

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

PEDRO HENRIQUE BANDEIRA DE PÁDUA

***STARTUPS*: UM PANORAMA SOBRE CARACTERÍSTICAS, EVOLUÇÃO E
POLÍTICAS DE FOMENTO NO BRASIL**

**UBERLÂNDIA – MG
2023**

Pedro Henrique Bandeira de Pádua

**STARTUPS: UM PANORAMA SOBRE CARACTERÍSTICAS, EVOLUÇÃO E
POLÍTICAS DE FOMENTO NO BRASIL**

Monografia apresentada ao Instituto de Economia e Relações Internacionais da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Ciências Econômicas

Orientadora: Prof. Dra. Marisa dos Reis Azevedo Botelho

**UBERLÂNDIA – MG
2023**

Pedro Henrique Bandeira de Pádua

**STARTUPS: UM PANORAMA SOBRE CARACTERÍSTICAS, EVOLUÇÃO E
POLÍTICAS DE FOMENTO NO BRASIL**

Monografia apresentada ao Instituto de Economia e Relações Internacionais da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Ciências Econômicas

Orientadora: Profa. Dra. Marisa dos Reis Azevedo Botelho

Uberlândia – MG, 2 de janeiro de 2023

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Marisa dos Reis Azevedo Botelho

Profa. Dra. Ana Paula Macedo de Avellar

Prof. Dr. Marcelo Sartorio Loural

AGRADECIMENTOS

E aqui se encerra mais um ciclo em minha trajetória, com um sentimento de alegria e dever cumprido.

Meus primeiros agradecimentos vão aos meus pais, Sandra e Pedro, só a gente sabe como foi difícil esses anos que se passaram. E sou grato do fundo do meu coração por todos os sacrifícios feitos com o objetivo de me ajudar a alcançar meus objetivos.

Gostaria de agradecer também ao meu irmão Guilherme, por ter me servido de inspiração e sempre me apoiar em todas as empreitadas.

Aos meus amigos feitos em Uberlândia, por todo suporte e parceria ao longo desses.

A minha orientadora, Marisa, agradeço muito pela paciência, compreensão, e principalmente por me guiar e auxiliar na construção deste trabalho.

Por fim gostaria de agradecer a todos os professores do Instituto de Economia e Relações Internacionais pela dedicação com o objetivo de sempre estar formando mais profissionais de qualidade.

Por fim, agradeço a todos que foram importantes em minha trajetória e para o meu amadurecimento. Muito obrigado!

RESUMO

A cada ano que passa o tema das *Startups* vêm ganhando notoriedade em termos globais, onde parte desse impacto vem das grandes *Startups* estarem presentes no dia a dia das pessoas. Sob essa perspectiva, o objetivo deste trabalho é analisar o contexto de surgimento das *Startups*, as suas diferentes fases, bem como as políticas de fomento disponíveis aos empreendedores brasileiros. Como base teórica foram utilizados os conceitos de concorrência schumpeteriana e a importância da inovação para o crescimento e desenvolvimento de novas tecnologias, com base na obra de Schumpeter. Como metodologia foi adotada a pesquisa bibliográfica, que contou com o levantamento de materiais já publicados sobre o tema em bases de dados como a Scielo e o Google Acadêmico. Durante a pesquisa realizada, foi analisado, especificamente, o caso do Brasil, dado o surgimento e crescimento das *Startups* desde o ano de 2010, considerado o ano em que essas empresas começaram a surgir no Brasil. Com a pesquisa realizada foi possível observar que a inovação é um dos fatores principais para o desenvolvimento das *Startups*, que no Brasil contaram com incentivos das esferas governamental e privada, para o seu fomento no país. Além disso, foi possível observar a partir da realização do trabalho que, mesmo que tenham pouco tempo de participação, as *Startups* têm ganhado relevância para o desenvolvimento do país.

Palavras-chave: *Startup*, concorrência, empreendedorismo, fomento, investimento, inovação.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 CONCORRÊNCIA E INOVAÇÃO NO MODELO DE NEGÓCIOS ATUAL... 12	12
2 O QUE SÃO AS <i>STARTUPS</i>.....	18
2.1 COMO SURGEM AS <i>STARTUPS</i>	22
2.1.1 Elaboração de uma <i>Startup</i>.....	23
2.1.2 Público-alvo	24
2.1.3 Modelos de negócio	26
2.1.4 Fases de uma <i>Startup</i>	28
2.1.5 Tipos de investimento para cada fase.....	29
3 EVOLUÇÃO DAS <i>STARTUPS</i>	33
4 MODALIDADES DE FOMENTO	39
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS.....	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Modelo ideal de crescimento de uma startup	19
Gráfico 2 - Startups por público alvo	25
Gráfico 3 - Startups por modelo de negócio	27
Gráfico 4 - Volume de investimento nos últimos 10 anos em startups	37
Gráfico 5 - Investimento e criação de negócios por estágio da startup	37

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Definições de Concorrência	14
Quadro 2 - Evidências empíricas sobre a entrada de empresas com inovações	16
Quadro 3 - Principais definições encontradas para startups	20
Quadro 4 - Diferença entre o modelo B2B e B2C	26
Quadro 5 - Etapas do processo de aceleração adotado pelas aceleradoras ..	30
Quadro 6 - Top 10 Estados com startups	34
Quadro 7 - Segmentos e quantidade de empresas	35
Quadro 8 - Programas de fomento às startups do Governo	42
Quadro 9 - Séries de investimento em venture capital	44

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estágios de investimento e capital de risco nas fases iniciais das startups	31
---	----

INTRODUÇÃO

A temática do trabalho em questão é apresentar um panorama sobre as *Startups*, passando desde sua criação e fases, até as políticas de fomento e resultados no Brasil. De acordo com Missunaga et al (2016), o ambiente de negócios atual, que tem como principais características a globalização, a competitividade e as tecnologias avançadas, tem feito com que as empresas busquem inovar na prestação de serviços e fornecimento de produtos para o seu público alvo.

Nesse sentido, Schumpeter (1961) em seus estudos destaca que a concorrência e a inovação andam lado a lado, e que a inovação, realizada por um agente inovador, é fundamental para que as empresas se desenvolvam com o passar dos anos.

Pode-se assim dizer que a busca por diferentes produtos e serviços, juntamente com o acirramento do ambiente concorrencial das empresas, também tem feito com que surjam novas configurações das empresas, buscando atender as pessoas de uma forma mais eficiente, adotando práticas inovadoras na forma como os serviços são oferecidos.

Com base nesse pensamento, para Cunha Filho, Reis e Zilber (2018) as *startups* surgem como empresas que apresentam características marcantes de inovação, crescimento e tecnologia.

Desde a sua composição até a sua maturidade, em cada fase que compõe o seu ciclo de formação, desde a ideação até a fase de tração, as *startups* apresentam desafios particulares, cujas linhas de ações determinam especificamente a sustentabilidade das suas propostas, que são o resultado da vantagem competitiva observada na introdução e no sucesso do produto no mercado em que será inserido (CUNHA FILHO; REIS; ZILBER, 2018).

E é nesse sentido que Assunção e Fernandes (2021) destacam que cada dia mais as *startups* têm ganhado espaço no mercado empresarial. Elas são dinâmicas, ágeis, flexíveis e têm potencial de crescimento rápido e rentável, pois, assumem riscos altos e inovam sempre de forma disruptiva em conformidade com aquilo que irá proporcionar para a sociedade de modo geral.

Com base nesses pensamentos e diante a observação do crescimento das *startups* no cenário atual, o trabalho em questão é justificado pela

necessidade de compreender como é a formação de uma empresa com essas características e como são as fases que envolvem o seu desenvolvimento.

Dessa forma, o objetivo do trabalho foi transmitir às instituições e ao público geral, como é o surgimento de uma *startup*, quais suas principais fases e as principais modalidades de fomento no país para a modalidade. Além disso, também tem como objetivos específicos discorrer sobre a concorrência da empresa contemporânea atual apontando como as mudanças levaram ao surgimento das *startups*.

O trabalho foi estruturado da seguinte forma: a primeira seção tratou sobre como a concorrência das empresas transformou as empresas nos dias atuais, levantando o seu impacto no desenvolvimento e na configuração de organizações que buscam se adequar às inovações tecnológicas atuais.

Em seguida, a segunda seção abordou especificamente sobre as *startups*, detalhando o seu surgimento e criação, as fases de fomento, as suas principais modalidades e os tipos de investimentos necessários para cada uma das fases de uma empresa dessa configuração.

Posteriormente, o trabalho apresentou as considerações finais reunindo as principais ideias encontradas durante a realização da pesquisa em questão sobre as *startups*.

A metodologia adotada para o desenvolvimento do trabalho foi a pesquisa bibliográfica, que segundo Marconi e Lakatos (1992), consiste no levantamento de material publicado, em forma de livros, revistas, publicações online e escritas, as quais contribuíram para o desenvolvimento do trabalho e para a formulação das teorias apresentadas no decorrer do mesmo.

1 CONCORRÊNCIA E INOVAÇÃO NO MODELO DE NEGÓCIOS ATUAL

Algo essencial para a concorrência é analisar o processo de inovação dentro da economia do mercado, visto que é nessa ação competitiva que a evolução do sistema capitalista está fundamentada. A teoria schumpeteriana é utilizada para analisar justamente o processo de concorrência e inovação, visto que ela tem um poder explicativo para com a realidade da economia capitalista dos dias atuais.

A força do empreendedorismo e da inovação são vistas cada dia mais nos últimos anos onde as pessoas têm buscado empreender para se sobressair, principalmente as crises econômicas que, de tempos em tempos, assolam os países, no sentido geral (MAZZUCATO, 2014).

Não obstante, o mercado em si, a competitividade e os desafios no mundo empreendedor geram oportunidades para o empreendedorismo, e assim algumas imperfeições podem ser observadas no que concerne à criação de novas empresas para ganhar o cenário.

Essas imperfeições podem surgir por vários motivos, sendo eles:

[...] a falta de vontade das empresas privadas de investirem em determinadas áreas, como pesquisa básica, nas quais não podem auferir lucros porque os resultados são um “bem público” acessível a todas as empresas (resultados de P&D básicos são uma externalidade positiva); o fato de as empresas privadas não incluírem o custo da poluição causada por elas ao fixarem seus preços (a poluição é uma externalidade negativa); ou o fato de que o risco de certos investimentos é alto demais para que uma única empresa possa arcar com ele (levando a mercados incompletos) (MAZZUCATO, 2014, p.40-41).

A descoberta da tecnologia e das inovações nas áreas de empreendedorismo, como no caso das *startups* citadas anteriormente, foi um fator que levou o público, de modo geral, a buscar novas formas de empreender. A autora Mazzucato (2014) aponta que o surgimento da tecnologia e da internet aconteceram devido à visão do governo, de que ainda havia uma área que não tinha sido sondada pelo mesmo de forma aprofundada.

Na época do surgimento das tecnologias ainda havia receio por parte das empresas, no seu uso. Porém, com o passar dos anos a necessidade de

inovar, empreender e investir foram surgindo, e as organizações começaram por si só buscar meios de sobreviver no mercado competitivo que passou a se formar (SCHUMPETER, 1961).

Hoje uma empresa ou organização que adota uma agenda de inovação inteligente, atrelada ao alcance de suas principais metas e objetivos, é uma empresa que se sobressai a partir da criação de condições para o desenvolvimento de ideias consideradas brilhantes (MAZZUCATO, 2014).

Schumpeter (1997) aponta que a inovação impõe à sociedade uma nova mercadoria, e significa produzir a um custo menor por unidade, acabando com a antiga curva de oferta, assim o desenvolvimento econômico, por sua vez, fica diretamente relacionado ao surgimento de novas combinações e novas organizações no sentido inovador.

Durante muito tempo, os economistas e pesquisadores na era da informação, buscaram criar um modelo de crescimento organizacional, porém, com o passar dos anos e o advento da tecnologia de informação nas empresas, esse modelo foi desconstruído e as organizações passaram a buscar sua própria forma de inovação e garantia do primeiro lugar junto às outras empresas. E os economistas e pesquisadores passaram a ver como era crucial o papel da tecnologia para o crescimento econômico das organizações, sendo necessário que eles passassem a pensar formas de incluir a tecnologia nos modelos econômicos das organizações (MAZZUCATO, 2014).

O empreendedorismo, nesse sentido, é um dos temas menos compreendido e pouco analisado. O empreendedor é alguém disposto a transformar uma nova ideia em uma inovação bem sucedida, não é apenas montar um novo negócio, mas torná-lo um negócio capaz de produzir um novo produto para substituir aquele já existente de uma maneira mais qualificada (MAZZUCATO, 2014).

O empreendedorismo, de modo geral, é um processo de desconstrução criativa, que visa substituir algo que já foi criado previamente no mercado por algo diferente e mais satisfatório ao público. Nesse sentido considera-se que a desconstrução criativa, ou destruição, é a principal responsável pelo crescimento econômico a longo prazo, uma vez que cada nova tecnologia ou invenção criativa leva a uma destruição criativa (MAZZUCATO, 2014; SCHUMPETER, 1961).

A concorrência é o principal fator que tem feito com que as empresas, no sentido geral, busquem inovar e modificar suas estratégias de negócio se mantendo a par daquilo que o público tem buscado nos dias mais atuais.

Segundo Possas (2013), existem diferentes visões de concorrência as quais valem ser citadas no presente trabalho. Existe a noção clássica de concorrência, a concorrência em Marx e a noção neoclássica de concorrência, as quais podem ser vistas no Quadro 1:

Quadro 1 - Definições de Concorrência

Concorrência	Definição
Noção Clássica de Concorrência	Está associada à livre mobilidade do capital entre diferentes indústrias, implicando a livre entrada (livre iniciativa) ou ausência de “barreiras à entrada”. A concorrência era vista como um processo que se desenrola ao longo do tempo, pelo qual os investimentos são atraídos pelas indústrias que proporcionam maior taxa de lucro, afastando-se das de menor rentabilidade. A concorrência não é objeto de análise em si, mas só interessa pelos seus efeitos tendenciais ou de longo prazo, associados à teoria da determinação dos preços e da taxa de lucro de equilíbrio.
Concorrência em Marx	Para Marx, a concorrência também era considerada mais como um processo auxiliar – embora importante – para atingir determinados fins previstos pela teoria, do que como um objeto em si mesmo digno de ser teorizado. Na concepção de Marx a concorrência não tem o status de gerar por si mesma efeitos relevantes na economia capitalista; ela cumpre apenas um papel intermediário de “executar” as “leis de movimento” (para usar sua expressão) dessa economia, determinadas em nível mais “fundamental” (das relações de produção e das leis do capital) que o nível “superficial” da concorrência, incapaz de criar ou afetar essas determinações.
Noção Neoclássica de Concorrência	Trata-se da noção de concorrência perfeita, associada ao atomismo de mercado (tanto na oferta como na demanda), em que as empresas individuais são tomadoras de preço (<i>price takers</i>), ou seja, incapazes de afetar o preço de mercado, determinado pelo equilíbrio entre oferta e demanda, com preço de mercado igual a seu custo marginal

Fonte: Adaptado de Possas (2013).

A visão de Schumpeter sobre a concorrência é uma noção ortodoxa, porém, muito interessante. Ela é conhecida como a concorrência schumpeteriana, e sua principal característica está no fato de que ela se insere dentro de uma visão dinâmica e evolucionária do funcionamento da economia capitalista, da qual a evolução é vista a longo prazo com base em um processo ininterrupto de introdução e difusão de inovações nas organizações (POSSAS, 2013).

Segundo Possas (2013) a concorrência schumpeteriana é caracterizada por uma busca permanente de diferenciações por meio de agentes que fazem

o uso de estratégias deliberadas para obter vantagens competitivas que proporcionam lucro à organização, mesmo que esses sejam temporários.

Em suma, esse tipo de concorrência é relacionado quando há criação de oportunidades lucrativas, para promover diferenciação entre as organizações. Não se trata apenas da mudança tecnológica, mas também toda e qualquer mudança no espaço econômico das empresas que buscam garantir vantagens frente aos seus concorrentes (POSSAS, 2013).

A concorrência perfeita, segundo Robinson (1934) *apud* Becker (2009), é quando a demanda de um produto de uma determinada empresa, analisada individualmente, se torna perfeitamente elástica, porém, isso deve acontecer com base em duas condições, que o mercado seja perfeito e que o número de empresas seja grande.

O capitalismo é um processo evolutivo, no qual há sempre a busca de mudanças e inovações para garantir que as empresas mantenham seu funcionamento diferenciado diante as demais. Assim, o mesmo é visto como um método de transformação econômica, onde há concorrência, a qual é essencial para a sobrevivência dos negócios (SCHUMPETER, 1961)

Nesse sentido, a inovação é algo essencial para as empresas garantirem o seu espaço diante as concorrências, a qual é algo possível especialmente quando há uma boa gestão de inovação nas organizações.

Schumpeter (1982) destaca que, para que a inovação aconteça é necessário a presença de um agente inovador, esse pode ser um agente econômico, um indivíduo, ou até mesmo uma organização que esteja disposta a concretizar a prática inovadora. A teoria analisada em questão aponta que esse agente é o que porta o mecanismo da mudança, pois é ele quem coloca em prática novos empreendimentos.

A mudança tecnológica por exemplo é um elemento fundamental pois ela tem influência marcante no avanço da sociedade e também impacta diretamente os processos de trabalho. Essa adoção de inovações impacta diretamente na concorrência estabelecida entre as empresas, onde aquela que detém maior poder inovador consegue se manter à frente do seu próprio mercado.

Segundo Hasenclever e Tigre (2013), a adoção de estratégias de inovação pelas organizações é algo fundamental. É o que permite garantir a

sua sobrevivência no mercado competitivo e garante a sua difusão no cenário econômico das empresas, de modo geral.

Hasenclever e Tigre (2013) abordam evidências empíricas sobre o processo de entrada de uma indústria que associa inovações por meio de uma abordagem econométrica e evolucionista, que podem ser vistas no Quadro 2:

Quadro 2 - Evidências empíricas sobre a entrada de empresas com inovações

<p>Abordagem econométrica</p>	<p>Enfatiza as estruturas de mercado e as características tecno econômicas da indústria para explicar a relação da taxa de entrada de novas empresas e a propensão a inovar. Entretanto, os resultados econométricos são incapazes de encontrar uma correlação significativa entre estas duas variáveis e também de precisar o sentido da causalidade para explicar se a entrada de novas empresas em uma indústria é consequência ou causa da introdução de inovações.</p>
<p>Abordagem evolucionista</p>	<p>Quando adotamos a abordagem institucionalista-schumpeteriana, os aspectos pertinentes não são mais as estruturas de mercado ou as características tecno econômicas da indústria, mas sim aquelas relacionadas ao ambiente econômico ou regime das empresas. Esta concepção tem origem nos dois modelos de Schumpeter sobre a empresa inovadora: o modelo da pequena empresa inovadora fundada pelo “gênio criador” do empreendedor e o modelo de gestão da inovação organizado pela grande empresa que procura rotinizar o processo de criação tecnológica</p>

Fonte: Adaptado de Hasenclever e Tigre (2013, p.254-255, cap. 19).

Empresas que têm como objetivo principal adotar estratégias tecnológicas devem desenvolver estruturas organizacionais compatíveis para abordar essas mudanças. E é por meio dessas, juntamente com a adoção de inovações que se torna possível que as empresas se apropriem de benefícios econômicos do progresso observado nas organizações (HASENCLEVER; TIGRE, 2013).

E para que essas estratégias tecnológicas e a adoção de inovações nas empresas sejam realizadas de uma forma satisfatória, é essencial uma boa gestão de inovação. A partir da qual, é possível compreender como a inovação tecnológica pode ser colocada em prática e como ela pode auxiliar a organização a crescer e se desenvolver como um todo (TIGRE, 2006).

Segundo dados do Mapeamento do Ecosistema Brasileiro de *Startups*, a AB *Startups* conta com mais de 13.700 mil *startups* cadastradas na base de *startups*, o que tem gerado diversos empregos em todo país (ABSTARTUPS, 2019).

Uma das formas de empreendimento e inovação adotada nos últimos anos por parte das empresas foram as *startups*, que tem sido considerada essenciais para a economia e desenvolvimento do país. Assim, a seguir serão abordadas essas empresas.

2 O QUE SÃO AS *STARTUPS*

No cenário atual presencia-se o surgimento de empresas que vêm conquistando grande fatia em seus mercados rapidamente, além de transformá-los, tendo um grande potencial de crescimento e se tornando agentes importantes na economia, estas empresas são denominadas *Startups*.

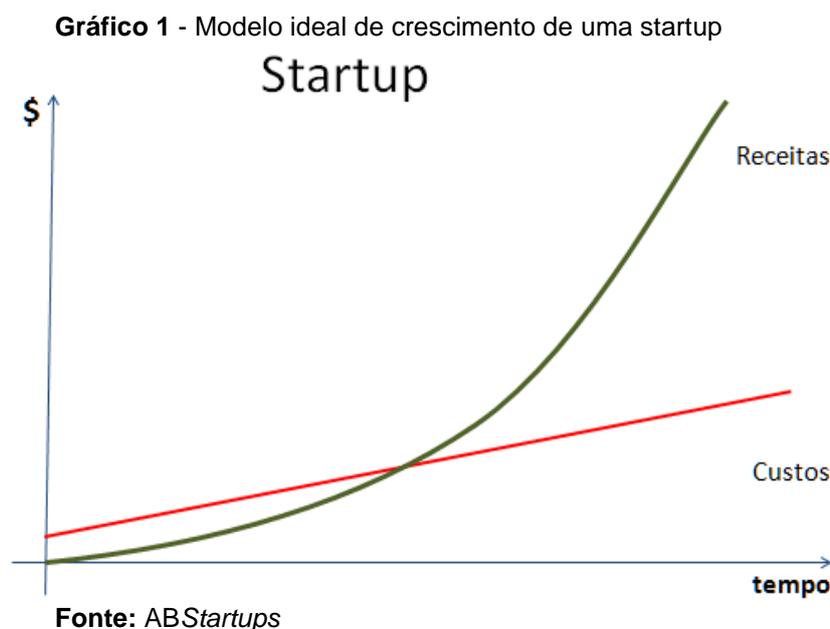
As *Startups* ganharam notoriedade no Vale do Silício, em São Francisco, Califórnia, na Universidade de Stanford, onde dois jovens empreendedores fundaram uma empresa em sua garagem, produzindo osciladores de rádio, que era um instrumento usado por engenheiros em testes de áudio. Anos depois estes jovens começaram a produzir impressoras a jato de tinta e a laser, assim fundando uma empresa chamada HP, siglas para Hewlett e Packard. Esta região ficou conhecida como o berço das *Startups*, onde novas empresas de tecnologia migravam para este polo, por conta do *network* que se construía lá e também pela abundância de Silício (motivo para o nome Vale do Silício), matéria prima para fabricação de circuitos e chips eletrônicos.

Foi dentro da realidade do Vale do Silício que surgiram as três empresas mais valiosas do mundo: Amazon, Apple e Google, todas iniciaram como *startups*, como negócios de garagem com baixo custo inicial, altamente tecnológicas e também altamente escaláveis (MAGALHÃES, 2022).

Na década de 90 o movimento de empresas de tecnologia se tornou muito forte, principalmente nos Estados Unidos, onde se iniciou a era das *ponto.com*. E foi nesta época que o termo se tornou conhecido no Brasil, no período de 1996 a 2001, conhecido como bolha da internet (bolha das *.com*). Onde, até então, tinham-se poucas empresas de tecnologia no país, e o termo era pouco conhecido.

Mas o que são estas empresas *Startups*, e o porquê deste grande crescimento e dinamismo? *Startups* são empresas embrionárias que possuem uma base inovadora, seja ela tecnológica ou não, com modelos de negócios, produtos ou serviços inovadores, estas empresas estão inseridas dentre os atores mais dinâmicos da economia mundial nas últimas décadas. Porém, junto com a inovação de cunho disruptivo que a empresa traz, vem a incerteza e o risco, que quanto maior a inovação aplicada, maior a incerteza de sucesso da empresa (RIES, 2012)

O gráfico 1 reflete o modelo ideal de crescimento de uma *Startup*, onde, ao longo do tempo, os custos crescem de forma linear e as receitas de forma exponencial. Este comportamento de crescimento se caracteriza em modelos escaláveis, onde a partir de certo ponto, a empresa cresce mantendo os custos baixos.



Existem várias definições para as *startups*, aqui convém destacar a apresentada pela Lei Complementar 167/2019, que já existia antes do recente Marco Legal das *Startups*, em seu artigo 65-A, parágrafo 1 e 2, que diz que:

§ 1º Para os fins desta Lei Complementar, considera-se *startup* a empresa de caráter inovador que visa a aperfeiçoar sistemas, métodos ou modelos de negócio, de produção, de serviços ou de produtos, os quais, quando já existentes, caracterizam *startups* de natureza incremental, ou, quando relacionados à criação de algo totalmente novo, caracterizam *startups* de natureza disruptiva.

§ 2º As *startups* caracterizam-se por desenvolver suas inovações em condições de incerteza que requerem experimentos e validações constantes, inclusive mediante comercialização experimental provisória, antes de procederem à comercialização plena e à obtenção de receita (BRASIL, 2019).

Além da definição postulada pela Lei Complementar 167/2019, o termo *Startup* possui diversas definições, elaboradas por muitos agentes importantes no ecossistema. No Quadro 3 é possível ver algumas definições destas

empresas *Startups*, enunciadas por grandes nomes que estão inseridos neste ecossistema em nível mundial.

Quadro 3 - Principais definições encontradas para *startups*

Definição	Autor
<i>“Uma Startup é uma organização temporária em busca de um modelo de negócios escalonável e repetível.”</i>	Steve Blank
<i>“Uma Startup é uma instituição humana desenhada para criar um novo produto ou serviço (elementos inovadores) em condições de extrema incerteza.”</i>	Eric Ries
<i>“Startup é uma empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente resolvendo um problema real, do mundo real. Oferece uma solução escalável para o mercado e, para isso, usa tecnologia como ferramenta principal.”</i>	ABStartups

Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

A partir destas definições podemos perceber que uma *Startup* é uma empresa nascente, mesmo que muitas grandes empresas ainda se considerarem *Startup*. O conceito de empresa nascente pode-se entender pelo fato de que estes que já são grandes players em seus setores ainda estão em constante inovação e desenvolvimento, seja de produto, serviço, modelo de negócios, tecnologia e canais, além de fortalecer a cultura da empresa.

Além disso, um ponto comum entre estas definições é o conceito da tecnologia. Ele não implica em produtos ou serviços advindos diretamente da tecnologia, e sim do negócio empregar recursos tecnológicos para que consiga reduzir custos, aumentar a eficiência de seus processos e assim viabilizar seu modelo de negócios, e principalmente, conseguir escalar o negócio. Com isso a *Startup* consegue reduzir a incerteza de sucesso, não a eliminar, pois mesmo com uma ótima estrutura a empresa enfrenta adversidades externas, como o ambiente regulatório, que no Brasil é um dos grandes obstáculos para os empreendedores.

Algumas características interessantes de empresas *Startups* são a rápida capacidade de aprendizado da organização e constante incremento ao processo de inovação. Segundo Lins Filho, Andrade e Silva (2020), a capacidade de aprendizado está ligada a capacidade de inovar destes

negócios, principalmente, em razão das *Startups* possuírem características direcionadas ao uso de novos modelos de compartilhamento de conhecimento e comunicação entre funcionários, clientes e parceiros.

O termo *startup* vem do inglês onde “*start*” significa “iniciar, começar” e “*up*” significa “para cima”. Entende-se então que uma empresa *startup*, são as novas organizações que buscam seu lugar no mercado, com inovações e tecnologias, em qualquer área, ou atividade, priorizando a satisfação dos clientes e produzindo mais lucro em uma quantidade de tempo menor que as outras companhias.

Segundo Dornelas (2003, p.50), o empreendedorismo *startup* possui semelhanças com o empreendedorismo corporativo, visto que, requerem um conceito único, com diferencial, que leve a criação de novos negócios, processos, produtos ou serviços e, buscam balancear as habilidades gerenciais com visão e estratégias criativas para identificar recursos.

Dornelas (2003) ainda afirma que, ao contrário do empreendedorismo corporativo, o empreendedorismo *startup* é a criação de uma riqueza, que possui estratégias e cria suas próprias culturas organizacionais, com um horizonte de curto prazo e decisões rápidas.

A empresa *startup*, tem o compromisso não só de trazer inovação e criatividade para o mercado, mas também se preocupa com o atendimento ao cliente e como ele se sente em relação a empresa. Isso é uma característica usada para a satisfação dos clientes. Outro aspecto comum entre as *startups* é o uso da tecnologia. As empresas usam de meios tecnológicos, como redes sociais, websites e aplicativos em smartphones, com o objetivo de alcançar o maior número de clientes possível.

É ainda importante citar, como aponta Magalhães (2022), que quando uma *startup* apresenta um ecossistema bem desenvolvido ela tem como principal característica a sua proximidade com ambientes de ponta, como universidades de pesquisa acadêmica e parques tecnológicos. O seu tamanho e a sua maturidade são definidos pela habilidade de promover oportunidades para o seu lançamento, desenvolvimento e sucesso da *startup*.

Israel é considerada uma das maiores referências mundiais de ecossistemas de *startups*, também conhecido como Nação *Startup*, apesar de muitos anos com uma alta inflação, hoje é o terceiro país com maior

quantidade de empresas listadas na Nasdaq (*National Association of Securities Dealers Automated Quotations*), que é considerado o segundo maior mercado de ações em capitalizações de mercado do mundo, estando atrás da Bolsa de Nova York (MAGALHÃES, 2022).

Uma característica notável em um empreendedor de *startup* é a dedicação ao negócio e a coragem de arriscar, buscando alcançar o sucesso. Este empreendedor não apenas conhece o seu negócio, mas também possui uma ampla visão do seu público alvo e o mercado onde está inserido, e usa dessa ferramenta para estar sempre atualizado e em vantagem sobre seus concorrentes.

Ainda é importante destacar que as *startups* marcaram o início de uma Nova Economia, um modelo que se torna cada dia mais atrativo ao longo dos anos, principalmente quando se observa que as grandes empresas de hoje, tiveram seu estágio inicial como uma *startup* (MAGALHÃES, 2022).

O sucesso de uma *startup* depende não só da sua criatividade, mas também da maneira como ele será criado e gerenciado ao longo do tempo, por isso, é preciso ter cautela na hora de escolher a equipe, os sócios e principalmente o mercado.

2.1 COMO SURGEM AS STARTUPS

O surgimento de empresas *Startups* vem a partir de um ou mais empreendedores que encontram uma dor¹ em um produto, serviço, processo ou em questões organizacionais, e com isso fazem uma incessante busca para a solução desta dor, ou seja, o empreendedor encontra uma falha de mercado e se dispõe a resolvê-la através de um modelo de negócios a baixo custo e que tenha potencial de ser escalonável.

Essa é uma interessante peculiaridade das *Startups*, pois essas são desenvolvidas com o objetivo de solucionar um problema, uma necessidade observada dentro de um nicho do mercado. E por conta disso podemos observar o quão forte são os valores e a cultura das *Startups*, o que também pode ser considerado uma inovação. Estes pontos refletem principalmente na

¹ Termo usado por empreendedores para remeter a um problema/ineficiência.

satisfação do cliente, tendo em vista que nos dias de hoje um diferencial importante para todas as empresas é o foco no cliente.

2.1.1 Elaboração de uma *Startup*

Pode-se dizer que o ambiente em que uma *startup* surge e se desenvolve é um mercado já dominado por outras empresas, muitos deles oligopólicos, o que pode gerar algum tipo de dificuldade no seu desenvolvimento e fixação no mercado (OLIVEIRA, 2019).

Apenas uma boa ideia para solucionar um problema não basta para os empreendedores criarem uma *Startup* e fazer ela crescer. Atrás disso existe um processo que é essencial para validar a ideia, o qual é deixado de lado por muitos empreendedores de primeira viagem, causando assim a possível morte prematura da *Startup*.

Segundo a *ABStartups* (Associação Brasileira de *Startups*), o processo de validação para uma ideia de uma *Startup* passa por 5 principais pontos, o desenvolvimento da ideia, a criação de hipóteses para validá-la, a formulação de um *Business Model Canvas*, a validação das hipóteses e por fim a formulação de um MVP (sigla em inglês para Produto Mínimo Viável).

O processo de desenvolvimento da ideia é de suma importância para o empreendedor, pois a partir deste ponto ele começa a conhecer o mercado onde pretende se inserir. Neste momento, o empreendedor começa a entender o mercado, buscando encontrar as tendências, os grandes players deste mercado (caso não tenha, buscar os concorrentes indiretos), encontrar as principais referências do mercado e analisar se o problema que está se propondo a resolver realmente é uma dor para este setor.

Com isso feito, o empreendedor passa para a fase de formulação de hipóteses, onde é essencial para entender o problema que se dispôs a resolver. Nesta etapa entra a pesquisa de mercado, onde o empreendedor, ou sai pra rua com o objetivo de conversar com possíveis clientes a fim de entender se isto é realmente uma dor para eles. Pegando um exemplo conhecido como o da Uber, antes de sua fundação, a maneira de se solicitar um taxi era demorada, pois era via telefone ou aguardar um vazio no local de embarque, e após sua criação, você solicita um transporte com apenas um

clique e, em poucos minutos, o problema foi resolvido. Além disso, nesta fase o empreendedor deve pensar em como irá monetizar o negócio, qual é o perfil de consumidor ideal e como o encontrar, e por fim quais atividades serão necessárias.

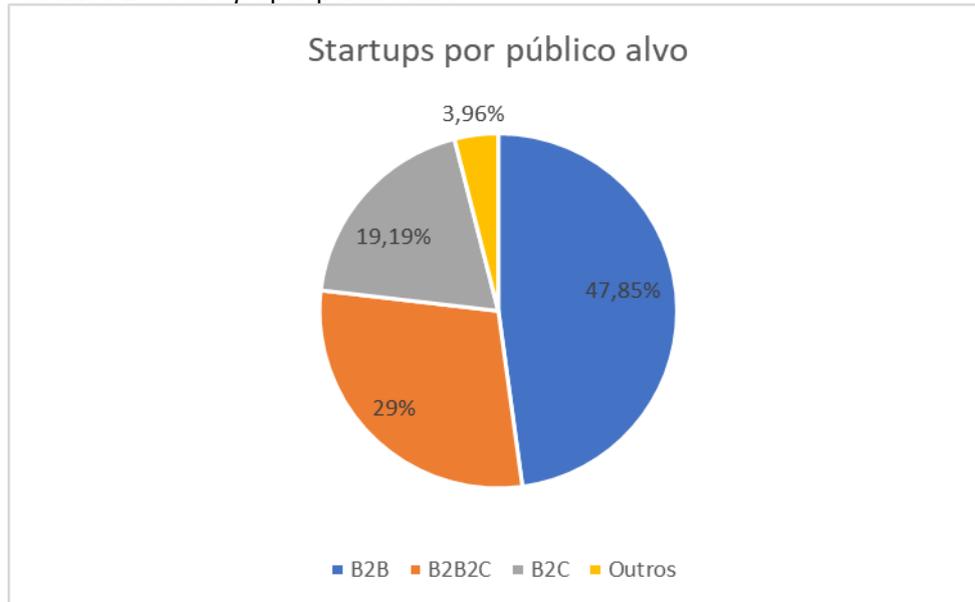
A partir deste ponto o empreendedor já consegue estruturar um protótipo para o negócio. Mas antes disso ele precisa organizar estas hipóteses, e a ferramenta mais indicada para isto, é o *Business Model Canvas*. Ele funciona para organizar as hipóteses e começar a validar o modelo de negócios. Porém o *Canvas* não substitui um plano de negócios, ele é indicado para esta fase por ser rápido de construir e ter flexibilidade para mudanças durante a validação.

Com as hipóteses formuladas e pré testadas, chega o momento de o empreendedor tentar vender o seu produto (o termo produto engloba produtos físicos e serviços). O ideal neste momento é buscar uma forma rápida e barata de lançar o produto no mercado, apenas em contato com possíveis clientes se consegue validar o negócio. Se o produto tem uma aceitação pelos clientes, é hora do empreendedor então começar a aprimorá-lo para a escala do negócio.

2.1.2 Público-alvo

Tendo a solução validada o empreendedor tem que decidir para qual público ela mais se adequa, ou seja, se o produto será vendido para empresas, consumidores finais, se será uma intermediação, dentro de vários outros modelos de persona (público alvo). Hoje no Brasil, segundo a *ABStartups*, as *Startups* em sua grande maioria usam de três modelos, o B2B (*business to business*), B2B2C (*business to business to consumer*) e o B2C (*business to consumer*), estas siglas foram criadas para caracterizar os modelos da forma como as empresas e os consumidores interagem.

No Gráfico 2 é possível observar a divisão das *startups* em conformidade com o público alvo.

Gráfico 2 - Startups por público alvo

Fonte: *AbStartups*

O modelo B2B funciona com empresas vendendo para empresas, ou seja, neste modelo o vendedor não foca no consumidor final. As empresas que atuam neste modelo são uma espécie de empresa de apoio, onde através de seus produtos ou serviços dão suporte para outras empresas prosperarem. E na maioria dos casos essa relação ocorre entre empresas prestadoras de serviços ou grupos varejistas, por exemplo uma montadora de veículos comprar matérias primas de outras empresas, ou também uma empresa de software prestar um serviço para uma empresa. Mesmo com este modelo tendo as vendas mais complexas, ele traz algumas vantagens, como o valor de seus produtos ou serviços serem mais caros, e também o relacionamento com os clientes ser mais longo. Alguns exemplos de empresas B2B são a Ebanx, VR benefícios, Ambev, etc.

Já no modelo B2C a empresa tem o foco no consumidor, o cliente final, as operações se caracterizam então como de consumo, seja de bens de consumo pessoal, serviços, entre outros. Neste modelo as vendas não possuem tanta complexidade, porém o grande desafio das empresas é o de conquistar o cliente, onde até um atendimento personalizado pode ser um grande diferencial. Nessa configuração de negócios alguns exemplos que podem ser citados são Schutz, Groupon, Peixe Urbano, etc.

No quadro 4 podemos ver uma comparação entre os dois modelos.

Quadro 4 - Diferença entre o modelo B2B e B2C

B2B	B2C
Relacionamento de Longo Prazo	Relacionamento de Curto Prazo
Compras Baseadas em necessidades específicas	Compras Baseadas em necessidades básicas
Mercado de Nicho	Mercado em massa
Compras em menor escala, com muito valor agregado	Compras em maior escala, com menor valor agregado
Relações racionais	Relações emocionais
Busca eficiência	Busca satisfação, economia e status
Processo decisório longo e com interferência de diferentes níveis hierárquicos	Processo decisório rápido e individual
Almeja resultados assertivos e permanentes	Almeja resultados rápidos e imediatos
Visa inovação e conhecimento técnico	Visa tendências e entretenimento

Fonte: Saleshackers

E, por fim, vem o modelo B2B2C, onde uma empresa intermedia a venda de uma empresa para o consumidor final, ele ocorre em grande predominância nas vendas online. Em alguns casos a empresa intermediadora não precisa ter estoque, e assim ela fornece apenas a logística da venda do produto. Um grande exemplo deste modelo é a Amazon, onde empresas podem anunciar seus produtos, e os consumidores finais compram diretamente da plataforma.

2.1.3 Modelos de negócio

Ter um modelo de negócio bem definido é essencial para uma *Startup* nascente progredir, pois é a forma como a empresa irá oferecer sua solução ao seu público alvo e monetizá-la. Ela pode oferecer a partir de um *software* de assinaturas, ou pela intermediação de serviços, no formato de loja online, entre outros.

Hoje o modelo de negócios mais usado pelas *Startups* é o modelo SaaS, sigla para *Software as a Service*, que é uma forma simples de oferecer um *software* com uma solução ao cliente, e só basta ter conexão à internet. Alguns grandes exemplos de *Startups* que usam este modelo é a *Netflix* e *Spotify*, onde o usuário paga uma assinatura mensal e usa os benefícios da plataforma.

Outro modelo de negócio muito usado no Brasil é o *marketplace*, ele funciona com uma intermediação de compra entre a oferta e a demanda, seja ela de produtos ou serviços. Este modelo promove principalmente comodidade ao usuário, conectando estas duas pontas de forma rápida e fácil através da tecnologia. Alguns exemplos de *marketplace* no Brasil são o Mercado Livre (atuante no Brasil, porém, desenvolvido na Argentina), conectando vendedores de produtos à consumidores, também temos a 99, que conecta motoristas a passageiros com poucos cliques no celular.

Temos também um outro modelo de negócio que causou grande impacto nos setores tradicionais, este modelo é o *e-commerce*. Ele nada mais é do que a compra e venda de produtos em meio online, em sua tradução, comércio eletrônico, onde todas as transações e relações são feitas pela internet. O maior exemplo de plataforma *e-commerce* no Brasil é o da Magalu.

Além destes existem outros modelos de negócios usados pelas *Startups*, não só no Brasil, mas no mundo inteiro, como o *consumer* e *hardware*. Porém para o estudo estes três modelos possuem maior relevância. No Gráfico 3 é possível verificar a divisão de *startups* por modelo de negócio.

Gráfico 3 - *Startups* por modelo de negócio



Fonte: AbStartups

2.1.4 Fases de uma *Startup*

Após uma *Startup* já estar em operação, realizando vendas e captando novos clientes e funcionários, ela passa por diferentes fases no trajeto até se tornar uma grande empresa. Nesta seção iremos apresentar as fases que uma *Startup* passa e seus maiores desafios em cada uma destas.

Existem diferentes definições para as fases das *Startups*, porém nestas definições a principal diferença é a denominação de cada etapa. Para o presente estudo iremos usar a definição da *ABStartups*, a qual intitula as etapas como Ideação, Operação, Tração e *Scale-up*.

A fase de Ideação é onde o empreendedor começa a validar a sua ideia, como já falado anteriormente, neste momento é hora de encontrar o cliente ideal, validar se a solução é realmente uma dor (termo usado para ineficiência) para o público alvo. É uma fase muito incerta, e muitas das hipóteses colocadas neste momento podem ser descartadas no futuro durante o crescimento da empresa. Tanto que nesta etapa não é indicada a captação de grandes investimentos. Alguns tipos de fomento que podem ser adotados nessa fase são: o uso de aceleradoras e de recursos não reembolsáveis, principalmente aqueles voltados para pesquisa e desenvolvimento de inovações tecnológicas.

Com a ideia validada, a *Startup* gerando receita, se tornando lucrativa, ela segue para a fase de Operação. É o momento de apresentar a solução para os clientes, mostrar os benefícios do produto ou serviço, e então começar a buscar aportes e investimento para a expansão da empresa. Para isso a *Startup* já precisa contar com indicadores de desempenho, KPI (*Key Performance Indicator*) no vocabulário do ecossistema, para poder apresentar o que está dando certo e o que não está, e o que pode ser melhorado. Já no estágio de operação pode-se adotar o fomento por meio de investimentos especiais de capital de risco que garantem um desenvolvimento maior às organizações.

Um dos maiores desafios na fase de Operação é a construção de uma boa equipe, pois, com recursos escassos, o empreendedor deve buscar competências complementares às suas para o maior desempenho da *Startup*, ou seja, possuir uma grande diversidade de talentos.

Passadas as etapas de Ideação e Operação de uma *Startup*, já se pode observar uma empresa bem estruturada, rentável, com clientes e com um produto ou serviço validado no mercado, e agora chega a hora de focar no crescimento, ou a chamada fase de Tração. Aqui o maior objetivo é crescer mantendo a sua essência, ou seja, conseguir ter escalabilidade mantendo o baixo crescimento dos custos em comparação à receita, por isso é de grande importância a mensuração dos indicadores de desempenho, para o empreendedor já poder saber onde medir seus esforços para crescer.

Na fase de Tração é bastante importante ter cuidado com o fluxo de caixa, pois apenas com um movimento saudável é possível conseguir investimento para a expansão. Além disso é de suma importância manter o modelo de negócios atualizado.

Com a *Startup* passando pela fase de tração, ela já está pronta a entrar em sua etapa de *Scale-up*. Esta fase representa um crescimento mais acelerado da empresa como um todo, ou seja, o aumento do faturamento, do número de funcionários, a área geográfica de atendimento, entre outros pontos. A *ABStartups* define que uma *Startup* está em fase de *Scale-up* quando esta passa a ter um crescimento superior a 20% durante no mínimo 3 (três) anos.

Nessa modalidade de *scale up*, alguns tipos de fomento que podem ser adotados são, por exemplo, o *scale up* da Endeavour, um acelerador que permite desenvolver a organização como um todo.

2.1.5 Tipos de investimento para cada fase

Como foi possível observar até o momento o empreendedorismo e o surgimento de novas organizações é um fenômeno em crescente evidência em todas as sociedades. Os empreendedores tem sido motivados pelo número crescente de oportunidades que as tecnologias tem apresentado nos últimos anos. Destaca-se o papel das aceleradoras de *startups*, que são centros de empreendedorismo e tem se destacado na formação de uma nova geração de empreendedores (ABREU; CAMPOS, 2016).

Segundo Abreu e Campos (2016) as aceleradoras de *Startups* procuram atrair e selecionar essas empresas que possuem alto potencial de impacto para

que ao longo de um programa bem estruturado, possa auxiliá-la na criação de valor e ganhar cada dia mais escala, enriquecendo a economia.

Geralmente as aceleradoras possuem 4 etapas diferentes no seu processo de aceleração, sendo elas: seleção, aceleração, *demo day* e *follow up*, as quais podem ser vistas no Quadro 5

Quadro 5 - Etapas do processo de aceleração adotado pelas aceleradoras

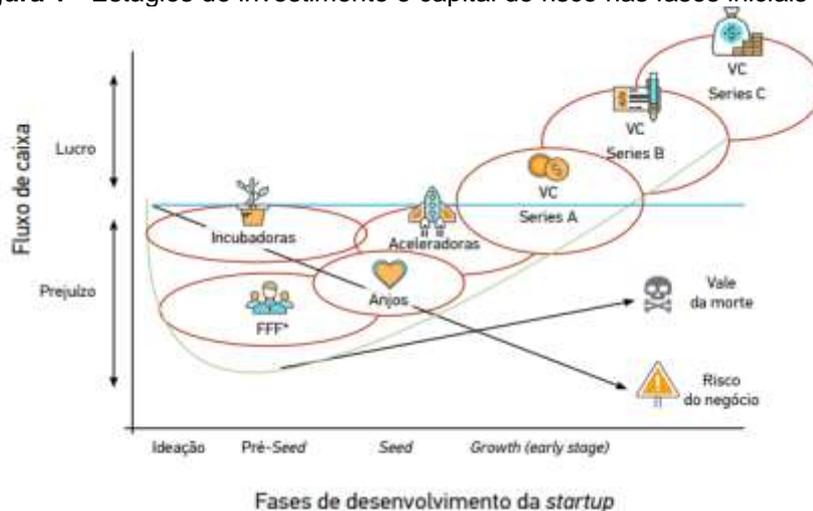
Etapas	Definição
Seleção	é o processo em que as empresas são aceitas em um programa. Os dois critérios do processo de seleção são: (I) aplicação e (II) avaliação.
Aceleração	é o processo em que é considerado o núcleo da experiência do acelerado, e seu valor agregado para os participantes, enfim, é a fase de aceleração.
Demo Day	é o processo que, após o término de um período de aceleração, as empresas que foram “aceleradas” se apresentam para um grupo de investidores. Comparando-se aceleradoras com outros instrumentos de desenvolvimento de <i>Startups</i> , aqui vemos um diferenciador chave entre eles.
Follow up	Tradicionalmente, as etapas habituais de aceleração terminam com o “Demo day”. No entanto, uma nova tendência é a integração vertical, em que as aceleradoras, após o término do programa de aceleração, cada vez mais oferecem aos seus participantes a possibilidade de optar por uma segunda rodada de financiamento e aceleração, através do seu próprio capital de risco

Fonte: Adaptado de Abreu e Campos (2016).

O investimento em uma *startup*, nesse sentido é algo fundamental, as aceleradoras, assim como investidores anjos aportam recursos em estágios iniciais do negócio. No caso de uma *startup* os estágios de investimento relacionados à parte inicial de uma *startup* são: *ideação*, *pre-seed*, *seed* e *growth* (SARFATI, 2018).

Na Figura 1 é possível observar estágios de investimento na indústria de capital de risco no Brasil, com relação as fases de desenvolvimento de uma *startup*.

Figura 1 - Estágios de investimento e capital de risco nas fases iniciais das startups



Fonte: SARFATI, 2018, p.14.

A medida que uma empresa cresce e evolui nos seus estágios de desenvolvimento o risco de investimento diminui, pois ela passa a ser economicamente viável. Na fase da ideação é o momento em que a ideia se confunde com o empreendedor, onde o mesmo avalia a ideia do negócio (SARFATI, 2018).

Já no Pré-*seed* o empreendimento adquire forma por meio de protótipos desenvolvidos. A aderência do protótipo é testada junto ao público alvo, e os resultados encontrados geram alterações no modelo. É nessa etapa que uma empresa é constituída de forma legal e começa a ter suas primeiras receitas (SARFATI, 2018).

Na fase de *seed* a empresa começa a desenvolver seu negócio, aumentando a quantidade de seus clientes, bem como o número de colaboradores. Além disso há uma reflexão sobre a cultura da empresa e a constituição dos processos que levarão até a próxima fase, a *Growth*, que é onde o empreendimento cresce de forma rápida e a estrutura organizacional toma forma e fica mais complexa (SARFATI, 2018).

Em cada uma dessas fases existem diferentes investidores, no estágio inicial Sarfati (2018) aponta que o dinheiro vem de amigos, família ou de investidores visionários que resolvem aportar em um negócio sem validação. Já entre as fases de pré-*seed*, *seed* e início da *growth*, a empresa gera receita, porém também há prejuízos, nessa fase há investidores anjos e as aceleradoras, as quais entram com o *start Money*.

De modo geral é importante destacar que as *startups* são, hoje, um modelo de negócios muito adotado, e tem ganhado muita visibilidade com o passar dos dias. Assim, essa relação de investidores, pode se alterar com o passar dos anos e mediante o aumento de empreendimentos que fazem uso desse modelo de negócios.

3 EVOLUÇÃO DAS *STARTUPS*

Schumpeter (1961) aponta que a inovação é a força que move o progresso, porém, ela acontece geralmente nas grandes empresas e não na livre concorrência. Porém, as novas combinações, citadas pelo autor, que são o principal fator para a evolução do capitalismo e surgem da evolução dos antigos métodos ou firmas.

O autor afirmava que ainda que não fosse essencial que essas combinações fossem realizadas pelas pessoas que controlam o processo produtivo, elas poderiam acontecer, e é o que se pode observar no caso das *startups*, elas se desenvolveram a partir de ideias inovadoras e se firmaram como uma nova combinação de organizações.

Nesse sentido, pode-se apontar que foram as constantes inovações e a busca por aprimorar o mercado que fez com que as *startups* surgissem. Ainda que sejam poucas as pesquisas sobre esse tipo de empreendimento do ponto de vista histórico, data-se de da década de 90 o marco temporal do seu surgimento e expansão, inicialmente dado no Vale do Silício, local onde nascem grandes empresas de tecnologia devido o local ser um polo de inovação (CAVALCANTI; ALBUQUERQUE, 2019).

Segundo Borrelli (2018), a construção da imagem do Vale do Silício como a região mais inovadora se deu pelo convívio das pessoas naquele local, as quais estão sempre atentas às novas tecnologias que surgem do mercado e das inovações do mesmo, assim elas demonstram ter muita vontade de buscar conhecimento e empreender.

No local há um total de 37,5% da população estrangeira, ou seja, há uma grande diversidade de pessoas de países diferentes, o que também contribuiu para a formação de um ambiente de interação e troca cultural constante, assim se privilegia a mentalidade criativa e as boas ideias, independente da origem da pessoa (CAVALCANTI; ALBUQUERQUE, 2019). E foi de lá, do Vale do Silício que houve a grande expansão das *startups*.

Foi nessa mesma época de surgimento das *startups* no Vale do Silício que surgiram também algumas das grandes empresas gigantes do mercado como o Google e a Apple, além da Microsoft, Yahoo e um pouco mais tarde o Facebook.

No Brasil as *startups* surgiram um pouco mais tarde, já durante o século XXI, e o crescimento ficou mais marcado a partir de 2010. Seguindo as mesmas ideias e a base americana, a maioria das empresas que surgiram no período eram voltadas à área tecnológica (ARCANJO, 2021).

Especificamente no Brasil, considera-se que no período de 2015 a 2019 o número desse tipo de empresa mais que triplicou, passando de 4.151 para 12.727, um salto de 207%. Considera-se que os últimos anos foram decisivos para consolidar o ecossistema brasileiro de *startups* (CARRILO, 2020).

O mercado, de forma geral, tem se aberto cada dia mais para as *startups*, e hoje o cenário é promissor para esse tipo de empresas e seu crescimento, onde no Brasil, as empresas tem buscado aderir esse novo modelo de negócios e garantir assim o seu crescimento (CARRILO, 2020).

Existem *startups* em todas as regiões do Brasil, na região do norte há um total de 3,6%, no nordeste 13,4%, no centro oeste 5,4%, no sudeste 51,1 e no sul um total de 26,5%, de acordo com a Abs *Startups* (2019) como mostra a Tabela 2.

Os estados onde há maior presença dessas empresas estão listados no Quadro 6 em ordem de participação:

Quadro 6 - Top 10 Estados com *startups*

1º	São Paulo (SP)	32,5%
2º	Santa Catarina (SC)	12,6%
3º	Minas Gerais (MG)	9,5%
4º	Rio Grande do Sul (RS)	7,2%
5º	Rio de Janeiro (RJ)	7,0%
6º	Paraná (PR)	6,6%
8º	Ceará (CE)	2,2%
9º	Espírito Santo (ES)	2,1%
10º	Distrito Federal (DF)	1,9%

Fonte: ABSSTARTUPS, 2019.

O perfil das *startups* no Brasil segue os mais diversos tipos de segmentos, a Quadro 7, aponta quais são os principais segmentos e o percentual de empresas em cada um deles.

Quadro 7 - Segmentos e quantidade de empresas

SEGMENTOS	%
1º Educação (Edtech)	11,5%
2º Saúde e bem estar (Healthtech e life Science)	9,4%
3º Finanças (finetechs)	8,5%
4º Agronegócios (Agtechs)	5,0%
5º E-commerce/Marketplace	4,8%
6º Desenvolvimento de software	4,5%
7º Recursos humanos e recrutamento	3,7%
8º Comunicação e marketing	3,1%
9º Construção Civil (Construtech)	3%
10º Gestão	2,6%

Fonte: ABSSTARTUPS, 2019.

O número e o crescimento do ecossistema brasileiro de *startups* apresentam muitas oportunidades para o desenvolvimento de novos produtos, serviços e também soluções para melhorar as condições dos consumidores e de toda a sociedade, e isso é algo muito procurado pelas organizações (MARTINS et al, 2019).

Quando uma empresa busca por oportunidades de inovação para entregar soluções para a sociedade ela deve analisar o cenário em que está inserida, pensando em todas as etapas, incluindo a cadeia de produção, garantindo assim o êxito dos processos de inovação, algo visto, a cada dia mais no Brasil.

É importante citar que ainda que o cenário da pandemia e de *lockdown* tenha afetado grande parte das organizações, as *startups* brasileiras, de segmentos diversificados fortaleceram as suas atuações, principalmente junto as pequenas empresas (SEBRAE, 2022).

O lockdown trouxe à tona a digitalização de diversos setores como educação, saúde, finanças e o mercado de trabalho em si. A corrida pelas vacinas apressou o ritmo das inovações de biotechs no mundo, comprovando a existência de novos ciclos de desenvolvimento de produtos e serviços. E, sem contar, tivemos a consolidação do fortalecimento da ciência e da inovação como tendência em diversas indústrias, especialmente as que dão suporte ao empreendedorismo e aos modelos escaláveis de crescimento de negócios (SEBRAE, 2022, p.7).

Considera-se que a digitalização dos setores foi um grande propulsor para o crescimento tecnológico junto as organizações e a garantia de que aquelas, antes já tecnológicas, crescessem de forma considerável.

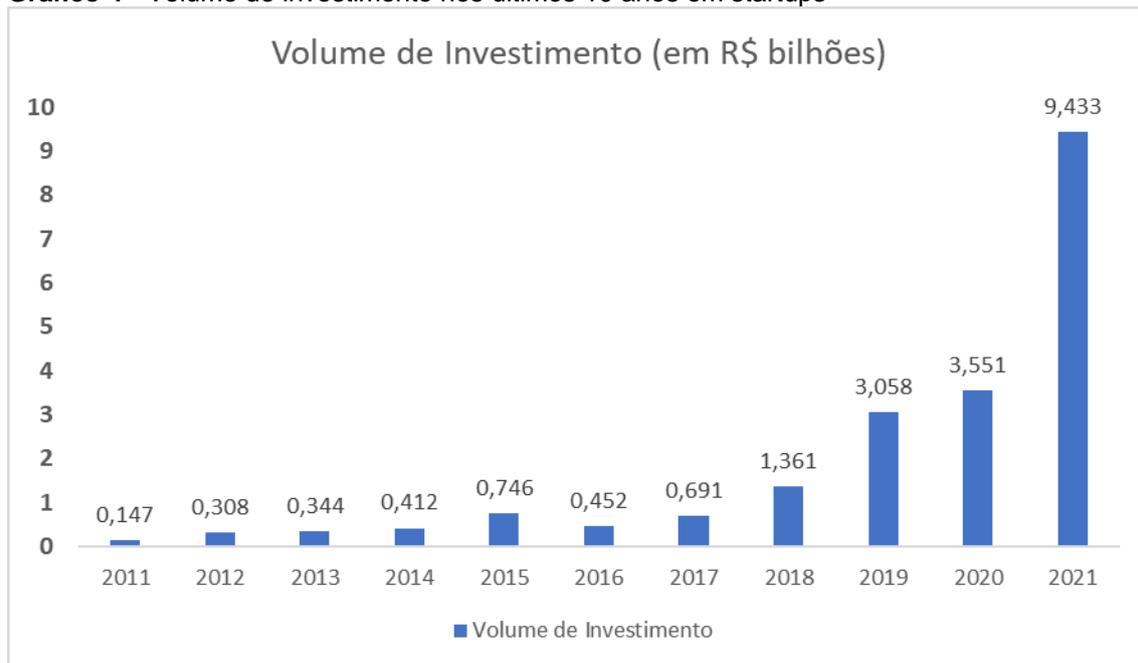
No final de 2021, o Brasil contava com um total de 14.065 *startups*, distribuídas em 78 comunidades e 710 cidades pelo país. No *ranking* de estados com mais *startups* no Brasil, o líder é o estado de São Paulo que possui um total de 4027 empresas, seguido de Minas Gerais, com 1240, Rio Grande do Sul, com 976 e Rio de Janeiro, com um total de 880 (LUDERS, 2021).

Sabará (2022) aponta que o ano de 2021 foi memorável para o universo das *startups*, o autor aponta que os números impressionam pois nunca existiram tantos em uma ascensão tão rápida quanto se tem visto nos dias mais atuais.

Ainda que recente esse tipo de negócio no Brasil, em vista das outras organizações, o Brasil tem crescido de forma considerável, no ano de 2021, por exemplo, o país ganhou 10 unicórnios² e há outras candidatas a integrar o grupo de *startups* bilionárias (SABARÁ, 2022).

Sobre os investimentos nas *startups* nos últimos 10 anos, o gráfico aponta que no ano de 2021, mesmo em meio a pandemia, o investimento foi o maior no período:

² Um unicórnio é uma *startup* que tem avaliação de preço de mercado no valor de 1 bilhão de dólares americanos. Entre alguns exemplos de empresas unicórnio brasileiras pode-se citar a Loggi, Nubank, 99 e Pag Seguro.

Gráfico 4 - Volume de investimento nos últimos 10 anos em startups

Fonte: Arcanjo, 2021.

Comparando os números e analisando o número de negócios *startups* com o início de 2020, e por estágio de desenvolvimento das organizações, tem-se o resultado apresentado no Gráfico 5:

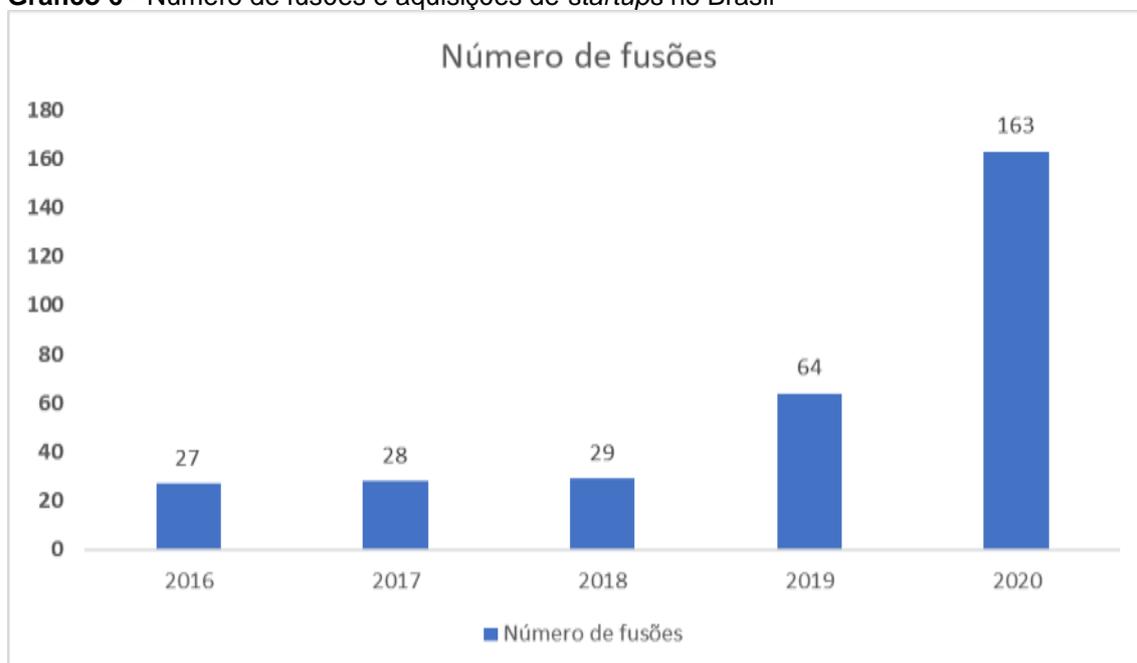
Gráfico 5 - Investimento e criação de negócios por estágio da *startup*

Fonte: Arcanjo, 2021.

Considera-se que o desenvolvimento das *Startups* no Brasil pode ser de nível micro e macro. Nos impactos micro destaca-se que algo que desencadeou o seu crescimento foi, primeiramente a fusão e as aquisições por grandes empresas.

Em 2020, por exemplo, uma pesquisa do site Distrito.me revelou que o ecossistema de *startups* no país bateu um recorde histórico no que concerne ao número de fusões e de aquisições (Gráfico 6) . Isso está relacionado ao impacto que a pandemia causou nas *startups*, fazendo com que muitas não conseguissem se sustentar, perdendo seu caixa, o que levou à oferta à outras organizações e sua aquisição por outras organizações (DISTRITO, 2021).

Gráfico 6 - Número de fusões e aquisições de *startups* no Brasil



Fonte: DISTRITO.ME, 2021.

Considera-se que um fator que contribuiu com o crescimento das *startups* no Brasil foi o amadurecimento das soluções desenvolvidas por elas, que ao longo dos anos atraíram cada vez mais o olhar de grandes corporações, e assim elas transformaram os setores e as operações realizadas pelas novas e inovadoras organizações.

Os tipos de investimentos junto à *startups*, que será tratado posteriormente, também é um fator que influenciou diretamente o desenvolvimento e o crescimento das empresas no Brasil, garantindo assim

alavancagem para que elas consigam garantir a continuidade do seu negócio (PICKERT, 2021).

Sobre os macro impactos que as *startups* apresentam no país, um dos principais é a geração de empregos e a contribuições das mesmas junto ao PIB do país. Segundo Carrilo (2020) desde o seu surgimento, as *startups* têm apresentado uma maior participação no PIB.

Em 2016 as *startups* correspondiam a 0,006%, porém, em outubro de 2019 esse percentual já era de 0,032%, e assim alguns autores apontam que as *startups* têm acompanhado o crescimento econômico brasileiro, porém, com porcentagens ainda mais significativas (CARRILO, 2020).

Segundo Sagazio (2022) as *startups* também são importantes no que concerne a formação bruta de capital no país, contribuindo e impactando assim a economia de forma direta.

O modelo de negócios das *startups* tem atraído o público, de modo geral, e contribuído assim para que esses busquem ingressar nesse mercado pois, o intuito desses, segundo Carrilo (2020), é aprender em um segmento econômico diferenciado e que permite um networking ainda mais qualificado.

Além disso também vale citar que as *startups* apresentam impactos diretos na sociedade e também a evolução das maiores empresas ao longo dos anos demonstra como as empresas têm crescido consideravelmente no país.

Observa-se que desde o surgimento das *startups* no Brasil as mesmas têm se desenvolvido, e mediante a concorrência, que segundo Schumpeter (1961) colabora com o desenvolvimento de novas organizações, tem crescido consideravelmente, avançando seus números e garantindo a presença de empresas inovadoras no Brasil.

4 MODALIDADES DE FOMENTO

Para tratar sobre as modalidades de fomento das *startups* no Brasil, é importante compreender, primeiramente que existem duas vertentes de incentivos à essas organizações, a vertente governamental, que envolvem ações para incentivar essas empresas e também a vertente privada, que possui tipos diferentes de fomentação. Primeiramente serão tratadas aquelas envolvidas pela esfera do Governo.

O primeiro tipo de incentivo, por parte do governo, que convém ser citada é a regulamentação das *startups*, por meio da legislação. Foi sancionada em 2021 a Lei Complementar nº 182 que também ficou conhecida como o Marco Legal das *Startups* e Empreendedorismo Inovador (MLSEI), que agregou importantes mudanças e novas regras para amparar esse tipo de empresa, com o intuito de aprimorar e alavancar o empreendedorismo inovador no Brasil, bem como modernizar o ambiente do mundo dos negócios (MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÕES, 2022).

A LC 182/2021 aborda de forma indireta a necessidade principal de formar um sistema de ecossistemas de *startups*, algo que impactaria diretamente a inovação brasileira. Porém, a autora Magalhães (2022) aponta que é necessário que o Estado participe desse ecossistema ativamente, pois esse pode criar oportunidades e direcionar recursos de uma forma estratégica para aquelas empresas que ainda se encontram em fase inicial promovendo o crescimento do ecossistema.

A lei em questão traz em si, como uma forma de fomento, o seu capítulo VI, que dispõe sobre “Contratação de soluções inovadoras pelo Estado”, apontando a possibilidade da realização de licitações, pela administração pública, para contratar *startups*, algo que pode contribuir diretamente com o crescimento dessa modalidade de negócios (BRASIL, 2021).

Com a adesão de empresas tecnológicas e inovadoras é possível que o Estado supra de forma mais satisfatória e em maior escala as demandas da sociedade, com menores custos e com maior qualidade de vida aos cidadãos. Essa modalidade de contratação busca resolver as demandas que dependem de uma solução inovadora ou tecnológica, promovendo a inovação no setor

produtivo nacional, maximizando assim a prestação dos serviços públicos (MAGALHÃES, 2022).

Além dessa lei, convém ainda citar que existem outras que podem contribuir com o fomento das *startups*, como a nova Lei de Licitações e contratos administrativos (Lei nº 14.133/2021) que aumenta a chance das empresas *startups* participarem de processos licitatórios; e também a Lei do Governo Digital (Lei nº 14.129/2021) que impacta a realidade das *startups*, levando a prática de tecnologias para simplificar a administração pública, como a digitalização e a desburocratização.

Além das regulamentações para fomento das *startups* no Brasil há também incentivos para o seu desenvolvimento considerados pelo Governo em si, como as aceleradoras e as incubadoras.

Especificamente sobre as aceleradoras, é importante destacar que essas são entidades jurídicas que podem ou não ter fins lucrativos, porém em regra são entidades privadas cuja finalidade é apoiar o desenvolvimento inicial de empreendimentos inovadores, oferecendo às *startups* um programa de aceleração formado por um processo estruturado (MAGALHÃES, 2022).

Geralmente esse apoio envolve a oferta de um espaço físico, além de seleção, capacitação, realização e mentorias e oferta de oportunidades para acesso à mercados de infraestrutura e serviço de apoio. Além disso elas também aportam capital financeiro inicial, podendo ser da aceleradora ou de seus investidores em troca de uma sociedade nos negócios acelerados.

Há no Brasil algumas iniciativas do governo que são voltadas para a aceleração das *startups* como por exemplo o programa InovAtiva, executado pelo então Ministério Do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior (MDIC), o programa InovApps, implementado pelo então Ministério das comunicações e o programa *Startup* Brasil, implementado pelo então MCTI.

O quadro 8 apresenta especificadamente cada um desses programas de uma forma explicativa:

Quadro 8 - Programas de fomento às *startups* do Governo

Programa	Definição
InovAtiva	O programa teve sua edição piloto em 2013. Ele é voltado para a capacitação e mentoria em larga escala para as <i>startups</i> . O seu objetivo estratégico é criar novas oportunidades de trabalho e aceleração de mudanças estruturais na economia incentivando empresas baseadas em novas tecnologias, <i>startups</i> baseadas em oportunidade, <i>copycat startups</i> e <i>startups</i> impulsionadas por necessidades. Esse programa busca alcançar empreendedores que tem conhecimento técnico e que possuem tecnologias interessantes, porém, com dificuldade e pouca experiência em gestão. Desde 2013 o programa tem atendido uma demanda crescente de projetos, contando com um total de 7464 já apresentados. É importante citar que o projeto apresentou inovações por utilizar a tecnologia para expandir o alcance e o impacto, além de democratizar o acesso à informação por meio da mentoria e das conexões para empreendedores em qualquer local do Brasil.
InovApps	O InovApps é um concurso com o objetivo de apoiar o desenvolvimento de aplicativos e jogos sérios de interesse público para dispositivos móveis e TVs digitais conectadas. Tem como objetivo estratégico promover a inovação e o desenvolvimento de novas tecnologias e aumentar a competição e a eficiência do mercado, incentivando empresas baseadas em novas tecnologias e <i>startups</i> baseadas em oportunidade. O concurso seleciona projetos inéditos e originais oferecendo um prêmio em dinheiro para aqueles escolhidos, e o Ministério da Comunicação passa a dispor do direito sobre as atualizações da versão gratuita por um período de dois anos.
Startup Brasil	O <i>Startup Brasil</i> , Programa Nacional de Aceleração de <i>startups</i> foi instituído em 2012 pelo MCTI para apoiar o desenvolvimento de <i>startups</i> , que eram compreendidas como empresas basicamente de base tecnológica atuantes nas áreas de software e hardware, bem como serviços de Tecnologia de Informação (TI). Tem como objetivo estratégico promover a inovação e o desenvolvimento de novas tecnologias, por meio de investimentos em capital e aconselhamento de aceleradoras às empresas.

Fonte: Adaptado de RONCARATTI, 2017.

Já as incubadoras, segundo Magalhães (2022), são entidades que prestam assistência às *startups* e empresas novas, por meio da prestação de serviços como: ambiente de escritório e treinamentos. O foco das incubadoras são empresas em estágio inicial de desenvolvimento. Assim, para as *startups*, elas podem ofertar *networking*, experiência, recursos informáticos, contabilidade, serviços jurídicos, financiamentos, espaços físicos, consultorias administrativas, pesquisa de mercado, etc.

As incubadoras representam interesse público pois fornecem estímulos ao desenvolvimento das empresas, criando novos empregos e fomentando o desenvolvimento de produtos e também de serviços inovadores.

Além dessas formas de fomento, há também auxílio do SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas empresas) que tem como intuito principal fomentar o empreendedorismo no Brasil auxiliando pequenas empresas e micro empreendedores individuais (SEBRAE, 2022).

Ainda dentro da esfera pública há também incentivos financeiros, como o Seed Gov e o BNDES Garagem, além da possibilidade de participação das *startups* junto às licitações públicas que já foi citado anteriormente.

O Seed Gov (*Startups and entrepreneurship ecosystem development*) é uma plataforma de fomento do ecossistema de inovação. Ele é um programa de aceleração de *startups* para empreendedores do mundo todo que buscam desenvolver seus negócios, financiando apelas por recursos públicos no Brasil potencializando a interação entre as redes e a transferência de conhecimento e as habilidades entre empreendedores apoiadores do ecossistema de *startups* (SEED, 2022).

Já o BNDES Garagem é uma iniciativa do BNDES para desenvolver e fomentar o empreendedorismo no Brasil por meio de apoio à empreendedores e à *startups*. O programa é gratuito e apoia os empreendedores por meio de dois estágios a criação, para quem está desenvolvendo um negócio de impacto e quer dar seus primeiros passos e a tração, para quem já tem um negócio e deseja ver o seu crescimento (BNDES, 2022).

Essas são iniciativas por parte do governo e agora convém citar as iniciativas privadas que envolvem e buscam o fomento das *startups*. Dentre as formas de investimento existentes há: FFF (*Family, friends and fools*), investidores anjos, *venture capital* (VC), *corporate venture capital* (CVC) e *venture builder*.

Os 3 F's (*Family, Friends and fools*) é um termo que em português significa família, amigos e tolos e é uma expressão muito utilizada no empreendedorismo das *startups* pois representa um conjunto de pessoas a quem o empreendedor deve recorrer em um primeiro momento para obter apoio e recursos financeiros quando tem o intuito de lançar um novo negócio. Essa é uma opção a ser considerada quando se tem o intuito principal de evitar elevadas taxas de juros dos bancos e demais instituições financeiras (RAMOS, 2021).

Já investidor anjo é um termo que surgiu nos EAU, por meio do financiamento de peças da *Broadway*, onde era paga uma parte da produção e havia uma participação dos lucros de forma proporcional. No geral, o investidor anjo é uma pessoa que tem recursos financeiros e que tem interesse em investir em novos empreendimentos com risco elevado, porém promissores de retorno elevado sobre o aporte de capital (MAGALHÃES, 2022).

Geralmente os investidores ajo lidam com negócios inovadores e de risco. Em um primeiro momento ele busca compreender o planejamento estratégico da empresa, conhecer a equipe do empreendimento, o produto ofertado, etc. Em muitos casos ele participa financeiramente, e também pode participar da tomada de decisões colaborando com a formulação de um plano de negócios (MAGALHÃES, 2022).

O capital de risco, é o nome dado à indústria que tem como foco as operações de investimento que tem um elevado grau de incerteza de retorno positivo sob o investimento realizado. Os principais representantes desse tipo de empresa são fundos de *private equity* e *venture capital*. O *venture capital* pode ser aplicado em três diferentes rodadas de investimento, a série A, B e C, que podem ser vistas no quadro 9 (MATTOS, 2020).

Quadro 9 - Séries de investimento em venture capital

Tipo de investimento	
Série A	Tipo de investimento que acontece na fase em que a <i>startup</i> já tem um modelo de negócio construído e em fase operacional. Assim o investimento é utilizado para dar início a comercialização do produto.
Série B	Essa rodada de investimento é para as empresas que desejam expandir os seu alcance de mercado, escalando seu negócio e garantindo mais clientes à organização.
Série C	Esse tipo existe para aquelas empresas que tem um largo crescimento e que necessitam assim de outas rodadas de investimento, e é nesse critério que se encaixam as <i>startups</i> que quando mais crescem mais chamam a atenção de novos investidores e adquirem novas opções de financiamento.

Fonte: Adaptado de Magalhães (2022) e Mattos (2020).

As rodadas de investimento auxiliam no levantamento de recursos para que as empresas consigam desenvolver o seu negócio de uma forma ágil e eficaz, promovendo um projeto como está ou como determina cada negócio (DISTRITO.ME, 2022).

O *Corporate venture capital* é uma forma de financiamento cujo intuito é apoiar um negócio promissor, ele consiste em uma estratégia de uma grande empresa para atrair inovações e estar mais perto das tendências de mercado, garantindo assim crescimento exponencial do seu serviço ou do seu produto (MATTOS, 2020).

Por fim, convém citar o *venture builder*, que diferente dos outros tipos de investimento pode atuar como fundadoras de uma *startup*, participando desde a criação da ideia, tendo a possibilidade de nomear um sócio com o intuito de emancipar o negócio, ou atuar como gestor financeiro fornecendo mentorias ou outros aspectos operacionais (BOTTÓS, 2018).

Assim, pode-se dizer que as *venture builders* atuam de forma ativa juntamente aos empreendedores nas mais diversificadas áreas de apoio à *startup*, acrescentando um tipo de execução de elite às mesmas para garantir que os empreendedores estejam focados nas áreas onde possuem habilidades (BOTTÓS, 2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da pesquisa bibliográfica desenvolvida, compreendeu-se que, hoje, as empresas, de um modo geral, têm a necessidade de inovar frente o mercado competitivo que vem se formando nos últimos anos e, as *startups*, nesse sentido, têm ganhado destaque. Nesse sentido, o objetivo principal do trabalho foi apresentar as fases pelas quais as *startups* passam até serem consolidadas no mercado, no dia atual.

A partir das leituras e análises realizadas nos materiais encontrados, pode-se observar o crescimento da relevância das *startups* na economia como um todo. A partir do processo da concorrência schumpeteriana é possível relacionar as denominações de uma *startup*, que têm por principais premissas: modelos escalonáveis, uso de tecnologias e também a busca por uma solução pra alguma imperfeição de mercado.

Toda empresa passa por diferentes fases, até se consolidar no mercado e ser considerada uma grande corporação, inclusive as empresas denominadas *startups*. Para o trabalho em questão foi usado o modelo da ABStartups (Associação Brasileira de Startups) para análise e, juntamente com suas fases, foi feita a relação com as políticas de fomento ao ecossistema.

A partir dos dados apresentados é possível observar a crescente participação do governo como agente de fomento ao ecossistema, partindo desde apoio às instituições, com objetivo de fomentar o empreendedorismo como um todo, até a criação de um Marco Legal para a regulação das empresas *startups*. Dentre as instituições, vale destacar a importância das aceleradoras de empresas que, cada vez mais, mostram que contribuem para o desenvolvimento tanto dos empreendedores, quanto das empresas.

Além disso é notório o crescimento do investimento privado nas instituições, em que mesmo em período de pandemia, bateu números recordes. Assim, fortalecendo o crescimento das empresas e, conseqüentemente, a inovação no país como um todo.

Desta forma, pode-se observar que a empresas *startups* vem constantemente ganhando relevância no mercado, primeiramente, pelas inovações que são trazidas, não apenas as tecnológicas, mas também cultural, organizacional e até mesmo criação de novos mercados.

Porém, é importante ressaltar que uma *startup* enfrenta uma série de desafios e dificuldades que precisam ser superados para garantir o sucesso e a sobrevivência da empresa. Um dos maiores obstáculos é a falta de recursos financeiros, já que muitas vezes as *startups* têm pouco capital inicial e precisam se esforçar para obter investimentos e financiamentos. Além disso, a concorrência acirrada no mercado e a dificuldade de se destacar em meio a um grande número de empresas inovadoras também representam um desafio para as *startups*. Outra questão importante é a gestão de equipes, já que é necessário contratar pessoas talentosas e motivadas para trabalhar em um ambiente de incerteza e de ritmo acelerado. Finalmente, as *startups* precisam lidar com questões regulatórias e burocráticas, como a obtenção de licenças e a conformidade com as leis e regulamentos locais. Embora as dificuldades sejam muitas, a satisfação de superá-las e o potencial de crescimento e sucesso fazem com que muitos empreendedores corram o risco de iniciar uma *startup*.

A partir dos dados e informações apresentados, pode-se concluir que a inovação é um dos fatores de impulsionamento do crescimento econômico e as *startups*, mesmo com pouco tempo participação no mercado, vêm ganhando relevância no mercado. Sugere-se para trabalhos futuros, a análise dos impactos das empresas *startups* nos indicadores macroeconômicos.

REFERÊNCIAS

ABREU, P. R. M.; CAMPOS, N. M. **O panorama das aceleradoras de startups no Brasil**. São Paulo: FGV, 2016.

ANUNCIAÇÃO, I. I. M.; FERNANDES, G. A. **As startups no ordenamento jurídico: uma leitura comparada dos ecossistemas de startups na Argentina, no Chile e no Brasil**. Cadernos de ciências sociais aplicadas, v.18, n.32, 2021.

ARCANJO, D. **Investimento em startups no Brasil mais que dobra em 2021 e passa de US\$ 9,4 bilhões**. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/01/investimento-em-startups-no-brasil-mais-que-dobra-em-2021-e-passa-de-us-94-bilhoes.shtml> Acesso em 25 setembro de 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS (Brasil) **Mapeamento do ecossistema brasileiro de startups**. 2019. Disponível em: <https://abstartups.com.br/brasil/#:~:text=J%C3%A1%20est%C3%A1%20dispon%C3%ADvel%20o%20Mapeamento,das%20startups%20em%20todo%20Brasil> . Acesso em: 7 de agosto 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS (Brasil). **Como Criar uma Startup do Zero: O guia definitivo**. In: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS (Brasil). Como Criar uma Startup do Zero: O guia definitivo. [S. l.], 31 jan. 2019. Disponível em: https://abstartups.com.br/como-criar-uma-startup-do-zero-o-guia-definitivo/?gclid=Cj0KCQjwmluDBhDXARIsAFITC_55AuMXIAzte_TVpgvEPw9l_1R3nPe0HMMQw9g8G38xZbrCtjDhtY0aAipEEALw_wcB. Acesso em: 26 mar. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS (Brasil). **Definição de Startups: A definição**. In: Tudo o que você precisa saber sobre Startups. [S. l.], 5 jul. 2017. Disponível em: <https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 20 mar. 2021.

BECKER, M. M. **Concorrência e inovação tecnológica em Schumpeter e na abordagem Neo-Schumpeteriana**. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Ciências Contábeis) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

BLANK, S. **Startup: manual do empreendedor: O guia passo a passo para construir uma grande empresa**. São Paulo - Sp: Alfa Books, 2014.

BNDES. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. **BNDES Garagem**. 2022. Disponível em: <https://garagem.bndes.gov.br/> Acesso em 15 nov. 2022.

BOTTÓS, G. M. **Venture Builder como um modelo para criação, validação e aceleração de startups**: uma revisão de literatura. Trabalho de Conclusão de Curso (Engenharia de Produção) Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2018.

BRASIL. **Lei Complementar nº 167 de 24 de abril de 2019**. Dispõe sobre a Empresa Simples de Crédito (ESC) e altera a Lei nº 9.613, de 3 de março de 1998 (Lei de Lavagem de Dinheiro), a Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995, e a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (Lei do Simples Nacional), para regulamentar a ESC e instituir o Inova Simples. 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp167.htm Acesso em 15 nov. 2022.

BRASIL. **Lei Complementar nº 182 de 1 de junho de 2021**. Institui o marco legal das *startups* e do empreendedorismo inovador, e altera a Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. 2021. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-complementar-n-182-de-1-de-junho-de-2021-323558527> Acesso em 12 nov. 2022.

CARRILO, Ana Flávia. **Fases De Uma Startup: Saiba Tudo Sobre Cada Etapa: Quais são as fases de uma startup?**. In: CARRILO, Ana Flávia. *Fases De Uma Startup: Saiba Tudo Sobre Cada Etapa: Quais são as fases de uma startup?*. Associação Brasileira de Startups, 2019. Disponível em: <https://abstartups.com.br/fases-de-uma-startup-saiba-tudo-sobre-cada-etapa/>. Acesso em: 30 abr. 2021.

CARRILO, A. F. **Emprego em startups, o mercado segue aquecido**. 2020. Disponível em: <https://abstartups.com.br/emprego-em-startups/> Acesso em 17 dez. 2022.

CAVALCANTI, V. F. C. S.; ALBUQUERQUE, F. C. B. **Startups no Brasil: uma descrição de dados e cases de sucesso**. 2019. Disponível em: <https://bdtcc.unipe.edu.br/wp-content/uploads/2019/03/TCC-startups-revisado-e-finalizado.pdf> Acesso em 5 ago. 2022.

CUNHA FILHO, M. A. L.; REIS, A. P.; ZILBER, M. A. **Startups: do nascimento ao crescimento – proposta de integração para ciclos de inovação e desafios do desenvolvimento**. Revista Desafios, v.5, n.3, 2018.

DISTRITO.ME. **Por que as fusões e aquisições de startups estão crescendo no Brasil?**, 2021. Disponível em: <https://distrito.me/blog/fusoes-e-aquisicoes-startup/> Acesso em 16 dez. 2022.

DISTRITO.ME. **Rodada de investimento: entenda como é o seu funcionamento**. 2022. Disponível em: <https://distrito.me/blog/rodada-investimento-seed-series-a/> Acesso em 17 dez. 2022.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

HASENCLEVER, L.; TIGRE, P. B. **Estratégias de inovação**. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. *Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

INOVATIVA BRASIL (Brasil). **Em que estágio de maturidade a sua startup está?**. In: INOVATIVA BRASIL (Brasil). *Em que estágio de maturidade a sua startup está?*. Brasil, 7 mar. 2020. Disponível em: <https://www.inovativabrasil.com.br/em-que-estagio-de-maturidade-a-sua-startup-esta/#:~:text=Durante%20o%20seu%20desenvolvimento%2C%20as,%2C%20Evolu%C3%A7%C3%A3o%2C%20Matura%C3%A7%C3%A3o%20e%20Autos sustenta%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 28 abr. 2021.

KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. **Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

LINS FILHO, M. L.; ANDRADE, A. P. V.; SILVA, G. G. **Capacidade de inovar em startups: uma abordagem sob a ótica da orientação para aprendizagem**. *Revista Navus*, Florianópolis, SC, v.10, n.10, 2020.

LOURENÇO, M. **O que as startups fazem pela economia?** 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-collab/2021/09/maite-lourenco-o-que-as-startups-fazem-pela-economia/> Acesso em 7 fev. 2023.

LUDERS, G. **Mercado de startups ignora pandemia e cresce no Brasil em 2021**, 2021. Disponível em: <https://exame.com/bussola/mercado-de-startups-ignora-a-pandemia-e-cresce-no-brasil-em-2021/> Acesso em 25 set. 2022.

MANFREDI, Amilto. **O que é uma Startup?: Nem toda nova empresa é uma startup. Saiba quais são as características que definem este tipo peculiar de empreendimento**. In: MANFREDI, Amilto. *O que é uma Startup?: Nem toda nova empresa é uma startup. Saiba quais são as características que definem este tipo peculiar de empreendimento*. Brasil, 11 abr, 2017. Disponível em: <https://www.pnbr.com.br/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 25 mar. 2021.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Editora Atlas, 1992.

MARTINS, H. et al. **Transformações digitais no Brasil: insights sobre o nível de maturidade digital das empresas no país**. 2019. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/br/our-insights/transformacoes-digitais-no-brasil> Acesso em 8 ago. 2022.

MATTOS, A. C. **Impactos dos fundos de investimentos de venture capital na gestão das startups brasileiras**. Trabalho de Conclusão de Curso

(Bacharel em Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020.

MAZZUCATO, M. **O estado empreendedor: desmascarando o mito do setor público x setor privado**. São Paulo: Portifólio-Penguin, 2014.

MAZZUCO, Marina. B2B (Business to Business). In: MAZZUCO, Marina. **Conheça os 7 modelos de negócios: B2B (Business to Business)**. Brasil, 2020. Disponível em: <https://saleshackers.com.br/blog/conheca-os-7-modelos-de-negocios/>. Acesso em: 19 abr. 2021.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÕES. **Novo marco legal das Startups e o desenvolvimento da inovação no Brasil**, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/noticias/2022/10/novo-marco-legal-das-startups-e-o-desenvolvimento-da-inovacao-no-brasil> Acesso em 10 nov. 2022.

MISSUNAGA, D. H.; ABBAS, K.; BORGES I. M. T.; PAVÃO, J. A. **Análise de concorrentes: informações priorizadas por uma cooperativa agroindustrial**. In: XXIII Congresso Brasileiro de Custos, Porto de Galinhas, 2016.

NUNES, P. **Apresentação do Conceito de Startup**. Disponível em: <http://www.knoow.net/cienceconempr/gestao/startup.htm>. Acesso em 20 de março de 2021.

OLIVEIRA, E. de. **Startups Fintechs no Brasil: um estudo sobre os principais impactos sociais e mercadológicos nos últimos 10 anos**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Econômicas) Universidade do Sul de Santa Catarina, Brasília, 2019.

PATEL, Neil. **O que é e-commerce**. In: PATEL, Neil. E-commerce: O que é, como funciona e quais os melhores: O que é e-commerce. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/e-commerce-o-que-e/#:~:text=E%2Dcommerce%2C%20na%20tradu%C3%A7%C3%A3o%20para,o%20portugu%C3%AAs%2C%20significa%20com%C3%A9rcio%20eletr%C3%B4nico.&text=Em%20uma%20plataforma%20de%20e,vendas%20em%20uma%20base%20administradora>. Acesso em: 21 abr. 2021.

PICKERT, L. **Unicórnios Brasileiros: conheça as startups avaliadas em U\$1 bilhão**, 2021. Disponível em: <https://blog.aaainovacao.com.br/unicornios-brasileiros/> Acesso em 15 dez. 2022.

POSSAS, M. L. **Concorrência Schumpeteriana**. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (org.) Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

RAMOS, L. F. G. **O papel das políticas públicas federais para o desenvolvimento do ecossistema de empreendedorismo inovador no Brasil: breve revisão de iniciativas em curso**. 2020. Trabalho de Conclusão

de Curso (Graduação em Administração Pública) - Escola Nacional de Administração Pública, Brasília - DF, 2020.

RAMOS, P. **Conceito de 3 F's: Family, friends and fools**. 2021. Disponível em: <https://knoow.net/ciencconempr/gestao/3-fs-family-friends-fools/> Acesso em 16 nov. 2022.

RIES, E. **A Startup Enxuta**. 1ª ed. São Paulo: Leya, 2012

ROBINSON, J. **What is perfect competition? Quarterly Journal of Economics**, v.49, n.1, 1934.

RODRIGUES, A. C. E.; FAGUNDES, M. G. S. **Metodologias de Gestão de Modelos de Negócios Inovadores em Ambientes Effectuais: Um Estudo Comparativo – Rio de Janeiro: UFRJ/ ESCOLA POLITÉCNICA**, 2012.

RONCARATTI, L. S. **Incentivos a startups no Brasil: os casos do startup Brasil, InovAtiva e InovApps**. In: CAVALCANE, P. et al (orgs.) **Inovação no setor público: teoria, tendências e casos no Brasil**. Brasília: ENAP: IPEA, 2017.

SABARÁ, F. **A força das startups no Brasil**. 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-collab/2022/01/a-forca-das-startups-no-brasil/> Acesso em 15 set. 2022.

SAGAZIO, G. **Unicórnios brasileiros e o desempenho do país em inovação**. 2022. Disponível em: <https://noticias.portaldaindustria.com.br/artigos/gianna-sagazio/unicornios-brasileiros-e-o-desempenho-do-pais-em-inovacao/> Acesso em 8 fev. 2023.

SALESFORCE.COM (São Paulo). **O que é SaaS**. In: SALESFORCE.COM (São Paulo). **SaaS: O que é, benefícios e como usar: O que é SaaS**. São Paulo - Sp, 2020. Disponível em: <https://www.salesforce.com/br/saas/#:~:text=SaaS%2C%20ou%20Software%20as%20a,a%20conex%C3%A3o%20com%20a%20internet>. Acesso em: 20 abr. 2021.

SANTOS, Priscilla. **Startup Brasil: Como esses negócios em lançamento se diferenciam de pequenas empresas, por que surgem tanto, quem paga a conta e como devem tornar nossa cultura de inovação uma coisa de outro planeta**. In: REVISTA GALILEU (Brasil), 2013. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI331599-17773,00-STARTUP+BRASIL.html>. Acesso em: 27 mar. 2021.

SARFATI, G. **Quem (e como) investe em startups brasileiras**. *Executivo*, v.17, n.3, 2018.

SCHUMPETER, J. A. **A instabilidade do capitalismo**. In: CARNEIRO, R. (org.) **Os clássicos da economia**, v.2, São Paulo: Ática, 1997.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961.

SEBRAE. **SEBRAE FOR STARTUPS: uma nova visão para o empreendedorismo de alto crescimento no Estado de São Paulo**. 2021. Disponível em: https://startups.sebraesp.com.br/wp-content/uploads/SEBRAE_REVISTA_para-revisa%CC%83o.pdf Acesso em 15 set. 2022.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas empresas. **Quem é o Sebrae?**, 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae> Acesso em 14 nov. 2022.

SEED. **Startup and entrepreneurship ecosystem development**. O programa. 2022. Disponível em: <http://seed.mg.gov.br/sobre/> Acesso em 15 nov. 2022.

SIGNORI, G. G.; MARTINS, A.; JUNIOR, M.; KALIL, F.; CAPELARI, M. **Startup e inovação: inovando na forma de pensar e decretando o fim das velhas ideias**. XXIV Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras e Empresas, Belém - PA, 2014. Disponível em: https://adm2015.webnode.com/_files/200000358-83619845b4/07_Artigo%20Startup%20e%20Inova%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 24 mar. 2021.

THURNER, B. V. **Empreendedorismo e inovação: a influência das startups no crescimento econômico**. Dissertação (Mestrado em engenharia de produção) Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

TIGRE, P. B. **Gestão da Inovação: a economia da tecnologia do Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.