

FACULDADE UNIDA DE CAMPINAS – FACUNICAMPS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

ARTUR DE BRITO COSTA

JULIANA ALVES DE MELO

MARINETE BARBOSA DE SANTANA BRITO

**IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS DESAFIOS ENFRENTADOS
PELAS STARTUPS EM SEU PROCESSO DE CRIAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO: UM ESTUDO EM STARTUPS DACIDADE DE
GOIÂNIA**

GOIÂNIA – GO

2019/2

ARTUR DE BRITO COSTA
JULIANA ALVES DE MELO
MARINETE BARBOSA DE SANTANA BRITO

**IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS DESAFIOS ENFRENTADOS
PELAS STARTUPS EM SEU PROCESSO DE CRIAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO: UM ESTUDO EM STARTUPS DA CIDADE DE
GOIÂNIA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito para nota da disciplina de TCC, necessária para a graduação do curso de Administração da Faculdade Unida de Campinas - FacUnicamps.

Orientação do Prof. Me. Paulo César Pereira da Silva.

GOIÂNIA – GO

2019/2

IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS STARTUPS EM SEU PROCESSO DE CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO: UM ESTUDO EM STARTUPS DA CIDADE DE GOIÂNIA

IDENTIFYING THE MAIN CHALLENGES FACED BY STARTUPS IN THEIR CREATION AND DEVELOPMENT PROCESS: A STARTUPS STUDY IN THE GOIANLAND CITY

ARTUR DE BRITO COSTA¹

JULIANA ALVES DE MELO²

MARINETE BARBOSA DE SANTANA BRITO³

PROF. ME. PAULO CESAR PEREIRA DA SILVA⁴

RESUMO:

O presente trabalho abordou a criação e o desenvolvimento de *startups* no contexto do empreendedorismo e inovação, teve como objetivo a identificação dos principais desafios enfrentados pelas *startups* em seu processo de criação e desenvolvimento. Para seu desenvolvimento, buscou no referencial teórico os conceitos de empreendedorismo, inovação e *startup*, bem como os procedimentos metodológicos adequados para a realização da pesquisa. À luz do referencial teórico e metodológico, realizou pesquisa com 24 *startups* na cidade de Goiânia. O resultado alcançado identificou as principais dificuldades que enfrentaram no seu processo de criação e desenvolvimento: Dificuldade de conseguir investidor anjo; O fator político que muitas vezes traz um mercado de incertezas para os investidores e o apoio do Governo que possuem o programa, mas falta o incentivo por parte deste para que esse mercado de *startup* cresça cada vez mais, isso determinará o tempo de duração no mercado e a necessidade de mudar o seu seguimento. A maioria das *startups* da cidade de Goiânia não obtiveram ajuda do governo ou incentivo para sua criação e desenvolvimento, além de não receber investimento anjo, aumentando as incertezas e os desafios. Uma parte considerável das *startups* necessitam de programas que incentivem esse mercado.

Palavras-chave: Empreendedor, Empreendedorismo, Inovação, *Startups*, Desafios.

ABSTRACT:

The present work has approach hes the creation and development of startups companies on the context of entrepreneurship and innovation, it had as objective the identification of the main challenges faced by startups in their creation and developoment process. For its development, has sought in the theoretical framework the concepts of entrepreneurship, innovation and startup, as well as the methodological procedure that is appropriate to the research. In light of theoretical and methodological framework, conducted the research with 24 startups located in Goiania. The result achieved identified the main difficulties they faced in his creation and development process: difficulties to find the angel investor; the political factor that brings so many times an uncertain market for the investors and the government support, who has a program, but it lacks on a properly incentive to the startups market to grow more and more, this shall determinates the duration in the market and the necessity of change its segment. Most Goiania startups did not get any support from Government or incentive for its creation and development, besides, they don't receive and angel investment, which increases uncertainties and challenges. A large number of startups need programs that encourage such market.

Keywords: *Entrepreneur, Entrepreneurship, Innovation, Startups, Challenges.*

¹Acadêmico do Curso de Graduação em Administração da Faculdade Unida de Campinas- FACUNICAMPS.

²Acadêmica do Curso de Graduação em Administração da Faculdade Unida de Campinas- FACUNICAMPS.

³Acadêmica do Curso de Graduação em Administração da Faculdade Unida de Campinas- FACUNICAMPS.

⁴Orientador: Professor na Faculdade Unida de Campinas – FACUNICAMPS.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho abordou a criação e o desenvolvimento de *startups* no contexto do empreendedorismo e inovação. Segundo Perin (2015), *startups* são negócios de alto risco, que surgem para atender uma necessidade do mercado. Inicialmente esta pesquisa tem como importância descobrir os principais desafios que uma *startup* enfrenta em seu processo de criação e desenvolvimento.

Para o desenvolvimento do trabalho, fundamentou-se no referencial teórico a partir de autores como Bessant e Tidd (2019), Dornelas (2018), Ries (2018), Grando (2012), e Perin (2016). Conforme os autores, ficou evidenciado que o processo de criação e desenvolvimento de *startups* enfrenta grandes desafios, especialmente no que se refere a financiamento, incubação e aceleração desse modelo de negócio. Nesse sentido, os procedimentos metodológicos foram elaborados a partir da contribuição de autores como Koche (2011), Marcone e Lakatos (2003) e Gil (2002). A abordagem teórica iluminou a realização da pesquisa sobre os desafios enfrentados pelas *startups* da cidade de Goiânia. A pesquisa alcançou resultados conforme objetivo proposto no estudo e seus processos serão abordados a partir do parágrafo a seguir.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), (2019), empreendedorismo e inovação são as moedas para o sucesso nos negócios. É uma cultura que pode diferenciar uma empresa da outra, bem como atrair clientes. No competitivo cenário atual, empreendedorismo e inovação são os motores que podem apoiar o desenvolvimento da economia nacional ou de uma organização, seja ela empresarial ou não. Assim, a criação de novos empreendimentos é essencial pois é o que contribui diretamente na vida das pessoas, famílias, organizações e governos.

Pode-se dizer, de forma geral, que o empreendedorismo está associado à habilidade de investir recursos ou desenvolvimento de ideias que possam, na prática, trazer retorno à sociedade; a inovação, por sua vez, é a forma ou a ferramenta de como estes recursos e ideias são implementados na perspectiva da diferenciação de um processo já existente. Essas são características fundamentais para o desenvolvimento econômico da sociedade (SEBRAE, 2019).

Para o Sebrae (2010), o empreendedorismo é fundamental para a geração de riquezas, promoção do crescimento econômico, geração de emprego e renda e melhoria da vida da população. Novos empreendimentos possibilitam a criação de novos postos de trabalho, levando a economia a entrar em um processo de crescimento. Contudo, a Exame (2019) destaca

que no Brasil, como em outros países, a criação e desenvolvimento desses novos empreendimentos é salutar para a economia, desde que sejam criados a partir de oportunidades detectadas no mercado, não por necessidade de emprego da pessoa que empreende.

É nesse contexto que a inovação é desenvolvida: por meio de um negócio elaborado a partir de uma oportunidade detectada no mercado. É através da inovação que uma organização pode se destacar das demais, principalmente se é um mercado competitivo (G1, 2017). Em resumo, constitui-se na “arte de buscar a oferta de soluções para problemas de um determinado público” (EXAME, 2019, p.1).

Nos últimos anos, a *startup* surgiu como uma ideia para começar um novo negócio ou como uma ferramenta para aprimorar um modelo. Para o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2019, p.1), “as *startups* surgem como atores relevantes e uma das principais fontes de inovação”. Na verdade, o mercado de *startups* vem crescendo de forma rápida com o avanço da tecnologia. A cada dia, novos produtos como aplicativos são ofertados ao mercado. Tais produtos vêm alterando a vida das pessoas e os costumes da sociedade em função de a tecnologia facilitar a rotina de forma prática (IPEA, 2019).

Esse modelo é o decano da associação entre empreendedorismo e inovação e é caracterizado por negócios inovadores com grande potencial de crescimento e é comum estarem ligados a Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), aspectos da era digital. Contudo, precisa ser encarada como negócios instáveis devido ao alto risco de erros que podem levar à insolvência do negócio. Isto ocorre devido aos desafios para o processo de criação e desenvolvimento de uma *startup* (SEBRAE, 2019).

No Brasil, segundo o IPEA (2019, p. 1), “programas recentes foram lançados para incentivar *startups* em diversos níveis de governo e por diferentes organizações”. Esse movimento de incentivo a esse modelo de negócio se dá em função de as *startups* buscarem novas oportunidades de negócios, solucionar problemas, aperfeiçoar mercados consolidados, desenvolvimento de produtos que facilitam a vida das pessoas a partir de um modelo de negócio que pode ser desenvolvido de forma acelerada.

Nesse sentido, as *startups* passaram a fazer parte da realidade. Algumas delas contam com o apoio de Instituições que auxiliam desde a incubação até a aceleração do negócio, o que abrange desde a descoberta do problema e do cliente, até o *marketfit* (adequação do produto ao mercado). Na região Centro–Oeste, o mapeamento de comunidades de *startups* realizado pela Associação Brasileira de Startups (ABSTARTUPS, 2019), identificou a existência de 562 *startups* ativas, sendo que Brasília e Goiânia acumulam juntas 64% dos negócios, a maioria de

base tecnológica. Ao dividir estas mais de 500 *startups* pelos estados desta região, aponta-se DF com 37,1%, Goiás com 29%, Mato Grosso com 20% e Mato Grosso do Sul com 14%.

Contudo, apesar de alguns incentivos, as *startups* enfrentam desafios em seu processo de criação e desenvolvimento no Brasil. Elas enfrentam problemas de financiamentos, incubação e aceleração para que possam sair do papel e serem colocadas em prática (IPEA, 2019). Em Goiânia – Goiás, compreende-se que essa realidade não deve ser diferente.

Nesse sentido, o presente trabalho pretende realizar uma pesquisa em *startups* da cidade de Goiânia em ordem de identificar os principais desafios que elas enfrentam para receberem financiamentos, serem incubadas ou aceleradas e partirem para a dimensão prática. Frente ao exposto, questiona-se: *Quais os principais desafios enfrentados pelas startups da cidade de Goiânia em seus processos de criação e desenvolvimento?*

Este trabalho tem como objetivo geral identificar os principais desafios enfrentados pelas *startups* da cidade de Goiânia em seus processos de criação e desenvolvimento, e como objetivos específicos: Fundamentar empreendedorismo, inovação e *startups* no referencial teórico disponível; levantar dados nas *startups* no contexto do empreendedorismo e inovação e descrever os principais desafios enfrentados em seus processos de criação e desenvolvimento.

A escolha do tema *Startups* no contexto do empreendedorismo e inovação se justifica por ser relevante e atual. Estudar os desafios enfrentados é oportuno, pois essas empresas estão cada vez mais presentes na vida das pessoas através de oferta de produtos e serviços inovadores. Entender o mercado das *Startups* e os desafios que enfrentam é fundamental para academia e organizações em geral. Além disso, será uma grande oportunidade para seus desenvolvedores enriquecerem seu processo de formação acadêmica e profissional.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

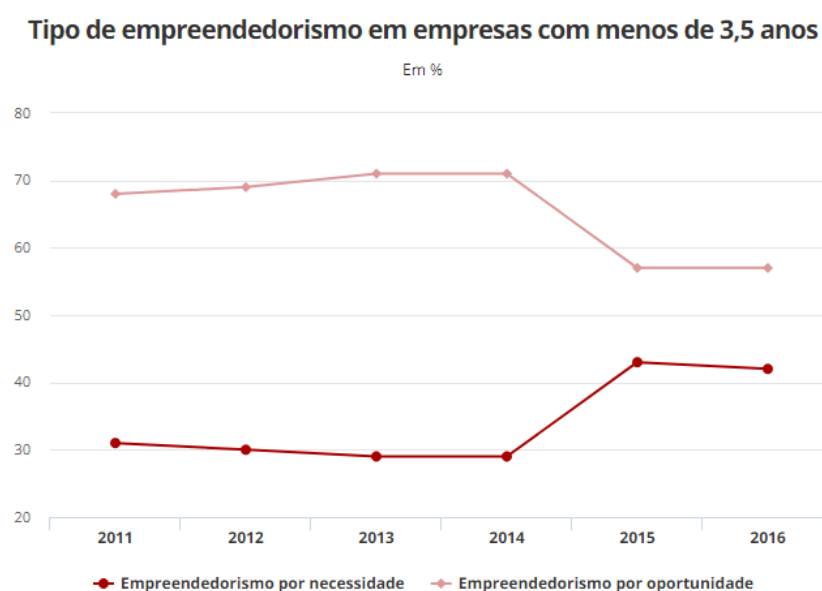
Existem várias maneiras de descrever o termo empreendedorismo, mas segundo Bueno (2016), o termo empreendedorismo está associado à capacidade que uma pessoa tem em identificar oportunidades e problemas, conseguir desenvolver soluções e investir recursos para a criação de algo positivo para a sociedade. Para Bessant e Tidd (2019), as *startups* podem ser citadas como um exemplo de empreendedorismo, pois nesse modelo de negócio o empreendedor corre determinados riscos ao tentar criar algo novo, ou aprimorar algo já existente.

Segundo Dornelas (2018), o empreendedorismo no Brasil começou a se solidificar na década de 1990 com a criação do Sebrae. Antes disso, o cenário era mais complexo para empreender e criar pequenas empresas pois não existia apoio, tampouco orientação política e econômica para criação e desenvolvimento de novos negócios.

Nesse processo, o Sebrae é de suma importância para o empreendedorismo no Brasil. Por ser uma entidade privada, contribui de forma menos burocrática para o desenvolvimento competitivo, com um serviço cujo objetivo é estimular o empreendedorismo no país auxiliando pessoas na criação e desenvolvimento de Micros, Pequenas Empresas e, agora, Microempreendedores individuais. Além disso, colabora na articulação junto aos bancos para criação de produtos financeiros adequados às necessidades do segmento (SEBRAE, 2019; DORNELAS, 2018).

É importante destacar que a atual crise no Brasil fez com que o empreendedorismo por necessidade voltasse a crescer. Cerca de 11 milhões de novas empresas foram criadas no país nos últimos anos (G1, 2019). Isso ocorre devido aos números do desemprego, visto que, quando uma pessoa vem a perder o emprego e, em consequente, falha em achar uma nova oportunidade em sua área de atuação, a decisão de criar um negócio para suprir sua necessidade de ocupação e sustento acaba se tornando uma alternativa obsta (G1, 2019). A figura 1 mostra o índice de crescimento do empreendedorismo por necessidade no Brasil.

Figura 1: Crescimento do empreendedorismo por necessidade.



Fonte: G1 (2019).

A figura 1 demonstra o crescimento do empreendedorismo por necessidade entre 2011 e 2016 e aponta que de 2011 a 2014, houve uma desaceleração do crescimento desse segmento

e, de 2014 a 2016, houve um salto considerável no crescimento em função da crise econômica que atingiu o país. Pessoas em busca de um novo emprego decidiram empreender por necessidade (G1, 2019).

2.2 Inovação

Segundo Siqueira (2007, p. 2), “Inovação é fazer coisas novas. Inovação é a implementação de um serviço novo ou significativamente melhorado produto (bem ou serviço), processo de trabalho, ou prática de relacionamento entre pessoas, grupos ou organizações”. É algo que não precisa necessariamente estar relacionado à tecnologia, como também à introdução de novos métodos, processos e ferramentas que facilitam o fluxo de trabalho. Para Grandó (2012), inovar nos dias de hoje não é mais uma opção e sim uma questão de sobrevivência.

Blockbuster e Kodak são empresas que encabeçam a lista de empresas que optaram por não inovar ou acompanhar o mercado. Ao assumirem tal posição, acabaram por declarar falência ou reduzir seus negócios. Vale destacar que estas empresas foram precursoras da inovação em suas áreas, mas esqueceram de que a inovação é sempre a necessidade do momento e acabaram sendo esquecidas (STARTSE, 2018).

Inovação para o Sebrae (2015), é uma mola propulsora das empresas, seja na inovação de um produto, processo ou mercado, isto é, necessária para que uma empresa no mercado atual consiga sobreviver. Portanto, é necessário encarar a inovação. O empreendedor não deve pensar em inovação como um custo para o seu negócio. Não importa se a inovação é básica ou radical, o processo gera impactos e muitos resultados positivos o que traz visibilidade ao negócio.

A inovação é uma ferramenta contínua no processo de crescimento de uma empresa e na concepção de uma *startup*. Ries (2018), afirma que as empresas modernas que buscam inovar baseiam-se no impacto contínuo no mercado mediante a inovação. Dessa forma constituem equipes multidisciplinares para atender as necessidades dos clientes e sempre conduzem a experiências rápidas. Adotam como ferramenta uma *startup* interna, esta dedicada a um projeto com intuito de pensar grande, começar pequeno, mas para crescer rápido.

A inovação como um processo da economia de mercado se ajusta ao sistema capitalista aliado à produtividade e ao crescimento que envolve o grande e o pequeno empresário, visto que parte do projeto não vem somente do poder aquisitivo. Schumpeter (1934 *apud* Kon, 2017, p. 106), tinha uma visão ampla do que seriam mudanças tecnológicas e inovações ao identificar

cinco espécies diferenciadas: inovação no produto, inovação no processo, inovação no mercado, em um novo insumo e inovação organizacional.

Conforme os autores, pode-se dizer que a inovação é o que provoca as grandes mudanças no cenário competitivo. Ter boas ideias e leva-las adiante não é simples. Boa parte delas fracassam e é preciso ter determinação para fazer essa aposta, como também ter bom senso para saber parar de persistir em algo que não está dando certo e, porventura, partir para outro método. Boa parte das oportunidades de inovação surgem quando conseguimos reestruturar a forma de como vemos algo, (BESSANT e TIDD, 2019).

A inovação é de suma importância para as *startups*, pois é através dela que as companhias conseguem se destacar em meio as grandes empresas tradicionais que predominam o mercado. Torna-se, então, uma ferramenta utilizada para aprimorarem seus processos (ERIKA, 2019). O tópico a seguir abordará as *startups* no contexto do empreendedorismo e inovação.

2.3 Startups

Startup é uma palavra originária dos Estados Unidos da América. Esse termo, de acordo com Toledo (2014, p.19), “ficou famoso durante a primeira grande bolha da internet (*dot-com bubble*), nos Estados Unidos, entre 1995 e 2000. Significava uma ou mais pessoas executando uma ideia para, possivelmente, se tornar uma empresa rentável”. Para Ries (2012), o sucesso de uma *startup* não é somente a consequência de bons genes ou de estar em um determinado lugar certo na hora certa. O sucesso de uma *startup* se constrói seguindo o processo correto, que pode ser aprendido, e, portanto, ensinado.

As *startups* são caracterizadas como empreendimentos inovadores com grande potencial de crescimento, já que a maioria estão ligadas a tecnologia da informação e à “era digital”. Porém, proporcionam riscos devido à incerteza causada no mercado. Segundo Perin (2015, p.16), “*startups* são negócios de alto risco que surgem, validam, aprimoram e evoluem rapidamente seus modelos de negócios sustentáveis até vencerem, ou não, as incertezas do mercado”. Nesse sentido, as *startups* vêm contribuindo na facilitação da vida das pessoas através do uso da tecnologia, mercados digitais, aplicativos e outros. Para o autor:

As *startups* trouxeram uma maior qualidade de vida para a humanidade. Todos os impactos são visíveis, sejam eles na melhoria da comunicação, na facilidade de aproximação das pessoas, na questão do trânsito, na segurança, enfim. Temos hoje uma facilidade que, anos atrás, ninguém poderia prever que existiria e que não conseguimos mais viver sem (PERIN, 2015, p.8).

De acordo com Toledo (2014), os norte-americanos são os fundadores da ideia do negócio a partir da *startup* e contribuíram tanto para a aceleração da economia global como também dos negócios digitais com o desenvolvimento da tecnologia de informação, comunicação e transações no comércio mundial. Além disso, a indústria *venture capital*, enquanto mecanismo de suporte para financiamentos, associadas às estruturas políticas e governamentais, obtiveram confiança na economia futura e, com isso, suas *startups* tiveram oportunidades de rápido crescimento. O surgimento das *startups* trouxe inovação ao mercado e, em alguns casos, desafiaram os modelos de negócios já existentes. Tal realidade exige processos de evolução permanente, é o que será demonstrado no tópico a seguir.

2.3.1 Evolução das startups

No cenário do mundo dos negócios, as mudanças estão acontecendo em velocidade nunca visto na história. Tais transformações ocorrem a partir do avanço da tecnologia, realidade que exige inovações no comércio, indústria, serviços, processos, métodos e sistemas são constantes. Para Dolabela (2003), o surgimento da globalização gerou a necessidade do crescimento do empreendedorismo. No Brasil, as MPEs passaram a integrar as políticas de combate ao desemprego causado pelas transformações no mercado de trabalho.

Segundo a E-Auditoria (2019), o mundo passou por muitas mudanças de 2009 até 2019. Nos últimos anos, com o advento da internet, a *Netflix* contribuiu para a falência das locadoras de filmes, o Google faliu a Listel, as Páginas Amarelas e as enciclopédias, o *Booking* complicou as agências de turismo, as mídias sociais estão complicando os veículos de comunicação, a Uber está ameaçando o emprego dos taxistas, a OLX está afetando os classificados dos jornais, o Banco Original e o *Nubank* ameaçam o sistema bancário tradicional, a “nuvem” complicou a vida do “pen drive”, o *Youtube* complica a vida das tvs, o e-mail impactou nos Correios. Na raiz desse processo de evolução estão, as *startups*, (E-AUDITORIA, 2019).

Para Grandó (2012), em um passado não muito distante (de aproximadamente 30 anos), o mundo mudou com o advento da internet, ou da era “era digital”, fazendo com que a linha do tempo se acelerasse. Para o autor:

Em 1991, dez anos depois do lançamento do PC, a *Word Wide Web* aparecia pela primeira vez como um serviço publicado na internet. O Google surgiu em 1996; o Facebook, em 2004; o *You Tube*, em 2005; o *Twitter*, em 2006. O iPod começou a ser vendido em 2001; o iPhone, em 2007; o iPad, em 2010. Portanto tudo isso é muito recente, estamos ainda dando os primeiros passos e desbravando novos mundos. Além disso, pela primeira vez, a sociedade tem uma geração que nasceu já interagindo com a internet como plano de fundo, a chamada geração digital (GRANDÓ, 2012, p. 21).

Tal geração é composta, em grande parte, por pessoas que nasceram da década de 80 até a década de 90, identificados como geração “Y”. É a primeira geração que cresceu e formou seus hábitos de consumo na era da informação e para eles predominam o consumo de informação pelos meios de digitais. A maioria possui perfis em mais de uma plataforma social e está habituada a construir conhecimento de forma colaborativa (GRANDO, 2012).

Segundo Perin (2015, p.6), “essa geração nasceu com um novo olhar sobre o mundo e um senso de propósito muito grande, mas diferente das demais e até pouco tempo atrás, não tinha muita clareza de qual seria ele, de fato. É uma geração que assume os riscos para atingir seus objetivos”. A evolução das *startups* está diretamente ligada a essa geração. O tópico a seguir abordará as características das *startups*.

2.3.2 Características das startups

Com a participação de jovens, as *startups* da atualidade são caracterizadas por desenvolvimentos de pequenos e médios negócios. Buscam um espaço mercadológico que visa expor novos produtos ao público alvo. Perin (2015) faz uma análise bem objetiva desses quesitos conforme o quadro 1 abaixo:

Quadro 1 Características das *Startups*.

CARACTERÍSTICAS	DESCRIÇÃO
Grupo de Pessoas	Diz respeito ao bom relacionamento entre parceiros e fornecedores;
Modelo de Negócio	Negócios com flexibilidade, diferenciação e competitividade acirrada e acelerada;
Repetível	Permitir que a ideia seja copiada, ou usar tecnologia e modelo em outro setor para diversificar os ganhos;
Escalável	Ganhar força e crescer rapidamente, atração e motivação em grande escala dos clientes pelo produto ou serviço;
Extrema Incerteza	Risco; já que as <i>startups</i> tentam vender produtos e serviços que não existiam, o que muda a forma de se fazer negócios ou inovar ao facilitar algo que já existe.

Fonte: Perin (2015). Adaptado pelos autores (2019).

Ries (2012), define *startup* como um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza. Para Moreira (2018), um cenário de incerteza significa que não há como afirmar se aquela ideia e projeto de empresa irão realmente dar certo ou ao menos se provarem sustentáveis. Para Perin (2015):

Risco é praticamente o sobrenome das *startups* (o mais importante). Elas tentam vender produtos e serviços que não existem, mudando a forma de se fazer negócios ou inovando ao facilitar algo que já existe. Até então, ninguém pensava em pedir táxi sem ligar para uma central e ter que dar o endereço (algo muito chato e difícil). No entanto, agora é possível fazer tudo isso apenas apertando um botão do celular. Porém, era incerto que as pessoas aceitariam esse novo jeito, assim como taxistas. Foi um grande risco no início (PERIN, 2015, p. 14).

As *startups*, frente as incertezas, precisam apresentar um produto inovador e quebrar os paradigmas vigente no mercado. A filosofia desse mercado está em correr riscos calculados a partir de um planejamento estratégico. O importante é que os colaboradores e as equipes de trabalho tenham incentivos quanto ao uso da criatividade e busca de novas soluções à empresa (PERIN, 2015). Nesse sentido, Dornelas (2018) distingue esse perfil de negócio dos demais porque este está sempre atrás de novas ideias de negócios e de verdadeiras oportunidades de mercado, atentos a tudo que ocorre à sua volta e, com isso, procura sempre satisfazer a necessidade do cliente.

Para Grandó (2012), a coragem é uma das características do empreendedor de *startup*. Eles são ótimos em abrir novos caminhos, tem independência como seu maior objetivo, são determinados e estão dispostos a arregaçar as mangas e colocar a mão na massa no que for preciso para que o seu negócio decole. Eureka (2016, p.8) diz que “empreender é unir instinto, conhecimento e ação, sair do campo teórico e colocar em prática as mais distintas ideias e anseios”. Contudo, a *startup* precisa de investidor anjo, incubadoras e aceleradoras para saírem do papel, conforme serão abordados nos próximos tópicos.

2.3.3 Investidor anjo

O mercado de *startups* vem se consolidando no mundo com investimentos de capital de risco. Nesse contexto, o investidor anjo é aquele que procura empresas nascentes ou ainda no campo das ideias (EXAME, 2019). Segundo Perin (2015, p. 104), “o investimento anjo é para a *startup* se consolidar efetivamente. Aqui já tem alguns bons clientes e o risco para o investidor passa a ser mediano, e não mais alto. Aqui é o risco médio para o investidor”.

O investimento Anjo é uma forma de financiamento orientado para as empresas emergentes, as chamadas *startups*, que agrega ao capital financeiro aplicado pelo investidor na empresa conhecimento, experiência e relacionamento de investidor anjo, com o objetivo de potencializar o sucesso do negócio e acelerar seu crescimento, por isso é chamado de investidor-anjo, com o objetivo de potencializar o sucesso do negócio e acelerar seu crescimento, por isso é chamado de *smat Money* (GRANDÓ, 2012, p. 412).

É importante destacar que o investidor anjo pode ser uma pessoa física ou jurídica. Basta que deseje investir parte dos seus recursos em algo significativo, compartilhar informações, apoiar com sua experiência, deter participação acima de 5% no lucro da *startup* e correr riscos. Para Grandó (2012, p. 411), essa prática “é recente no Brasil, mas bastante difundida nos Estados Unidos, onde surgiu, bem como na Europa, cujos praticantes são conhecidos como *business angels*”. O quadro 2 a seguir, traz a demonstração dos requisitos básicos para uma *startup* ser financiada por um investidor anjo (SEBRAE, 2016):

Quadro 2 Requisitos para conseguir um investimento anjo.

INVESTIDOR ANJO	
Onde buscar	Em rodadas de investimentos, por meio de plataformas online especializadas em negociação desse tipo ou de convites feitos pelos próprios investidores.
Requisitos	Ser inovadora e executável, potencial competitivo, ter perspectivas reais de crescimento e apresentar limites de investimento.
Seleção	Elaboração de projetos detalhados, apresentado a ideia da empresa, o panorama do mercado e as perspectivas de crescimento e consolidação do empreendimento.
Vantagens	Possibilidade de novos empreendedores, sem a necessidade de recorrer a empréstimos ou a muitos sócios, implementação do negócio, sugestões de mudanças na proposta ou orientações sobre como aumentar investimentos e buscar novos parceiros.

Fonte: Sebrae (2016). Adaptado pelos autores (2019).

2.3.4 Incubadora

Segundo a ABStartups (2019), a incubadora de empresas é um ambiente planejado e protegido para estimular o empreendedorismo. É um espaço que serve para desenvolver empreendimentos, fortalecer e preparar pequenas empresas com intuito de fazê-las sobreviver no mercado. Geralmente buscam parcerias junto a empreendedores que têm ideias inovadoras e que buscam ajuda para que essa ideia saia do papel e se torne realidade.

As vantagens de realizar uma incubação de determinada ideia é que o negócio tem a maior chance de expansão e crescimento, devido ao empreendimento se desenvolver em um ambiente adequado e voltado para a inovação e ao empreendedorismo. As incubadoras têm o papel de ajudar a ideia a nascer, possuem um ambiente preparado para que isso aconteça, é como se fosse proteger um bebê, isso é uma real função de uma incubadora (ABSTARTUPS, 2019; PERIN 2015).

Segundo Perin (2015), no caso das *startups*, as incubadoras servem para fazer com que a ideia venha para o mercado de uma forma mais consolidada, forte e precisa, para posteriormente ela se tornar um negócio. As incubadoras podem ser criadas em universidades, empresas privadas e entidades de fomento ao empreendedorismo como o Sebrae. A maior vantagem da incubadora são os incentivos fiscais, sua tributação é mais baixa justamente para incentivar o processo de incubação de novas empresas, contribuindo para que as ideias possam ser transformadas em produtos à população, bem como ao mercado de trabalho com a geração de novos empregos e crescimento econômico.

2.3.5 Aceleradora

Segundo a ABStartups (2019), a aceleradora é uma organização liderada por investidores e empreendedores de sucesso, que apoia e investe no desenvolvimento e expansão de empresas que trazem conceitos inovadores e serve para alavancar negócios promissores. Segundo Perin (2015), ao contrário das incubadoras, a aceleradora tem o papel de alavancar o negócio, ou seja, dar um gás no empreendimento que já conseguiu vencer as dificuldades de desenvolver a ideia e sair do papel. Nesta fase, o negócio já está no mercado de uma forma ativa e é onde a aceleradora atua, para fazer com que o negócio cresça mais rápido.

Para Perin (2015), a aceleradora faz investimento financeiro em *startups* que já estão para entrar numa fase de aceleração. Algumas vezes o investimento pode não ser de um valor tão alto, mas sua maior contribuição é a experiência acumulada no mercado de aceleração de *startups*, pois seus investidores possuem redes de conexões com pessoas experientes no negócio. É por isso que esses fatores muitas vezes costumam pesar mais do que o dinheiro investido, pois bons contatos, dicas e um ótimo ambiente geram mais retorno do que ter muito dinheiro e não saber trabalhar com que esse negócio cresça cada vez mais.

É importante lembrar que muitas das vezes, o investidor anjo é uma das partes fundamentais dentro da aceleradora, devido estarem algumas das vezes entrando junto com a *startup*, ou a aceleradora os convida para estarem participando em determinado negócio, nem tanto pelo dinheiro que o investidor anjo pode estar oferecendo no negócio, mas pela experiência que esse investidor tem para contribuir cada vez mais para essa *startup* que está passando por um processo de aceleração (PERIN, 2015).

2.3.6 O Mercado de Startups

Segundo o G1 (2019), cresce no mercado internacional o número de empresas que eram *startups*, “cujo valor de mercado ultrapassou 1 bilhão, transformando-se em unicórnios. Segundo Nybo (2016), o termo unicórnio é muito familiar para quem pertence ao ramo de *startups*, refere-se àquelas com um *valuation* (avaliação) acima de um bilhão de dólares. Observe alguns exemplos de empresas que entraram nesta seleta classificação: Dropbox, Uber, Airbnb, Snapchat, dentre outras.

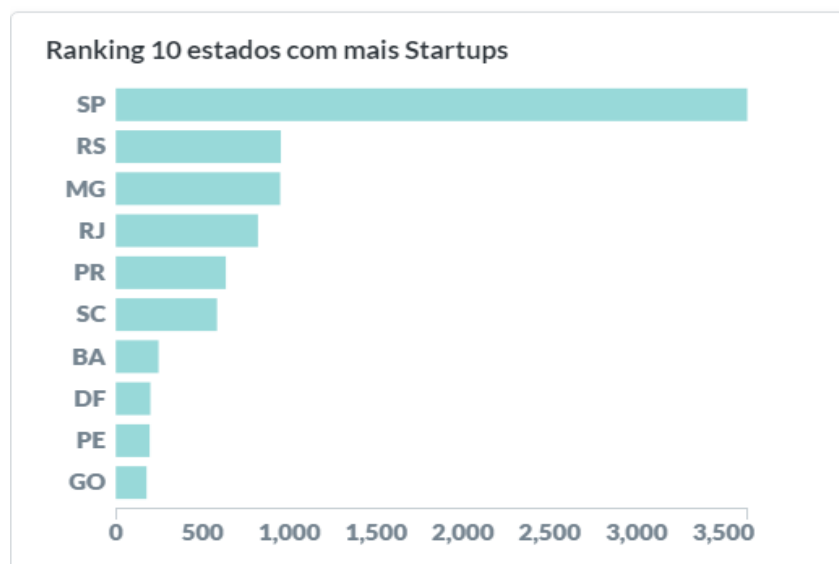
Segundo a Startse (2015), as dez maiores *startups* valorizaram em média 557,86% do final de 2009 até a metade de 2010. Essa porcentagem é uma marca expressiva sob qualquer ponto de vista, mas os 1.18,27% de ganhos da rede social LinkedIn é notável, alcançando com isso a 10ª colocação entre as mais valiosas. Seis das dez empresas abriram capital na bolsa de valores, LinkedIn e Facebook estão entre elas.

Nos Estados Unidos, o governo tem incentivado mais enfaticamente os empreendedores que procuram abrir negócios no país. Conforme Breitsameter (2017), em julho de 2017 o governo americano, por meio do *Department of Homeland Security* (DHS), publicou novas regras para facilitar que empresários estrangeiros de qualquer país constituam *startups* nos EUA. Com isso, o objetivo da medida é reforçar o potencial de crescimento da economia norte-americana com aumento dos investimentos, incentivos à inovação e a criação de novas vagas de trabalho.

No Brasil, as *startups* começaram a aparecer no começo do século XXI, sendo que a partir de 2010 este ramo apresentou um crescimento. Observa-se que as MPEs só começaram a se expandir depois dos anos 80, em virtude de fatores críticos na economia brasileira (GRANDO, 2012). Contudo, apesar das incertezas no cenário econômico nos últimos anos, as empresas desse segmento evidenciam crescimento considerável. Os brasileiros vêm buscando oportunidade de negócios em diversos setores, visto que as *startups* se caracterizam como negócios de baixo custo (GRANDO, 2012).

Atualmente o mercado brasileiro de *startups* conta com mais de 10 mil companhias segundo levantamento da Associação Brasileira de Startups (Abstartups). Segundo Pezzotti (2019), a entidade identificou que das 10.365 novas empresas de tecnologia no país, quase metade (4.717 ou 45,5%), está sediada na região sudeste.

Figura 2: Ranking 10 estados com mais *startups*.



Fonte: StartupBase (2019).

No Brasil, o maior desafio dessas empresas está no financeiro, isto é, conseguir investimentos para colocar as ideias e planejamentos em prática. Isso ocorre até mesmo com as

instituições tradicionais como bancos, por exemplo. Em função disso, pode ser trabalhoso conseguir financiamento. Fonseca (2018) descreve as *startups* brasileiras que mais contribuíram para o crescimento da economia em 2018, dentre elas estão: Nubank– Conquistou clientes insatisfeitos com as taxas de bancos tradicionais, oferecendo cartão de crédito sem anuidade, e mesmo com prejuízo de 50 milhões de reais no primeiro semestre de 2018, a Fintech abriu mais de 1,5 milhão de contas digitais e já capitou 527,6 milhões de dólares em investimento.

Outros exemplos de companhias desse modelo em destaque no Brasil segundo Freitas (2018) são: Credits, Guia Bolso, Docket, Stone Pagamentos, Loggi, Beblue e tantas outras. Com tantas habilidades que o empreendedor possui, as *startups* que crescem no modelo escalável buscam a essência do negócio que está no relacionamento com o público alvo, isto é, a comunicação e o seu perfil de administrador.

2.3.7 Aspectos básicos para o início de uma startup

Uma ideia é fundamental para o início de uma *startup*, entretanto, não terá valor se não for trabalhada, isto é, ela precisa estar acompanhada de uma mente empreendedora, que assume o risco de transformar a ideia em um grande negócio. Para Toledo (2015, p.16), “uma ideia só começa a criar valor quando é executada. A partir desse momento, ela deixa de ser algo abstrato e passa a ser algo que existe no mundo real. Como estamos falando de *startup*. Quanto melhor for a execução, maior valor a *startup* terá”.

No que se diz respeito à criação de uma *startup*, centraliza-se experiência em empreendedorismo, mesmo sendo início de um negócio, pois geralmente tais mercados classificam-se como dinâmicos e tecnológicos, ou seja: o termo utilizado é *bootstrap*, que de acordo com Gitahy (2011) significa iniciar uma *startup* utilizando apenas os recursos próprios, sem um capital ou apertando o cinto do time e não reconhecendo investidores externos, sendo que a entrada dos recursos se dará somente após a conquista dos primeiros clientes.

3 METODOLOGIA

Segundo Koche (2011), “metodologia é o ato de otimizar o uso da racionalidade quando se propõe uma forma sistemática, metódica e crítica dentro da função de desvelar o sistema (mundo), e compreendê-lo, explicar e dominar é de fato a busca ao conhecimento científico”. Para Marcone e Lakatos (2003, p.83), “método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos

válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista”.

De acordo com Gil (2002, p. 44), “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida principalmente em livros e artigos científicos”. Nesse sentido a elaboração da referida pesquisa foi feita em bibliografias e artigos científicos para análise dos mercados *startups*, bem como a conceituação do termo com ênfase na evolução do empreendedorismo e sua tendência atual. Assim, os objetivos visam analisar o desenvolvimento de uma *startup* e seus desdobramentos em meio a desafios e crescimento.

Uma análise é feita a partir de conceitos de autores das pesquisas realizadas, através de estudos explorados em livros, revistas, dados estatísticos e pesquisa de campo para se compreender o processo de aceleração de uma *startup* e o impacto causado no cenário de empresas tradicionais, revolucionando o mercado e trazendo a ideiação de um novo modelo de conquistar o público alvo e garantir a comodidade, praticidade e bem estar do cliente.

Buscando dados do desenvolvimento e do crescimento das *startups*, obteve-se informações precisas como: processo de aceleração de *startups* e suas divergências, relacionamento e conhecimento do cliente, Sebrae Goiás como principal agente que permite o desenvolvimento do ecossistema das *startups* e influenciador no processo de empreendedorismo, *startups* versus empresas tradicionais. A partir dessa abordagem se fundamentou o perfil das *startups* como sendo inovadoras ao surgirem para mudar os serviços e não como propriedades do ativo, e suas características identificam-se, sendo; repetível e escalável, os seus produtos e serviços são mais acessíveis pelo fato de encontrar em todos os lugares, em todos os momentos.

3.1 Procedimentos

Foi feita uma pesquisa quantitativa com o objetivo de obter dados informativos das *startups* de Goiânia, para a coleta de dados foi utilizado o questionário como instrumento de coleta de dados. O questionário foi elaborado com 14 (quatorze) questões objetivas com 4 (quatro) alternativas, com intuito de identificar as dificuldades que as *startups* já enfrentaram para iniciar seu negócio e o seu desenvolvimento, foi enviado via e-mail para 67 (sessenta e sete) *startups* da cidade de Goiânia, 24 (vinte e quatro) *startups* responderam o questionário, 43 (quarenta e três) não responderam. A coleta de dados foi realizada em duas etapas. A primeira foi realizada no período de 13/10 a 22/10/2019 com a obtenção de 23 respostas. A segunda etapa foi realizada no período de 29/10 a 08/11/2019 com a obtenção de 1 resposta.

Logo em seguida, foi encerrado o período de coleta de dados. Os questionários respondidos contribuíram para a identificação dos principais desafios enfrentados.

4 STARTUPS DA CIDADE DE GOIÂNIA

4.1 A Cidade de Goiânia

A cidade de Goiânia capital do Estado de Goiás, foi fundada em 1933 a partir das transformações e discussões políticas daquele período. De acordo com Chaul (1999, p.149), em 23 de março de 1937, Pedro Ludovico Teixeira, com a maioria na Assembleia, assinava o Decreto da mudança da capital, que rezava em seu 1º artigo: “Fica transferida da cidade de Goiás para a cidade de Goiânia, a Capital do Estado de Goiás”.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019), a população estimada de Goiânia é de 1.516.113 pessoas. A economia de Goiânia é a décima segunda entre as capitais brasileiras e a primeira em seu estado. Segundo dados da Secretaria de Estado da Administração (SEAD, 2019), em 2016 o Produto Interno Bruto (PIB) per capita da cidade foi R\$ 32 bilhões o que corresponde 39,62% PIB do Estado.

A cidade se destaca em indústrias farmacêuticas, confecção e alimentação. São 18 empresas farmacêuticas entre Goiânia e Anápolis com 5.000 empregados. É o quarto maior polo confeccionista do Brasil, tem 35.000 pessoas empregadas em mais de 2.000 confecções. A cidade vem se destacando no número de empresas de franquias (QG, Fast Açaí, Hiperfesta) e aceleradora de *startups* como a Gyntec.

4.2 Startups de Goiânia

Segundo a ABStartups (2018), Goiânia com algumas estruturas para as *startups*, conta com o Centro de Empreendedorismo e Incubação (CEI) da Universidade Federal de Goiás (UFG) a primeira incubadora no Brasil o CERNE 2, certificação concedida pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC) para ambientes de inovação que possuem boas práticas de gestão e relacionamento com empreendedores.

A cidade também possui incubadoras de *startups* como a Incubadora Aldeia Anhanguera, Incubadora de empresas do SENAI e a PUC Goiás. Possui ainda, Gyntec, aceleradora de *startups* que começou a ter parceria com a aceleradora ACE e trabalham com *startups* em fase de pós-incubação e pré-aceleração, ou seja, a função dessas aceleradoras é ajudar a impulsionar o negócio (ABSTARTUPS, 2018).

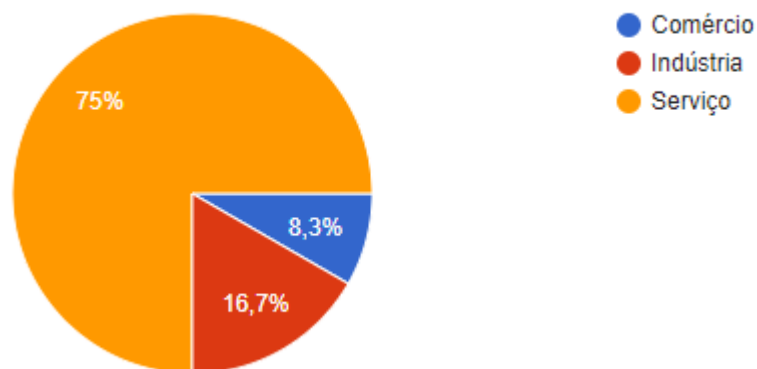
Nesse contexto, para fazer a coleta de dados das startups de Goiânia, foi necessário a realização de um levantamento da quantidade de *startups* existentes na cidade. Para esta atividade utilizou-se a base de dados da ABStartups, que identificou 88 *startups* na cidade. A partir daí buscou-se os endereços eletrônicos para o envio do questionário, 67 foi o número de endereços encontrados e confirmado. Os resultados da pesquisa serão abordados a seguir.

4.3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A apresentação das questões será apresentada conforme os gráficos e seus resultados, conforme a seguir.

Questão 1 Qual segmento de atuação?

Gráfico 1: Segmento de atuação das *startups*.

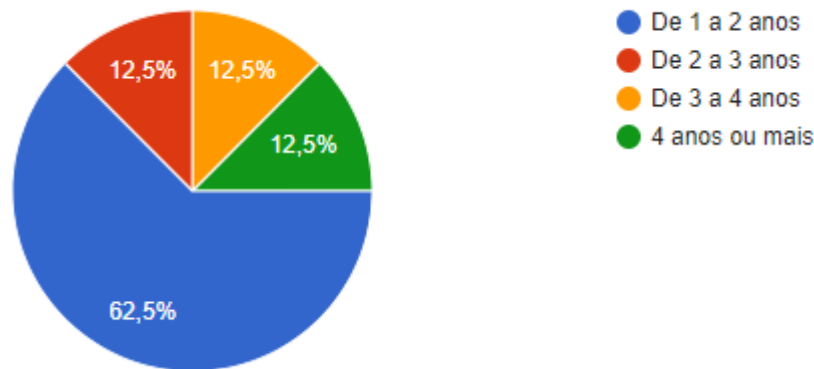


Fonte: Pesquisa aplicada.

A questão 1 teve como objetivo apresentar o segmento de atuação em que cada *startup* pesquisada atua no mercado. O resultado demonstra que a maioria, ou 75% delas atuam no segmento de serviço, 16,7% estão na indústria e 8,3% atuam no setor de comércio. Tal resultado confirma o G1 (2016), quando abordou que no mercado, as *startups* que prestam serviços crescem cada vez mais devido os investidores estarem com os olhos mais voltados para essa área, pois essa área contribui cada vez mais com o mercado.

Questão 2 Há quantos anos está no mercado?

Gráfico 2: Idade de mercado das *startups*.

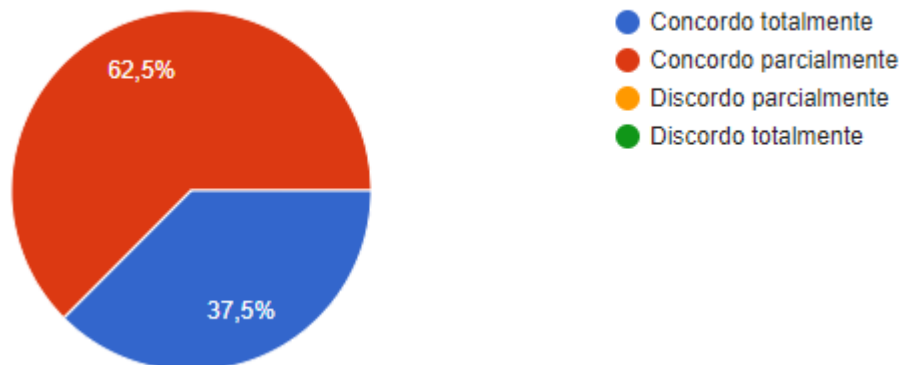


Fonte: Pesquisa aplicada.

A questão 2, abordou o tempo de atuação no mercado de cada *startup*. O resultado apresentou que 62,5% têm de 1 a 2 anos e as demais opções que são: De 2 a 3 anos, de 3 a 4 anos e de 4 anos ou mais apresentam igualmente 12,5% cada. Com isso, identifica-se o cenário de extrema incerteza o que é consequentemente o risco que segundo Perin (2015), define como praticamente o sobrenome das *startups*.

Questão 3 A validação da sua ideia foi bem aceita?

Gráfico 3: Validação da ideia das *startups*.

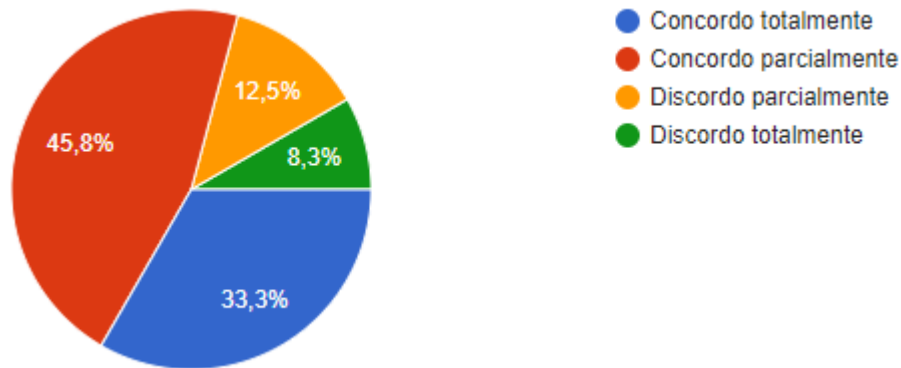


Fonte: Pesquisa aplicada.

O gráfico 3 mostra que 62,5% concordaram totalmente ao questionar se a validação da ideia da *startup* foi bem aceita no mercado, 37,5% concordaram parcialmente em relação a ideia ser bem aceita no mercado. Isso confirma Perin (2015), quando abordou que, até descobrir se a ideia pode realmente virar um negócio, existem um tempo de validação para isso, com isso mostra que uma parte das *startups* tem sua ideia bem aceita no mercado, já outras não conseguem de primeira e necessitam buscar o aperfeiçoamento da sua ideia.

Questão 4 É necessário o auxílio de uma incubadora ou aceleradora no início do negócio?

Gráfico 4: A necessidade de auxílio de incubadora e aceleradora na *startup*.

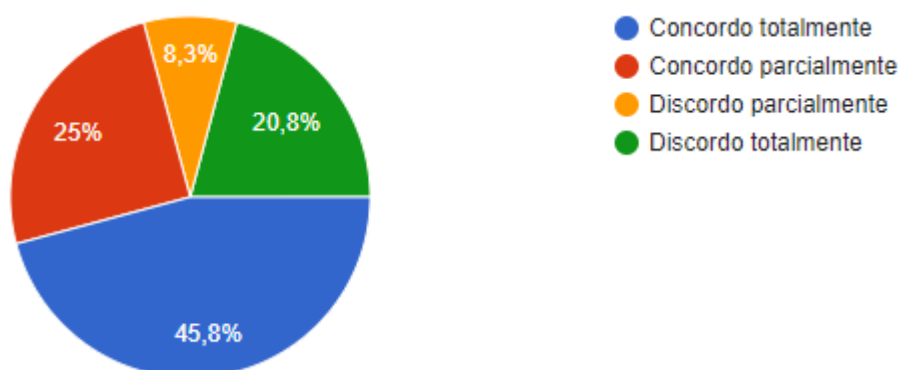


Fonte: Pesquisa aplicada.

A questão 4, fala da necessidade de um auxílio de uma incubadora ou aceleradora no início de uma *startup*. 45,8% concordaram parcialmente nesse requisito, 33,3% concordaram totalmente, 12,5% discordaram parcialmente e 8,3% discordaram totalmente. O Sebrae (2019), afirma que o apoio que as incubadoras e aceleradoras trazem é uma ajuda para o negócio, pois através delas, as *startups* podem ter uma ajuda para o início de seu negócio e para a aceleração do negócio.

Questão 5 Passou por algum processo de incubação?

Gráfico 5: Processo de incubação das *startups*.



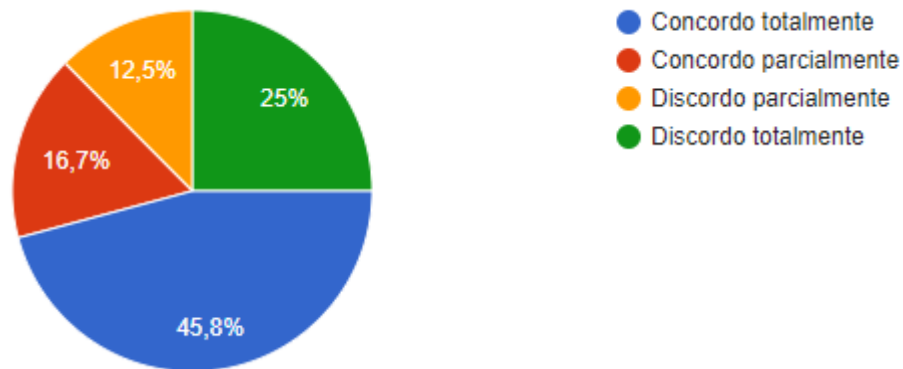
Fonte: Pesquisa aplicada.

O gráfico 5, mostra que 45,8% concordaram totalmente, 25% concordaram parcialmente, 8,3% discordaram parcialmente e 20,8% discordaram totalmente. Isso mostra que a maioria das *startups* entrevistadas, passaram por algum processo de incubação. Perin (2015),

aborda que as incubadoras fazem com que interessados no negócio possam investir mais nas *startups*, pois a incubadora ajuda a tomar rumo o negócio.

Questão 6 Passou por algum processo de aceleração?

Gráfico 6: Processo de aceleração das *startups*.

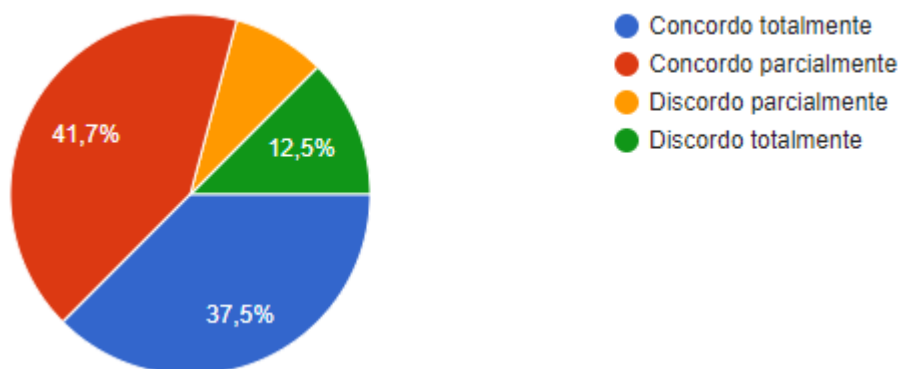


Fonte: Pesquisa aplicada.

A questão 6, abordou se a empresa contou com o auxílio de aceleradoras. Os resultados obtidos apontam que 45,8% receberam, 16,7% contaram parcialmente, 12,5% discordaram parcialmente e 25% não receberam. A partir disto, identifica-se a necessidade que as *startups* têm de receber apoio em seus processos para alavancar sua ideia - aceleradoras.

Questão 7 É um desafio conseguir investidor anjo?

Gráfico 7: Desafios para conseguir investidor anjo nas *startups*.



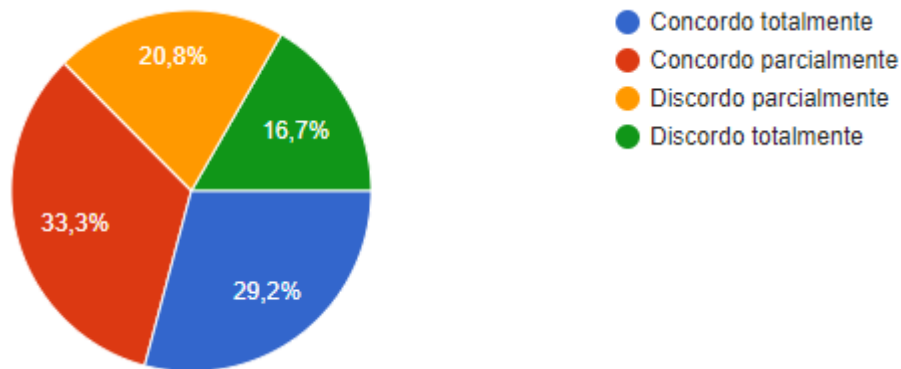
Fonte: Pesquisa aplicada.

As informações acima, demonstram o resultado do gráfico 7, 37,5% concordam totalmente e 41,7% concordam parcialmente, que é um desafio receber um investimento anjo em uma *startup*. Isso confirma o pensamento de Grandó (2012), ao dizer que este conceito ainda

é recente do Brasil, pois somente 12,5% e 8,3% não consideraram como um obstáculo este tipo de investimento.

Questão 8 O investimento anjo se faz necessário?

Gráfico 8: Necessidade de conseguir um investidor anjo nas *startups*.

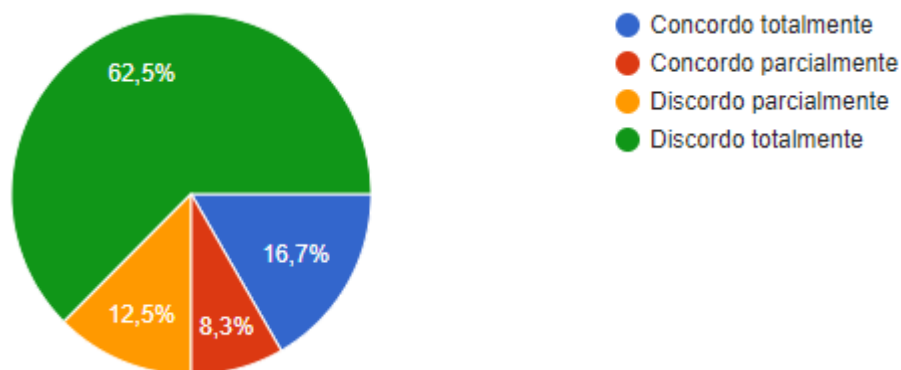


Fonte: Pesquisa aplicada.

O gráfico 8, questiona a necessidade de haver um investimento anjo nas *startups*, onde a maioria de 29,2% e 33,3% concordaram. Contudo, 20,8% e 16,7% ao descartarem essa necessidade, podem perder uma grande oportunidade segundo Grandó (2012), de agregar conhecimento, experiência e relacionamento de investidor anjo.

Questão 9 Contou com investimento anjo?

Gráfico 9: Pesquisa para descobrir se as *startups* contaram com investidor anjo.

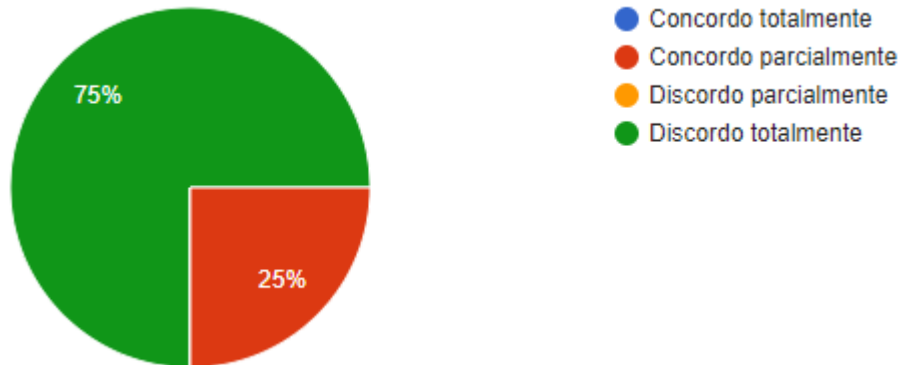


Fonte: Pesquisa aplicada.

O gráfico 9, mostra que 16,7% e 8,3% tiveram a oportunidade de se estruturarem melhor com o capital que entrou. Contudo 62,5% e 12,5% não receberam investimento anjo em seus negócios o que confirma o gráfico 7, que demonstra o grande desafio em se conseguir esta colaboração.

Questão 10 Você teve algum incentivo do governo durante a criação e ou no desenvolvimento?

Gráfico 10: Pesquisa para descobrir se as *startups* contaram com ajuda do governo.

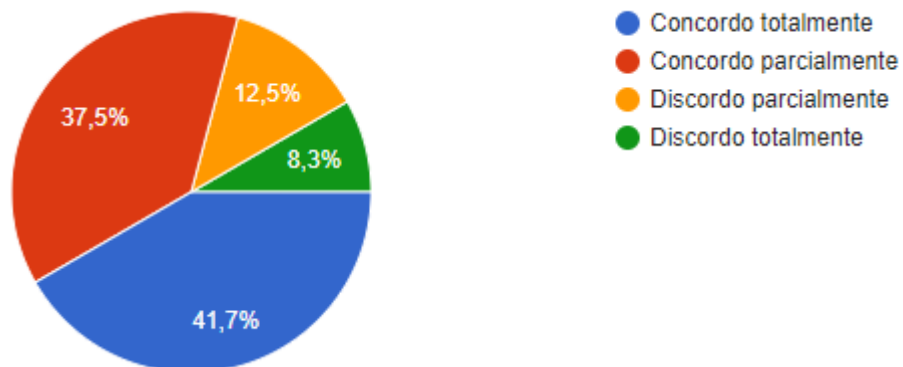


Fonte: Pesquisa aplicada.

Conforme demonstrado neste gráfico acima, 25% tiveram incentivo do Governo e 75% não tiveram esta oportunidade. Isso vai de encontro aos dados da Abstartups (2019), onde informa que Goiás detém apenas 29% das *startups* da região Centro-Oeste.

Questão 11 Você conhece algum programa de incentivo do governo para *startups*?

Gráfico 11: Programa de incentivo em *startups*.

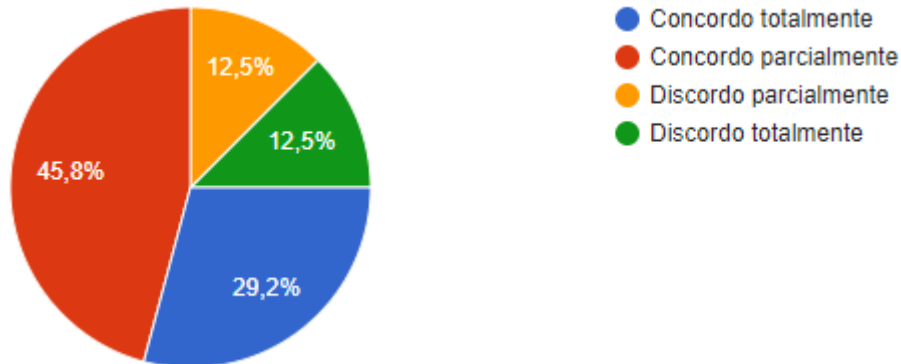


Fonte: Pesquisa aplicada.

A questão 11, teve o intuito de saber o nível de conhecimento das *startups* em relação a programas do governo que incentivam o mercado de *startups*. 41,7% concordaram totalmente, 37,5% concordaram parcialmente, 12,5% discordaram parcialmente e 8,3% discordaram totalmente. Isso mostra que boa parte das *startups* conhecem algum tipo de programa que incentiva o mercado de *startup*. Conforme a Abstartups (2018), um exemplo de incentivo do governo para esse mercado é o Programa Empreende Gyn, que tem como objetivo incentivar e oferecer ajuda na estratégia para o desenvolvimento do negócio.

Questão 12 O fator político influencia na economia de uma *startup*?

Gráfico 12: Influência do fator político na vida de uma *startup*.

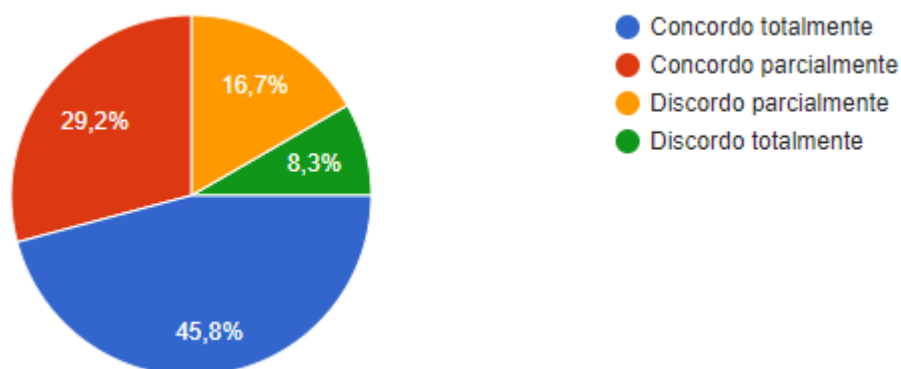


Fonte: Pesquisa aplicada.

O gráfico 12, teve como objetivo saber se o fator político influencia na economia de uma *startup*, nesse contexto 29,2% concordaram totalmente, 45,8% concordaram parcialmente, 12,5% discordaram parcialmente e 12,5% discordaram totalmente. Com isso conclui-se que o fator político tem a capacidade de influenciar na vida econômica de uma *startup*. Pois segundo Perin (2015), o fator político pode influenciar na vida de uma *startup*, pois o governo pode criar programas que possam incentivar economicamente esse segmento de mercado.

Questão 13 Teve ajuda de um terceiro na criação e ou no desenvolvimento da ideia/negócio?

Gráfico 13: Ajuda na criação e no desenvolvimento das *startups*.



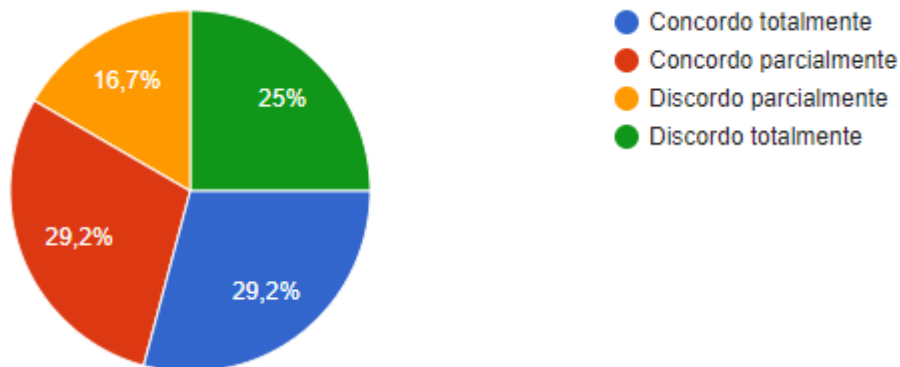
Fonte: Pesquisa aplicada.

A questão 13, teve como objetivo saber se as *startups* entrevistadas tiveram algum tipo de ajuda de terceiros para o desenvolvimento da *startup*. 45,8% concordaram totalmente, 29,2% concordaram parcialmente, 16,7% discordaram parcialmente e 8,3% discordaram totalmente. Foi concluído que a maioria teve algum tipo de ajuda no processo de desenvolvimento de sua

startup. Perin (2015), fala que ter essa troca de ideias e compartilhar experiências ajuda e muito no processo de desenvolvimento de uma *startup*.

Questão 14 Alguma vez já pivotaram (mudar o segmento)?

Gráfico 14: Necessidade de mudar o segmento de atuação.



Fonte: Pesquisa aplicada.

O gráfico 14, teve como objetivo saber das *startups* se já tiveram a necessidade de pivotar alguma vez. 29,2% concordaram totalmente, 29,2% concordaram parcialmente, 16,7% discordaram parcialmente e 25% discordaram totalmente. Com isso observa que a maioria já teve a necessidade de pivotar alguma vez, isso mostra conforme Perin (2015), que se houver a necessidade de passar por esse processo, as pessoas que fazem parte dessa *startup* precisam estar com a mente sã e focada, pois isso mostra, que uma mudança drástica no seu negócio precisa ser feita.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho abordou as *startups* no contexto do empreendedorismo e inovação. Objetivou identificar os principais desafios enfrentados para criação e desenvolvimento das *startups* na cidade de Goiânia. Para seu desenvolvimento, discutiu empreendedorismo, inovação, evolução e características das *startups*, investidor anjo, mercado internacional de *startups*, *startups* no Brasil, perspectivas de negócio e aspectos básicos para o início de uma *startup* que foram consultados em diversas obras literárias e em base de dados.

A partir dessa realidade, foi realizado uma pesquisa em *startups* da cidade de Goiânia. As respostas demonstram que na capital de Goiás, a maior parte das *startups* é do ramo de serviços, têm entre 1 e 2 anos de tempo de mercado, não tiveram dificuldades para validarem

sua ideia, consideram necessário o auxílio de incubadoras ou aceleradoras no início do negócio e passaram por processo de incubação e aceleração.

Além disso, consideram como necessário um investidor anjo, assim como é um desafio consegui-lo, pois a maioria não teve este auxílio e nenhum outro por parte do Governo, apesar de conhecerem programas públicos de incentivos. Ademais, o fator político influencia na economia da *startup*, muitos contaram com a ajuda de um terceiro na criação e no desenvolvimento da ideia já tiveram a necessidade de pivotar sua ideia.

Através da pesquisa realizada com os responsáveis pelas *startups* da cidade de Goiânia, identificou-se que os principais desafios que enfrentam são: *Dificuldade de conseguir investidor anjo; O fator político que muitas das vezes traz um mercado de incertezas para os investidores e O apoio do Governo que possuem o programa, mas falta o incentivo para que esse mercado de startup cresça cada vez mais, isso determinará o tempo de duração no mercado e a necessidade de mudar o seu seguimento.*

Já o investimento anjo, está cercado de desafios que incluem, a apresentação adequada do planejamento por parte do solicitante ao possível investidor, o risco de não se ter o retorno do valor e o fato deste conceito não ser bem difundido no Brasil. No que diz respeito ao Governo, envolve a necessidade da mudança na educação, ao incentivar desde pequenas as crianças a serem inovadoras, confiar em suas ideias e aprender a como usar adequadamente seu dinheiro ao investir em negócios, assim como o poder de julgamento se este será rentável ou não. O trabalho alcançou seus objetivos, contudo, recomenda-se estudos mais aprofundados para analisar a situação destas *startups* a respeito da temática com profundidade nos motivos que as levam a estas conclusões.

REFERÊNCIAS

ABSTARTUPS, **Aceleradora de startups: o que é e para que serve**. 06 abr. 2017. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/aceleradora-de-startups-o-que-e-e-para-que-serve/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

ABSTARTUPS, **Incubadora de empresas: o que é e para que serve**. 13 abr. 2017. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/incubadora-de-empresas-o-que-e-e-para-que-serve/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

ABSTARTUPS, **Mapeamento do Centro-Oeste**. 01 jan. 2019. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/mapeamento-centro-oeste/>>. Acesso em: 15 set. 2019.

ABSTARTUPS, **Mapeamento de comunidades de startups Goiânia**. 11 set. 2018. Disponível em: <https://abstartups.com.br/comunidades-de-startups/>. Acesso em: 8 nov. 2019.

BESSANT, John, TIDD, Joe. **Inovação e Empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

BREITSAMETER, Amanda. Governo dos Estados Unidos abre as portas para startups brasileiras. **Jornal do Comércio**, Porto Alegre, 13 fev. 2017. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/conteudo/2017/01/cadernos/empresas_e_negocios/543805-governo-dos-estados-unidos-abre-as-portas-para-startups-brasileiras.html>. Acesso em: 01 mai. 2019.

BUENO, Jefferson Reis. Mas afinal, o que é empreendedorismo. SEBRAE, 4 ago. 2016. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/>>. Acesso em: 27 out. 2019.

CHAUL, Nasr Fayad. **A construção de Goiânia e a Transferência da Capital**. – Ed. 2 – Goiânia: Ed. UFG, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

DOLABELA, F. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

E-AUDITORIA, **15 fatos (sobre o mercado) relacionados a transformação digital**. 14 jul. 2017. Disponível em: <<http://www.e-auditoria.com.br/publicacoes/artigos/voce-e-um-contador-atualizado-ou-continua-fazendo-as-coisas-como-ha-dez-anos/>>. Acesso em: 01 mai. 2019.

ERIKA, Tia. O que é uma startup?. **STARTADORA**. 24 out. 2019. Disponível em: <<http://startadora.com/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 25 out. 2019.

EUREKA. **O empreendedor moderno**. Equipe Eureka. Ed.1 – São Paulo: Oliveira & Oliveira, 2016.

EXAME. **Empreendedorismo por necessidade no Brasil**. Disponível em <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/empreendedorismo-por-necessidade-no-brasil/>. Acessado em novembro de 2019.

EXAME. Qual a diferença entre investidor anjo, seed e venture capital?. Disponível em <https://exame.abril.com.br/pme/qual-a-diferenca-entre-investidor-anjo-seed-e-venture-capital/>. Acessado em novembro de 2019.

FONSECA, Mariana. As 10 startups brasileiras mais procuradas por grandes talentos. **EXAME**, São Paulo, 19 set. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/as-10-startups-brasileiras-mais-procuradas-por-quem-e-um-grande-talento/>>. Acesso em: 25 abr. 2019.

FREITAS, Tainá. As 25 startups mais desejadas do Brasil, de acordo com o LinkedIn. **StartSe**, 18 set. 2018. Disponível em: <<https://www.startse.com/noticia/startups/55120/ranking-startups-linkedin>>. Acesso em: 29 set. 2019.

G1. **Cresce número de empresas que prestam serviços para as startups**. 18 jul. 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/concursos-e-emprego/noticia/2016/07/cresce-numero-de-empresas-que-prestam-servicos-para-startups.html>>. Acesso em: 7 nov. 2019.

G1. **Facebook anuncia a compra do Instagram**. 09 abr. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/facebook-anuncia-compra-do-instagram.html>>. Acesso em: 9 mai. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GITAHY, Yuri. O que é Bootstrapping. **EXAME**, 6 jul. 2011. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-bootstrapping/>>. Acesso em: 07 mai. 2019.

GRANDO, Ney. **Empreendedorismo inovador: Como criar startups de tecnologia no Brasil**. São Paulo: Évora, 2012.

IBGE, **Cidade de Goiânia**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/goiania/panorama>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

IPEA, **INCENTIVOS A STARTUPS NO BRASIL: os casos do Startup Brasil, InovAtiva e InovApps**. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/171002_inovacao_no_setor_publico_capitulo_11.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2019.

KOCHE, Jose Carlos. Fundamentos de metodologia científica: Teoria da ciência e iniciação à pesquisa. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MOREIRA, Daniela. O que é uma startup. **EXAME**, São Paulo, 1 mar. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 22 abr. 2019.

NYBO, Erik. **Como surge um unicórnio**. 11 jul. 2016. Disponível em: <<https://startupi.com.br/2016/07/como-surgem-os-unicornios/>>. Acesso em: 22 set. 2019.

PERIN, Bruno. **A revolução das startups: o novo mundo do empreendedorismo de alto impacto**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

PEZZOTTI, Renato. **País tem mais de 10 mil start-ups**. UOL, 24 jan. 2019. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/01/24/crescimento-startups-martechs-mercado.htm?app=uol-cotacoes-v2&plataforma=iphone&cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 9 mai. 2019.

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

REIS, Eric. **O Estilo Startup**. Rio de Janeiro: LeYa, 2018.

SCHUMPETER, J. **The theory of economic development**. Harvard University Press, 1949.

SCHUMPETER, Joseph. **Ciclo da inovação a partir da teoria de Schumpeter**. Disponível em: <https://www.researchgate.net/figure/Figura-2-Ciclo-da-Inovacao-a-partir-da-Teoria-de-Schumpeter_fig2_292347865>. Acesso em: 26 out. 2019.

SEAD, **Fundação de Previdência Complementar do Estado de Goiás – PREVCOM-GO - Dados Gerais**. 25 set. 2019. Disponível em: <<http://www.administracao.go.gov.br/component/content/article/34-artigos-n%C3%A3o-categorizados/20718-prevcom-go-dados-gerais.html?highlight=WyJIY29ub21pYSIsImRliwiZ29pXHUwMGUybmlhliwiZWVbm9taWEgZGUiLCJkZSBnb2lzdTAwZTJuaWEiXQ==&Itemid=101>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

SEBRAE, **Jovem empreendedor pesquisa quantitativa**. 01 out. 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/.../2018/11/Jovem_Empreendedor_vf_2018.ppt..>. Acesso em: 26 set. 2019.

SEBRAE, **O que é ser empreendedor**. 23 jan. 2019. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 22 set. 2019.

SEBRAE, **Inovação é a solução também para pequenos negócios**. 01 jul. 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/inovacao-e-a-solucao-tambem-para-pequenos-negocios,ee5e045cd0027410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 29 set. 2019.

SEBRAE, **Investidores-anjos podem ajudar a implementar seu negócio**, 05 jan. 2016. Disponível em: <http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/investidores-anjos-podem-ajudar-a-implementar-seu-negocio,7d87bb147df2e410VgnVCM1000003b74010aRCRD#this>>. Acesso em: 15 out. 2019.

SEBRAE, **Quem somos**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemosomos>. Acesso em: 27 out. 2019.

SEBRAE, **Quem é o Sebrae**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em: 27 out. 2019.

SIQUEIRA, Jairo. **Criatividade e inovação**. 24 jan. 2007. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4850676/mod_resource/content/2/Jairo%20Siqueira%20-%20Artigos%20sobre%20Criatividade%20e%20inova%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso: 15 nov. 2019.

STARTSE, **7 empresas (gigantes) que morreram nos últimos anos por não inovar**. 18 jul. 2018. Disponível em: <<https://www.startse.com/noticia/nova-economia/corporate/25281/7-empresas-gigantes-que-morreram-nos-ultimos-anos-por-nao-inovar>>. Acesso em: 24 out. 2019.

STARTSE. Investir em startups dá certo? As 10 maiores de 2010 agora valem 557% mais. 23 jul. 2015. Disponível em: <<https://www.startse.com/noticia/startups/12888/investir-em-startups-d-certo-as-10-maiores-de-2010-agora-valem-557-mais>>. Acesso em: 05 mai. 2019.

STARTUPBASE, Estatísticas. 24 out. 2019. Disponível em: <<https://startupbase.com.br/home/stats>> Acesso em: 25 out. 2019.

TOLEDO, Marcelo. **5 Canais de aquisição de clientes que toda startup deve explorar**. Disponível em: <<http://marcelotoledo.com/5-canais-de-aquisicao-de-clientes-que-toda-startup-deve-explorar/>> Acesso em: 22 set. 2019.