

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

PATRÍCIA LOPES RODRIGUES

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: UM OLHAR SOBRE AS STARTUPS

Porto Alegre

2016

PATRICIA LOPES RODRIGUES

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: UM OLHAR SOBRE AS STARTUPS

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Economia.

Orientador: Prof. Dr. Cássio da Silva Calvete

Porto Alegre

2016

CIP - Catalogação na Publicação

Rodrigues, Patricia Lopes

Empreendedorismo no Brasil: um olhar sobre as startups / Patricia Lopes Rodrigues. -- 2016.
71 f.

Orientador: Cássio Silva Calvete.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Ciências Econômicas, Curso de Ciências Econômicas,
Porto Alegre, BR-RS, 2016.

1. Startups. 2. Empreendedorismo. 3. Inovação. 4.
Joseph Alois Schumpeter . I. Calvete, Cássio Silva,
orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

PATRICIA LOPES RODRIGUES

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: UM OLHAR SOBRE AS STARTUPS

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Economia.

Aprovado em: Porto Alegre, ____ de junho de 2016.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Cássio da Silva Calvete - orientador
UFRGS

Prof. Dr. Stefano Florissi
UFRGS

Prof. Dra. Letícia de Oliveira
UFRGS

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, a quem devo tudo. Em segundo lugar, agradeço aos meus pais, que, através de seus exemplos e ensinamentos, me motivaram a explorar ao máximo o meu potencial e a sempre me esforçar para ser uma pessoa melhor em todos os sentidos.

Agradeço também aos meus irmãos e minhas amigas pelo companheirismo e por todos os ótimos momentos que me proporcionaram. Também quero deixar meus agradecimentos ao meu namorado, que é fonte de encorajamento e suporte emocional, em especial durante todo esse período de estudos.

Finalmente, agradeço todo o tempo e auxílio prestados pelo meu orientador, e à UFRGS por todas as oportunidades, aprendizado, pessoas interessantes que conheci e por essa experiência que é cursar uma graduação.

RESUMO

O presente trabalho é um estudo exploratório dentro do contexto do empreendedorismo no Brasil com foco nas *startups*, o que são e qual a situação destas empresas nascentes no cenário nacional. Para isso, foram analisados alguns aspectos importantes quanto ao desenvolvimento e características das startups e iniciativas nacionais que visam fomentar essa nova modalidade de empreendimento. As ideias de Schumpeter acerca do empreendedorismo e da inovação como motor da economia no sistema capitalista são utilizadas como base teórica e vinculadas ao fenômeno das *startups*. A monografia é concluída com uma consideração quanto à relevância dessa atividade para a economia, bem como sobre a criação de um ecossistema favorável ao seu desenvolvimento.

Palavras-chave: Startup. Empreendedorismo. Inovação. Joseph Alois Schumpeter.

ABSTRACT

This paper is an exploratory study within the context of entrepreneurship in Brazil focusing on startups, what they are and on the situation of these new firms on the national stage. Therefore, we analyzed some important aspects in the development and characteristics of startups and national initiatives that aim to foster this new type of enterprise. The Schumpeter's ideas about entrepreneurship and innovation as an engine of the economy in the capitalist system are used as theoretical basis and linked to the phenomenon of startups. The paper concludes with a consideration about the relevance of this activity for the economy and the creation of a favorable ecosystem for their development.

Keywords: Startup. Entrepreneurship. Innovation. Joseph Alois Schumpeter.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Flutuações econômicas de longo prazo.....	15
Figura 2 - Motivação para empreender (em percentual)	25
Figura 3 - Evolução da atividade empreendedora segundo estágio TEA, TEE, TTE – Brasil	26
Figura 4 - Preferência por ter negócio próprio.....	29
Figura 5 - Motivo para não empreender	30
Figura 6 - Principais Dificuldades do Cotidiano (em percentual).....	31
Figura 7 - MDGs 2000-2015: ICT revolution and remaining gaps	36
Figura 8 - Vinte Razões de Insucesso de Startups	44
Figura 9 - Percentual de Sucesso de Empreendedores em Startups.....	45
Figura 10 - Faturamento Bruto Anual – Startups Brasileiras	55
Figura 11 - Sua Startup está buscando aporte financeiro?	56
Figura 12 - Modelos de negócios utilizados pelas Startups no Brasil.....	56
Figura 13 - Ranking de Startups por Estados.....	57

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	SCHUMPETER E A INOVAÇÃO	10
2.1	Inovações Tecnológicas	11
2.2	Teoria Dos Ciclos Econômicos	14
2.3	Neo-Schumpeterianos	17
2.4	Inovação Radical e Incremental	18
3	O EMPREENDEDORISMO USUAL	20
3.1	Empreendedorismo no Brasil	23
3.2	Perfil do Empreendedorismo no Brasil	26
4	STARTUP	32
4.1	Base Tecnológica	35
4.2	Início e Desenvolvimento	37
4.3	Casos	40
4.3.1	Makadu	41
4.4	Fraquezas do Novo Paradigma	43
4.5	<i>Startups</i> em Tempos de Crise	45
4.6	Startup e Schumpeter	47
5	STARTUPS NO BRASIL	51
5.1	Panorama das <i>Startups</i> no Brasil	53
5.2	Mecanismos de Auxílio ao Desenvolvimento das <i>Startups</i>	57
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
	REFERÊNCIAS	65
	APENDICE A - ENTREVISTA COM LUCAS KUNZLER, SÓCIO-FUNDADOR DA EMPRESA MAKADU	70

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma atividade de extrema importância para a sociedade capitalista, visto que gera renda e empregos, proporciona tributos e movimentação a economia. Schumpeter fala em um empreendedorismo diferente, voltado à inovação, no qual propõe a capacidade que as novas combinações têm de tirar a economia do estado estacionário, levando-a, assim, a evoluir e onde o empreendedor é o agente responsável por promover e difundir tal inovação.

No final da década de 1990 surgem, nos Estados Unidos, as *startups*, que são basicamente empresas nascentes normalmente de base tecnológica, constituindo uma nova forma de empreender. Com o passar dos anos, esta modalidade de empreendimento está se popularizando em nível mundial e, como não poderia ser diferente, no Brasil também. As *startups* destacam-se em diversos fatores, mas em especial são consideradas fontes de inovação, apresentando soluções novas a problemas da sociedade atual. Essas empresas nascem com o objetivo de crescer e dar alto retorno em pouco tempo atraindo o interesse de muitos investidores. Devido a seu potencial de inovação, de criação de riquezas, de empregos e de desenvolvimento social e econômico da região em que se encontram, apresenta-se a necessidade de criar mecanismos que tornem possível a criação e permanência dessas empresas. Com este cenário em mente, o presente trabalho tem caráter exploratório e objetiva apresentar a situação do empreendedorismo no Brasil com foco nas *startups*, o que são, como e em que condições essas empresas estão se desenvolvendo no país, e ao utilizar Schumpeter como referencial teórico, analisar o vínculo entre as *startups* e a teoria de inovações schumpeterianas.

O segundo capítulo é referente às teorias do economista austríaco Joseph Alois Schumpeter, focado nas contribuições do autor em relação ao empreendedorismo e à inovação. O terceiro capítulo apresenta a importância do empreendedorismo para a sociedade e um breve olhar no cenário dessa atividade em território brasileiro. O quarto capítulo explica o que são as *startups*, bem como alguns aspectos pertinentes dessa nova modalidade de empreendimento, e finaliza com uma análise referente à forte relação apresentada entre as *startups* e a inovação discutida por Schumpeter. O quinto

capítulo apresenta o ecossistema brasileiro em que se desenvolvem as *startups* e algumas destas empresas no país. O trabalho encerra com algumas considerações acerca deste tema que ainda está em desenvolvimento na nossa sociedade.

Esse estudo abrange um cenário relativamente novo, mas que está em constante evolução e discussão devido a sua relevância à economia. As *startups* difundem-se de forma rápida e dinâmica devido a sua capacidade financeira e estrutura diferenciada. Desse modo, tornam-se importante estudos que apresentem o caminho que está sendo traçado, os elementos que compõem o contexto do empreendedorismo em *startups* de forma que seja possível compreender o que está acontecendo agora e o que pode ser feito.

2 SCHUMPETER E A INOVAÇÃO

Joseph Alois Schumpeter foi um economista e cientista político austríaco nascido no ano de 1883, em Triesch, e com data de falecimento em 1950, Taconic (Estados Unidos). Entre as suas principais obras estavam: *A Natureza e Essência da Economia Teórica* (1907), *Teoria do Desenvolvimento Econômico* (1911), *Business Cycles* (1939), *Capitalismo, Socialismo e Democracia* (1942), e *História e Análise Econômica* (1950).

Schumpeter foi um dos economistas mais influentes do século XX. Dentre suas contribuições, pode-se citar sua explicação dos Ciclos Econômicos, sua análise sobre a democracia, o conceito de “destruição criativa”, e também é considerado um dos pioneiros a apresentar as inovações tecnológicas como motor de desenvolvimento da economia. Logo, por seus trabalhos serem amplamente apreciados e difundidos ainda hoje, serão examinadas algumas de suas teorias que possam colaborar na análise do fenômeno das *startups*.

Schumpeter tem uma visão evolucionista da economia, diferentemente dos clássicos que acreditam em um equilíbrio estático ou estado estacionário, o autor considera que a economia está em constante transformação. A dinâmica do mercado é originada através das inovações, que geram choques e incitam mudanças na economia, tornando-se fundamental para o desenvolvimento.

O teórico descreve o desenvolvimento econômico como sendo “uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente” (SCHUMPETER, 1997, p.75). Em seu livro *Teoria do Desenvolvimento Econômico*, ele explica a Teoria do Fluxo Circular, que descreve uma tendência do sistema econômico para uma posição de equilíbrio, onde não há mudanças significativas na estrutura, apenas processos contínuos de adaptação. Logo, para que aconteça o desenvolvimento são necessárias mudanças endógenas à economia, revolucionárias, e que sejam capazes de deslocar o ponto de equilíbrio para outra posição.

O desenvolvimento econômico é diferenciado do crescimento econômico:

Nem será designado aqui como um processo de desenvolvimento o mero crescimento da economia, demonstrado pelo crescimento da população e da riqueza. Por isso não suscita nenhum fenômeno qualitativamente novo, mas apenas processos de adaptação da mesma espécie que as mudanças nos dados naturais. (SHUMPETER, 1997, p.74)

Tal desenvolvimento econômico mencionado se dá através de três fatores:

- a) ao utilizar inovações tecnológicas;
- b) à ação do empresário inovador, “agente econômico que traz novos produtos para o mercado por meio de combinações mais eficientes dos fatores de produção, ou pela aplicação prática de alguma invenção ou inovação tecnológica” (SHUMPETER, 1997, p.9);
- c) e ao valer-se do crédito bancário que seria o financiamento para as inovações.

2.1 Inovações Tecnológicas

Primeiramente, é necessário distinguir invenção, inovação e difusão. Invenção se dá ao criar uma técnica, um produto original ou um novo processo. Inovação para Schumpeter, é quando uma invenção é colocada no mercado para fins comerciais. E, por fim, difusão designa o processo pelo qual a inovação é difundida ou propagada através do tempo. Assim sendo, nem toda invenção é uma inovação, a não ser que esta invenção tenha importância econômica.

Em seu livro sobre o desenvolvimento econômico, Schumpeter (1997) designa as Inovações Tecnológicas em 5 tipos:

- a) criação de novos bens;
- b) novos métodos de produção (tecnologias);
- c) novos mercados;
- d) conquista de novas fontes de matéria-prima;
- e) novas formas de organização da produção.

Um exemplo do primeiro tipo é a televisão, pois foi completamente diferente e nova em relação aos demais meios de comunicação. A Revolução industrial traz um exemplo do segundo tipo, a inovação nos métodos de produção ao passar de uma

forma artesanal para a utilização de máquinas na elaboração de produtos. Também, ao se descobrir e colonizar as Américas, abriram-se novos mercados com novas necessidades para o comércio, tornando-se assim em um exemplo do terceiro tipo. A utilização do petróleo para produzir plástico pode ser considerada uma inovação na fonte de matéria-prima, quarto tipo de inovação. A criação ou desconstrução de uma posição de monopólio é citado por Schumpeter como uma nova forma de organização, constituindo-se assim em um exemplo do quinto tipo de inovação mencionado.

Schumpeter também salienta o papel do empreendedor que é quem difunde a mudança, mostrando que é o lado da oferta que dinamiza e desenvolve a economia: “É, contudo, o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores, se necessário, são por ele ‘educados’; eles são, por assim dizer, ensinados a desejar novas coisas” (SCHUMPETER, 1997, p.76). O agente inovador tem protagonismo no processo e não necessariamente é o dono do capital, mas sim o responsável por introduzir e propagar a inovação no sistema, também é chamado de empreendedor ou empresário. Para Schumpeter, o empreendedor é uma pessoa com um sonho e força de vontade para quebrar paradigmas e alcançar seus objetivos, enfrentando os desafios a fim de inovar, obter lucro e se destacar. Tais façanhas são realizadas muitas vezes através da inovação. O empresário não precisa obrigatoriamente criar a invenção, ou ser o cientista inventor, e sim aplicar e liderar sua implementação no mercado, transformando a invenção em inovação. Quem assume os riscos do progresso tecnológico é o capitalista ou o proprietário dos meios de produção, não o empresário inovador, quem concede o crédito é quem vai sofrer os prejuízos no caso da empresa fracassar.

Como mencionado, o agente inovador não necessariamente é o dono dos meios de produção ou capital, por isso se torna necessário a figura do banqueiro para proporcionar crédito. Os bancos têm papel fundamental no desenvolvimento da economia, pois são intermediários entre os detentores do capital e o empresário. Dessa forma, a própria disponibilidade de crédito pode se constituir uma barreira para a inovação, pois, ao não se obter esse financiamento e não sendo proprietário dos meios, torna-se inviável produzir o progresso tecnológico. Em síntese, o banco tem como papel principal criar o poder de compra, e, para que se torne empresário, é necessário que o

agente inovador se transforme primeiro em devedor.

É esta criação, ou mudança iniciada pelo empresário inovador, que proporciona vantagem competitiva para a empresa, gerando assimetrias no mercado. Descartando a visão usual de concorrência baseada basicamente nos preços, Schumpeter salienta que se a novidade trazida ao mercado for suficientemente superior às técnicas e produtos utilizados anteriormente, então esta pode proporcionar, temporariamente, poder de mercado. Porém, para se produzir essas inovações é necessário um bom investimento na área de P&D (pesquisa e desenvolvimento - setor de uma empresa voltada à investigação de ciência e tecnologia, com visão para o futuro para aprimorar e inovar produtos e processos objetivando benefício comercial). Dessa forma, é mais provável que grandes empresas, que já possuam influência de mercado e capital, obtenham sucesso nessa empreitada. De qualquer forma, essa concorrência propicia progresso constante e extingue as firmas que não se mostram aptas a inovar ou se adaptar rapidamente à nova realidade.

Contrariando a teoria da concorrência perfeita, onde, entre outras particularidades, os preços e produtos são homogêneos, Schumpeter aborda em seu livro *Capitalismo, socialismo e Democracia* um novo conceito, a saber o processo de 'Destruição Criadora' ocasionado pelas inovações. O autor explica que essas mudanças dinâmicas são constantes e necessárias para o desenvolvimento, salientando que tais substituições do velho pelo novo em linhas descontínuas, mas persistentes, é qualidade primordial do capitalismo.

O desenvolvimento organizacional, da oficina artesanal aos conglomerados [...], ilustram o mesmo processo de mutação industrial... que incessantemente revoluciona a estrutura econômica a partir de dentro, incessantemente destruindo a velha, incessantemente criando uma nova. Esse processo de Destruição Criativa é o fato essencial do capitalismo. É nisso que consiste o capitalismo e é aí que têm de viver todas as empresas capitalistas. (SCHUMPETER, 1984, p.112-113)

Em outras palavras, o processo de Destruição Criativa nada mais é do que ao se introduzir uma inovação no mercado, ao mesmo tempo em que se cria um novo paradigma, produto ou método, com o tempo se destrói o antigo, substituindo-se um por outro, ao passo que essa inovação supostamente deva tornar o sistema melhor ou

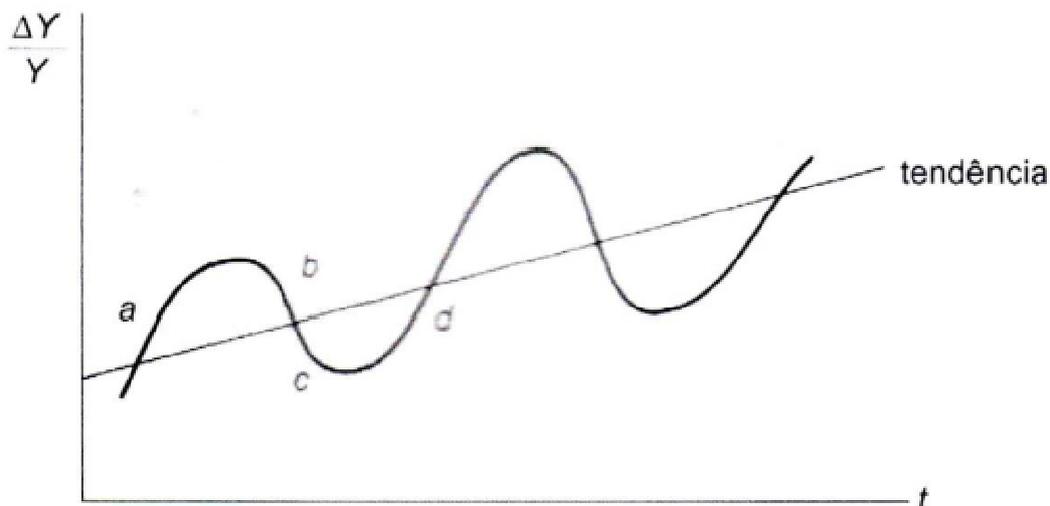
aprimorado de alguma forma. Como exemplo deste processo há a fotografia por meio digital, a maioria das empresas ligadas ao antigo método de fotografar (utilizando filme e revelação) que não foram capazes de se reinventar acompanhando o mercado, acabaram falindo, e o antigo mecanismo foi quase que totalmente substituído pelo digital. É através desse conceito de destruição criadora que se modifica a estrutura de mercado, ocorre um lento crescimento, as empresas que não conseguem acompanhar a inovação são destruídas por assim dizer, dando lugar a firmas novas ou não, mas que sejam capazes de se renovar e produzir ou reproduzir tais novidades e, assim, a economia evolui.

2.2 Teoria Dos Ciclos Econômicos

Ciclos econômicos designam períodos de progresso nos quais se apresenta elevação nas taxas de emprego, investimento, produção e crescimento em outras variáveis econômicas, alternadas com etapas de recessão nas quais tais taxas decrescem levando a uma retração da economia, ocorrendo posteriormente uma nova fase de prosperidade. Esse movimento é recorrente, mas não periódico, persistente e de difícil previsão. Nos gráficos são representados por picos e vales, e cada vez que ocorre um ciclo atinge-se um diferente ponto de equilíbrio em relação ao anterior.

Durante o processo de desenvolvimento, Schumpeter descreve os ciclos econômicos. De acordo com o que já foi abordado, o teórico explica que as inovações tecnológicas são a razão que leva a dinamizar a economia, tirando-a do estado estacionário. A partir de uma inovação introduzida no mercado por um empreendedor inovador, um 'enxame' de empreendedores não inovadores investem seus recursos visando a reproduzir as novas combinações. Desse movimento, uma onda de investimentos movimenta a economia surgindo, então, um período de prosperidade. À medida que essa inovação se difunde e é incorporada pelo sistema, a taxa de crescimento da economia diminui juntamente com os investimentos, a oferta de emprego e demais variáveis, dando início à fase de recessão, etapa essa que permanece até um próximo *boom* surgir a partir de uma inovação e desencadear o ciclo novamente.

Figura - Flutuações econômicas de longo prazo



Fonte: Souza (2005, p. 134)

As quatro fases do ciclo econômico representado acima são:

- a) O *boom* (a) - ou ascensão onde o produto cresce acima da linha de tendência de longo prazo.
- b) Recessão (b) - inicia-se após o pico, expressa a retração da economia
- c) Depressão (c) - representada pelo vale, nível do produto cai abaixo da linha de tendência.
- d) Recuperação (d) - após o vale e até a linha de tendência, mostra uma nova fase de expansão.

Devido ao desemprego, à baixa taxa de juros, ao baixo custo e à ociosidade dos meios de produção, ocasionados pela depressão, cria-se um cenário propício ao *boom*, e à entrada de novos empresários no mercado. Com os novos empresários e os que

conseguiram se adaptar, surge o aumento da demanda por crédito, mão-de-obra, insumos, meios de produção, etc. Dessa forma, o início do *boom* evidencia-se pelo aumento do crédito e esta etapa só tem origem quando os empresários surgem em grupos seguindo o pioneiro inovador. O alto preço inicial dos produtos novos garante o lucro dos empresários e esse é um dos estímulos para querer se criar novas combinações. Logo, o lucro surge com o desenvolvimento sendo o prêmio por inovar. No entanto, o risco de fracasso inerente ao processo é grande (esse risco acaba se tornando algumas vezes uma barreira ao progresso). Após um período de euforia, o mercado começa a se adaptar, ocorre a difusão e a incorporação das inovações, o sistema passa por uma fase de recessão a começar pela escassez do crédito, os fatores de produção vão se exaurindo e segue-se para a depressão. Assim sendo, a depressão é o sistema reagindo e buscando um novo equilíbrio, as empresas estão pagando seus empréstimos e não estão conseguindo contratar novos, o mercado está inundado pelos produtos reproduzidos na fase do *boom*, caindo assim os preços e fazendo com que cesse o lucro.

Schumpeter explica que, para se manter no mercado após uma revolução ocasionada pelo progresso técnico, as empresas copiam essas inovações também devido à perspectiva de lucro. Essas empresas aumentam o investimento gerando emprego e movimentando a economia. Quando surgiram os automóveis, a mecanização das fábricas e as sínteses químicas são alguns dos exemplos de inovações que causaram profundas transformações na economia e a impulsionaram por grandes períodos.

Assim sendo, a economia capitalista não é estacionária, nem se expande de maneira uniforme, toda a sua estrutura está sempre em processo de evolução. Suas mudanças são descontínuas, incessantes, revolucionárias, partindo de dentro, através da introdução de novos produtos ou técnicas de produção.

2.3 Neo-Schumpeterianos

Os neo-schumpeterianos ou evolucionistas surgiram por meados de 1980, inspirados nas teorias de Schumpeter. Entre os principais economistas desta corrente encontram-se Christofer Freeman, Giovanni Dosi, Edith Penrose, Richard Nelson e Sydney Winter. A Sociedade Internacional J. A. Schumpeter, fundada em 1986, foi criada com o intuito de dar espaço a pessoas de diversas áreas interessadas em deliberar sobre e à luz das teorias de Schumpeter.

Esses teóricos surgiram para contrapor o referencial do equilíbrio clássico e do desenvolvimento econômico motivado pela demanda. Os neo-schumpeterianos acreditam que o setor produtivo através das inovações é o motor da dinâmica da economia. Desta forma, um dos temas centrais defendidos pelos neo-schumpeterianos é o da inovação-tecnológica. “Mesmo sendo um dos componentes da trilogia "invenção-inovação-difusão" a que se referia Schumpeter, a inovação tecnológica exerce um efeito maior do que as demais sobre o processo de desenvolvimento econômico” (CONCEIÇÃO, 2000, p. 58).

Os neo-schumpeterianos dão centralidade à importância das inovações tecnológicas para o crescimento da economia. Assim sendo, eles defendem o investimento em P&D, o desenvolvimento do capital humano, a organização interna das empresas, a colaboração entre as firmas e o governo, entre outros. Essas são medidas que buscam não somente assegurar o desenvolvimento do progresso tecnológico como sua difusão, pois são através desses feitos que a economia cresce, os custos diminuem, novas empresas inserem-se no mercado e a dinâmica acontece.

A concorrência tem também um papel de destaque em suas teses, pois ela gera assimetrias no mercado e é exatamente uma das fontes de indução à inovação. A inovação surge em ambiente de concorrência, na busca de oportunidades lucrativas e como forma de diferenciar e ressaltar a firma. Assim sendo, as empresas que não inovarem ficam para trás e estão condenadas, pois perderão o mercado para as firmas que tomarem a dianteira valendo-se de métodos e produtos novos.

2.4 Inovação Radical e Incremental

Uma das contribuições de Freeman e Perez (1988) foi segregar as novas combinações nos seguimentos: inovações radicais, inovações incrementais, mudanças no sistema de tecnologia e mudanças no paradigma tecnológico. Será dado enfoque nos dois primeiros tipos de inovação (radical e incremental), diferenciando essas que são dadas de acordo com o grau de novidade. As inovações radicais são referentes às novidades que rompem completamente com os padrões anteriores, podendo criar um novo paradigma, por exemplo a máquina a vapor comparada ao trabalho manual. Estas modificações reestruturam a economia, como ocorreu na revolução industrial, e afetam vários campos, como a quantidade produzida em decorrência do tempo, os gastos para a empresa, entre outros. Já a inovação incremental diz respeito a um aprimoramento de um produto ou processo existente, incorporando novas funções ou equipando melhor que o seu predecessor, como os smartphones que são melhorados a cada ano. Nesse caso, dentro do mesmo produto pode haver várias inovações incrementais como uma bateria modificada que dura o dobro de tempo.

De acordo com o próprio Freeman, as inovações citadas por Schumpeter pertencem à categoria das radicais. Ele argumenta que o crescimento da economia acontece graças às inovações radicais, pois estas representam saltos descontínuos nas tecnologias, quebram o modelo vigente e estabelecem toda uma nova estrutura que gera investimento e pode modificar as relações de trabalho, entre outros. Já as inovações incrementais são mais constantes, acontecendo em um intervalo de tempo menor e seguem uma trajetória linear.

Quadro - Características das inovações radicais e incrementais

	Inovação Incremental	Inovação Radical
Tempo dos Projetos	Curtos Períodos - seis meses a dois anos	Longos Períodos - usualmente dez anos ou mais.
Trajectoria	Há um caminho linear e contínuo do conceito à comercialização seguindo passos determinados.	O caminho é marcado por múltiplas discontinuidades que devem ser integradas. O processo é esporádico com muitas paradas e recomeços, postergações e retornos. As mudanças de trajetórias ocorrem em resposta a eventos imprevisíveis, descobertas etc.

	Inovação Incremental	Inovação Radical
Geração de ideias e reconhecimento de oportunidades	Geração de ideias e reconhecimento de oportunidades ocorrem na linha de frente e eventos críticos podem ser antecipados.	Geração de ideias e reconhecimento de oportunidades ocorrem de forma esporádica ao longo do ciclo de vida, frequentemente em resposta às discontinuidades (recursos, pessoas, técnicos, marketing) na trajetória do projeto.
Processos	Processo formal aprovado caminha da geração de ideias através de desenvolvimento e comercialização.	Há um processo formal para obtenção e administração de recursos os quais são tratados pelos participantes como um jogo, frequentemente com desdenho. As incertezas são enormes para tornar o processo relevante. O processo formal passa a ter seu valor somente quando o projeto entra nos últimos estágios de desenvolvimento.
Participantes	Atribuído a um grupo de diversas áreas, cada membro tem definida sua responsabilidade dentro de sua área de conhecimento.	Os participantes principais vão e vem ao longo dos estágios iniciais do projeto. Muitos são parte de um grupo informal que cresce em torno de um projeto de inovação radical. Os participantes principais tendem a ser indivíduos de várias competências.
Estruturas Organizacionais	Tipicamente um grupo de áreas diversas trabalhando dentro de uma unidade de negócios.	O projeto frequentemente inicia-se no P&D, migra para um processo de incubação na organização e se move para ser o projeto central ou objetivo da empresa.

Fonte: Adaptado de Leifer et al., (2000, p.19)

3 O EMPREENDEDORISMO USUAL

Conforme visto no capítulo anterior, Schumpeter associa o desenvolvimento de uma economia à imagem do empreendedor. Este agente é o responsável por introduzir no mercado a inovação, que é o motor da economia, ocasionando uma ruptura com o modelo vigente, causando um efeito em cadeia no qual, como consequência, surge uma nova ordem no seguimento, extinguindo-se a antiga e junto consigo as empresas que não se adaptarem. A concorrência advinda dessa diferenciação gerada pela inovação promove também eficiência econômica. Inovação sendo o fator primordial para a evolução econômica encontra no empreendedor seu veículo principal, quem irá fomentar a mudança e que se torna dependente dessas novas combinações para avançar e ganhar mercado e dessa forma também desencadear um efeito positivo em todo sistema. Logo, de acordo com Schumpeter, o empreendedor é o agente responsável por, através das inovações que levam à destruição criativa, movimentar e desenvolver a economia.

No entanto, esse empreendedor schumpeteriano não é o mesmo empreendedor que será tratado nesse capítulo. Aqui será discorrido sobre o empreendedorismo usual, de forma generalizada, podendo ser relativo à dona de um salão de beleza, ou ao criador de um jornal impresso, pois cabe ressaltar que nem todo empreendedor inova e gera os efeitos considerados por Schumpeter, mas o personagem retratado pelo autor é um empreendedor, então está inserido nesse contexto. Em resumo, fica aqui definido que nem todo empreendedor é um empreendedor schumpeteriano, mas todo empreendedor schumpeteriano é um empreendedor, logo ambos possuem algumas características em comum e se encontram em um cenário suscetível a riscos e a problemas semelhantes, bem como benefícios que favorecem aos dois tipos. Tendo a intenção de mostrar a situação, relevância e aspectos do empreendedorismo comum, também será delimitado que esse capítulo dará enfoque ao micro, pequeno e médio empreendedor, pois esse é o veículo principal pelo qual a maioria dos interessados em iniciar um negócio opta para adentrar no mercado.

As definições de empreendedorismo podem ser bem abrangentes tendo em vista ser um termo popularizado relativamente há pouco tempo, é possível observar o conceito dado pelo Dicionário Priberam da Língua Portuguesa:

Substantivo masculino

1. Qualidade ou caráter do que é empreendedor.
2. Atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração. (EMPREENDEDORISMO, 2013)

Uma outra interpretação válida é dada no livro que leva o mesmo nome, “Empreendedorismo”, onde diz:

[...] empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 30)

O empreendedor visa a criar riqueza através de um conjunto de práticas, guiado por um pensamento de possuir e desenvolver algo próprio, criar e transformar, seja para satisfazer uma necessidade financeira, aproveitar uma oportunidade ou com o intuito de deixar uma marca no mundo, transformando a vida do empreendedor e potencialmente a de outros. Para a nossa sociedade, a figura do empreendedor é fundamental em diversos aspectos, mas principalmente porque através de suas realizações gera-se emprego, renda e movimenta a economia. “O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente” (CHIAVENATO, 2007, p.3).

Várias características são vinculadas ao empreendedor, dentre as quais pode-se destacar que se trata de alguém que possui iniciativa, vontade de mudar e coragem para assumir riscos. “O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, antecipa-se aos fatos e tem uma visão futura da organização” (DORNELAS, 2012, p.1). Não existe idade, gênero ou formação específica para se executar um projeto de negócio, o empreendedorismo é uma qualidade que pode ser cultivada e desenvolvida

por qualquer um. No entanto, alguns fatores sociais e culturais podem incitar o espírito empreendedor e facilitar o processo, assim como outros fatores de conjuntura nos quais o cidadão está inserido.

O empreendedorismo não se limita apenas ao ato de iniciar um negócio, mas também forma uma mentalidade, que é difundida e permeia negócios já instituídos que precisam constantemente se renovar e manter o espírito empreendedor para continuar crescendo. “O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade” (HISRICH; PETERS, 2004, p. 33).

Percebem-se as diversas facetas do empreendedorismo e a sua necessidade e impacto na sociedade, mas um dos principais fatores é o seu papel para o crescimento e desenvolvimento econômico. “O empreendedorismo tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações que têm promovido esse desenvolvimento” (DORNELAS, 2009, p.7).

Como é possível ver, o empreendedorismo traz diversos benefícios à sociedade, e hoje é essencial para a dinâmica da economia. Essa operação como um todo gera emprego, fornece oportunidades para mudar a vida tanto do empreendedor quanto de seus funcionários (evolução na carreira), arrecadação de impostos que retornam à população de diversas formas como saúde, educação e segurança. O portal Empresômetro das Micros e Pequenas Empresas, ferramenta desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT), aponta que em 2015 foram arrecadados no Brasil cerca de R\$ 48.644.092.262,5 em impostos provenientes das micro e pequenas empresas e do micro empreendedor individual, que totalizavam 70% dos empreendimentos no país (EMPRESÔMETRO, 2014). Ainda é possível destacar que empreender leva à evolução e difusão de conhecimento, inovação de produtos, serviços, técnicas de produção, entre outros que ajuda a melhorar a vida da sociedade, criar negócios e levá-los a outro patamar e isso é o que faz a economia andar.

São várias as formas em que se pode empreender, através de empresas que desenvolvam produtos ou serviços, franquias, projetos próprios como restaurantes ou lojas, só para citar alguns, e em diversos ramos como o industrial, agricultura,

tecnologia, química, etc. Nesse universo, surgiu no final dos anos 90 uma nova forma de negócio próprio, as *startups*, e é essa modalidade de empreendimento que terá maior destaque no presente trabalho, mas primeiramente será vista a situação do empreendedorismo no Brasil como um todo.

3.1 Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil começou a se desenvolver de forma mais ampla e clara na década de 1990, devido a uma série de políticas de cunho liberal que visava, entre outros objetivos, a abrir e movimentar a economia e diminuir a inflação. Nesse período, surgiram entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) para auxiliar as pessoas que queriam empreender, mas não possuíam muito conhecimento. Antes dessa fase, pouco se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas (DORNELAS, 2012). Em conjunto com tais instituições foram aparecendo programas e outras formas de dar estrutura às pessoas que queriam empreender. Com o tempo, ao perceber os benefícios advindos da atividade, foram desenvolvidos pelo governo mecanismos para fomentar e dar suporte ao empreendedor, como a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, ou o programa InovAtiva Brasil, entre outros.

As nações desenvolvidas têm dado especial atenção e apoio às iniciativas empreendedoras por saberem que são a base do crescimento econômico, da geração de emprego e de renda (DORNELAS, 2009. p7). O Sebrae apresenta alguns dados onde se evidencia exatamente como o empreendedorismo tem impacto na economia do país ao ser responsável por 52% do saldo de empregos formais, 40% da massa salarial do país e 27% do PIB (SEBRAE, 2014).

Quando se fala em empreendedorismo, normalmente utilizam-se dados de micro e pequenas empresas (MPE), pois costumam ser a porta de entrada do empreendedor no mundo dos negócios. Existem alguns critérios para classificar o porte das empresas. A Lei Geral (Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte) classifica os pequenos negócios de acordo com o faturamento:

- Microempreendedor Individual: até R\$ 60.000,00;
- Microempresa: até R\$ 360.000,00;
- Empresa de Pequeno Porte: de R\$ 360.000,00 até R\$ 3.600.000,00;

O Sebrae utiliza o critério de classificação por número de pessoas ocupadas, conforme apresenta a tabela 1:

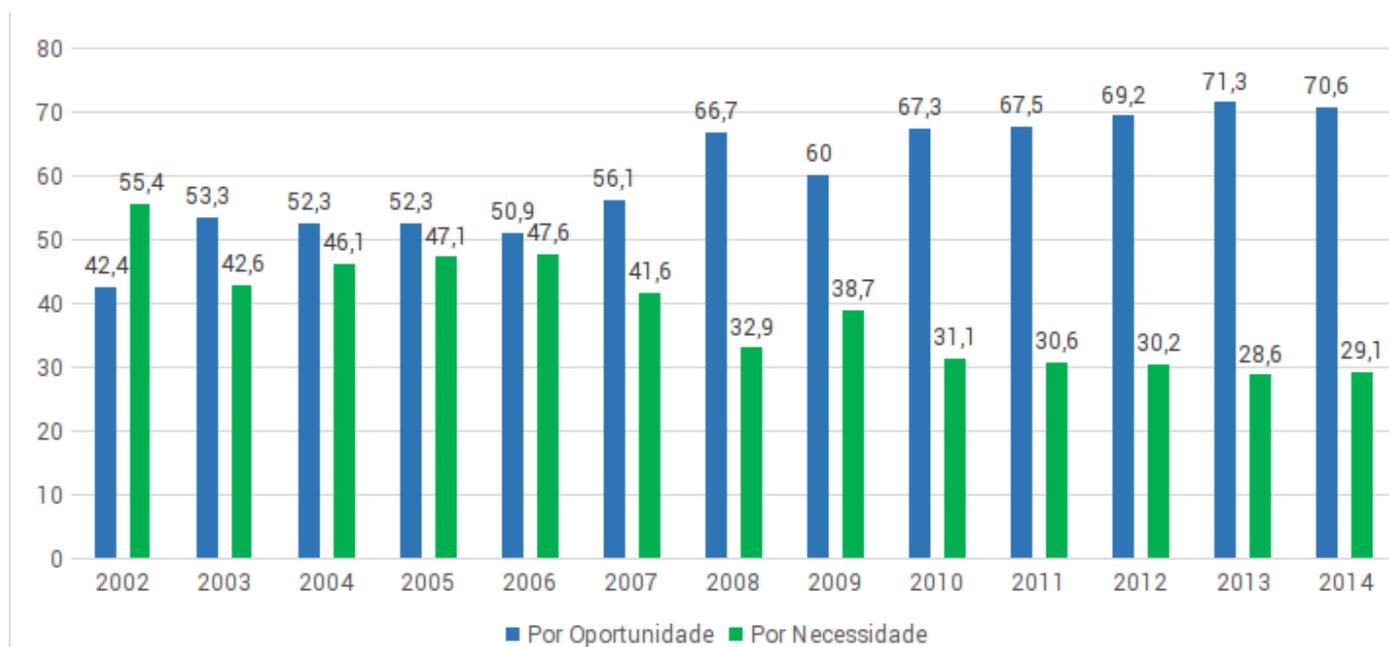
Tabela - Critério de classificação do porte das empresas por: pessoas ocupadas

Porte	Atividades Econômicas	
	Serviços e Comércio	Indústria
Microempresa	Até 09 pessoas ocupadas	Até 19 pessoas ocupadas
Pequena Empresa	De 10 a 49 pessoas ocupadas	De 20 a 99 pessoas ocupadas
Média Empresa	De 50 a 99 pessoas ocupadas	De 100 a 499 pessoas ocupadas
Grande Empresa	Acima de 100 pessoas	Acima de 500 pessoas

Fonte: SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (2014)

Da união entre a London Business School e o Babson College surgiu o projeto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que consiste em mapear a atividade empreendedora em um país, bem como sua relação com o desenvolvimento econômico da região. No Brasil, esse estudo é feito em parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP). Dornelas, em seu livro Empreendedorismo Transformando Ideias em Negócios, salienta a relevância e impacto do estudo para o acompanhamento e análise da atividade. O autor também destaca em seu livro que o empreendedorismo que resulta de necessidade, por exemplo ocasionado pelo desemprego, normalmente não é um negócio planejado, com visão de futuro e estrutura apropriada, logo é mais suscetível ao fracasso. Ao passo que o empreendedorismo advindo da oportunidade é o que, em via de regra, promove o desenvolvimento de um país e estimula que se criem mecanismos para que favoreçam tal modalidade (DORNELAS, 2009). No gráfico com dados do relatório da Global Entrepreneurship Monitor (2014) a seguir, percebe-se um aumento progressivo do empreendedorismo no Brasil por oportunidade em comparação com o motivado por necessidade.

Figura - Motivação para empreender (em percentual)

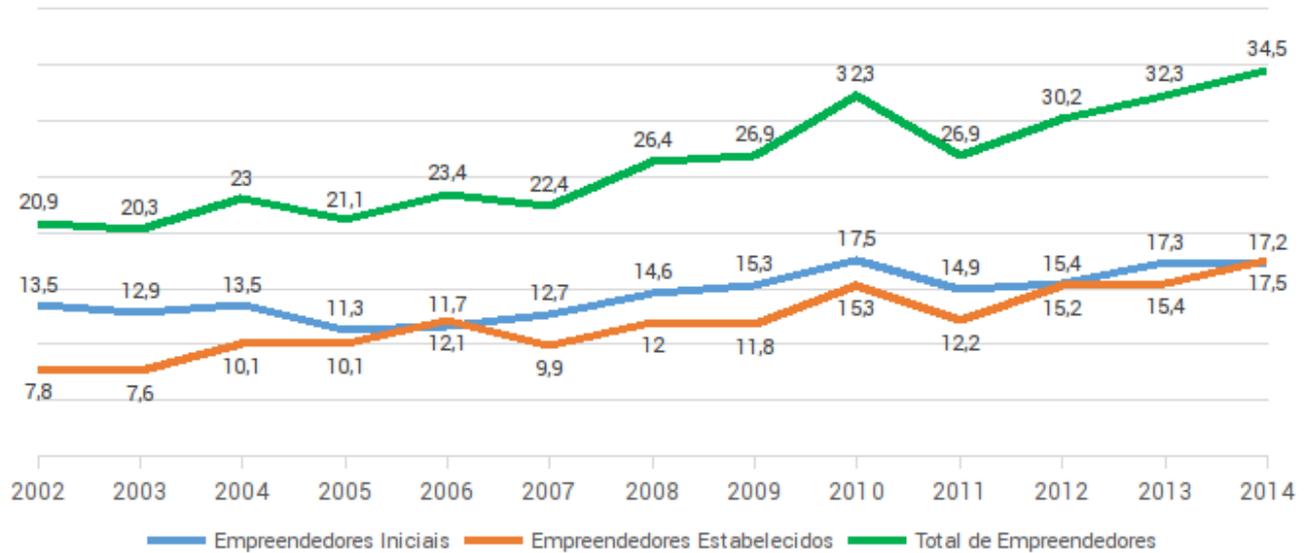


Fonte: GEM (2014).

O Brasil vem apresentando ótimos números no que tange o empreendedorismo, o relatório de 2014 da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), baseado em uma amostra total de 10 mil indivíduos (de 18 a 64 anos; residentes das 5 regiões do país, sendo 2 mil de cada região), mostra que no ano em questão a taxa total de empreendedores – TTE (iniciais e estabelecidos) foi de 34,5% p.p, sendo que 17,2% p.p é a taxa de empreendedores iniciais (TEA) e 17,5% p.p é a taxa de empreendedores estabelecidos (TEE). Cabe a explicação de que a soma das taxas TEA e TEE são superiores a TTE devido a alguns desses empreendedores serem classificados ao mesmo tempo como nascentes novos e estabelecidos, isso se deve por possuírem mais de um negócio. Também é de nota o crescimento na taxa total de empreendedores no Brasil, que abrange tanto os novos como os já estabelecidos, passando de 23% em 2004 para 34,5% em 2014, mostrando assim que no atual cenário não apenas está crescendo a quantidade de novos empreendedores como muitos também estão conseguindo manter-se (GEM, 2014).

Figura - Evolução da atividade empreendedora segundo estágio TEA, TEE, TTE – Brasil

– 2002:2014



Fonte: GEM (2014)

3.2 Perfil do Empreendedorismo no Brasil

Quem é o empreendedor brasileiro? Empreender implica em assumir riscos e responsabilidades, além desses fatores quais são os outros motivos que levam o brasileiro a não abrir seu negócio? Conhecer e analisar alguns aspectos e característica relacionadas a parcela da população que está empreendendo é importante para entender melhor o panorama geral.

O relatório do Global Entrepreneurship Monitor (2014) e a pesquisa Empreendedores Brasileiros; Perfis e Percepções de 2013 realizado pela Endeavor Brasil, organização internacional sem fins lucrativos que tem por intuito motivar o empreendedorismo em países em desenvolvimento, com o apoio do Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), apresentam também parte do perfil do empreendedor no Brasil. Tais dados ajudam a identificar quem são dentro da nossa sociedade as pessoas com vontade e disposição de movimentar a economia e qual é a parcela da população que menos se ocupa com o empreendedorismo, o porquê, e se algo pode ser feito para mudar essa realidade. Essas informações também são válidas

ao fazer uma avaliação referente a algumas falhas no sistema ou barreiras que limitam a iniciativa à atividade empreendedora no país e o que pode ser feito para minimizar isso.

Envolvimento da população brasileira com empreendimentos em estágio inicial: participação feminina um pouco acima da masculina, indivíduos na faixa etária que abrange dos 25 aos 34 anos, pessoas que possuem a escolaridade de segundo grau incompleto, e pessoas que se declaram brancas constituem a parcela da população mais ativa para empreender, a renda do grupo de pessoas com maior incidência em iniciar seus negócios possui até 3 salários mínimos e as que menos empreendem têm renda entre 6 a 9 salários mínimos (Tabela 2).

Envolvimento da população brasileira com empreendimentos em estágio estabelecido: participação masculina maior do que a feminina, a faixa etária predominante é dos 35 aos 44 anos, indivíduos com a escolaridade de segundo grau incompleto, pessoas autodeclaradas brancas são mais comuns e a renda familiar dos empreendedores mais ativos é de até 3 salários mínimos (Tabela 2).

**Tabela : – Distribuição¹ dos empreendedores segundo características sociodemográficas – Brasil
– 2014**

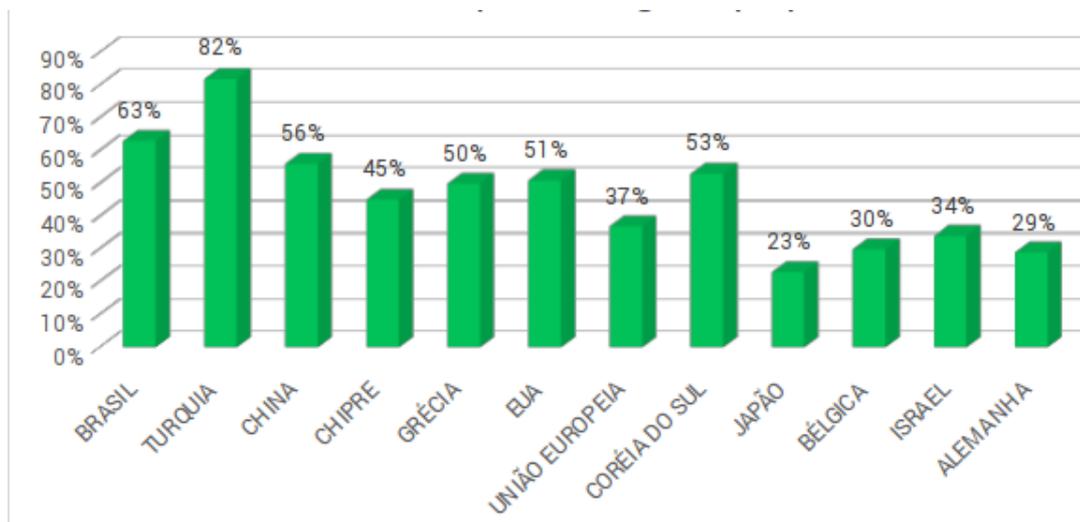
Características do Empreendedor	Brasil		
	Empreendedores		
	Iniciais	Estabelecidos	Total
Gênero			
Masculino	48,8	54,9	51,7
Feminino	51,2	45,1	48,3
Faixa Etária			
18 a 24 anos	18,4	4,5	11,5
25 a 34 anos	34,3	19,9	27,1
35 a 44 anos	23,6	30,2	26,8
45 a 54 anos	16,2	28,2	22,3
55 a 64 anos	7,5	17,2	12,4
Nível de Escolaridade²			
Nível 1	1,2	2,6	1,9
Nível 2	48,5	55,4	52,0
Nível 3	42,2	34,5	38,3
Nível 4	8,1	7,5	7,7
Faixa de Renda			
Até 3 salários mínimos	58,9	57,3	58,3
Mais de 3 até 6 salários mínimos	31,9	31,3	31,5
Mais de 6 até 9 salários mínimos	4,5	5,2	4,8
Mais 9 salários mínimos	4,7	6,2	5,4
Cor da Pele			
Branca	51,2	53,9	52,6
Preta	9,4	7,0	8,0
Parda	37,5	38,3	38,0
Outras	1,9	0,8	1,4

Fonte: GEM (2014)

No Brasil 63% da população afirma preferir ter seu próprio negócio a ser funcionário de alguma empresa, essa é uma taxa alta em parâmetro mundial, ficando atrás apenas da Turquia (82%) (FLASH EUROBAROMETER, 2012).

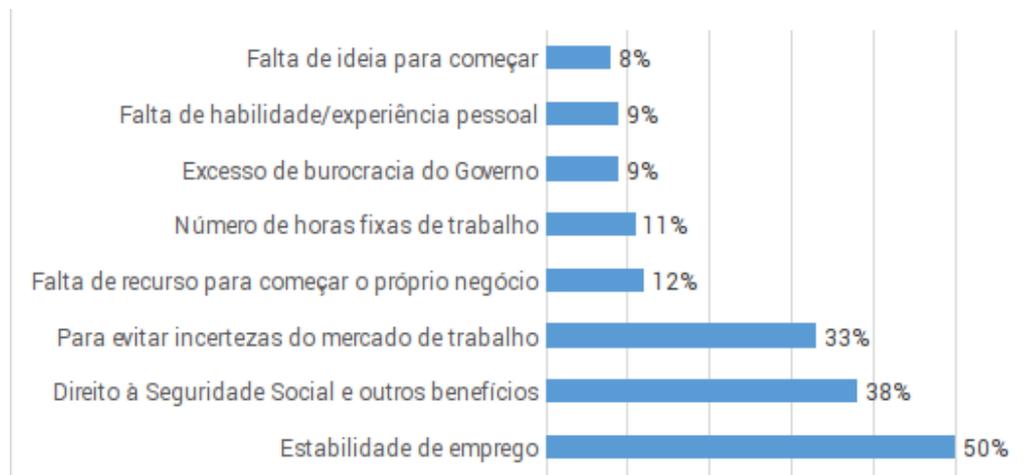
¹ Distribuição Percentual dos empreendedores em cada categoria.

² Nível de escolaridade: Nível 1 inclui: nenhuma educação formal; O Nível 2 inclui: primeiro grau completo e segundo grau incompleto; O Nível 3 inclui: segundo grau completo e superior incompleto; O Nível 4 inclui: superior completo, especializações, mestrado incompleto, mestrado completo e doutorado completo e incompleto.

Figura - Preferência por ter negócio próprio

Fonte: Flash Eurobarometer (2012)

Mas por que esses números não se concretizam em negócios tendo em vista que, conforme o estudo GEM 2014, a taxa de empreendedorismo no Brasil é de apenas 34,5%? O estudo realizado pela Endeavor Brasil (2013), Empreendedores Brasileiros perfis e percepções, já citado, mostra que a maior razão que leva os brasileiros a não empreender é a estabilidade obtida no emprego, seguido pelo direito à Seguridade Social e outros benefícios. Logo, percebe-se que as incertezas quanto ao futuro decorrente de largar um emprego formal e empreender são a maior barreira a ser vencida.

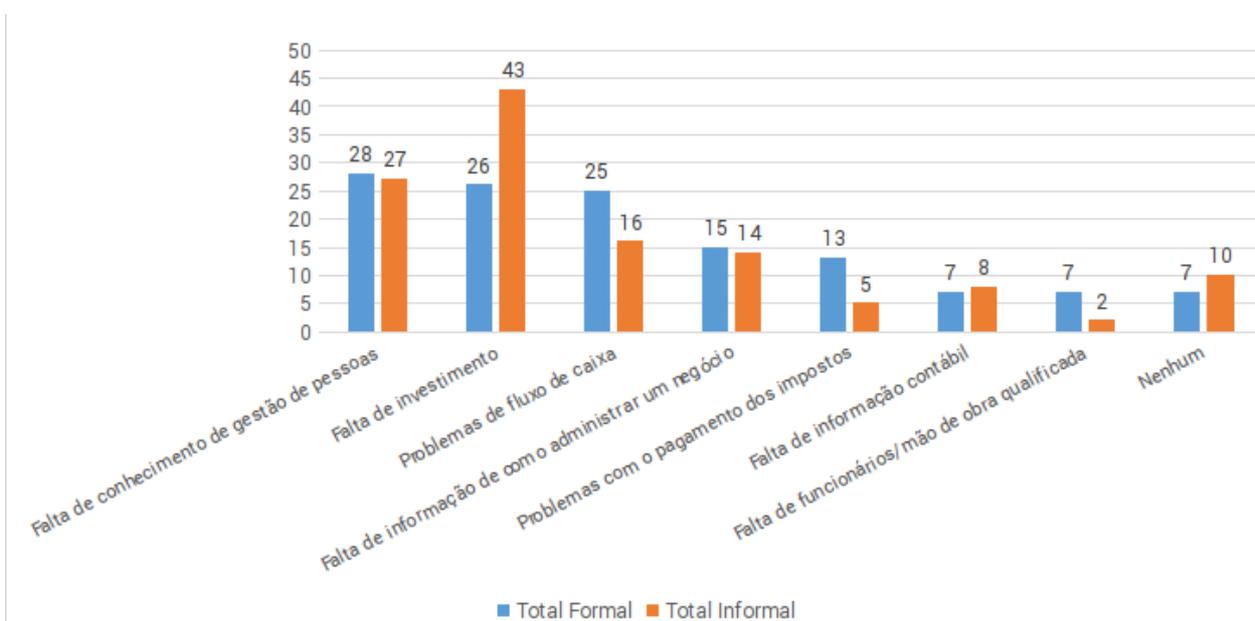
Figura - Motivo para não empreender

Fonte: Endeavor Brasil (2013)

Ao se iniciar um negócio, inúmeras possibilidades surgem dependendo do como a empresa é conduzida, seu processo de desenvolvimento e a forma com que lida com dificuldades comuns a essa atividade, tais como falta de mercado, escassez de capital e má administração. Quando o indivíduo decide criar uma empresa, motivado por necessidade, sem ter o devido preparo para gerir, conhecimento quanto ao próprio negócio ou sobre o mercado em que irá se inserir, as chances de falhar são muito grandes. Como já foi visto, o empreendedorismo induzido por carência financeira normalmente possui algumas das características citadas acima, logo possui uma alta probabilidade de desaparecer e não gera necessariamente desenvolvimento. Um estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT) de 2013 mostra que a taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas com até dois anos de vida é de 26%. O mesmo estudo aponta que a principal causa de mortalidade dessas empresas é a falta de planejamento e informações do mercado (INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO E TRIBUTAÇÃO, 2013). Já Chiavenato ressalta que a principal causa da falha nos negócios é decorrente da inexperiência, como incompetência do empreendedor, falta de experiência de campo entre outros que levam ao fracasso da empresa (CHIAVENATO, 2007). Seja como for, a falta de conhecimento e, principalmente, planejamento pode levar aos obstáculos citados no gráfico “Principais Dificuldades do Cotidiano”, como problemas de fluxo de caixa e falta de informação

contábil, complicações essas que costumam levar ao fracasso do empreendimento. Dessa forma, é possível perceber a importância de orientação profissional, programas de capacitação, preparação e planejamento. Entidades públicas e privadas fornecem auxílio nesse ponto, cursos e palestras são dados com o intuito de fornecer informações pertinentes a quem quer empreender. Ainda a formação da equipe, como contar com a assessoria de um bom contador, advogado e administrador, apesar de utópico para alguns casos, é uma estratégia interessante que aumenta as chances de sucesso da empresa.

Figura - Principais Dificuldades do Cotidiano (em percentual)



Fonte: Endeavor Brasil (2013)

Como se percebe, o empreendedorismo é um fator muito importante, ao passo que gera emprego e renda, impulsiona a transformação da sociedade, independência financeira de muitas famílias, desenvolve a economia, fazendo o país crescer. Uma modalidade dessa atividade são as *startups*, nova forma de empreender que vem se desenvolvendo rapidamente de forma dinâmica mundialmente e aparece cada vez mais no nosso dia-a-dia. Mas o que são as *startups* e como estão inseridas no cenário brasileiro? As respostas a essas perguntas serão vistas nos próximos capítulos.

4 STARTUP

As *startups* são uma forma relativamente nova de empreender, começaram a aparecer no fim da década de 90, ganharam força nos Estados Unidos na década seguinte e, com a ajuda do avanço tecnológico e da globalização, tem se tornado uma modalidade que vem se propagando cada vez mais no mundo e em um ritmo cada vez mais acelerado. No Brasil, ainda está se consolidando uma estrutura mais adequada para essas empresas. Logo, devido à recente história das *startups* no Brasil, nota-se que, apesar de haver um certo padrão nas definições de *startup*, muitas explicações do seu conceito são vagas tornando difícil ver a real diferença entre uma *startup* e outra empresa nascente. Dada essa situação, algumas empresas que não se encaixam exatamente no perfil, denominam a si mesmas como *startups* e podem, assim, usufruir de qualquer benefício que as *startups* venham a ter.

Nem toda empresa em seu período incipiente é uma *startup*, no entanto toda *startup* caracteriza-se por ser um dos estágios introdutórios de um empreendimento, e este sistema é temporário, pois ou o negócio é sustentável e evolui ou fracassa. Este pensamento está de acordo com o acadêmico Steve Blank, reconhecido por desenvolver a Metodologia de Desenvolvimento de Clientes que foi uma das bases da obra “*Startup Enxuta*” de Eric Ries, “uma *startup* é uma organização temporária em busca de um modelo de negócio replicável, escalável e rentável” (BLANK, 2012, p. xvii).

No mundo competitivo dos negócios, inovação, baixo custo de manutenção e criatividade para solucionar problemas com promessas de grande lucratividade compõem a receita que atrai investidores e empreendedores para as *startups*. Com o surgimento associado ao período da chamada ‘bolha da internet’³, que compreende os anos finais da década de 90 e teve seu ápice nos anos 2000, conforme explicado por Yuri Gitahy, especialista em *startup* e fundador da Aceleradora, em entrevista à Exame em 2010: “[...] apesar de usado nos EUA há várias décadas, só na bolha ponto-com (bolha da internet) o termo “startup” começou a ser usado por aqui”. Em seu início, o

³ Bolha de caráter especulativo, onde houve uma alta nas ações das empresas chamadas “ponto com”, e perto dos anos 2000 revelou-se que as projeções eram infundadas e demasiadamente otimistas, ocasionando uma drástica queda nos preços das ações e a maioria dessas empresas acabou por se fundir, vender ou desapareceram.

termo *startup* era relacionado a “...um grupo de pessoas trabalhando com uma ideia diferente que, aparentemente, poderia fazer dinheiro... sempre foi sinônimo de iniciar uma empresa e colocá-la em funcionamento”. Algumas pessoas afirmam que qualquer empresa em sua fase inicial ou com baixo custo de manutenção pode ser definida como uma *startup*, porém uma definição bem aceita atualmente é dada por Yuri Gitahi, que afirma que “uma *startup* é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza” (O QUE É..., 2010). É interessante explicar os conceitos de replicável e escalável nas definições de *startup*, isso quer dizer ser capaz de entregar o mesmo produto ou serviço repetidamente sem que implique em mais gastos consideráveis de forma que a empresa possa crescer rápido fornecendo um alto retorno, ou seja, propiciar cada vez mais receita mantendo os custos em um crescimento mais lento de forma que seja gerado mais riqueza.

As *startups*, quando consolidadas como empresa, podem se transformar em grandes multinacionais como é o caso do Uber, Easy Taxi, entre outros, ou pode ser de pequeno ou médio porte. Porém, como muitas de suas definições, as *startups* são desenhadas de forma ambiciosa para ganhar escala e alto retorno, dessa forma a intenção inicial é que, em algum ponto de sua vida, a empresa alcance esse patamar. E, como mais uma característica desse segmento, se espera alcançar tais resultados em um período relativamente pequeno, como aconteceu por exemplo com o Snapchat, aplicativo que permite compartilhar imagens, vídeos e mensagens por alguns segundos, depois é apagado. O aplicativo foi lançado entre 2011 e 2012, hoje já conta com milhões de usuários no mundo e possui valor de mercado por volta dos 16 bilhões de dólares (VINTON, 2016). *Startups* Unicórnio é o termo criado para se referir às jovens empresas que, assim como o Snapchat, possuem menos de 10 anos no mercado, são avaliadas em 1 bilhão de dólares ou mais, ainda são companhias privadas e inovam e transformam o segmento em que estão inseridas. Esse é um patamar que poucas *startups* conseguem alcançar. Entretanto, crescer muito, de forma rápida, inovando e normalmente utilizando-se de base tecnológica são alguns objetivos das *startups*.

Uma outra definição interessante de *startup* vem do autor Eric Ries,

empreendedor e um dos pioneiros do conceito *lean startup*, no seu livro, que leva o mesmo nome: “Uma *startup* é uma instituição humana desenhada para criar um novo produto ou serviço em condições de extrema incerteza” (RIES, 2012, p24). Como é possível notar nas definições, *startups* não são necessariamente apenas empresas em plataforma digital, porém esse meio é mais barato e fornece um alcance de público maior, tornando a expansão mais rápida, fácil e barata, explica o especialista Yuri Gitahi (O QUE É..., 2010).

O termo “*startup*” tem crescido e se espalhado pelo mundo cada vez mais nos últimos anos, aliado à mentalidade e à cultura de inovação para solucionar problemas. Dessa ideia surgem interpretações como a dada por Neil Blumenthal, cofundador e co-CEO da marca de óculos Warby Parker, “uma *startup* é uma companhia trabalhando para resolver problemas onde a solução não é óbvia e o sucesso não é garantido” (ROBEHMED, 2013). Essa interpretação dá foco ao produto e serviço, não necessariamente ao modelo de desenvolvimento da empresa, e destaca a criatividade e inovação embutida no paradigma das *startups*, pois muitas delas são elaboradas em cima de questões da vida moderna, como transporte, relacionamento, educação à distância, etc. Vale ressaltar que a inovação pode ser algo inteiramente novo ou um aprimoramento de algo que já existe. A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) dá uma definição de inovação que consta no Manual de Oslo:

Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (Financiadora de Estudos e Projetos, 1997 p. 55).

Em várias definições, é explicado que esse paradigma se desenvolve em cenário de incerteza. Isso talvez aconteça porque, ao contrário de algumas empresas que antes de lançar um produto ou serviços se valem de testes e pesquisas ao consumidor para analisar a demanda e aceitação do público, a *startup* surge onde acredita haver uma oportunidade ou necessidade e se lança sem ter certeza se irá obter sucesso e conseguir ao menos se manter de forma sustentável. A *startup* é o período de teste por

si só, logo, se não for viável e não houver mudanças adequadas, a empresa irá fracassar. Argumenta-se que as *startups* se mostram mais expostas a fatores de risco, pois desde o início até sua consolidação é basicamente uma ideia solidificando-se em um negócio, e tal ideia está na fronteira, é inovadora, logo não há parâmetro para se comparar, não há certezas e normalmente não há capital para sustentar até que aconteçam rodadas de investimento. Embora qualquer firma que se lança no mercado esteja suscetível ao fracasso, sujeitas às incertezas e falta de recursos, as *startups* têm em sua própria definição a característica de trabalhar com o novo, o inexplorado, e isso traz consigo uma série de inseguranças que ameaçam sua permanência no mercado. Inclusive essa falta de pesquisas e testes referentes aos fatores que levariam a *startup* a obter êxito é ressaltado no livro *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*, de Steve Blank e Bob Dorf: a maioria das *startups* carecem de um processo estruturado para testar suas hipóteses do modelo de negócios (BLANK; DORF, 2012, p.21).

Conclui-se então que as *startups* são pessoas montando um negócio, um empreendimento sustentável que seja replicável e escalável, oferecendo um produto ou serviço buscando inovar e resolver problemas do cotidiano, desenvolvendo-se em condições de extremas incertezas. Também representam um estágio mais inicial e de construção e solidificação de um negócio, ou seja, acaba por ser transitório, pois, se obter sucesso e investimento, transformar-se-á em uma empresa, podendo ser uma firma de porte pequeno, médio ou grande, porém sua estrutura se modifica, com empregados, núcleo de gestão, entre outros, que acaba por caracterizar uma empresa devido ao seu nível de maturação; entretanto, se falhar, irá desaparecer.

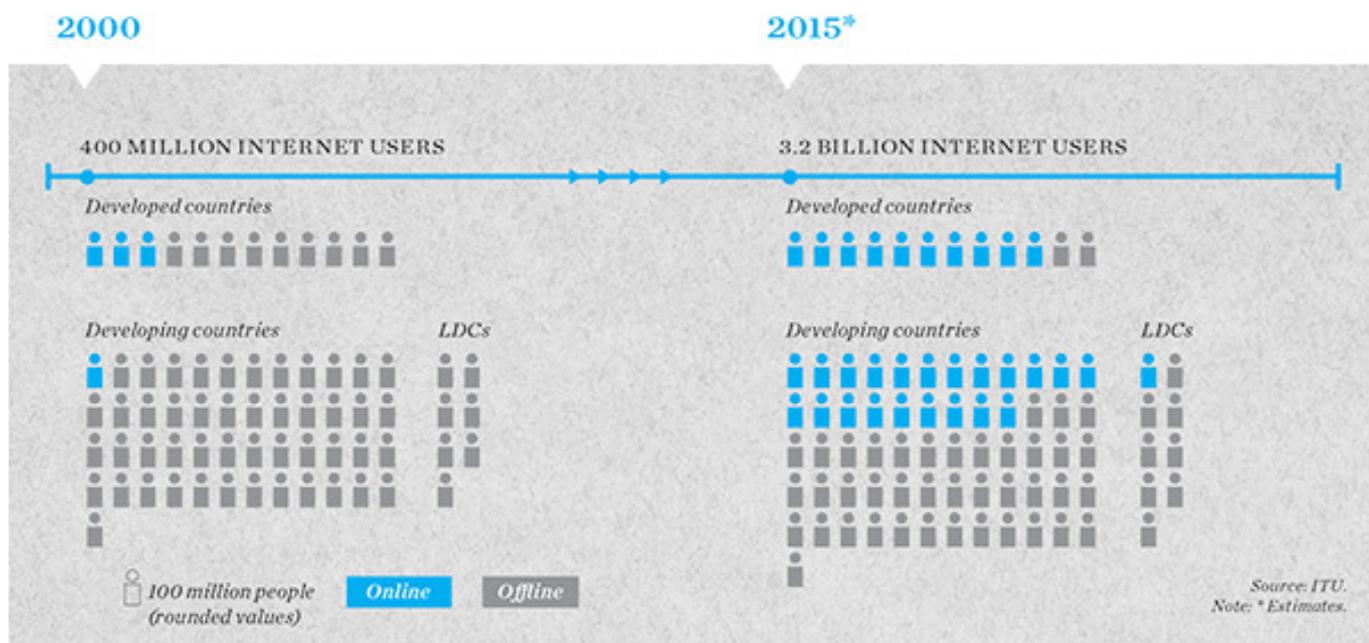
4.1 Base Tecnológica

Toda *startup* é de base tecnológica? Não necessariamente. Existem *startups* de cerveja artesanal, ou relacionadas à criação e desenvolvimento de produtos, como a Piipee, *startup* gaúcha que desenvolveu uma solução química capaz de neutralizar o odor da urina bem como eliminar suas bactérias de forma que dispensa a descarga e poupa água. Ainda existem *startups* no ramo da educação, arquitetura, química,

agricultura entre outras que não são obrigatoriamente de base tecnológica.

No entanto, é inegável o avanço e facilidades da tecnologia de maneira que suas diversas funções, abrangência e alcance são algumas das características que tornam as *startups* de base tecnológica mais numerosas. *Tablets, smartphones, smartv*, computadores estão cada vez mais entranhados na sociedade e já fazem parte dos hábitos diários de muitas pessoas no mundo inteiro. De acordo com a União Internacional de Telecomunicações (ITU), órgão ligado à ONU, em relatório referente ao ano de 2015, o número de pessoas que utilizam a internet chegou a 3,2 bilhões de pessoas no final de 2015, das quais 2 bilhões encontram-se em países desenvolvidos. Número muito superior se comparado ao ano 2000, no qual o número de internautas era de 400 milhões. Ainda há muitas pessoas sem acesso á internet, porém é possível perceber o alcance e a velocidade com que se propaga esse meio de comunicação (UNIÃO INTERNACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES, 2015).

Figura - MDGs 2000-2015: ICT revolution and remaining gaps



Fonte: ITU, 2015

É possível, então, perceber um dos motivos que explica o maior número de

startups de base tecnológica. Ainda cabe ressaltar outras duas qualidades que caracterizam uma *startup*, ser replicável e escalável. Essas características podem ser desenvolvidas de forma mais fácil quando se possui base tecnológica, sem contar que seus custos iniciais e de distribuição podem ser consideravelmente menores. Como por exemplo *startups* de educação à distância, onde um professor, em uma sala, pode dar aula de forma que possa ser assistida por bilhões de pessoas, em qualquer lugar do mundo que possua acesso à internet, em horários e dias variados sem que isso incorra em uma quantidade significativamente maior de custos para a empresa cada vez que a aula for acessada por alguém.

Ressaltam-se ainda os custos para construir uma *startup* de base tecnológica, que muitas vezes torna-se mais barato, não envolvendo um investimento tão alto se comparado a uma empresa voltada para o ramo de biotecnologia por exemplo (apesar de existir *startups* nesse ramo, inclusive no Brasil), sem falar nos anos de pesquisa. Por isso, a maioria das *startups* que são vistas utilizam base tecnológica para pôr em prática suas ideias, difundir e oferecer seus produtos e serviços, e essa é uma realidade que tende a aumentar ao passo que a tecnologia evolui atingindo um número cada vez maior de pessoas.

4.2 Início e Desenvolvimento

Normalmente, as *startups* contam com uma equipe pequena, às vezes sendo composta apenas pelo empreendedor idealizador do projeto. Como então podem se tornar grandes empresas, atuando em todo o país ou até internacionalmente de forma sustentável?

Aceleradora, incubadora e investidor anjo são algumas das formas mais conhecidas de investimento e desenvolvimento inicial de uma *startup* e são nessas três principais formas que será dado enfoque agora, no entanto não são as únicas. *Venture capital*, *private equity*, capital próprio ou de familiares e amigos, subsídio governamental e procura de crédito em bancos são algumas entre outras formas de custear o princípio ou expansão de uma *startup*, salientando que cada uma dessas modalidades será mais apropriada de acordo com o estágio em que se encontra a consolidação da empresa.

Investidor Anjo: utilizado inicialmente para nomear investidores que financiavam atores e produções da Broadway, logo se tornou um termo para designar empresários que orientam e investem em novos negócios, financiam ideias ou projetos embrionários, e servem como guia para estes novos empreendedores. Em contrapartida, o investidor anjo torna-se sócio minoritário e, por isso, recebe uma parcela dos rendimentos, participa das decisões estratégicas, além de aconselhar no rumo a ser tomado para a evolução da empresa. Ele é um parceiro que atua de várias formas a fim de levar a empresa nascente a um estágio de maturação e maiores retornos.

Incubadora: são instituições que fomentam e auxiliam no desenvolvimento de empreendimentos inovadores nascentes ou com algum tempo de vida. As incubadoras estimulam vários tipos de projetos como de economia criativa, popular e, mais frequentemente, empresas tecnológicas. A Doutora Maria Alice Lahorgue descreve:

Ao longo desses anos, o conjunto de incubadoras foi se diversificando, existindo atualmente incubadoras de base tecnológica, tradicionais, de cultura, sociais e mistas, que realizam pré-incubação, incubação, pós-incubação e incubação externa...É consenso na literatura que as incubadoras são parte dos sistemas de inovação, caracterizando-se genericamente por serem espaços planejados para receber empresas – “*start-ups*” ou não - e pelo uso compartilhado de área física e infraestrutura técnica e administrativa, por um período de tempo predeterminado” (LAHORGUE, 2008).

Existem incubadoras específicas, outras englobam e ainda algumas possuem programas especiais para as *startup*. Tais entidades não possuem fins lucrativos, logo geralmente são mantidas por verbas públicas, tendo apoio governamental e se situando normalmente em universidades. As incubadoras proporcionam um meio de pesquisa e troca de experiências em um ambiente acadêmico, fornecem material, ferramentas, serviços, além de espaço físico para trabalhar-se, tais como laboratório, escritórios, salas, entre outros. As empresas acolhidas pelas incubadoras também se beneficiam de auxílio e orientação, são conectadas com mentores ou outras instituições que possam dar consultoria em diversas áreas de negócios e nos vários setores que compõem uma empresa com a finalidade de ajudar empreendedores a obter sucesso nos seus negócios. O tempo máximo de permanência das empresas é usualmente de três anos e existe uma taxa de manutenção cobrada durante sua estadia. Por se tratar

de verbas públicas, existem maiores requisitos tais como: é quase que exigido que ideias ou empresas sejam inovadoras, é também solicitado um plano de negócio (análise, cálculos e orientação referente ao caminho a ser percorrido e suas demais variáveis para atuação do negócio, tais como: mercado, como irá atuar, concorrência, produtos e serviços necessários, fornecedores, etc.) entre outros critérios utilizados ao avaliar as empresas que serão acolhidas.

Aceleradora: como o próprio nome diz, as aceleradoras são entidades com a finalidade de acelerar o desenvolvimento de uma *startup* até o ponto de conseguirem se manter, pagarem suas despesas, ou já obterem lucro. Diferentemente das incubadoras, o tempo médio de permanência é de menos de um ano, dependendo do estágio em que se encontra a *startup*. Tal instituição é formada e mantida por empresas ou investidores anjos que fornecem treinamento, servem como mentores e investem financeiramente nos projetos, tornando-se, em troca, sócios com um percentual entre 5% a 20% de participação dependendo do capital investido. Existem aceleradoras que procuram e ajudam perfis específicos de *startups*, no entanto todas elas buscam empresas que tenham grande potencial de crescer muito e rápido e sejam capazes de trazer grandes retornos em pouco tempo. Apesar de tal modalidade ser disputada por tratar-se de capital privado, o processo seletivo é variado, menos burocrático pois atende aos interesses dos investidores, podendo eles apostar apenas em uma ideia, diferentemente das incubadoras que respondem a órgãos públicos e suas prioridades.

Em síntese, essas são algumas formas de auxílio que uma *startup* pode obter para desenvolver seu potencial, inserir-se no mercado de forma sustentável, e obter sucesso. Essas modalidades fazem parte da estrutura e são fundamentais para o crescimento e desenvolvimento de *startups* no país a fim de amparar essas empresas em etapa inicial. Mas tudo depende do objetivo do empreendedor, o seguimento em que se encontra seu negócio bem como o estágio de maturação da empresa.

Nota-se que a globalização e a tecnologia da informação aproximam e difundem conhecimento, dando dinamismo ao sistema. É esse sistema de compartilhamento de informações que possibilita o avanço das *startups*, devido à troca de conhecimento e de experiências inerente ao seu desenvolvimento (visto a interação existente em incubadoras, aceleradoras e polos tecnológicos como o Vale do Silício). Esta integração

entre a esfera dos negócios, universidades e órgãos públicos, no desenvolvimento de uma empresa que inove, traga avanços tecnológicos, desenvolvimento econômico e gere mais conhecimento e informação que serve de base para outras empresas, é uma forma que, apesar de já existir a algum tempo, vem se desenvolvendo muito com as *startups* e para benefício delas.

Alguns passos que podem ser dados para o desenvolvimento de uma *startup* passa pela elaboração de um modelo de negócios que, segundo alguns especialistas, deve ser realizado antes do plano de negócios que é um documento mais completo e formal. O modelo de negócio em síntese é a forma como o negócio irá gerar valor, sendo mais simples, apresenta como as empresas pretendem atingir seus objetivos, em principal, o lucro. É interessante haver testes e validações, pois dificilmente as primeiras ideias de como montar e desenvolver o empreendimento estão corretas e sem nenhuma falha, às vezes torna-se necessário até mesmo pivotar, ou alterar o modelo inicial. Tais etapas são importantes antes de apresentar o projeto a investidores, quanto mais completo e melhor preparado for, maiores são as chances de conseguir alguém para apostar na *startup*.

Analisar e rever a proposta da empresa em cada etapa é importante bem como se certificar que está atendendo às necessidades e demandas dos clientes. Uma *startup* tem de ser capaz de inovar e se reinventar quantas vezes for necessário para atingir seus propósitos, cativar investidores, encontrar e manter seu lugar no mercado. Esses cálculos, testes e planos no estágio introdutório mostram-se fundamentais para o futuro da *startup*, mais adiante serão analisados alguns dos erros comuns que levam as *startups* ao fracasso, muitas vezes por falhas no planejamento inicial.

4.3 Casos

Algumas das grandes empresas, atualmente com uma plataforma de atuação mundial, começaram como uma *startup* e foram uma síntese do que foi apresentado acima. Um exemplo é a Airbnb (Air, Bed and Breakfast), uma empresa que iniciou como uma *startup* e hoje é avaliada em cerca de 25,5 bilhão de dólares (SALOMÃO, 2015). Fundada em 2008 em São Francisco, Califórnia, “[...] o Airbnb é um mercado

comunitário confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do mundo, seja de um computador, de um celular ou de um *tablet*” (AIR, BED AND BREAKFAST, 2016). O site da empresa relata a sua atuação em mais 34 mil cidades e 190 países, oferecendo um acervo de mais de 2 milhões de acomodações pelo mundo.

O Uber é outro exemplo de firma que iniciou suas atividades como uma *startup*, começou apenas como um aplicativo para solicitar carros pretos *premium* e hoje é uma empresa com valor de mercado superior a 50 bilhões de dólares (SAMOR, 2015). O serviço da firma consiste em conectar pessoas que precisam de carona com pessoas que se dispõem a fornecer essa carona por um determinado preço. A empresa continua em expansão, seja pelo aumento do território em que atua, seja através de mais modalidades de serviço, como o UberPOOL, que é uma opção onde se pode dividir a viagem com mais passageiros e diminuir assim o valor por pessoa.

Dentro do Brasil também temos ótimos referenciais de *startups* bem sucedidas, o site Business Review Brasil (2015) fez uma matéria retratando 10 *startups* de sucesso no Brasil, nessa lista consta por exemplo o Buscapé, o maior site de comparação de preços da América Latina, presente em mais de 20 países, incluindo Estados Unidos, México e Espanha. Também existe o Conta Azul, que oferece gestão 100% online para micro e pequenos negócios, sendo a primeira empresa brasileira selecionada pelo 500*startups*, uma das aceleradoras mais respeitadas do mundo, “só em 2014, a empresa cresceu 200% e foi citada na Revista Forbes como a primeira *startup* brasileira a valer mais de um bilhão”. O Easy Taxi é mais um exemplo de êxito, um aplicativo para localizar e chamar taxis foi pioneiro com o serviço na América Latina, “são mais de 17 milhões de downloads, cerca de 400 mil taxistas cadastrados pelo mundo, aproximadamente 1.300 funcionários diretos e indiretos e mais de 20 milhões de usuários” (MORAES, 2015).

4.3.1 Makadu

Foram apresentadas algumas empresas que nasceram como startups,

primeiramente foram citados casos internacionais e após exemplos nacionais. Com um destaque especial, apresentamos a seguir a Makadu. Esta empresa será abordada por se tratar de um caso local, de um empreendimento que ainda está em fase de desenvolvimento e expansão, e exemplificar muitos dos aspectos relacionados a uma startup que foram salientados no trabalho, tais como: ideia inovadora, modelo de negócio escalável, base tecnológica, parceria com investidores, participação em programas de aceleração, geração de emprego, entre outros.

Surgida em Porto Alegre, a Makadu⁴ é um exemplo de *startup* em ascensão, foram feitas algumas perguntas para Lucas Kunzler, sócio fundador da empresa. Ele relata que a ideia inicial era facilitar o processo de perguntas em palestras de eventos científicos, com o tempo foram se agregando recursos como disponibilizar material das palestras (textos, *power point*) e avaliação do evento pelos convidados.

Hoje a empresa trabalha oferecendo soluções digitais para o ramo de eventos, focando principalmente no conteúdo científico. O aplicativo permite ao usuário acessar a programação atualizada do evento, enviar perguntas, solicitar as apresentações, avaliar o evento e as palestras e, recentemente, foi adicionado a votação interativa. Essa votação consiste em uma consulta ao público através de perguntas em real time, esse recurso é comumente utilizado para discussão de casos clínicos em eventos médicos.

Para Kunzler, o termo *startup* é apenas um rótulo que vem de fora da empresa, no entanto uma das grandes referências no começo da empresa foi o conceito, e livro, *Lean Startup* do Eric Reiss. A Makadu também participou da primeira turma do programa StartupRS realizado pelo SEBRAE RS e ganhou o primeiro prêmio. No quesito financeiro, houve investidores no estágio inicial que contribuíram para financiar o MVP (*Minimum Viable Product*), depois prosseguiram com receita própria. No final de 2015 foi feita uma parceria com a ITS Tecnologia que tem um plano piloto de *venture building* (organizações que investem dinheiro e demais recursos próprios em ordem de criar ou desenvolver uma *startup* envolvendo-se ativamente em todo o processo, diferentemente de incubadoras ou aceleradoras que capacitam e auxiliam os membros de uma *startup*) e estão utilizando a Makadu como primeiro case. A ITS Tecnologia

⁴ A entrevista completa está no Apêndice A.

disponibilizou um aporte financeiro e mais uma cota de serviços prestados por eles, além do acompanhamento e mentora por parte dos gestores da empresa.

Após as primeiras versões do aplicativo realizadas com ferramentas disponíveis na internet e com a ajuda de *freelancers*, foram contratados programadores que prestam serviço (PJ) e trabalham em outros projetos além da Makadu, o que acabou gerando uma troca de conhecimento interessante entre os projetos. Além dos sócios, a empresa já conta com uma vendedora (funcionária assalariada) e um estagiário (intermediado pelo CIEE).

Kunzler também ressalta a importância do Simples Nacional para a empresa, segundo ele, poder contar com uma alternativa simplificada poupa muito tempo e dinheiro já que as alíquotas são diferenciadas. A Makadu encontra-se em fase de expansão para o mercado brasileiro e internacional, hoje é atendido principalmente o Rio Grande do Sul, mas aos poucos a empresa pretende estar ativa em um território maior. Por exemplo, no próximo mês atenderá um evento em Belém/PA e outro em Playa del Carmen (México). O próximo passo é escalar e tentar crescer de maneira exponencial. O produto é constantemente aprimorado, mas a próxima etapa significativa é a integração com APIs (Application program interface) externas.

4.4 Fraquezas do Novo Paradigma

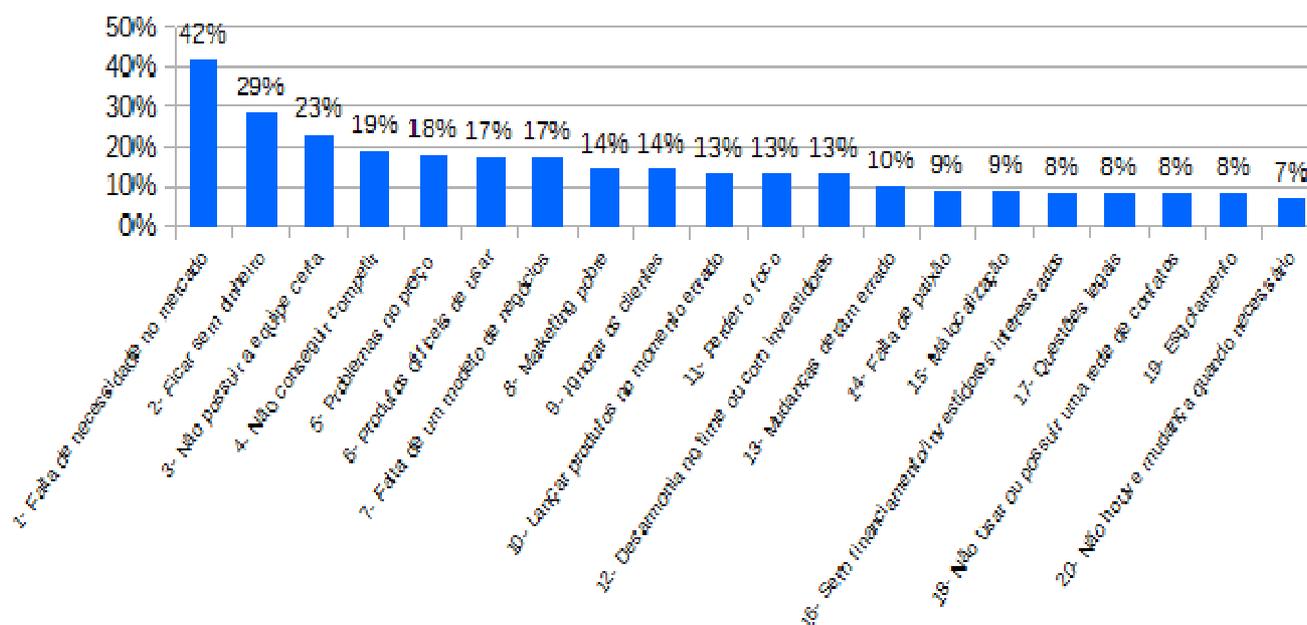
Tão importante quanto o caminho e os fatores para o sucesso é entender os motivos que levam ao fracasso. Todo paradigma traz suas fraquezas e analisar algumas dessas vulnerabilidades pode ajudar a compreender melhor esse sistema.

Muito se fala das grandes empresas que surgiram inicialmente como *startups* e hoje valem bilhões, mas de acordo com um estudo realizado pela Startup Genome, mais de 90% das *startups* fracassam, principalmente por questões internas como má gestão (STARTUP GENOME, 2011). A falta de conhecimento referente à concorrência, mercado, público alvo, ou simplesmente ignorar a real necessidade e visão do cliente são outros pontos que levam à derrocada do negócio. Ter um forte foco bem estabelecido é outro aspecto a se ressaltar, por não se saber exatamente onde quer se chegar com sua empresa em termos de desenvolvimento de produto ou serviço a ser

entregue, muitas *startups* se perdem e fracassam. Possuir os recursos necessários, conhecimento técnico e de gerenciamento, ficar atento às questões legais que envolvem todas etapas do processo, antecipar-se a tendências com base em análise de dados, entre outros que auxiliam na formação da estratégia e tomada de decisões também são temas imprescindíveis para o sucesso da *startup*.

O instituto CB Insights (site especializado em informações e com uma vasta base de dados referente a capital de risco, investidores anjo para *startups*, entre outros assuntos relacionados) realizou uma pesquisa com 101 *startups* americanas que não deram certo e formulou uma lista “*Post-Mortems*” de 20 erros que levam uma *startup* a fechar as portas. O primeiro lugar ficou com a “falta de necessidade do mercado” correspondendo a 42%, não encontraram lugar no mercado por apresentar um produto ou serviço ao qual as pessoas não têm interesse ou não estão dispostas a pagar para usufruir. A lista segue com “falta de dinheiro” para prosseguir com o projeto e “ter a equipe errada” devido à falta de experiência, conhecimento ou motivação dentro do time, tais motivos representam 29% e 23% respectivamente das causas de insucesso (CB INSIGHTS, 2014).

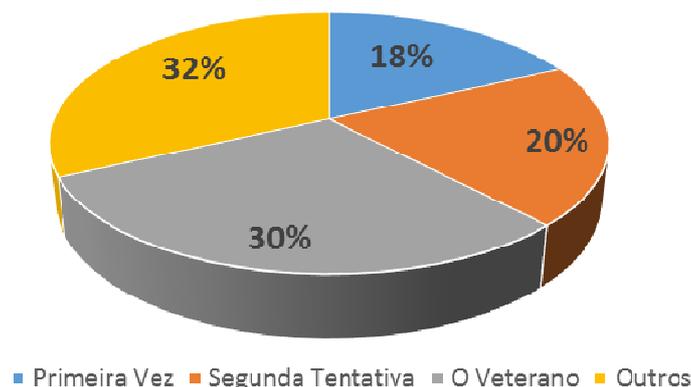
Figura - Vinte Razões de Insucesso de Startups



Fonte: CB INSIGHTS (2014)

Ainda existe a opção de pivotar, ou alterar o rumo da *startup*, por mudar o modelo de negócio ou estratégia utilizada, como por exemplo o Instagram que antes de se focar apenas no compartilhamento de fotos, possuía funcionalidades de jogos e conexão com a Foursquare. No livro de Steve Blank, já citado, mostra que apenas 10% dos produtos lançados em *startup* obtém êxito (BLANK, 2012). Um estudo realizado por membros da *Harvard Business School*, intitulado *Performance Persistence in Entrepreneurship*, apresenta, entre outras informações, o percentual de sucesso por número de tentativas de projetar uma *startup*. Percebe-se que, quanto mais vezes tentar, maiores são as chances de conseguir (HARVARD BUSINESS SCHOOL, 2008), esses resultados são representados no gráfico a seguir:

Figura - Percentual de Sucesso de Empreendedores em Startups



Fonte: HARVARD BUSINESS SCHOOL (2008)

4.5 *Startups* em Tempos de Crise

Desde meados de 2008 instaurou-se uma crise financeira iniciada nos EUA que atingiu o mundo inteiro e ainda se sente vários efeitos e desdobramentos deste acontecimento. Devido a isso, a atividade econômica em vários lugares foi afetada e diminuiu bem como o poder de consumo das pessoas, em efeito cascata. Como é o desempenho das *startups* nesse contexto?

“A crise atinge mais mercados tradicionais e isso para *startups* é fantástico... para a *startup*, o acesso a capital e o mercado não diminuiram, já que a maioria é focada em

B2B (*business-to-business*⁵) e as empresas precisam de inovação”, diz Amure Pinho, investidor-anjo, empreendedor e ex-presidente da Associação Brasileira de *Startups* (Abstartups), em entrevista a Pequenas Empresas e Grandes Negócios (ZUINI,2015). Apesar de não haver ainda dados oficiais que indiquem o crescimento das *startups*, seu aumento é evidenciado pela elevação na procura e no número de inscritos em aceleradoras e projetos de incentivo. Por exemplo, de acordo com informações da ABStartups (uma organização sem fins lucrativos de representação das *startups* brasileiras), no início de 2015 havia em torno de 3 mil *startups* inscritas, o número subiu para 4.172 empresas cadastradas no ano de 2016, o que representa um aumento de quase 40% (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS, 2016).

Ser flexível, inovadora (algumas ideias conseguem revolucionar seu segmento) e considerada um empreendimento diferenciado são alguns dos motivos que fazem com que as *startups* sigam se multiplicando. Constituindo-se um negócio que pode não apenas fomentar a economia, mas também ajudar no desenvolvimento de várias áreas, principalmente a tecnológica, as *startups* contam com programas de incentivo do governo, que serão vistos no próximo capítulo. Existem ainda aceleradoras, incubadoras e investidores que, devido também ao potencial de retorno das *startups*, estão dispostos a ajudá-las a se desenvolver e financiá-las ocasionando, assim, o aumento em número dessas empresas.

Mesmo na crise existem oportunidades e é com esse pensamento em mente que as *startups* avançam. Um outro aliado a esse tipo de empreendimento é o fato de a maioria dessas empresas serem de base tecnológica, assim sendo o crescimento dos usuários de smartphones, tablets, computadores é outro fator que auxilia as *startups* a atravessar esse momento de crise. A agilidade e praticidade fornecida pela internet para pesquisar, comparar preços, buscar por produtos, aumenta a demanda por empreendimentos que estão ligados a estes meios eletrônicos mudando os hábitos de consumo, ao invés do cliente ir até o estabelecimento o produto ou serviço vem até ele. De forma que, seja devido ao interesse e capital de empresas privadas, seja pelas

⁵ **B**usiness-to-business: refere-se ao comércio ou troca entre empresas de produtos, informações e serviços pela internet ou através de portais e redes compartilhadas entre as partes.

facilidades apresentadas para o seguimento, as *startups* mesmo que de maneira mais lenta, continuam se multiplicando apesar ou até mesmo em razão da crise.

4.6 Startup e Schumpeter

Conforme foi visto no capítulo inicial, para Schumpeter, a inovação tinha um papel fundamental em suas teorias. Através da destruição criativa, novidades surgem no mercado e aposentam as combinações vigentes, de forma que venham a desaparecer juntamente com as empresas que não souberam acompanhar a dinâmica do sistema. Ao analisar as *startups* bem como sua importância e dinâmica na economia, percebe-se um forte vínculo com as teorias de Schumpeter. Inovação e *startups* são termos que andam constantemente juntos, por isso, podemos fazer uma análise do que elas podem oferecer no quesito novidade e a sua relação com as ideias schumpeterianas.

Por volta da segunda metade do século XX, tornam-se notórias as mudanças tecnológicas e suas consequências no mundo e cotidiano das pessoas. A ciência e a tecnologia avançam juntas e são utilizadas e estimuladas principalmente em prol dos negócios. Esse movimento de grandes transformações social, cultural, técnica e econômica, apesar da heterogeneidade dependendo da região geográfica, pode ser chamado como a terceira revolução tecno-científica, que causou profundas mudanças em todas as atividades socioeconômicas. Nesse período, a indústria desenvolveu-se, surgiu um novo paradigma tecnológico com o advento da microeletrônica e cresceu a integração entre financiamento, fornecimento, produção e competição via qualidade e diferenciação de produtos (FARAH JÚNIOR, 2000, p.49).

O desenvolvimento econômico atualmente está atrelado à ideia de inovar e à capacidade de desenvolvimento tecnológico das empresas. Com a globalização e a facilidade em obter informações, uma novidade pode ser difundida e absorvida pelo mercado cada vez mais rápido, o que leva à necessidade de se inovar cada vez mais em um espaço de tempo mais curto. Nesse contexto, são vistos hábitos de consumo mudarem, moda, tecnologia, produtos, entre outros são trocados e demandados com maior frequência em menos tempo. O modo como as pessoas se comunicam e os

meios pelos quais se expressam também mudam e com isso a cultura e a sociedade em geral vem se transformando em conjunto com a tecnologia. Dessa forma, notam-se as revoluções no cenário mundial e as *startups* aparecem como parte dessas mudanças.

Conforme já foi visto, para Schumpeter inovação seria uma criação ou aprimoramento que objetiva ganho financeiro, ou seja, uma novidade para fins comerciais. Essas inovações tecnológicas podem ser referentes a novos bens, novos métodos de produção (podendo ser uma nova forma de manejar comercialmente uma mercadoria), novos mercados, novas maneiras de organização da produção ou a conquista de novas fontes de matéria prima. As *startups* apresentam uma nova maneira de se organizar a fim de adentrar o mercado e crescer, fazendo parcerias e se integrando com universidades, empresas, governo e investidores com o objetivo de obter sucesso. Essa associação entre entidades, da qual dependem para evoluir, constitui uma tática de desenvolvimento peculiar e, apesar de algumas empresas se valerem desse método, as *startups* o utilizam como via de regra, o que se torna característica deste tipo de firma. As *startups* são essencialmente uma fase teste de um produto ou serviço, elaboradas de forma ambiciosa, projetadas para conseguir altos retornos em pouco tempo, trabalhando com entrega em escala. A definição específica e perfil da *startup* já se destaca do modo de empreendedorismo tradicional.

Conforme as teorias de Schumpeter, o empresário era o agente que difundia a inovação, não sendo necessariamente o cientista que a criou, mas quem a coloca no mercado em busca de vantagem comparativa. Os empreendedores fazem um papel parecido ao buscar financiamento com o intuito de colocar em prática uma ideia inovadora e obter lucro.

Em tempos em que a concorrência se dá por diferenciação e qualidade, não apenas pelo preço, as *startups* carregam em seu conceito a necessidade de inovar, então o produto ou serviço com o qual trabalham normalmente consiste em uma novidade ou aprimoramento de alguma forma. A inovação faz-se muitas vezes inevitável justamente ao se buscar ser um negócio repetível e escalável. Por exemplo, quando se pensa em abrir um restaurante apenas com comida vegana, no quesito concorrência, o empreendedor preocupa-se com a localidade e qualidade, pois um

único restaurante dificilmente consegue atender uma região ampla. Logo, se existir um empreendimento do tipo em Porto Alegre, não há problema de existir um outro com a mesma proposta em Torres por exemplo. Mas quando se trata de uma empresa de base tecnológica, que possui a habilidade de crescer rapidamente e atender diversas localidades, como a Makadu, o Uber, o ContaAzul ou o Buscapé, o número de empresas que entregam o mesmo produto ou serviço tendem a diminuir (como em qualquer mercado existe concorrência, mas os pares são em menor número). Tendo isso em vista, quando um empreendedor pensa em iniciar uma *startup*, ele normalmente irá procurar oferecer algo diferenciado, que não há no mercado. Aqui se torna interessante fazer uma suposição: possivelmente, as *startups* possuem a capacidade de criar posições de monopólios (pelos motivos explicados anteriormente) e essa capacidade pode ser o que Schumpeter quis explicar quanto às formas de inovação quando referiu-se ao “Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou a fragmentação de uma posição de monopólio” (Schumpeter , 1997. p. 76). Assim sendo, *startups* são uma nova maneira de criar e desenvolver um empreendimento, por vezes podendo criar posições de monopólio devido ao seu caráter de expansão facilitado pela tecnologia da qual tanto utilizam, e o que produzem procura também ser um ineditismo ou aprimoramento, dessa forma ela é inovadora em sua configuração e tem como alvo produzir inovações.

Ainda com todas as mudanças já mencionadas que afetaram a vida das pessoas, transformando o jeito de consumir, viver e se relacionar, busca-se, através destas empresas nascentes, oferecer soluções para as inúmeras vontades e necessidades de pessoas acostumadas com a tecnologia e que procuram praticidade no dia-a-dia. Pensar no que ninguém pensou antes para atender necessidades que muitas vezes nem se tem conhecimento ou surgiram há pouco tempo, é um dos motivos que move o universo das *startups*. Nesse contexto, percebe-se que essas empresas acabam por vezes, devido a sua busca pela novidade e por encontrar espaços inexplorados, tendo a capacidade de atingir novos mercados. Esse evento acaba por ser uma consequência da busca pelo ineditismo e a dinâmica dos tempos que traz novas necessidades.

Assim sendo, as *startups* não apenas são por si só uma novidade na forma em que procuram se desenvolver (maneira como se organizam), mas também buscam incessantemente produzir inovações, normalmente de forma incremental (também podendo ser radical). De maneira que, em decorrência de suas características peculiares (repetível e escalável), pela maioria dessas empresas serem de base tecnológica e por procurarem introduzir novidades no mercado, por vezes criam uma posição de monopólio no mercado. Portanto, as *startups* são, em certo ponto, uma nova combinação de técnicas, mas principalmente formas de organização, conforme mencionado por Schumpeter. A maioria dessas empresas conta com uma base tecnológica e busca preencher necessidades que surgiram nos últimos anos devido às massivas transformações ocorridas na sociedade, alcançando assim mercados inexplorados. E, por fim, podem ser consideradas uma máquina de produzir inovações, novos serviços, produtos entre outros, proporcionando facilidades, oferecendo conhecimento e desenvolvimento social e econômico para a sociedade.

Portanto, com base nos aspectos apresentados, é possível dizer que as *startups* podem ser consideradas uma inovação Schumpeteriana. No entanto, o ciclo de desenvolvimento dessa modalidade ainda está em andamento. Para validar essa afirmação, são necessárias maiores análises e uma perspectiva mais completa só será possível quando a atividade estiver consolidada e se tornar comum e cotidiana na economia mundial, com todas as suas características e resultados. No próximo capítulo será abordado o panorama do ecossistema existente no Brasil para o desenvolvimento dessa atividade.

5 STARTUPS NO BRASIL

Até agora foi visto a importância do empreendedorismo em uma sociedade capitalista, uma breve observação dessa atividade como um todo no Brasil, o que são *startups* e alguns aspectos dessa modalidade de empreendimento. Também foram analisadas as teorias de Schumpeter acerca da inovação e o seu papel no desenvolvimento econômico e qual é o vínculo entre as *startups* e a inovação schumpeteriana. Agora será visto como as *startups* estão se desenvolvendo dentro do país, qual é a estrutura que existe para apoiar sua consolidação e expansão.

O Brasil atravessa atualmente uma crise financeira, devido à instabilidade política, o cenário econômico oscila e apresenta dados preocupantes, como o desemprego por volta dos 8,5% em 2015, retração do PIB (queda de 3,8%) no mesmo período, alta do dólar acima dos 3 reais são alguns dos componentes da má fase econômica do país. Apesar deste contexto, devido ao alto ao índice de desemprego, as pessoas recorrerem ao empreendedorismo por necessidade. Como relatado antes, não é desta motivação que derivam negócios que tragam real benefício à economia, no entanto, é justamente nesse cenário em que empreender ganha maior consideração e se torna essencial.

Como destacado anteriormente, as razões pelas quais essa atividade é importante, em resumo, são referentes à capacidade de desenvolver a economia e a sociedade como um todo ao propiciar inovação, emprego e renda. Tendo em vista que as *startups* são empresas nascentes, em sua maioria de base tecnológica, que tem como intuito inovar e alcançar grandes retornos em um espaço curto de tempo, é correto afirmar que essa modalidade de empreendimento colabora com o desenvolvimento do país, procura soluções para melhorar e facilitar a vida dos consumidores, promove desenvolvimento tecnológico e, em diversas áreas, gera arrecadação, entre outras vantagens para a sociedade. Já que as *startups* aumentam em número mesmo em situações adversas e, com todos os benefícios que podem propiciar, se tornam uma boa opção para investimento.

[...] as startups constituem parte intrínseca do empreendedorismo. Uma vez que a atividade empreendedora é definida pela OCDE (2009,6) como sendo “a ação

humana focada no empreendedorismo que busca a geração de valor por meio da criação ou expansão da atividade econômica, identificando e explorando novos produtos, processos ou mercados”, fica claro que as startups não só compõem o ecossistema, como são essenciais para seu funcionamento... (ARRUDA, C., et al., 2013, p. 8-9).

Um ambiente que incentive a inovação e proporcione facilitadores para a criação e condução de empreendimentos é um ponto chave para aumentar as chances de haver mais *startups* de sucesso no Brasil. O Vale do Silício é um exemplo de ambiente que criou um sistema onde se proporciona estrutura e as ferramentas para que empresas de tecnologia desenvolvam-se, e virou referência como um local de onde saem grandes empreendedores e negócios de êxito no mercado. Apesar de não ser possível reproduzir exatamente as condições existentes no Vale do Silício, percebe-se a necessidade de criar tal ecossistema para que o Brasil possa avançar em empreendedorismo, tecnologia e conhecimento através das *startups*.

Como mencionado na seção Fraquezas do Novo Paradigma, no capítulo 4, falta de mercado, insuficiência de dinheiro e não possuir a equipe certa são fatores que levam as *startups* a encerrarem suas atividades. Estar consciente destas e outras dificuldades recorrentes a uma empresa nascente, preparar-se e ter um planejamento para situações como estas, assim como conhecer bem o público-alvo, fornecedores, leis, questões administrativas entre outras, são imprescindíveis para quem quer iniciar uma *startup*. Dessa forma, pode-se destacar a relevância de aceleradoras, incubadoras e outras entidades que ofereçam uma base apropriada, com conhecimento e conexões para iniciar-se uma rede de contatos favorável ao crescimento da empresa.

O professor Daniel Isenberg, que já atuou em Harvard e Columbia Business School atualmente lecionando em Babson College, renomada faculdade de Massachusetts dedicada a educação relacionada ao empreendedorismo, lançou o Projeto Ecossistema Empreendedor de Babson (Babson Entrepreneurship Ecosystem Project – BEEP). O estudo chega à conclusão de que não é apenas um fator responsável pelo desenvolvimento exitoso do empreendedorismo e, sim, um conjunto de elementos que estimulam e propiciam as condições para que a atividade empreendedora multiplique-se e se sustente de forma que cause um real impacto positivo na sociedade. O projeto destaca, então, quais são os domínios que compõem o

ecossistema apropriado para o desenvolvimento empreendedor: financiamento, cultura, políticas públicas, mercado, capital humano e suporte (legal, técnico, contábil, etc). Esses elementos devem ser trabalhados em conjunto, não é necessário que tudo seja mudado em uma escala total de uma vez, é interessante que todos os domínios sejam abordados, mas em proporções menores. Aprender com exemplos de sucesso ao redor do mundo é importante, mas não se deve tentar copiá-los, pois as realidades de cada região são diferentes e, assim, não se consegue atingir o mesmo resultado, por isso são necessários esforços tendo em vista a situação de cada localidade. O empreendedorismo é uma ação positiva, empreendedores de sucesso tendem ajudar outros através de sua experiência e capital (ISENBERG, 2016).

O relatório GEM (2014) de empreendedorismo no Brasil, relatado no terceiro capítulo, traz também recomendações de especialistas consultados relacionados ao desenvolvimento do empreendedorismo no país, onde os principais fatores considerados limitantes à atividade foram: a falta de políticas governamentais que interfiram no empreendedorismo ao dar apoio, facilitar processos ou diminuir impostos; escassez de educação e capacitação para realizar atividades pertinentes a qualquer forma ou nível do processo de empreender; e carência de apoio financeiro, incluindo subsídios públicos, crédito, bancos, etc. Assim se percebem algumas das necessidades no país para formar-se um ecossistema de apoio ao empreendedor no país.

Será analisado agora o panorama das *startups* no Brasil com base nos dados disponíveis. Nesse aspecto, as instituições de apoio às *startup* procuram apresentar algumas informações, mas é necessário que seja feito um estudo mais detalhado e significativo para que se tenha uma real noção da situação e das necessidades das *startups* em território nacional. Após, serão relatadas algumas iniciativas que contribuem para formar um ambiente favorável ao desenvolvimento das *startups* no Brasil.

5.1 Panorama das *Startups* no Brasil

Estima-se que no Brasil existam mais de 10 mil *startups* e, apenas em 2012, movimentaram quase R\$ 2 bilhões (MERCADO DE STARTUPS, 2014). De acordo com

relatório realizado pela Fundacity, empresa que conecta *startups* a investidores em todo mundo, no primeiro semestre de 2015 os investimentos em *startup* foram superiores a R\$ 170 milhões. Quase 92% deste valor é advindo de *venture capital* (capital de risco ou de oportunidade, realizado normalmente por empresas através de fundos de investimento em empresas nascentes). A participação de financiamento do governo foi de 19,4% — dos quais 17,9% p.p proveniente de parceria com empresas e 1,5% p.p totalmente dos cofres públicos (FUNDACITY, 2015).

É interessante notar que apenas 17.9% dos fundos que submeteram dados a nossa pesquisa receberam aportes de instituições públicas, o que é altamente contrastante com o dado do **Fundacity European Accelerators**, onde vê-se que essa porcentagem chega a 55.41% das aceleradoras europeias (FUNDACITY, 2015).

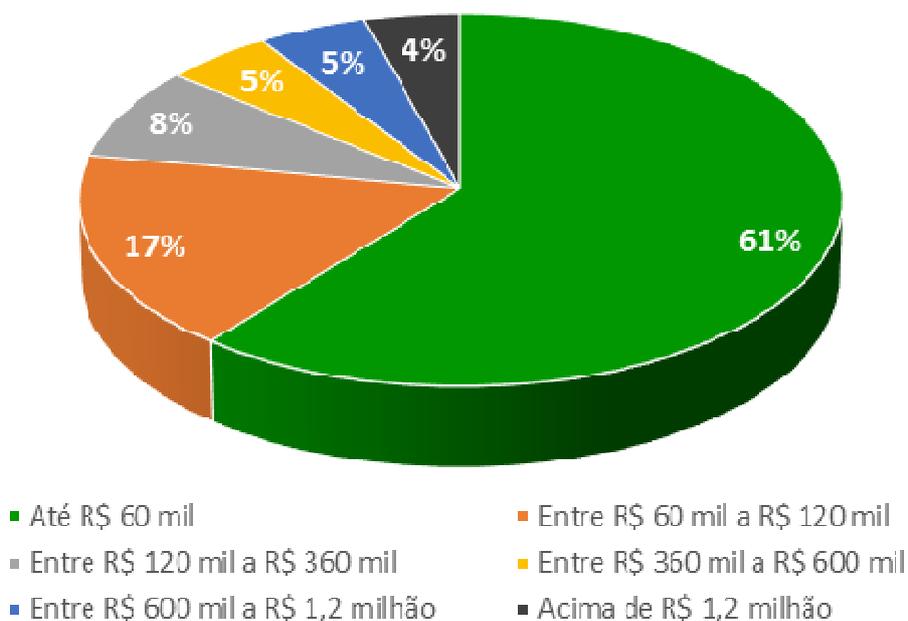
Aqui é apresentado uma participação relativamente baixa do governo que, apesar de negativo para o crescimento das *startups*, pode ter seu lado bom, pois em momentos de crise e austeridade não impactará de forma significativa no sistema de investimentos em *startups*.

A Luz Geração Empreendedora, plataforma voltada ao pequeno empreendedor/empresário que cria e fornece ferramentas de métodos de gestão e educação empreendedora, desenvolveu uma pesquisa em 2012 com informações sobre o panorama das *startups* no Brasil. Para isso foram entrevistadas 170 empresas, sendo que dessas: 165 são empresas brasileiras (36 do estado de São Paulo, 71 do Rio de Janeiro e as demais espalhadas pelas demais regiões do país) e 5 empresas de países da América Latina. O estudo revela que 71% das empresas entrevistadas estão formalizadas, 32% já estão em fase de vendas e possuem clientes, e 19% das empresas estão ainda em estágio de desenvolvimento de seu produto ou serviço. Mais da metade das *startups* teve seu ano de início entre 2011 (33%) e 2012 (20%), (constituindo-se as empresas mais novas da pesquisa) e apenas 8% foram fundadas antes de 2007. Quanto ao tamanho do time de cada empresa, 49% possuem uma equipe composta por 1 a 3 pessoas, 39% tem em seu grupo de 4 a 7 trabalhadores. Podemos destacar aqui que 73% das *startups* entrevistadas afirmam que não

participaram de programas de aceleradoras ou incubadoras (LUZ GERAÇÃO EMPREENDEDORA, 2012).

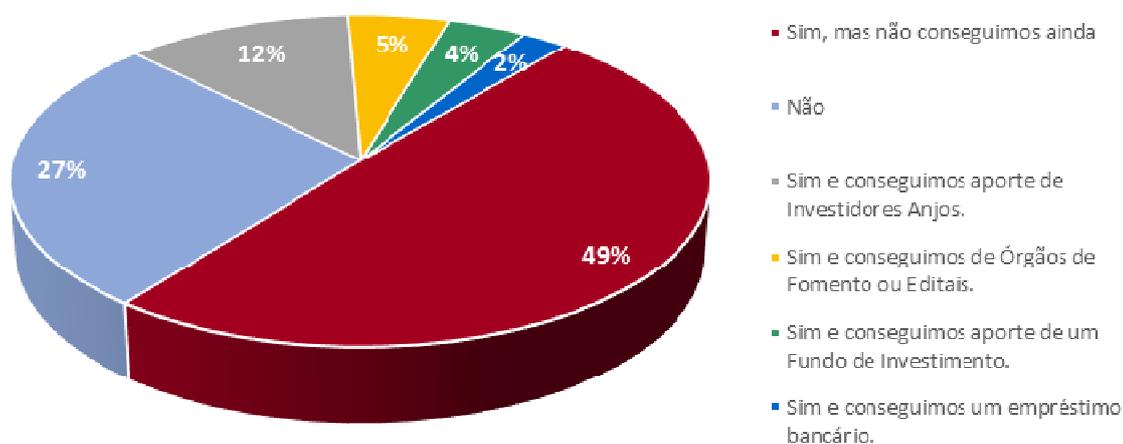
A figura 10 mostra que mais de 77% das empresas têm faturamento anual de até R\$ 120 mil, e todas possuem mais de 1 ano de atividade, logo estão aptas para usufruírem de Programas Crescer de Microcrédito Produtivo Orientado (será visto a seguir). O que se mostra válido tendo em vista que a figura 11 revela que apenas 27% dos entrevistados não está em busca de aporte financeiro. Porém, cabe aqui questionar que o valor oferecido pelo programa (até R\$ 15 mil) pode ajudar, mas ainda não é o suficiente ao se tratar de *startups*. Pode-se pensar então na possibilidade de haver uma linha de crédito orientada à realidade das *startups*.

Figura - Faturamento Bruto Anual – Startups Brasileiras



Fonte: Luz Geração Empreendedora (2012)

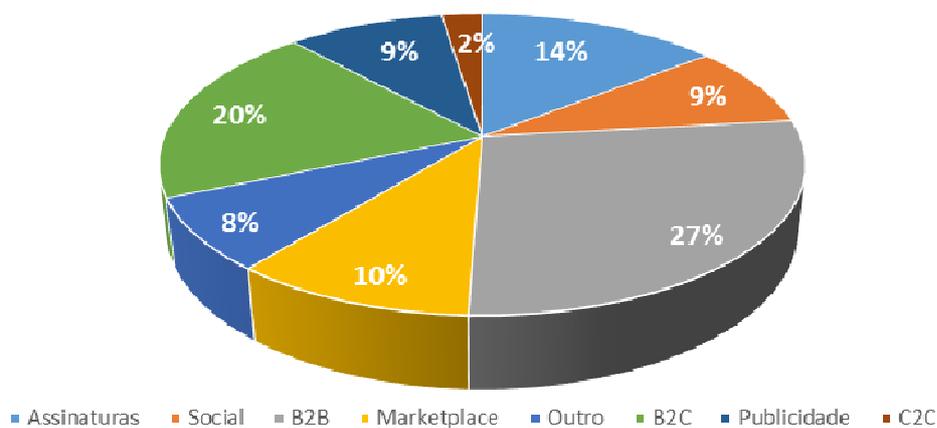
Figura - Sua Startup está buscando aporte financeiro?



Fonte: Luz Geração Empreendedora (2012)

O site da ABStartups também apresenta alguns dados⁶ interessantes quanto à distribuição das *startups* no Brasil e o modelo de negócio utilizado (forma como gera riqueza), baseado nas empresas cadastradas.

Figura - Modelos de negócios utilizados pelas Startups no Brasil

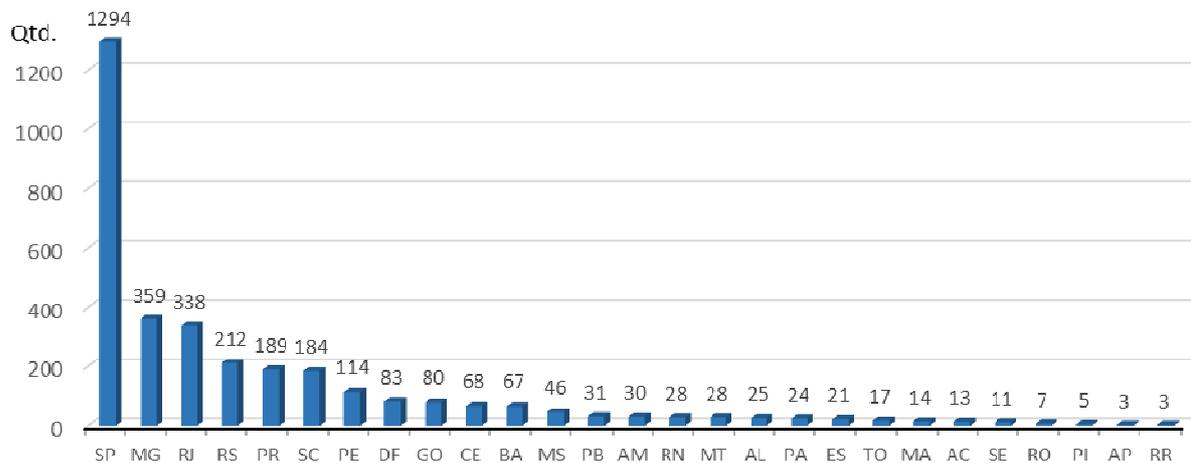


Fonte: ABStartups (2016)

⁶ A ABStartups possui cerca de 4.175 startups cadastradas em seu sistema, mas os dados expostos em seu site e que estão nos 2 gráficos apresentados no trabalho são consideradas: 3.220 empresas (figura 12) e 3.294 empresas (figura 13), todas sobre uma base de 4.175 startups, logo os gráficos não fecham 100%.

O modelo B2B, que seria o comércio entre empresas por vias eletrônicas, representa cerca de 27% das formas escolhidas pelas *startups* para monetizar seu negócio (figura 12). O que é um percentual superior ao modelo B2C (Business to Consumer) de 19,63%, que é uma relação de venda direta entre a empresa produtora e o consumidor, e o modelo C2C (Consumer to Consumer) que representa 2,42% e é o comércio eletrônico entre consumidores, pessoas físicas, como acontece por exemplo no Mercado Livre.

Figura - Ranking de Startups por Estados



Fonte: ABStartups (2016)

De acordo com a figura 13, São Paulo é líder disparado em número de *startups*, não por acaso, pois é também um estado com um número elevado de aceleradoras em comparação com o resto do país. É de conhecimento geral que o estado é o centro financeiro e de negócios do país, logo esses dados não são de se estranhar.

5.2 Mecanismos de Auxílio ao Desenvolvimento das *Startups*

Um maior número de startups com desempenho satisfatório é associado a um ambiente que incentiva e dá suporte ao empreendedorismo. O governo interessado no fortalecimento econômico deve ser um importante contribuinte na formação de um ecossistema empreendedor, provendo mecanismos facilitadores e de fomento à

atividade. Iniciativas privadas que estimulam e ajudam na consolidação das *startups* também se destacam neste cenário por todo o potencial de retorno financeiro e desenvolvimento social e econômico que essas empresas oferecem.

Uma das razões mais recentes para iniciar um programa de aceleração é usá-lo ao criar um ecossistema. O senso comum é de que no geral, ao encorajar startups na comunidade, irá aumentar o número de companhias iniciando e se espera que, no longo prazo, aumente também o número de empregos derivados dessas empresas. Exemplos recentes incluem a cidade de Boulder, no Colorado e Londres, Inglaterra, onde a TechStars e Seedcamp procuraram usar seus programas de aceleração como catalisadores para formar um ambiente maior e melhor para as *startups* nessas cidades, respectivamente (CHRISTIANSEN, 2009, tradução nossa).

Com esse objetivo, foram desenvolvidas leis, programas e mecanismos de auxílio à formação de empresas no país, vejamos alguns exemplos:

Lei Complementar Federal 123/2006, Lei Geral ou Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte: visa regulamentar, conforme consta na Constituição, o tratamento favorecido, simplificado e diferenciado a esse setor. O objetivo principal da lei é incentivar o desenvolvimento dos pequenos negócios, tendo em vista a capacidade do setor de gerar emprego, inclusão social, distribuição de renda, fortalecimento da economia e reduzir a informalidade.

Sua função principal é de simplificar e facilitar o sistema beneficiando a entrada de micro e pequenas empresas no mercado. Destaca-se a simplificação e unificação dos processos de abertura e baixa das empresas, estimula crédito e capitalização através dos bancos públicos (linhas de crédito específicas para o segmento, criação do Sistema nacional de Garantia de Crédito), estímulo à inovação e, principalmente, a criação do Simples Nacional. O Simples Nacional é um regime tributário especial para pequenos negócios, no qual se unificam tributos em uma única guia, facilita o processo e reduz a carga tributária (SEBRAE, CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, 2016).

Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008: lei cria condições para legalização do trabalhador informal, transformando-o em um Microempreendedor Individual (MEI), propiciando registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) e dessa forma o empreendedor terá acesso a empréstimos e crédito como pessoa jurídica. Ainda entre

outras vantagens, o MEI estará em condições de se beneficiar do Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL) (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2016).

Lei Complementar Federal 147/2014: originada do Projeto de Lei Complementar 221/12, a lei abrange vários aspectos que venham a colaborar com a atividade do pequeno empreendedor como a blindagem do Microempreendedor individual, universalização do Simples Nacional (unifica 8 impostos em um boleto e reduz em cerca de 40% a carga tributária), desburocratização da abertura (espera-se que fique em torno de 5 dias) e fechamento de empresas, entre outras vantagens (SEBRAE, CNI, 2016).

Projeto de Lei 6625/13 - Sistema de Tratamento Especial a Novas Empresas de Tecnologia (SisTENET): ressalta-se que ainda é um projeto, mas uma iniciativa importante, por isso será considerada neste trabalho. O projeto de lei concede isenção de impostos federais, por até dois anos podendo ser prorrogado por mais dois anos, às *startups* com até 4 funcionários e receita trimestral de até 30 mil (BRASIL, 2016).

Programas Crescer (Microcrédito Produtivo Orientado): iniciativa do Governo Federal institui diretrizes de concessão de microcrédito através dos bancos públicos federais, destinado a atender às necessidades produtivas de micro e pequenos empreendedores com faturamento anual de até R\$ 120 mil. O programa possui vantagens como juros mais baixos do que os praticados no mercado (8% a.a.), a Taxa de Abertura de Crédito (TAC) é de 1% sobre o valor emprestado, isenção de IOF (Imposto Sobre Operações Financeiras), menos burocracia na contratação, e o prazo varia de 6 a 24 meses. As condições, garantias e valores concedidos (quantia máxima disponibilizada nesta modalidade é de R\$ 15 mil) são definidos após avaliação pelo banco. A ação visa fomentar a atividade do microempreendedor, para se beneficiar é necessário ter pelo menos 1 ano na atividade no empreendimento, ser maior de 18 anos e não possuir restrições cadastrais (PROGRAMA INCENTIVA..., 2014).

Programa Start-up Brasil, Programa Nacional de Aceleração de *Startups*: ação do governo federal em parceria com aceleradoras, que visa dar suporte às *startups* contribuindo com a geração de um ecossistema favorável a empresas inovadoras de base tecnológica. As *startups* passam pelo período de até um ano em

aceleradoras selecionadas, participando de eventos, atividades, programas de capacitação, desenvolvendo relações e contato com clientes, financiadores e com o Hub Internacional no Vale do Silício/EUA. O programa fornece acesso a até R\$ 200 mil em bolsas de pesquisa e para desenvolvimento profissional dos integrantes das empresas, além de desfrutarem de todos os benefícios provenientes das aceleradoras, como investimento financeiro, estrutura para pesquisa, contato com especialistas da área, em troca de um percentual da empresa (START-UP BRASIL, 2016).

A turma 1 da edição de 2014 do programa contemplou 45 *startups*, captando do mercado um valor superior ao valor público investido (R\$ 9,63 milhões e R\$ 7,7 milhões respectivamente) Durante o período de janeiro a agosto de 2014, foi relatado um aumento de 139% no faturamento das *startups* e evidenciado um crescimento no número de colaboradores em 63% (START-UP BRASIL..., 2014).

Programa Inovativa Brasil: criado em 2013 pelo Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços e executado pela Fundação Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras (CERTI) em parceria com SEBRAE e SENAI. Esse é um programa gratuito, abrangente e completo de aceleração de *startups* em larga escala no Brasil, tendo também negócios inovadores de qualquer setor como público alvo. As *startups* participantes precisam ter o faturamento anual de até R\$ 3,6 milhões e que não tenham recebido investimento financeiro em participação superior a R\$ 500 mil. O programa oferece cursos, atividades e capacitação em nível internacional, voltado a empreendedorismo inovador, mentores, conexões com possíveis parceiros e investidores entre outros (INOVATIVA BRASIL, 2016).

Financiadora de Estudos e Projetos (Finep): empresa pública vinculada ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação que fomenta o desenvolvimento econômico e social do país através da promoção da ciência, inovação e tecnologia em entidades públicas e privadas como universidades, empresas, etc. O Fundo de Investimento em Participações (FIPs) é um dos instrumentos utilizados pela instituição para apoiar empresas nascentes de base tecnológica, também em 2015 foi anunciado o programa Finep Startup que objetiva prover conhecimento e recursos financeiros via participação no capital das empresas (FINEP, 2016).

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae): entidade privada que promove o empreendedorismo de pequeno porte (receita anual de até R\$ 3,6 milhões) atuando no Brasil inteiro. Procura cumprir seus objetivos através de programas de capacitação, projetos de desenvolvimento e promoção da atividade, feiras entre outras formas utilizadas para difundir e fortalecer o empreendedorismo no Brasil. Nos últimos anos, tem apresentado algumas iniciativas regionais que focam em auxiliar as *startups* como o programa StartupRS (programa que auxiliou no desenvolvimento da Makadu), Identidade Startup, Programa de Capacitação Startup SC, Ecossistema Startup Paraná, são alguns dos projetos realizados pela entidade para aceleração e promoção das empresas.

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI): instituição privada, sem fins lucrativos, provendo suporte à área da indústria e tecnologia principalmente através da educação e formação de capital humano. Através de parcerias com órgãos públicos e privados, realiza ações que promovem o desenvolvimento de *startups*, o Edital SENAI SESI de Inovação é um exemplo, ao oferecer até R\$ 400 mil a projetos selecionados de inovação em empresas industriais e *startups* de base tecnológica. Novos laboratórios também foram disponibilizados oferecendo orientação, suporte técnico e equipamentos para auxiliar *startups* brasileiras.

Aceleradoras: o capítulo 4 deste trabalho abordou o conceito de aceleradoras, que apresentam uma estrutura de assessoramento intensiva auxiliando a empresa a desenvolver um produto ou serviço, mas principalmente auxiliam em como se inserir e sobreviver no mercado.

Incubadoras: O capítulo 4, que retrata as *startups*, já conceituou e mostrou a importância dessa ferramenta para a edificação e progresso das *startups*. Além de se diferenciarem das aceleradoras pelo tempo de permanência da empresa (de 6 até 3 anos ao passo que aceleradoras costumam manter as empresas pelo período inferior de um ano), também propiciam uma estrutura de pesquisa por possuir uma sinergia maior com universidades e centros de ensino. O processo de incubação acaba sendo ligeiramente mais focado no produto ou serviço a ser oferecido.

Um estudo realizado pela Anprotec, em parceria com o Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), de 2011, apontou que existiam na época 384

incubadoras no país, com 2.640 empresas incubadas, estas empresas geraram 16.394 postos de trabalho. Nessas incubadoras já foram graduadas 2.509 empresas que hoje empregam 29.205 pessoas e faturam R\$ 4,1 bilhões. Destacam-se também outros dados importantes nesse estudo que revela que, dessas empresas incubadas, 98% delas inovam seja em âmbito nacional ou mundial (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORA DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES, 2011). Não foram encontrados dados específicos quanto aos números relativos apenas das *startups*, mas pode se ter uma ideia do potencial e importância que as incubadoras têm para a formação de um ecossistema para as *startups*.

Associação Brasileira de Startups (ABStartups): organização sem fins lucrativos que busca integrar e promover o ecossistema de *startups* brasileiro para aumentar a competitividade das *startups* em nível mundial, através de projetos, eventos, fornecendo informação, entre outros. Conta com aproximadamente 4 mil *startups* e 38 mil empreendedores parceiros de todos estados brasileiros.

Estes são alguns dos elementos que compõe e ajudam a formar um ecossistema favorável ao desenvolvimento de *startups* no Brasil. Ainda faltam alguns componentes, assim como uma maior quantidade de esforços, principalmente de órgãos públicos, que facilite a entrada e estruturação das *startups* para que tenham capacidade de permanecer no mercado e manter um caráter inovador na economia.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho apresentou a importância do empreendedorismo, seu impacto na sociedade e o cenário brasileiro deste segmento. Nota-se uma tendência de aumento na atividade empreendedora principalmente motivado por oportunidade, o que, segundo Dornelas, é normalmente vinculado a países desenvolvidos. Esse crescimento também se evidencia com as *startups*, destacadas por seu potencial de inovação, essas empresas nascentes apresentam um forte vínculo com o empreendedorismo citado por Schumpeter. As *startups* são uma nova forma de empreender, essas empresas, para se inserir no mercado e se desenvolver, contam com algumas entidades (aceleradoras, incubadoras, investidores anjos) formando um ambiente único de troca de experiências e conhecimento, agregando instituições públicas e privadas em prol da evolução dessas empresas e conseqüentemente da economia. Pelo seu caráter inovador e ao buscarem ser repetível e escalável, cria-se a possibilidade de *startups* desenvolverem posições de monopólio. Por esses dois fatores em especial, acredita-se que as *startups* se encaixam no perfil de inovações schumpeterianas. Além de terem por alvo criar novidades, pois a inovação é um dos objetivos principais ao se criar uma *startup*, deve se observar que esse objetivo não é realizado por todas, mas é almejado pela maioria, inclusive a inovação é um fator muitas vezes decisivo para obter-se incentivos tanto públicos quanto privados. Para ter condições de fazer maiores afirmações a respeito do impacto em ciclos econômicos e caráter inovador, fazem-se extremamente necessários mais estudos referentes a essas empresas nascentes e a repercussão no sistema econômico. Pois ainda está sendo vivenciada a estruturação das *startups* na sociedade, quando sua posição for sólida será possível ter real noção do papel dessas empresas na história econômica contemporânea.

Levando em conta suas características e potenciais observados, as *startups* mostram-se relevantes para o desenvolvimento econômico e social do país, tendo isso em vista e para que tenham condições de competir em nível mundial, torna-se necessária a construção de um ecossistema favorável para o desenvolvimento dessas empresas em território nacional. Esse ambiente formado por diversos elementos

(políticos, culturais, social) encontra-se ainda em fase de construção no Brasil, apesar de existirem leis que beneficiam o empreendedor e conseqüentemente as *startups*, e alguns programas governamentais (a maioria é feita em parceria com entidades privadas), percebe-se que poderia haver maior envolvimento do Estado na promoção destas empresas para fortalecer o ecossistema e, assim, elevar o número de *startups* de sucesso no país.

O brasileiro é criativo, está tendo um interesse cada vez maior em ter seu próprio negócio e as *startups* são uma modalidade que se encaixa no perfil das novas gerações, conectadas com o mundo, tecnologia e novidades. Logo a tendência é que essa modalidade cresça de forma exponencial no Brasil e no mundo. Com o objetivo de haver um maior controle das necessidades e entendimento dos caminhos que as *startups* estão seguindo a fim de auxiliar na evolução da atividade, fazem-se necessários mais estudos e pesquisas quantitativas em território nacional.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS - ABSTARTUP. **Startup Base**. 2016. Disponível em: <<http://startupbase.abstartups.com.br/status>> Acesso em: 15 maio 2016
- AIR, BED AND BREAKFAST - AIRBNB. **Quem Somos**. 2016. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/about/about-us>>. Acesso em: 09 mar. 2016
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORA DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES - ANPROTEC. **Estudo, análise e proposições sobre as incubadoras de empresas no Brasil**. Brasília, 2011.
- ARRUDA, C.; et al. **O Ecossistema Empreendedor Brasileiro de Startups: uma análise dos determinantes do empreendedorismo no Brasil a partir dos pilares da OCDE**. Nova Lima: Fundação Dom Cabral, 2013
- BLANK, Steve; DORF, Bob. **The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company**. California: K&S Ranch, 2012.
- BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 6625/2013**. Brasília, 2013. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=598004> > Acesso em: 16 maio 2016
- CB INSIGHTS. **The Top 20 Reasons Startups Fail**. 2014. Disponível em: <<https://www.cbinsights.com/research-reports/The-20-Reasons-Startups-Fail.pdf>> Acesso em: 15 abr. 2016
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CHRISTIANSEN, J. D. **Coping Y Combinator: A framework for developing Seed Accelerator Programmes**. 2009. MBA Dissertation / Individual Project. Judge Business School & Jesus College, Cambridge. University of Cambridge, Cambridge, 2009.
- CONCEIÇÃO, O. A. C. A centralidade do Conceito de inovação tecnológica no processo de mudança estrutural. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 21, n. 2. 2000
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios**. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- _____. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

EMPREENDEDORISMO. **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**. 2013. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/empreendedorismo>> Acesso em: 10 maio 2016.

EMPRESOMETRO. **Empresômetro das Micros e Pequenas Empresas**. 2014. Disponível em: <<http://empresometro.cnc.org.br/Estatisticas>> Acessado em: 9 maio 2016.

ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedores Brasileiros: Perfis e Percepções**. 2013. Disponível em: <<http://promo.endeavor.org.br/pesquisa-empreendedores-relatorio-completo>> Acessado em: 20 maio 2016

FARAH JÚNIOR, M.F. A Terceira Revolução Industrial e o Novo Paradigma Produtivo: Algumas Considerações sobre o Desenvolvimento Industrial Brasileiro nos Anos 90. **Revista FAE**, Curitiba, v.3, n.2, p. 45-62, maio/ago. 2000

FINANCIADORA DE ESTUDOS E PROJETOS - FINEP. **Manual de Oslo Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3. ed. [s l] : OECD/DCOM, 1997.

_____. O que apoiamos. 2016 Disponível: <<http://www.finep.gov.br/apoio-e-financiamento-externa/o-que-apoiamos>>. Acesso em: 17 maio 2016

FLASH EUROBAROMETER 354 (Eurobarometer). “Entrepreneurship in the EU and Beyond.” European Commission. 2012. Cidade de Bruxelas. Disponível em: <http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf> Acessado em: 2 maio 2016

FREEMAN, C.; PEREZ, C. Structural crises of adjustment: business cycles and investment behaviour. In: DOSI, G. et al (Ed.). **Technical Change and Economic Theory**. London: Pinter, 1988.

FUNDACITY. **Fundacity Investment Report Brazil**. 2015. Disponível em:<<http://www.fundacity.com/investment-report-brazil-2015>> Acesso em: 15 maio 2016

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo**. Curitiba: IBQP, 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf>. Acesso em: 19 maio 2016

HARVARD BUSINESS SCHOOL. **Performance Persistence in Entrepreneurship**. Boston. 2008. Disponível em: < <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-028.pdf>> Acesso em: 12 abr. 2016

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEAPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO E TRIBUTAÇÃO - IBPT. 2013. Causas de Desaparecimento das Micros e Pequenas Empresas. Disponível em: <<http://www.ibpt.com.br/img/uploads/novelty/estudo/701/CausasDeDesaparecimentoDasMicrosEPequenasEmpresas.pdf>> Acessado em: 23 maio 2016

INOVATIVA BRASIL. **Conheça o programa**. 2016. Disponível em: <<http://www.inovativabrasil.com.br/conheca-o-programa/inovativa-brasil/>>. Acesso em: 17 maio 2016

ISENBERG, D. Entrepreneurship Ecosystem Lessons. **Babson Entrepreneurship Ecosystem Project**. 2015. Disponível em: <<http://entrepreneurial-revolution.com/lessons/>> Acesso em: 15 maio 2016

UNIÃO INTERNACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES - ITU. **ICT Facts & Figures**. Genebra, 2015. Disponível em: <<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>> Acessado em: 10 abr. 2016

LAHORGUE, M. A. Incubadoras de empresas no Brasil, quadro a partir das avaliações realizadas no período de 2000-2007. **Temas**, Cidade, v. 12, n. 17, 2008.

LEIFER, R. et al. **Radical Innovation: how mature companies can outsmart upstarts**. Boston: Harvard Business Review Press, 2000

LUZ GERAÇÃO EMPREENDEDORA. **Panorama das start-ups brasileiras**. 2012. Disponível em: <<http://www.ufal.edu.br/empreendedorismo/downloads/manuais-guias-cartilhas-e-documentos-sobre-empreendedorismo-e-inovacao/panorama-de-startups-brasileiras>> Acesso em: 19 maio 2016

MERCADO DE STARTUPS cresce no Brasil e movimentada quase R\$ 2 bi. **G1 GLOBO**, Rio de Janeiro, 12 jan. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2014/01/mercado-de-startups-cresce-no-brasil-e-movimentada-quase-r-2-bi.html>> Acesso em: 10 maio 2016

MORAES, M. J. 10 startups de sucesso no Brasil. **Business Review Brasil**, Rio de Janeiro 1 nov. 2015. Disponível em: <<http://www.businessreviewbrasil.com.br/top10/1737/10-startups-de-sucesso-no-Brasil>> Acesso em: 9 mar. 2016

O QUE É uma startup?. **Exame**, São Paulo, 20 out. 2010. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/o-que-e-uma-startup>>. Acesso em: 09 fev. 2016

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Definição de microempreendedor individual**. 2016. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>. Acesso em: 16 maio 2016

PROGRAMA incentiva os pequenos negócios a crescer. **Portal Brasil**, 30 jul. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2014/05/programa-incentiva-os-pequenos-negocios-a-crescer>> Acesso em: 17 maio 2016

RIES, Eric. **A Startup Enxuta**: Como Os Empreendedores Atuais Utilizam a Inovação Contínua para Criar Empresas Extremamente Bem-sucedidas. São Paulo: Leya Brasil. 2012

ROBEHMED, Natalie. What Is A Startup?. **Forbes**, Jersey City, 16 dez. 2013. Disponível em <<http://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#b481ed4c63fc>>. Acessado em: 13 fev. 2016

SALOMÃO, Karin. Airbnb foi rejeitado 7 vezes antes de valer US\$ 25,5 bi. **Exame**, São Paulo, 20 set. 2015. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/airbnb-foi-rejeitado-7-vezes-antes-de-valer-us-25-5-bi>> Acessado em: 12 maio 2016

SAMOR, Geraldo. Em nova rodada, Uber é avaliado em US\$51 bilhões. **Veja**, Cidade, 31 jul 2015. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/mercados/telecom-tecnologia-e-internet/em-nova-rodada-uber-e-avaliado-em-us51-bilhoes/>> Acesso em: 19 mar. 2016

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1984.

_____. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Brasília. 2014.

_____. **Pequenos negócios no Brasil**: indicadores das MPE. 2014. Disponível em: <<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/apresentacao/pequenos-negocios-no-brasil---indicadores-das-mpe>>. Acesso em: 19 fev 2016

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE; CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA - CNI. **Observatório da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa**. 2016. Disponível em: <<http://www.leigeral.com.br/portal/main.jsp?lumPagelD=FF8081812658D379012665B59AC01CE8>> Acessado em: 24 maio 2016

SOUZA, Nali de Jesus. **Desenvolvimento econômico**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

START-UP BRASIL. **Saiba tudo sobre o Start-Up Brasil**. 2016. Disponível em: <http://startupbrasil.org.br/sobre_programa/>. Acesso em: 16 maio 2016

START-UP BRASIL: primeira turma de aceleração apresenta resultados positivos. **Portal Brasil**. 7 nov. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2014/11/start-up-brasil-primeira-turma-de-aceleracao-apresenta-resultados-positivos>>. Acesso em: 17 maio 2016

STARTUP GENOME. **Startup Genome Report Extra on Premature Scaling: A deep dive into why most high growth startups fail**. 2011. Disponível em: <<http://innovationfootprints.com/wp-content/uploads/2015/07/startup-genome-report-extra-on-premature-scaling.pdf>> Acesso em: 18 abr. 2016

VINTON, K. 14 startups unicórnio que formaram bilionários. **Forbes Brasil**, 14 mar. 2016. Disponível em: <<http://www.forbes.com.br/listas/2016/03/14-startups-unicornio-formaram-bilionarios/#foto7>> Acessado em: 26 maio 2016

ZUINI, Priscila. Crise não chegou para startups, diz Amure Pinho, da ABStartups. **Pequenas Empresas e Grandes Negócios**, Cidade, 3 nov. 2015. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2015/11/crise-nao-chegou-para-startups-diz-amure-pinho-da-abstartups.html>> Acesso em: 16 abr. 2016

APENDICE A - ENTREVISTA COM LUCAS KUNZLER, SÓCIO-FUNDADOR DA EMPRESA MAKADU

Qual foi a ideia e nome inicial do projeto Makadu, e como foi o processo até a versão atual?

A ideia inicial era facilitar o processo de perguntas em palestras de eventos científicos. O padrão dos eventos é abrir espaço para perguntas após a exposição do palestrante, normalmente se usa papel ou o participante fala direto no microfone. Usar papel e caneta para esse tipo de coisa já é considerado arcaico e dar liberdade para falar ao vivo pode causar desde atrasos até constrangimentos. A partir desse problema começamos a falar com organizadores de eventos para entender o que é importante pra eles, a partir disso fomos ajustando nossa apresentação e procurando vender mesmo sem ter escrito nem uma linha de código. Com os primeiros clientes iniciamos o desenvolvimento do MVP (Minimum Viable Product) que até abril de 2015 foi o produto que entregamos. Nas iterações até chegar ao MVP já agregamos a funcionalidade de download da apresentação dos palestrantes (PPTs) e avaliação das palestras.

Qual é o serviço/produto oferecido pela Makadu?

Hoje oferecemos soluções digitais para o ramo de eventos, focando principalmente no conteúdo científico. Não trabalhamos com inscrições ou hardware por exemplo, mas sim com tudo que envolve o conhecimento como os slides e perguntas já citados. A avaliação das palestras e do evento é um pouco tangencial ao nosso foco mas como isso ajuda o planejamento do conteúdo dos próximos eventos nós fizemos essa concessão. Os dois produtos principais hoje são o aplicativo e o sistema para apresentação de pôsteres digitais. O aplicativo hoje permite ao usuário acessar a programação atualizada do evento, enviar perguntas, solicitar as apresentações, avaliar o evento e as palestras e recentemente adicionamos a votação interativa. Essa votação consiste em uma consulta ao público através de perguntas em real time, é muito utilizada para discussão de casos clínicos em eventos médicos mas o uso mais famoso eu acredito que seja no programa do Faustão. Os clientes nos pedem isso faz tempo porque a solução atual é muito custosa já que é necessário contratar uma empresa para colocar a infraestrutura e alugar os equipamentos individuais para o público, nós permitimos que os usuários usem os seus smartphones para isso e transmitimos os dados por rede wifi.

Por que você considera a Makadu uma startup?

Eu considero o termo startup pouco claro hoje em dia, convivendo nesse meio já ouvi diversos conceitos diferentes. Pra mim é apenas um rótulo sem grandes consequências práticas. Uma das grandes referências no começo da empresa foi o conceito, e livro, Lean Startup do Eric Reiss. Também participamos da primeira turma do programa StartupRS e ganhamos o primeiro prêmio. Então o termo startup é algo que vem de fora da empresa na minha opinião, mas não me importo com isso.

Como foi a construção do time que compõem a empresa, a partir dos socio-fundadores? Existe algum membro contratado assalariado?

Nós buscamos a equipe de desenvolvimento através de indicações de conhecidos. O MVP foi feito por programadores freelancer que participaram apenas dessa empreitada inicial. Validado o MVP nós buscamos a equipe definitiva, primeiro dois desenvolvedores mobile (Android e iOS), depois de alguns meses agregamos um desenvolvedor backend para criarmos uma API (Application Program Interface) própria, até então usamos o Parse que é um serviço de backend as a service. Os programadores são prestadores de serviço (PJ), eles trabalham em outros projetos também além da Makadu, o que acaba gerando uma troca de conhecimento interessante entre os projetos. Em dezembro de 2015 nós contratamos uma vendedora que é funcionária assalariada, ela também veio através de indicação. Nós fizemos o primeiro processo seletivo “de verdade” esse ano quando

contratamos nosso estagiário. Nós divulgamos a vaga apenas através da nossa página do facebook e rapidamente recebemos mais de cem currículos de interessados. Desses selecionamos dez para uma entrevista presencial e tivemos que tomar uma decisão bastante difícil de quem contratar já que todos que chegaram à entrevista eram muito bons. Depois de selecionado nós fizemos os trâmites burocráticos através do CIEE.

Qual foi a trajetória percorrida afim de obter conhecimento e investimento financeiro na empresa? Participaram de alguma aceleradora, incubadora, ou obtiveram o auxílio de um investidor anjo?

Logo no começo nós fomos selecionados para a primeira turma do StartupRS um programa do SEBRAE, o programa consiste em uma série de workshops com aceladoras, investidores, outras empresas e com o próprio SEBRAE, intercalado com esses workshops nós tivemos sessões individuais de mentoria com a Semente aceleradora. No quesito financeiro, nós tivemos dois investidores no estágio de seed que contribuíram para financiar o MVP, depois nos mantivemos com receita própria. No final de 2015 fizemos uma parceria com a ITS Tecnologia que tem um plano piloto de *venture building* e estão nos usando como primeiro case. Recebemos deles um aporte financeiro e mais uma cota de serviços prestados por eles, no nosso caso específico gestão de social media e design além do acompanhamento e mentoria por parte dos gestores da empresa.

Tiveram algum benefício governamental, seja através de programas, leis ou até mesmo isenção fiscal?

Nós participamos do programa StartupRS como eu comentei na resposta anterior mas do ponto de vista fiscal é sem dúvidas o SIMPLES. Eu acho a estrutura tributária e fiscal brasileira absurdamente complicada e poder contar com uma alternativa simplificada nos poupa muito tempo e dinheiro já que as alíquotas são diferenciadas também.

Em que estágio de desenvolvimento você considera que a sua startup está? Quais são os próximos passos para a Makadu?

Nós estamos em fase de expansão para o mercado brasileiro e internacional, hoje atendemos principalmente o Rio Grande do Sul mas aos poucos estamos nos espalhando. No próximo mês realizaremos um evento em Belém/PA e outro em Playa del Carmen (México) por exemplo. O próximo passo é escalar e tentar crescer de maneira exponencial. Em quesito de produto nós estamos em constante aprimoramento mas a próxima etapa significativa é a integração com APIs externas.