é pequena e cada colaborador demanda várias funções, com possibilidade de trabalhar sem vínculo empregatício.

Comentário 2: Conforme citado por Perin (2016) “os membros da equipe sempre terão no que somar ao outro, e essa combinação de talentos é o que faz as *startups* se diferenciarem e conquistarem o mercado”.

Pergunta 3: Qual insight que levou a escolha do segmento dessa empresa?

Resposta: A escolha da ideia, e o impacto que causa na vida das pessoas, os benefícios que a ideia traz, além de possibilitar vantagens para atender as necessidades da sociedade que esta em constante mudança com característica inovadora.

Comentário 3: Em conformidade com a ABSTARTUPS (2019), esse modelo de negócio tem como principais características: inovação, escalabilidade, repetitividade, flexibilidade e rapidez.

Pergunta 4: Em sua opinião, existe alguma diferença na abertura de uma *startup* em relação aos empreendimentos convencionais?

Resposta: A diferença está relacionada a diversos fatores, mas o entrevistado abordou o espaço físico como um diferencial na redução dos custos de aluguel, água, energia entre outros.

Comentário 4: De acordo com Blank; Dorf (2014), uma *startup* não é uma versão menor de uma grande companhia. Uma *startup* é uma organização temporária em busca de um modelo de negócio escalável, recente e lucrativo.

Pergunta 5: Qual o principal objetivo de uma *startup*? Qual a importância dessa tendência de mercado?

Resposta: O entrevistado mencionou o principal objetivo que é trabalhar com fatias de mercado pouco exploradas, exercendo um trabalho diferencial com alto crescimento.

Pergunta 6: Você pode dizer algumas características fundamentais de uma *startup*? O que é necessário para abrir esse negócio?

Resposta: Como característica o uso da tecnologia que favorece a *startup* e as mudanças culturais.

Comentário 5: Atualmente utilizada por diversos profissionais de diferentes nichos de mercado, utiliza-se de métodos para atingir a sensibilidade das pessoas, usando das mais variadas tecnologias para combinação do negócio.

Pergunta 7: Em relação às tecnologias, existe alguma base tecnológica específica para abrir esse negócio?

Resposta: A base tecnológica varia de acordo com o ramo de atuação do negócio, do capital que tem para investir na plataforma e definir as preferências, moldando de acordo com as características da *startup*.

Comentário 6: Permite a utilização de ferramentas criativas, identificando as melhores soluções para resolução de problemas, tornando a experiência mais eficaz.

Pergunta 8: Você acredita que a tecnologia também pode ser uma ameaça para essa tendência de negócio?

Resposta: É considerada uma ameaça, pois obriga a se reinventar sempre, com trabalho contínuo, mudanças devido a tendência de mercado, exigindo estar sempre antenado.

Comentário 7: A velocidade da informação e a tecnologia artificial vêm mudando a forma de atuação das organizações, transformando as ideias dos empreendedores e a forma de empreender, com benefícios da inovação tecnológica alinhada ao retorno financeiro.

Pergunta 9: Quanto aos concorrentes, qual o cenário competitivo desse negócio? As incertezas são frequentes?

Resposta: Ficar de olho em tudo, estudar sempre os novos modelos de negócio, pensando no aprimoramento contínuo, melhorando os processos e antenado em tudo que acontece.

Comentário 8: Fazendo a junção dos desejos e necessidades do público, recebendo *feedbacks* contínuos, a Opsicoapp utiliza as oportunidades como forma de atingir a realização e o sucesso da *startup*.

Pergunta 10: Ainda em relação à concorrência, como driblar os desafios do mercado e manter em evidência uma *startup* no Brasil?

Resposta: É buscar imprevisibilidade para a marca, estar presente em eventos para potencializar e divulgar a marca, não ficando somente estabelecido na plataforma digital, mas em locais presenciais que possibilitem divulgação, disponibilizando maior compreensão e tirando dúvidas do negócio.

Pergunta 11: Diante desse cenário, como você considera o tempo de vida de uma *startup*?

Resposta: Vai muito da persistência, querer, em acreditar no negócio, essa é a melhor maneira de fazer a ideia se concretizar.

Pergunta 12: Um bom planejamento é primordial para abrir um negócio. Você pode relatar um pouco sobre o planejamento que fez ao abrir sua *startup*?

Resposta: Partiu de uma visão bastante otimista de resultado rápido, na prática foi necessário mudar a estratégia e determinar o público a ser atingido, o trabalho precisou do engajamento de várias áreas essencialmente do marketing disponibilizando conteúdos frequentes em forma de divulgação para atingir maior número de clientes.

Comentário 9: Utiliza o planejamento como ferramenta de grande importância na organização, com constante análise de cenário, de ambiente e de mercado com o intuito de diminuir os riscos e ligar diretamente aos benefícios desde que com constante controle.

Pergunta 13: Como foi seu investimento, participou de alguma aceleradora? Incubadora? Teve auxílio de algum investidor, ajuda governamental ou até mesmo isenção fiscal?

Resposta: Utilizando apenas investimento próprio, aumentou a visibilidade, com intuito de obter grande volume de clientes para mostrar o potencial lucro, plano de negócio a rentabilidade obtida, crescimento potencial e como pretende recuperar o valor investido e em quanto tempo terá retorno sobre o investimento.

Pergunta 14: Sobre investimento financeiro, no seu ponto de vista é necessário alto investimento para abrir esse tipo de negócio?

Resposta: Ao criar *startup* não é necessário um alto investimento, mas sim muita dedicação e conhecimento do nicho; com relação ao investimento, quanto maior melhor para criar melhores condições e oferecer melhor qualidade.

Pergunta 15: Quais são as perspectivas para o curto, médio e longo prazo?

Resposta: Curto prazo – aumentar a visibilidade da marca; médio prazo – gerar boa renda; longo prazo – expandir para outros países.

Pergunta 16: Sobre a composição desse tipo de empresa, como funciona, existem assalariados ou sócios? Parcerias?

Resposta: Algumas sim, mas o Opsico trabalha com parcerias, sem vínculo empregatício.

Comentário 10: pelo conteúdo das respostas ao questionário, é perceptível que a *startup* enaltece o intuito de estimular a criatividade e elaboração na criação de soluções inovadoras que mudam a forma de pensar dos colaboradores e resolve diversos problemas da empresa com a finalidade de se manter no mercado competitivo brasileiro.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como finalidade abordar o empreendedorismo no cenário brasileiro, demonstrando a *startup* como novo modelo de negócio e os desafios de se manter no mercado. Por meio do conteúdo oferecido acreditamos que foi possível atingir sua finalidade; apresentamos detalhadamente o que é *startup*, seu desenvolvimento, as dificuldades enfrentadas no mercado brasileiro e o impacto para a economia e a sociedade.

Durante o processo de pesquisa, foi possível adquirir conhecimentos práticos e teóricos, com o enriquecimento de uma pesquisa de campo com um empreendedor brasileiro, fundador de uma *startup*, que objetivou obter dados mais consistentes a respeito desse modelo de negócio, e isso permitiu observar a importância e impacto que as mudanças tecnológicas estão provocando nas rotinas de trabalho, impulsionando a reaprendizagem constante entre os profissionais no desenvolvimento de habilidades para uma visão geral do nicho de mercado.

Dada à importância do assunto, infere-se que para se criar uma empresa independente nesse segmento, é necessário além de uma ideia inovadora, dedicação e organização, para que possa progredir, despertar interesse de novos investidores e assim se manter no mercado. Cada tópico abordado no presente artigo teve por finalidade apresentar como as empresas podem fazer para crescer, em especial as *startups*, que estão cada vez mais em evidência no Brasil e no mundo, por conta dos avanços tecnológicos e, portanto, um segmento cada vez mais competitivo.

6 REFERÊNCIAS

- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2014.
- BARBA-SÁNCHEZ, V.; ATIENZA-SAHUQUILLO, C. Entrepreneurial behavior: impact of motivation factors on decision to create a new venture. **Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa**, Vigo, v. 18, n. 2, p. 132-138, 2012.
- BLANK, Steve; DORF, Bob. **STARTUP: Manual do empreendedor: guia passo a passo para construir uma grande empresa**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. 572 p.
- BOTELHO, A. J. J.; DIDIER, D.; RODRIGUEZ, M. V. R. (2006). **Impulsionando o take-off da inovação no Brasil: o investidor anjo**. In: ENANPAD, 2006, Salvador. Anais do... Salvador: Anpad, 2006.
- DEGEN, R. **O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. 8.ed. São Paulo: Makron Books, 1989.
- GALDINO (2019) Ceo da Opsicoapp: **Entrevista sobre a startup**. São Paulo, 2019.
- NORMAND, Romuald. **Mercado, performance, accountability: duas décadas de retórica reaccionária na educação**. Revista Lusófona de Educação, Lisboa, 2014.
- PERIN, Bruno. **A Revolução das startups: o novo mundo do empreendedorismo de alto impacto**. 1. ed. Rio de Janeiro: Ed. Alta books, 2016.

RIES, Eric. **Startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. Tradução Editora. São Paulo, SP: Ed. Lua de Papel, 2012.

SPINA, Cassia A. **Investidos anjo**: guia prático para empreendedores e investidores. São Paulo: Nversos, 2012.

TELLES, André; MATOS, Carlos. **O empreendedor viável**: uma mentoria para empresas na era da cultura *Startup*. Rio de Janeiro: LeYa, 2013.

TOLEDO, Marcelo. **Plano de negócios para startups**. 1º. ed. E-book, 2012

TORRES, Joaquim. **O Guia da Startup**. 1. ed. São Paulo: Ed. Casa do Código, 2012.

REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS

ABREU, Paulo R. M.; CAMPOS, Newton M. **O panorama das aceleradoras startups no Brasil**. Disponível em: <https://www.bookdepository.com/O-Panorama-Das-Aceleradoras-de-Startups-No-Brasil-Paulo-R-M-Abreu-Newton-M-Campos/9781533455567>. Acesso em 20/set/2019.

ABSTARTUPS – **Tudo que você precisa saber sobre startups**. (2019) Disponível em ><https://abstartups.com.br/sao-paulo-e-um-dos-ecossistemas-mais-promissores-do-mundo-em-relatorio-global/>< Acesso em 03 set. 2019.

ABSTARTUPS – **São Paulo é um dos ecossistemas mais promissores do mundo em relatório global**. (2019) Disponível em ><https://abstartups.com.br/sao-paulo-e-um-dos-ecossistemas-mais-promissores-do-mundo-em-relatorio-global/><. Acesso em 01 set.2019.

ABSTARTUPS – **Por dentro da startup base**. (2019) Disponível em ><https://abstartups.com.br/por-dentro-do-startupbase/><. Acesso em 20.set.2019.

BRASSCOM - **Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação**. (2019) Disponível em <file:///C:/Users/tanin/Downloads/Artigo%20Academico%20%20startup/Startup_Brasil.pdf> . Acesso em 01 set. 2019.

CAPITAL SOCIAL - **Indicadores Financeiros para Startups – Como medir cada momento do seu ciclo**.(2019) Disponível em: <<https://capitalsocial.cnt.br/indicadores-financeiros-startups/>> Acesso em: 15. Nov.2019.

CONTABNET (2018) - **Os 7 maiores desafios para startups no Brasil e como superá-los**<<https://contabnet.com.br/blog/maiores-desafios-para-startups/>> Acesso em: 23 de Set. 2019.

ECONOMIA (2019) - **O que é uma startup unicórnio?** Disponível em: <<https://www.economias.pt/startup-unicornio/>> Acesso em: 27 Set. 2019.

EXAME (2010) - **O que é uma Startup?** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/>>.Acesso em: 03 set.2019.

EXAME (2010) -**Qual é o ciclo de vida de uma *startup*?** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/qual-e-o-ciclo-de-vida-de-uma-startup/>> . Acesso em: 27 Set. 2019.

SEBRAE – **Bootstrapping: como abrir sua *startup* com recursos próprios.** (2016) Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-bootstrapping-e-baixe-o-livro-de-seth-godin,bec813074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 18.set.2019.

SEBRAE - **Incubadoras de empresas em Mato Grosso do Sul. (2019) Disponível em:**>http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/sebraeaz/incubadoras-de_empresas-em-mato-grosso-do_sul,d0aed5bdb965d510VgnVCM1000004c00210aRCRD/<. Acesso em 20.set 2019.

TERRA - **Como as *startups* se inseriram tão bem no mercado?** (2019) Disponível em: <<https://www.google.com/amp/s/www.terra.com.br/amp/noticias/dino/como-as-startups-se-inseriram-tao-bem-no-mercado,404de40bcf1ddb50952f98015712c3f9q1l1ldmq.html>> Acesso em: 23. Set.2019.