



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE ECONOMIA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**LUIZ DIOGO DE MOURA BASTOS**

**EMPREENDEDORISMO *STARTUP*:  
UM PANORAMA SOBRE O ECOSISTEMA DE  
RENOVAÇÃO BRASILEIRO**

Salvador  
2021

**LUIZ DIOGO DE MOURA BASTOS**

**EMPREENDEDORISMO *STARTUP*:  
UM PANORAMA SOBRE O ECOSISTEMA DE  
RENOVAÇÃO BRASILEIRO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal da Bahia, requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Área de concentração: Organização Industrial

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Bispo de Jesus Júnior

Salvador  
2021

B327

Bastos, Luiz Diogo de Moura.

Empreendedorismo startup: um panorama sobre o ecossistema de renovação brasileiro/ Luiz Diogo de Moura Bastos. - - Salvador, 2021.

82 f.; il. tab. graf.

TCC (Graduação) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Economia. Orientador: Profº Drº Leonardo Bispo de Jesus Júnior.

1. Empreendedorismo. 2. Brasil – empresas. 3. Startup. I. Universidade Federal da Bahia. II. Jesus Júnior, Leonardo Bispo de. III. Título.

CDD: 338.789 1

**LUIZ DIOGO DE MOURA BASTOS**

**EMPREENDEDORISMO STARTUP:**

**UM PANORAMA SOBRE O ECOSISTEMA DE RENOVAÇÃO BRASILEIRO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Economia da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Economia.

Aprovado em 02 de dezembro de 2021.

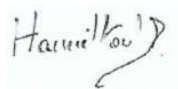
Banca Examinadora



---

**Prof. Dr. Leonardo Bispo de Jesus Júnior**

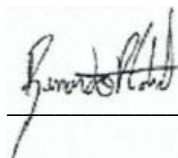
Universidade Federal da Bahia – UFBA



---

**Prof. Dr. Hamilton de Moura Ferreira Júnior**

Universidade Federal da Bahia – UFBA



---

**Prof. Dr. Bernardo Pereira Cabral**

Universidade Federal da Bahia

## RESUMO

Esse trabalho buscou compreender a dinâmica a qual se inserem essas empresas, assim como as características e motivações dos indivíduos que buscam empreender nesse ecossistema. Para isso, foi utilizada uma análise exploratória, resgatando o pensamento Schumpeteriano. Conclui-se que o Brasil ocupa uma posição relevante mundial, no que diz respeito a comunidades de *startups* e criação de novos negócios. As iniciativas públicas e privadas, com políticas e investimentos, têm gerado efeitos positivos sobre a produção de conhecimento e inovações, e o mercado estrangeiro tem investido cada vez mais nas empresas do país. Apesar dos estudos sobre as características dos empreendedores de *startups* ainda serem escassos, os dados que existem demonstram que não há uma diversidade social entre os empreendedores desse modelo e, também, uma concentração dessas empresas em regiões mais ricas do país.

Palavras chaves: *Startup*. Empreendedorismo. Inovação. Schumpeter

## **ABSTRACT**

This work sought to understand the dynamics in which these companies are inserted, as well as the characteristics and motivations of researchers who seek to undertake in this ecosystem. For this, an exploratory analysis was used, rescuing the Schumpeterian thought. It is concluded that Brazil occupies a relevant position with regard to startup communities and the creation of new businesses. Public and private initiatives, with policies and investments, have generated positive effects on the production of knowledge and innovations, and the foreign market has increasingly invested in companies in the country. Although studies on the characteristics of startup entrepreneurs are still scarce, the data that exist show that there isn't a social diversity among entrepreneurs of this model and also a concentration of these companies in richer regions of the country.

Keywords: Startup. Entrepreneurship. Innovation. Schumpeter.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Percepção das <i>Startups</i> .....	65
Figura 2: Valor investido em <i>startups</i> na América Latina de jan/2017 a jun/2018.....	66
Figura 3: Perfil dos empreendedores de <i>startup</i> , no Brasil .....	70

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Características predominantes dos empreendedores de 18 a 24 anos (Brasil, 2008)	28
Tabela 2: Motivos Indutores do Empreendedorismo .....	31
Tabela 3: Percentual dos empreendedores iniciais <sup>1</sup> segundo as motivações para iniciar um novo negócio - Brasil 2019.....	33
Tabela 4: Programas de Apoio a pequenas empresas no Brasil .....	53
Tabela 5: <i>Startups</i> por Mercado de Atuação .....	62
Tabela 6: Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo características demográficas – Brasil e regiões – 2012.....	67



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Número de <i>Startups</i> na região Sudeste.....	60
Quadro 2: Perfil dos empreendedores de <i>Startups</i> .....	68

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolução da atividade empreendedora segundo a oportunidade e necessidade.....	30
Gráfico 2: Crescimento de <i>startups</i> ano ao ano.....	58
Gráfico 3: Ranking dos 10 estados com mais <i>startups</i> .....	61
Gráfico 4: Ranking das 10 cidades com mais <i>startups</i> .....	62
Gráfico 5: Atividade de <i>venture</i> capital no Brasil .....	63

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>2 CONCEITUANDO O EMPREENDEDORISMO.....</b>	<b>12</b>
2.1 EVOLUÇÃO DO TERMO E AS VERTENTES TEÓRICAS .....	12
2.2 A TEORIA DE JOSEPH SCHUMPETER.....	18
<b>3 O AGENTE EMPREENDEDOR.....</b>	<b>24</b>
3.1 AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS .....	24
3.2 OPORTUNIDADE X NECESSIDADE.....	26
<b>4 O MODELO DE NEGÓCIO <i>STARTUP</i> .....</b>	<b>35</b>
4.1 A DINÂMICA DAS <i>STARTUPS</i> .....	35
4.2 O PAPEL DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA PARA A EXPANSÃO DO MODELO...	40
<b>5 EMPREENDEDORISMO <i>STARTUP</i> NO BRASIL .....</b>	<b>44</b>
5.1 A CONJUNTURA BRASILEIRA E O FOMENTO À INOVAÇÃO .....	44
5.2 O ECOSISTEMA <i>STARTUP</i> NO BRASIL .....	58
<b>6 CONSIDERAÇÕES .....</b>	<b>73</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>75</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o surgimento e aperfeiçoamento de tecnologias, alinhado ao processo expansionista dos meios de informação digitais, foram responsáveis pelo fortalecimento do empreendedorismo como uma plataforma participante e, até essencial, para o processo de desenvolvimento socioeconômico do Brasil. De acordo com a pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), aproximadamente 53 milhões de brasileiros adultos estiveram envolvidos em alguma atividade empreendedora, de criação, consolidação de um negócio novo, ou na manutenção de um empreendimento estabelecido, o que explicita a forte presença desse tipo de atividade no cotidiano brasileiro.

Nesse contexto, o ato de empreender passa, então, a ser analisado como um motor do sistema econômico, em que o indivíduo que o realiza detecta novas oportunidades de negócios, sempre associados à inovação (FILION, 1999). Drucker (1998, *apud* BAGGIO; BAGGIO, 2015) aponta que os empreendedores são passíveis de explorar as oportunidades que aparecem durante as mudanças tecnológicas, nas preferências dos consumidores e normas sociais. Pioneiro para a teoria empreendedora, Schumpeter foi responsável por cunhar o conceito de “Destruição Criativa”, justificando o *modus operandi* do empreendedor, como aquele que destrói de maneira radical os meios comuns de produção vigentes, ao promover inovações (SCHUMPETER, 1998).

Os estudos mais atuais apontam que os indivíduos podem ser levados ao empreendedorismo pela identificação de uma oportunidade de negócio, assim como pela tentativa de inserção no mercado de trabalho; são chamados empreendedores por oportunidade e empreendedores por necessidade, respectivamente. Enquanto o empreendedor por oportunidade tem o desejo de inovar e se tornar dono do próprio negócio, mantendo-se informados e acumulando capital para seguir com o seu projeto, os empreendedores por necessidade iniciam um novo negócio para buscar uma alternativa frente à dificuldade de inserção no mercado de trabalho e ao desemprego. Segundo Vale, Corrêa e Reis (2014), existe uma minoria de autores que sugerem não serem mutuamente excludentes ambas motivações, como, também, podendo haver outros fatores capazes de intervir na decisão de uma pessoa em se tornar empreendedora.

No Brasil, o empreendedorismo passou a se popularizar na década de 1990, mas o modelo *Startup* passou a ser conhecido no início dos anos 2000. Outros autores apontam que, nos Estados Unidos, as *Startups* começaram a se difundir em um período conhecido como a bolha da internet, nos anos 1990. O empreendedorismo, no Brasil, demonstrou grande potencial já no final da mesma década, porém, ganhando força somente a partir dos anos 2010 (ALVES, 2013).

Não obstante, a criação e o desenvolvimento das *Startups* se relacionam diretamente ao empreendedorismo, visto que uma *Startup* pode ser caracterizada como empresa ou projeto, iniciada por um indivíduo empreendedor, que assume em sua estrutura de negócio um modelo escalável, com alto grau de inovação e de expansão rápida (SANTOS; CAPELLI, 2019). Tal interpretação é assimilada por Paiva e Almeida (2018), que afirmam ser cada vez mais constante a utilização do termo *Startup* para designar empresas que possuem um modelo de negócios repetível e comumente ligado à inovação tecnológica, desenvolvida em um espaço de risco e extrema incerteza e que, não por acaso, vêm ganhando força no mercado brasileiro.

Com o avanço da internet, observou-se uma mudança de perspectiva no que diz respeito às aspirações dos trabalhadores e profissionais dessa área. Estudos apontam que a alta taxa de desemprego no país, unido à facilidade de se encontrar conteúdos informativos sobre empreendedorismo e novas tecnologias, tornou-se fundamental para que surgissem novos modelos de produtos e serviços, planejando escalabilidade no mercado consumidor. É de se notar que as *Startups* se tornam frequentes no ciberespaço, visto os baixos custos de criação e possibilidade de uma expansão rápida (PAIVA; ALMEIDA, 2018; SANTOS; CAPELLI, 2019).

Entretanto, é preciso compreender a diferença entre o empreendedorismo corporativo e o *startup*. Para Nascimento e Silva (2018), o diferencial das empresas *startups* para as demais formas de empreender é o que a define, sendo um negócio inovador, de rápido crescimento, flexível para se adequar ao mercado, possuindo alto risco envolvido no negócio. Para Dornelas (2008), não somente os modelos de negócio são distintos, como, também, os empreendedores associados a *startups* se diferem dos demais, pois são aqueles que estão

sempre dispostos a inovar, buscando oportunidades no mercado, apaixonados por seus projetos e capazes de assumir altos riscos para que esses sejam um sucesso.

Considerando que o modelo *startup* e seus empreendedores possuem características que os distinguem de empreendimentos convencionais, passa a ser um importante papel do Estado criar as condições sociais e econômicas necessárias para potencializar a ação empreendedora no país. De acordo com Bulgacov e outros (2011), considerando a realidade do empreendedor brasileiro, faz-se necessário que a ação do Estado se volte para apoiar as inovações e o crescimento dos empreendimentos, seja através de cursos voltados à gestão, assistência técnica, financiamento, apoio logístico, entre outros. Políticas que têm se mostrado reveladoras para os países desenvolvidos são a estruturação de incubadoras tecnológicas, de empresas, assistência e apoio financeiro para empresas em *early stage* (empresas que estão no “início de vida”).

Verificando o crescimento no número de *startups* no país, esse trabalho tem como objetivo fazer uma análise exploratória sobre a dinâmica dessas empresas, como elas estão inseridas no Brasil, o papel das políticas públicas e privadas para a alavancagem desses negócios, e as motivações por trás dos indivíduos que veem, através da inovação, as oportunidades de empreender nesse mercado. Para se alcançar o objetivo proposto, o presente estudo partiu de pesquisas bibliográficas e qualitativas sobre o tema, através de levantamentos de materiais elaborados sobre o assunto, como artigos científicos e jornalísticos, livros e relatórios, afim de abordar o fenômeno de maneira mais ampla.

Além dessa introdução, o trabalho apresenta mais cinco seções. Na próxima seção consta a conceituação da teoria empreendedora, abordando a visão schumpeteriana sobre o papel do empreendedor, sua definição e sua disposição para inovar. A seção número três traz a concepção do empreendedor, com suas principais características e motivações. Na quarta seção é abordado as peculiaridades do modelo *startup*, e a inovação como fator determinante para o desenvolvimento desse modelo. Na quinta seção se faz uma contextualização sobre as *startups* no país, apresentando a conjuntura socioeconômica brasileira, o ecossistema em que elas se inserem, os indivíduos que estão à frente desses negócios e as políticas de fomento

para o crescimento dessas empresas. Por fim, na sexta seção, apresenta-se as considerações finais.

## 2 CONCEITUANDO O EMPREENDEDORISMO

### 2.1 EVOLUÇÃO DO TERMO E AS VERTENTES TEÓRICAS

Os primeiros indícios da palavra empreender e suas variações datam do período histórico conhecido como Idade Média. Autores apontam que a palavra “empreender” tem origem na língua portuguesa, no século XVI, enquanto o vocábulo “empreendedorismo” se origina do francês *entrepeneur*, que, por sua vez, é derivado do latim *imprehendere* e que, já no século XII, a terminologia “empreendedor” era aplicada para indivíduos que participavam de conflitos armados, e até aqueles que estavam dispostos a correr riscos (FILION, 1999; BAGGIO; BAGGIO, 2015). Ainda na Idade Média, o empreendedorismo teria sua primeira sinergia com a ideia de inovação, junto à procura de satisfação social e financeira, muito dado às navegações e expansão do mundo conhecido.

É a partir desse século que o termo empreendedor passou a ser utilizado como representação da figura do empresário, e, com a crescente industrialização e ampliação tecnológica, nos séculos seguintes, o indivíduo empreendedor recebe o mérito de atuação nas áreas de organização, gestão e controle institucional, ocorrendo, muitas vezes, confusões entre o papel do empreendedor, do empresário e do administrador (HISRICH; PETERS, 2004). As incertezas de se empreender no mercado passam a ser consideradas, ao passo que o agente econômico é visto como um tomador de riscos. É então que o ideal de empresário se define em um contexto de negócios, na compra e venda de bens e serviços, definição que se mantém até o pressuposto da oferta e da demanda. Esse momento histórico se caracterizou pela expansão no comércio nas atividades manufatureiras e empresariais, em que o crescimento econômico se ligou diretamente ao desenvolvimento industrial.

Sob uma perspectiva histórica, a revolução industrial como grande fator impactante para a economia mundial, visto que agiu diretamente nos custos de comércio, tornou lucrativo produzir em grandes escalas. Isto desencadeou um crescimento moderno, um ciclo auto sustentável de produção e ganhos de rendimento, que tornou rentável a inovação. Em meados do século 19 à Primeira Guerra Mundial, os custos de comércio caíram rapidamente, devido, principalmente, aos menores custos de transporte. De 1914 à 1950, os custos de comércio



aumentaram erraticamente, devido, principalmente, a barreiras comerciais. Finalmente, durante o período pós-guerra, os custos de comércio caíram de forma constante, devido, principalmente, à liberalização de tarifas e melhor organização do transporte.

Do ponto de vista analítico do pensamento econômico, os primeiros economistas a utilizarem, de fato, a expressão “empreender” foram os fisiocratas franceses, Richard Cantillon, François Quesnay e Jean Baptiste Say. Assim, o termo passa a se relacionar com palavras de semântica comum, traduzindo uma longa variedade de conceitos, como empreendedorismo, empreendedor, empresas e empreendimento (CAMARGO; CUNHA, BULGACOV, 2008). Enquanto que, de acordo com Baggio e Baggio (2015), os percussores da tentativa de compreender o papel do empreendedor, assim como seu impacto na economia, foram Cantillon, Say, e Joseph Schumpeter. De acordo com Baumol (2010), até o século XX, os escritores ingleses atribuíam ao termo empreendedor o título de aventureiro, sendo que o termo teria sido introduzido na literatura por Cantillon. Para Schumpeter (1985), o conceito de empreendedor teria sido introduzido na literatura inglesa por John Stuart Mill, que haveria resgatado o termo, que, até o momento, estaria sendo utilizado para definir conceitos capitalistas, de oferta e acúmulo de capital.

Na visão clássica smithiana, o sistema econômico independe das atuações individuais dos agentes econômicos, em que o mercado se auto regularia para atingir o potencial em que todas as partes envolvidas tivessem sua melhor posição nas trocas comerciais. A teoria neoclássica determina uma posição distinta para o empreendedor, ao passo que este se torna mais um coordenador do que tomador de risco. Considerando que os defensores dessa teoria assumem a racionalidade dos agentes econômicos e a informação plena, a tomada de decisões deixa de ser um papel tão fundamental no processo de empreender (CAMARGO; CUNHA, BULGACOV, 2008).

Vê-se que o agente, na teoria econômica ortodoxa, aparece como um ser “atomizado”, homogêneo nas relações de produção, eliminando suas características individuais, de ações passivas, tendo como função principal a otimização e transformação de fatores de produção em produtos. É, então, com o avanço da economia neoclássica, que o fenômeno empreendedor deixa de ser explorado na literatura econômica, visto que essa teoria trabalha

com pressupostos baseados em funções de produção, e as variáveis que influenciam o mundo a volta são os preços e custos (VALE, 2014).

Um desses importantes pensadores liberais é Jean Baptiste Say, que tratou o empreendedor como o empresário que se encontra no centro do processo econômico, administrando e intermediando, tanto a produção quanto as relações entre produtores e consumidores. Nesse ponto, é comum desse indivíduo possuir as características e qualidades necessárias para avaliar as especificidades dos produtos e dos meios de produção. Para Costa, Barros e Carvalho (2011), o empresário de Say é um indivíduo racional, dinâmico, que busca maximizar os lucros, adaptando-se diante das incertezas, em que o bem-estar social econômico da sociedade depende desse indivíduo e do progresso técnico desenvolvido por ele.

Já Cantillon foi responsável, na segunda metade do século XVIII, por tentar identificar o agente empreendedor, focando em seu posicionamento frente ao risco das oscilações da oferta e da demanda, e não mais em sua função para com a sociedade, como era visto até então (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011). O autor entendia como empresário aqueles indivíduos exploradores de terras, como os colonos, visto que esses pagavam ao proprietário de terra um valor por empreendimento, sem a certeza dos benefícios. O mesmo poderia ser dito do comerciante que intermediava os produtos dos campos para as cidades, comprando e revendendo, alterando os preços de acordo com a demanda, como, também, poderia ser considerado como empresário o artesão, que comprava seus insumos dos comerciantes e produtores, e que venderia seus produtos finais, sem garantia do que seria obtido do valor da venda.

Vale (2014), em seus estudos, aponta que autores, como Knight, foram responsáveis por reutilizar as proposições de Cantillon, ao tratar dos riscos como um ponto característico, se tratando de empreendedorismo. Knight, também, separa as ideias de risco e incerteza, sendo responsabilidade do empreendedor introduzir melhorias organizacionais e de âmbito tecnológico para se alcançar o progresso tecnológico. O autor, também, permeou a análise das motivações e características pessoais daqueles empreendedores que alcançavam relativo sucesso em suas empreitadas. De acordo com Filion (1999), já existiam pensadores liberais no

mesmo período que demonstravam interesse em destacar os papéis dos empreendedores, não sendo um estudo particular de Cantillon.

De maneira geral, a biografia em torno do tema se divide em três vertentes teóricas, sendo a primeira a Schumpeteriana, que fundamenta no espírito empreendedor a constituição de empresas, o papel da inovação e o desenvolvimento econômico, tendo Joseph Schumpeter como idealizador teórico e principal expoente. A segunda vertente é a comportamentalista, que focam nos atributos humanos e psicológicos, como criatividade, intuição e motivação, tendo como um dos seus principais expoentes McClelland. E, na terceira vertente, se destaca-se Weber, responsável por tentar explicar a prática empreendedora através dos traços pessoais e atitudes dos indivíduos, também conhecido como o “espírito do empreendedor” (SANTIAGO, 2009).

As abordagens que se originaram da vertente da psicologia focam em ter o empreendedor como um agente individual, em que sua personalidade afetará a sociedade em sua volta, tal como a sociedade o afeta, demonstrando, assim, como o contexto em que se encontra esse ator empreendedor é definitivo para sua formação como tal (VALE, 2014). Nesse contexto, McClelland surge como o principal teórico, ao tentar definir os traços pessoais responsáveis por impulsionar os indivíduos ao empreendedorismo. McClelland (1972) insere a dimensão psicológica para tentar explicar o desenvolvimento e o progresso econômico, partindo dos valores humanos para explicar a motivação dos indivíduos em buscar as melhores oportunidades dentro do mercado. Para o teórico, os indivíduos que se destacam no empreendedorismo possuem características que os distinguem dos demais, o fator chamado de “necessidade de realização”.

Seria através dessa “necessidade de realização” que o autor estabeleceria a conexão entre a iniciativa empresarial e o crescimento econômico, ao ponto que não só empreendedores e gerentes, mas sociedades que apresentavam indivíduos com alta “necessidade de realização” tenderiam a apresentar altos patamares de desenvolvimento. Logo, diferentes sociedades e suas culturas apresentariam propensões distintas ao surgimento do empreendedorismo. O autor se aproxima de Schumpeter ao perceber que os vetores para o desenvolvimento partem de fatores endógenos ao sistema.

Para McClelland, indivíduos que possuem o “espírito empreendedor” são munidos de habilidades que os diferem dos demais, sendo essas separadas em “conjuntos” característicos Greatti e Senhorini (2000). Existe o conjunto da realização, em que se destacam os comportamentos de buscar as oportunidades e ter iniciativas, possuir persistência, correr riscos calculados, exigir sempre qualidade e eficiência e, também, comprometimento. No conjunto do planejamento, o empreendedor deve sempre estar em busca de informações, estabelecer metas, planejar e monitorar sistematicamente tudo o que faz. E no conjunto do poder, o empreendedor deve ter independência e autoconfiança, ser persuasivo e possuir redes de contatos.

Por outro lado, tem-se o olhar sociológico weberiano, forjado na esteira do avanço do capitalismo como sistema, em que o empreendedor é não somente um indivíduo que participa do sistema, mas que é extremamente importante para o seu desenvolvimento. Para Weber (2004), esse tipo de indivíduo modificou os meios de comercialização, alterando os fundamentos dos negócios, sendo os primeiros responsáveis por buscar racionalizar todos os diferentes aspectos de seus empreendimentos. Com a capacidade de inovar, fator motivacional do empreendedor de Weber teria como fator principal uma ética de natureza cultural, qualidade capaz de lhe dar as características necessárias para alcançar seus objetivos, a chamada “ética protestante”.

Assim sendo, tal característica do indivíduo empreendedor não se trataria de apenas um meio de trabalho, mas uma ética particular, uma qualidade que deve ser praticada e até utilizada. O empreendedor é o agente principal da transição para o capitalismo moderno, capaz de se livrar da tradição comum, trabalhando para si e produzindo o próprio capital (WEBER, 2004). A tentativa de compreender a dinâmica do capitalismo perpassava pelo ideal de um indivíduo “super-homem”, que, em sua ética religiosa protestante, romperia as barreiras estruturais arcaicas da sociedade, para introduzir inovações no mundo, transformando-o em moderno. Em seus estudos para analisar as origens e evolução das diferentes concepções teóricas sobre o indivíduo empreendedor, os estudos de Vale (2014) se difere dos de Santiago (2009) ao apontar cinco diferentes vertentes teóricas, sendo elas a econômica, a da inovação, a sociológica, a da sociologia econômica e, por fim, a da psicologia.

Dentre os autores da teoria econômica que buscaram compreender a construção do empreendedor e seu papel na sociedade, encontra-se Joseph Alois Schumpeter. Nascido em 1883, na cidade de Triesch, na extinta província austro-húngara, morávia, pertencente hoje à República Tcheca (MCCRAW, 2012). De acordo com Carneiro (2003), sua carreira como professor de antropologia se iniciou em 1909, na Universidade de Czernovitz, em que acaba por se transferir para a Universidade de Graz, três anos mais tarde, onde foi professor até o início da 1ª Guerra Mundial.

Anos mais tarde, além de ter assumido a função de Ministro das Finanças da, até então, República Austríaca, também assumiu o posto de presidente do vienense Bidermann Bank, banco privado que decretou falência sobre sua gestão. A partir de 1925, leciona na Universidade de Bonn e, em 1932, assume a docência na estimada Universidade de Harvard, posto que mantém até seu falecimento, em 1950. É com Joseph Schumpeter que a inovação passa a ter um papel crucial para a formulação do empreendedorismo, com a “destruição criativa” sendo um dos grandes causadores do desenvolvimento econômico. Entretanto, de acordo com McCraw (2012), é no fim do século XX que a teoria Schumpeteriana alcançaria maior *status*, e na década de 1980, já com a temática da inovação ganhando evidência, visto o grande avanço tecnológico que ocorria no período, chamado de a quinta revolução industrial. A inovação e o papel da mudança tecnológica se tornaram pauta da Escola Evolucionária da Mudança Tecnológica, de composição de autores denominados neoshumpeterianos, avançando e trazendo as ideias de Schumpeter para temas que não foram abordados pelo autor.

As ideias de Schumpeter alcançaram o nível de influência também em outras áreas de conhecimento, como nas Ciências Sociais e na Psicologia. Apesar da vertente dos comportamentalistas destacar o papel dos atributos humanos e psicológicos para entender a motivação para se empreender, foi de atuação também de Schumpeter a análise de aspectos não econômicos do empresário empreendedor, destacando os motivos característicos da conduta desse indivíduo (SCHUMPETER, 1985). Assim, diante das diversas ideias sobre o empreendedor, sobre desenvolvimento e inovação, a definição resgatada e mais comumente utilizada é a extraída da obra de Joseph Schumpeter.

## 2.2 A TEORIA DE JOSEPH SCHUMPETER

De acordo com Schumpeter (1985), o ato de empreender é, acima de tudo, inovar. Tal inovação deve ter a capacidade de transformar radicalmente o ambiente de atuação do empreendedor, rompendo com o fluxo econômico contínuo, através de um novo ciclo de crescimento, a passo que o indivíduo empreendedor realiza novas combinações dos meios de produção, seja abrindo um novo mercado, alcançando novas fontes de matérias primas, desenvolvendo um método de produção novo ou criando um novo produto. Dornelas (2008) reitera a teoria schumpeteriana ao definir que o empreendedor deve destruir a ordem econômica vigente, introduzindo inovações no âmbito das produções de bens e serviços, das explorações de recursos e das formas de organização.

Schumpeter enxerga que o empreendedor tem, essencialmente como sua função, criar métodos novos de produção, explorando uma invenção específica ou de modo geral, desenvolvendo tecnologias até então inutilizadas na produção de bens, localizando os insumos necessários para comercializar um produto que ainda não foi apresentado no mercado (SANTOS; CAPELLI, 2019). A inovação aparece de maneira endêmica, como principal característica do indivíduo empreendedor, sendo responsável por promover o progresso e crescimento econômico. O empreendedor é visto como sujeito inovador, responsável por impulsionar o desenvolvimento econômico e social, seja por intermédio da reforma dos padrões de produção, ou da revolução desses padrões.

O empreendedor não pertence a uma classe social, visto que este se distingue do capitalista burguês, que age racionalmente orientado para exploração e lucro, como definido pela proposição neoclássica. Apoiado pela composição teórica Weberiana, o empreendedor em Schumpeter também possui uma racionalidade, sendo essa limitada, e sua motivação para empreender está no impulso da conquista de algo novo, em um “chamado” para criar e inovar, de modo que o lucro aparece como consequência do esforço e da conquista do indivíduo, e não apenas uma satisfação das próprias necessidades. Nesse caso, o empreendedor também não pertence a um estamento, já que sua posição é uma consequência de seu sucesso, e não fruto de herança (MARTES, 2010).

A racionalidade do indivíduo não surge como algo inato, intrínseco ao homem econômico, mas como fruto do processo sociocultural. A compreensão intelectual do meio em que se insere é um dos grandes desafios do indivíduo que busca empreender, dada fuga da tradição cultural na qual se insere. Para se desviar do cenário em que está inserido, esse ser deve racionalizar suas ações, considerando o planejamento, os riscos e incertezas. Ao tratar da diferença entre o capitalista e o empreendedor, o segundo é responsável por inovar, enquanto o primeiro se adapta às adversidades. Logo, a expansão do seu modelo de negócios não, necessariamente, implica em empreender. O capitalista, ao se debater com a concorrência, pode buscar se modernizar para se manter relevante no mercado, mas, ao fazer isso, este estará apenas se adaptando (MARTES, 2010).

Segundo Schumpeter (1985), o ator empreendedor não depende, necessariamente, de possuir o título de propriedade de uma empresa. Diferente das interpretações que consideram o empreendedor o agente dono do próprio negócio, este deve conter o “espírito” para a inovação, mesmo que seja um funcionário dependente. A partir dessa interpretação, ser um indivíduo que opera um negócio já estabelecido, como proprietários e diretores, não se encaixam na definição schumpeteriana de empreendedor, mesmo que estes sejam tomadores de riscos, como, por exemplo, os acionistas. O empresário é concebido como um tipo idealizado e socializado, racional, com base em valores inovadores, mas, também, guiado por desejos e conquistas, um líder.

Devine (2002) aponta que Schumpeter, ao definir o ideal empreendedor, acaba por descrevê-lo com qualidades quase míticas, em que as organizações assumem uma posição de veículo para seus fins. De fato, Schumpeter parte da totalidade social ao definir questões sociopolíticas, diferindo da abordagem da teoria institucional, em que os indivíduos se conformam com as pressões institucionais. O indivíduo empreendedor, na teoria de Schumpeter, torna-se o objeto, pois ele é o agente responsável pela mudança, quem não se acomoda frente às conformidades, quem desafia os padrões impostos pelas instituições. Não obstante, quando se trata de análise para o mercado, não há senão à metodologia de recorrer ao “individual”, a fim de explicar o desenvolvimento tecnológico.

Schumpeter destoa dos pensadores clássicos da economia, ao considerar que o empreendedor não se constitui, em sentido teórico, em *homo economicus*, considerando fatores externos à natureza econômica como importantes para o crescimento. Para o autor, o desenvolvimento não deve ser compreendido somente como crescimento econômico, algo capaz de ser demonstrado apenas pelo crescimento da população e da riqueza, mas como um fenômeno diferente do observado no fluxo circular ou tendência ao equilíbrio, como abordado na visão clássica da economia.

O desenvolvimento se apresenta como uma mudança espontânea, uma perturbação do equilíbrio, que desloca e altera para sempre o equilíbrio que existe previamente (SCHUMPETER, 1985). Importante destacar que o impacto das inovações se dá pelo lado da oferta, em que se torna função do empresário agregar ao mercado novos produtos a serem consumidos pelos consumidores.

Tais perturbações, mudanças espontâneas e descontínuas, como diz Schumpeter, destacam-se nos setores industrial e comercial, sendo papel do empresário ser o veículo dessas mudanças contínuas, em que o processo de desenvolvimento e os ciclos econômicos são consequências de fatores inovadores, como a introdução de um bem novo, ou um bem antigo com novas características, a abertura de novos mercados, a descoberta de novas formas de organização, a introdução de um meio de produção novo e, também, novas formas de organização.

O agente empreendedor é quem deve se responsabilizar por esses tipos de mudanças, alterando o sistema que se encontrava, até então, em equilíbrio. O autor considera, então, que empreendimentos são as realizações desses novos fatores e combinações. Os empresários são os responsáveis por realizar essas combinações e é o papel do empreendedor ser o agente que inicia essas mudanças, através da identificação de novas oportunidades no mercado (SCHUMPETER, 1985).

Para Schumpeter, o crescimento econômico difere do desenvolvimento. Enquanto o crescimento pode ser descrito como uma necessidade de adaptação, em que se supera, como novas formas, o tradicionalismo produtivo e de comercialização, em que no futuro se tornarão o modelo vigente, o desenvolvimento corresponde ao aumento do volume de riquezas. Ao tratar do desenvolvimento, Schumpeter (1985) se desvincilha da teoria neoclássica e do



modelo walrasiano, na medida em que se opõe ao modelo de fluxo circular contínuo, de mudanças econômicas estáticas, oriundas da oferta e da demanda, apontando o desenvolvimento como uma mudança espontânea e descontínua, uma perturbação do equilíbrio. Ao criticar o modelo teórico neoclássico, Schumpeter incorpora a inovação como responsável por dinamizar e desenvolver as economias.

O desenvolvimento econômico surge dado o posicionamento disruptivo do indivíduo empreendedor, e das inovações tecnológicas, em que a competição de mercado deixa de ocorrer através dos preços e passa a ser pela tecnologia introduzida. A função do empreendedor é alterar o sistema econômico, criando novas maneiras de produzir, reestruturando a indústria na qual ele se insere (ALVES, 2013). Uma das características mais marcantes do agente empreendedor é sua capacidade de liderar, pois cabe a ele implantar a inovação, não precisando ser ele o criador ou descobridor da inovação.

Entende-se que a inovação é um dos elementos de intenso dinamismo da economia, e o empreendedor tem como uma das suas principais características promover esse elemento tão fundamental no desenvolvimento econômico. O empreendedor toma a responsabilidade de inovar e, com isso, gerar transformação profundas e, à medida que obtém sucesso com suas ideias, passa a configurar novos padrões de produção, abdicando e destruindo os modelos previamente estabelecidos pelos detentores do poder de mercado.

O motor principal do processo de desenvolvimento é a inovação tecnológica, e sendo o capitalismo um modelo econômico extremamente dinâmico, ele precisa de inovações para existir. O empreendedor, ao por em prática um ciclo produtivo e criando fatores inovadores, está consequentemente dando à sociedade o que Schumpeter chama de “resposta criadora”, diferente da “resposta adaptativa”, comumente utilizada para resolver fases de pouco dinamismo que a economia esteja passando (SCHUMPETER, 1982). Já a “resposta criadora” é passível de transformar situações econômicas de maneira definitiva, agindo inesperadamente para resolver situações em que a economia vá se encontrar. A produção de novas coisas não é apenas um processo diferente do que é normalmente realizado pela indústria, mas um processo que gerará consequências profundas na realidade histórica

socioeconômica, beneficiando completamente o capitalismo com essas consequências (ALVES, 2013).

É função do empreendedor perturbar o mercado e ser o agente criador desse desequilíbrio no mercado, e é através da realização de inovações que o empreendedor consegue realizar a sua função. É nesse ponto que a ideia de “destruição criativa” toma conta da teoria schumpeteriana, ao passo que as novas tecnologias introduzidas ao mercado produzem novos produtos a serem consumidos, e destrói outros que ficam obsoletos, como também as novas estruturas produtivas tomam espaço, e as antigas passam a ser desconsideradas. Ao introduzir a ideia de destruição criativa, Schumpeter coloca o empreendedor como motor do desenvolvimento, pois parte dele introduzir novas tecnologias e meios de produção que irão tornar obsoletas as tecnologias existentes (BARROS; PEREIRA, 2008).

A ideia de progresso decorre do processo de destruição criativa, visto que há um rompimento do fluxo circular da economia, passando a ser uma economia dinâmica, de maior competitividade e geradora de oportunidades. É Schumpeter quem afirma não ter havido historicamente na economia a competição perfeita no mercado, não podendo ser atestado como modelo eficiente para se promover o crescimento econômico, no longo prazo, e que, diferente dos economistas anteriores, desenvolve sua teoria analisando o impacto da concorrência de novos produtos, técnicas e tipos de produção.

A destruição criativa não é apenas um fator que leva à melhores produções de bens e serviços, mas, também, leva ao rompimento com as estruturas pré-estabelecidas do mercado, prejudicando as empresas que se forçam a permanecer fiéis ao modelo anterior. O empreendedor Schumpeteriano assume um papel especial na introdução das inovações, visto que essas promoverão a fuga do fluxo circular e introduzirão o estado dinâmico, responsável pelo crescimento econômico de um país. Os novos métodos de produção, bens de consumo, mercados e formas de organização industrial são o impulso mais que fundamental que colocam e mantêm em funcionamento o capitalismo (SCHUMPETER, 1982). As variações de ordem natural e social também são responsáveis por influenciar o sistema capitalista, porém não se constituem em seu móvel principal, como o caso das inovações. A destruição criativa

se torna a base do capitalismo ao se considerar que as empresas devem entender esse processo para se adaptarem e sobreviverem ao mercado.

Essas transformações, segundo Schumpeter (1985), podem gerar pressão nas instituições econômicas vigentes, acabando por estabelecer um desequilíbrio que se mantém até atingir um novo ponto de conformidade. Importante salientar que o aspecto institucional, diferente do tratado pelos críticos à teoria de Schumpeter, tem importância fundamental para o empreendedor, ao passo que as instituições oferecem uma base de sustentação à atividade empreendedora, ajudando na alavancagem de novos ciclos de crescimento. Tais instituições são as políticas, econômicas e de crédito e que, de acordo com Schumpeter, e que, são essas mesmas instituições, que servem de base para a atividade, mas que possuem valores antiquados e engessamento em suas estruturas, e por isso virão a se opor ao empreendedorismo, em determinados momentos.

### **3 O AGENTE EMPREENDEDOR**

#### **3.1 AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS**

Com o desenvolvimento de novas formas de produção, pela constante quebra de paradigmas técnico-econômicos, principalmente pela difusão da automação e a expansão do conhecimento pela tecnologia de informação, a economia empreendedora se expande e o agente inovador é visto como um ator a ser valorizado. O conceito de empreendedorismo se torna, então, valorizado por entidades, organizações e governos, como uma das importantes bases para o desenvolvimento econômico, gerando emprego e renda.

O empreendedorismo aparece como um fenômeno mundial, assumindo posição de destaque do ponto de vista socioeconômico e político, como apontado por Silva e Silva (2019), com diversas pesquisas e estudos científicos buscando entender as especificidades do empreendedorismo, e como ele se traduz na criação de novos negócios, contribuindo para alavancar a economia, impulsionar relações comerciais e gerar empregos. Outros estudos buscam compreender o perfil do empreendedor, quais características possuem tais indivíduos, e os motivos desses de embarcarem no empreendedorismo. A atividade empreendedora, também, é definida como um modelo diferenciado para alocação de recursos, da eficiência, otimização de processos organizacionais, visando diminuir custos, melhorar resultados, estando à frente de novos negócios geralmente nas microempresas (NATÁRIO; BRAGA; FERNANDES, 2018). O empreendedor passa a se diferir do empresário convencional, pois se destaca pela capacidade de inovar e de assumir posições de liderança e gestão, enquanto o empresário se dedica à implementação do próprio negócio e aos retornos financeiros que esse dará.

Na atualidade, o indivíduo empreendedor pode ser definido como identificador de oportunidades e criador de organizações, pautado na inovação para mudar a realidade ao redor. Como afirma Costa, Barros e Carvalho (2011), diversos autores apontam que o mundo enfrenta o alvorecer da era do capitalismo empreendedor, com esses agentes sendo fatores fundamentais para a quebra de barreiras comerciais, barreiras culturais, quebrando os paradigmas socioeconômicos, gerando riquezas para a sociedade a partir de novas relações de

trabalho e rompendo as estruturas vigentes do mercado (DORNELAS, 2008). É exposta como característica fundamental do empreendedor a sua capacidade de assumir riscos calculados, frente aos desafios, conforme apareçam esses desafios, torna-se mais estimulante para o empreendedor ultrapassá-los (ALANO *et al*, 2014).

Hisrich e Peters (2004) apontam que o agente empreendedor se origina de experiências, sejam educacionais, familiares e profissionais, podendo estar em qualquer pessoa, independente das características pessoais, como gênero e raça, da posição geográfica, como nacionalidade ou até área de atuação. Para Dolabela (1999), não existe qualquer resposta científica sobre a existência da possibilidade de ensinar um indivíduo a ser empreendedor, sendo apenas possível aprender a empreender em um ambiente apropriado para tal aprendizado.

Para Costa Neto e Canuto (2010), os empreendedores podem ser distinguidos entre o empreendedor que comanda o próprio negócio, líder sobre seus colaboradores, chamado de Empreendedor Externo. Os empreendedores externos ainda se dividem entre os indivíduos que empreendem por enxergar uma oportunidade de negócio (Empreendedores por Oportunidade), e os empreendedores que se inserem nessa estrutura para se alocar no mercado de trabalho (Empreendedores por Necessidade). Em contraponto, existe o empreendedor interno, que é aquele agente que é líder de um grupo em uma organização, estimulado por ser reconhecido pelos serviços prestados.

De acordo com Alano e outros (2014), existem os “empreendedores nascentes”, sendo aqueles que se envolvem na construção do negócio que são donos, mas que ainda não se encontram estruturados internamente em questões de remuneração, ao contrário dos “empreendedores novos”, que já deram retorno em remuneração aos proprietários, em pelo menos três meses de negócio criado. Ainda consta para os autores os “empreendedores estabelecidos”, que tem em seu negócio o pagamento de salários, pró-labores ou qualquer forma de remuneração a seus proprietários por mais de três anos. Tais empreendedores podem se dividir entre aqueles que identificam uma oportunidade no negócio, ou aqueles que assumiu a posição de empreendedor pela necessidade de inserção ao mercado de trabalho.

O autor ainda aponta a existência do “empreendedor social”, como sendo aquele que se envolve em causas humanitárias, com projetos que objetivam melhorar a vida dos outros. Entre todos os tipos de empreendedores, esse é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro. Também se destacam o “empreendedor herdeiro”, que está ligado pelo laço familiar, em que o indivíduo perpetua o legado que lhe foi passado; o “empreendedor planejado”, como aquele que busca minimizar os riscos, possuindo uma visão clara sobre o futuro e trabalhando em função de metas; e, finalmente, o “empreendedor por necessidade”, em que Paz (2015) define como o indivíduo que assume a posição de empreendedor por que lhe falta acesso ao mercado de trabalho, não restando opção, senão trabalhar por conta-própria.

Tal parametrização havia sido concebida por Dornelas (2008), que explica haver dois tipos de empreendedores, como sendo empreendedores por necessidade, aqueles que optam pelo empreendedorismo como uma maneira de fugir do desemprego, e que, sem opções de trabalho, focam em alternativas para se sustentar e crescer financeiramente, sem um planejamento prévio, como, também, indica a existência dos empreendedores por oportunidade, que traçam metas, criam sistemas, executam planejamentos e métodos para alcance de seus objetivos, que podem ser citados como geração de lucro e riqueza.

### 3.2 OPORTUNIDADE X NECESSIDADE

O fato é que, para se compreender as características do jovem empreendedor na realidade brasileira se fez necessário entender as motivações desses indivíduos em se tornarem empreendedores. Buscando estudar o fenômeno do empreendedorismo, ainda em caráter piloto, foi criado, em 1999, o projeto de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), pela instituição norte americana Babson College, e pela instituição inglesa London Business School. Desde então, mais de 100 países participaram, com o Brasil iniciando sua participação na pesquisa no ano 2000 (GEM, 2017).

A metodologia escolhida pela pesquisa da GEM foi dualizar, em duas categorias distintas, as possíveis motivações dos indivíduos em optarem por ingressar no mercado de trabalho através do empreendedorismo. Essas categorias são os “Empreendedores por oportunidade”, categoria

formada por aqueles indivíduos que, após enxergarem um nicho em potencial, decidiram empreender, e os “Empreendedores por necessidade”, em que se inserem aqueles indivíduos que, motivados pela falta de oportunidade no mercado de trabalho, buscam empreender para subsistir.

Partindo da metodologia adotada pela pesquisa GEM, compreende-se, quando o perfil do empreendedor é analisado, a aprendizagem como o fator primordial para o sucesso. Muitas pesquisas demonstraram que, para entender a intenção empreendedora, é preciso identificar as características do ambiente onde este indivíduo está inserido. Características essas que irão impactar positivamente a intenção empreendedora e, neste caso, a aprendizagem é um elemento indispensável, pois, é a partir desta que os jovens amadurecem e percebem suas habilidades, conhecimentos e motivação para empreender. Além do ingresso ao empreendedorismo pela oportunidade de inovar, existem aqueles indivíduos que optam se inserir nesse tipo de ocupação por uma escolha pessoal, como forma de fugir da burocracia da categoria formal e das tributações salariais ou, também, pela aversão ao desemprego, visto que há certa tendência no mercado formal em escolher trabalhadores com determinadas características observáveis e não observáveis, em detrimento dos trabalhadores que não possuem essas características.

Em seus estudos, Dornelas (2008) aponta que os empreendedores por oportunidade, que identificaram uma oportunidade de negócio e que, independentemente da renda própria se tornam empreendedores, estão mais presentes em países desenvolvidos, caracterizando-se pela capacidade de criar empresas estruturadas, previamente planejadas e que tendem a alcançar sucesso. Em contrapartida, os empreendedores por necessidade, que iniciam um negócio autônomo visando gerar renda própria por dificuldade de estar integrado ao mercado, são comumente vistos em países em desenvolvimento, como o caso do Brasil, e criam negócios que tendem a fracassar com mais facilidade, visto que não há uma estruturação do projeto, nem planejamento prévio para a realização do empreendimento.

Observando o período de empreendedorismo jovem no Brasil, entre os anos de 2001 e 2008, Bulgacov e outros (2011) atestaram que, para o período, a maior parte dos jovens empreendedores se autoempregam, empregam poucos indivíduos em seus negócios, com pouca estrutura, possuem baixo índice de escolaridade e não apresentam grande impacto

econômico; enquanto os jovens empreendedores de oportunidade aparecem em menor número, mas sustentam melhor seus negócios no mercado (BULGACOV *et al.*, 2011).

Tabela 1: Características predominantes dos empreendedores de 18 a 24 anos (Brasil, 2008)

TIPOLOGIA		CARACTERÍSTICAS DOMINANTES
Empreendedor por necessidade	jovem	▼ 28% dos empreendedores brasileiros
		▼ 60% têm renda de um a três salários mínimos
		▼ 60% têm nível de escolaridade de cinco a 11 anos
		▼ 70% dos empreendimentos são serviços orientados ao consumidor
Empreendedor por oportunidade	jovem	▼ 29% dos empreendedores brasileiros
		▼ 36% têm renda de um a três salários mínimos
		▼ 25% estão cursando ou já terminaram o nível superior
		▼ 59% concentram-se em atividades de serviços orientados ao consumidor

Fonte: Greco e outros (2009, *apud* Bulgacov *et al.*, 2011)

De acordo com os autores, analisar os fatores que levam o Brasil a ser um país com pouca atividade empreendedora contribui para entender que, no país, o empreendedorismo surge como um “colchão” ao desemprego, diferente de países com elevados níveis de renda, que possuem como diretrizes políticas para aumentar o tempo de formação dos jovens, para que esses entrem capacitados no mercado de trabalho.

Altas taxas de empreendedorismo por oportunidade podem ser um reflexo positivo da atividade empreendedora de um país, a partir do momento em que existe uma parcela de pessoas capazes de discernir sobre as melhores vantagens dentro do mercado. Em contraponto, altas taxas de empreendedores por necessidade podem indicar a existência de um problema estrutural no país, visto que as pessoas estão buscando o trabalho pela necessidade de sobrevivência, na medida em que não conseguem se inserir no mercado de trabalho formal.

Considerando a inserção dos indivíduos no mercado de trabalho e os problemas estruturais apresentados pelo mercado de trabalho brasileiro, o aumento da atividade empreendedora no Brasil pode se associar à dificuldade de inserção desses indivíduos na formalidade, como, também, pela precariedade das relações trabalhistas, com postos de trabalhos assalariados sem carteira e trabalho por conta-própria. Tal informação se torna impactante quando se concebe que a informalidade é um fenômeno característico no mercado de trabalho brasileiro, em que se encaixam os trabalhadores autônomos, domésticos, por conta própria ou, simplesmente,



aqueles que não possuem a carteira de trabalho assinada. No caso do Brasil, a definição de informal se dá pelos trabalhadores que não possuem relações trabalhistas regidas pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

Existe um impacto na escolha desses trabalhadores, visto que um aumento no número de ocupados na informalidade implica em uma redução na contribuição para a previdência social, afetando diretamente a arrecadação do país e seu desenvolvimento econômico. E, ao considerar o mercado de trabalho brasileiro, uma grande parcela dessa categoria está inserida em segmentos mais precários, de inserção frágil, em trabalhos de baixa qualidade, e em postos onde ocorrem a banalização dos vínculos empregatícios (RAMOS, 2002). Em contraponto, o estudo de Rocha e Castro (2011) explicita que, apesar dos possíveis efeitos negativos, esse tipo de vínculo acaba por proporcionar uma inserção no mercado de trabalho desses indivíduos menos qualificados, o que pode reduzir a sua chance de marginalização perante a sociedade.

Em pesquisa com dados obtidos do GEM, para o ano de 2001 até o ano de 2013, Silva, Furtado e Zanini (2015) identificaram aumento no número de mulheres empreendedoras, visto que a porcentagem de mulheres que estavam nessa atividade estava abaixo de 30% no ano de 2001, equiparando-se aos do gênero masculino, em 2005, e passando a ser maioria a partir de 2009. Em relação às motivações para se empreender, a maioria dos entrevistados apontaram como principal motivação a se empreender o almejo no aumento de renda, afim de adquirir um imóvel próprio. Segundo estudo dos autores, para todo o período analisado, levando em consideração os fatores que motivaram os brasileiros a investir, tem-se que a maioria dos indivíduos optaram pelo empreendedorismo através da oportunidade de começar um novo negócio, com exceção para o ano de 2002, em que o percentual de empreendedores por necessidade é superior ao de empreendedores por oportunidade.

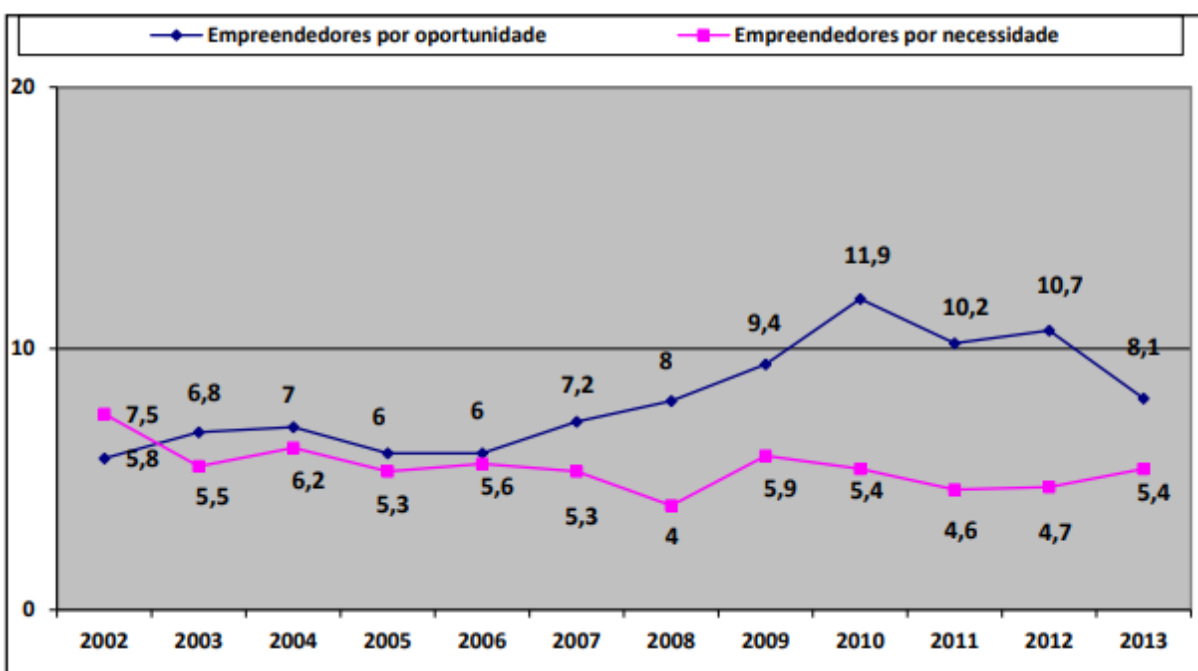
O empreendedorismo é comumente mensurado pela atividade de trabalhadores por conta-própria na população economicamente ativa, sendo que esse valor foi de 18,6 milhões em 2004, e com participação relativa de 22% no mercado de trabalho. Entretanto, faz-se importante salientar que o conjunto de trabalhadores considerados conta-própria é muito heterogêneo, ao ponto que profissionais liberais se juntam aos informais, empreendedores

inovadores se juntam a proprietários. De qualquer forma, estudos apontam alta correlação entre a taxa de empreendedorismo em dados do GEM com a taxa de conta-própria (BARROS; PEREIRA, 2008).

Em estudo para o ano de 2008, para o Brasil, os dados do GEM mostram predominância de empreendedores movidos pela necessidade, nos setores de serviço orientado para o cliente. Por outro lado, em setores empresariais predominaram os empreendedores por oportunidades. Considerando que esses setores dependem de mão de obra de alta qualificação, os indivíduos inseridos acabam o fazendo por enxergar um benefício ao entrar nesse mercado (BULGACOV *et al.*, 2011).

Em estudo, Alano e outros (2014) identificaram que, em 2002, era maior a existência de empreendedores por necessidade quando comparado àqueles que ingressavam no empreendedorismo por oportunidade no Brasil. Diferente dos dados para 2014, quando o empreendedor por oportunidade assumiu a ponta das motivações, refletindo uma tendência indicativa da atividade no país, em que mesmo no intenso crescimento de emprego formal, o empreendedorismo por oportunidade aparece como impactante no mercado (ALANO *et al.*, 2014).

Gráfico 1: Evolução da atividade empreendedora segundo a oportunidade e necessidade



Fonte: Alano e outros (2014), adaptado de GEM (2002-2013).

Os autores apontam que a faixa etária com maior taxa de empreendedores, no período, é de 25 a 34 anos, seguida pela faixa de 35 a 44 anos, representando 21,9% e 19,9% de todos empreendedores, respectivamente. No que se refere à participação feminina, o empreendedorismo tem se destacado como uma opção cada vez mais forte, ao ponto de que, dos empreendimentos em fase inicial, 52,2% são de propriedade de mulheres (ALANO *et al.*, 2014).

Demais autores têm confrontado a identificação binária realizada pelo GEM, indicando a existência de outros componentes internos e externos, capazes de influenciar na tomada de decisão do indivíduo e na sua escolha em se tornar um empreendedor (TOWNSEND *et al.*, 2010). Para Vale, Corrêa e Reis (2014), os motivos que influenciam na criação de empreendimentos ultrapassam a lógica binária (oportunidade x necessidade). Existem, também, outras questões a se considerar, como o mercado de trabalho, a influência familiar e atributos pessoais.

Tabela 2: Motivos Indutores do Empreendedorismo

Motivos	Total de respondentes
1 - Desejo de ter próprio negócio/tornar-se independente	74,5
2 - Identificação de uma oportunidade de negócio	68,7
3 - Aumento da renda	66,3
4 - Facilidade ou possibilidade de usar os conhecimentos/relacionamentos e contatos na	52,8
5 - Presença de tempo disponível	47,5
6 - Continuidade/ Ampliação dos negócios da família	26,4
7 - Experiência/ influência/ relacionamentos familiares	25,8
8 - Convite para participar como sócio da empresa	25,2
9 - Presença de capital disponível	23,9
10 - Insatisfação com emprego	19,6
11 - Influência de outras pessoas	15,3
12 - Ocupação a membros da família	15,3
13 - Desemprego	12,3
14 - Demissão com FGTS	9,2
15 - Aproveitamento programa de demissão voluntária	3,7

Fonte: Adaptado de Vale, Corrêa e Reis (2014)

No ano de 2014, Vale, Corrêa e Reis, buscando compreender os motivos para se iniciar no empreendedorismo, entrevistou candidatos para se considerar o nível de importância nos

motivos a se empreender, encontraram que, de todos os entrevistados, 74% apontaram como muito importante motivação a vontade de ter um negócio um negócio próprio e se tornar independente. A identificação de uma oportunidade de negócio foi declarada como um fator importante para 68% dos entrevistados, em contraposição aos 66% que afirmaram ser a necessidade de aumentar a renda, como fator determinante para se empreender. A criação de um negócio como resultado de influência familiar foi citada por 15% dos empreendedores, mostrando que a motivação nem sempre é focada em interesses próprios, mas também de natureza externa (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

Em observação para o ano de 2016, a proporção de empreendedores que estão iniciando um negócio por oportunidade se mantém o mesmo do ano anterior, uma média de 10% em comparação desde o ano de 2009, e que se apresentou uma redução no número de indivíduos empreendedores por necessidade, sendo 42% para o ano de 2016, em comparação ao ano de 2015, com 42% (SILVA; SILVA, 2019). Em estudo para o nível de empreendedorismo no país, em 2012, com dados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor, foi identificado que 88,1% das pessoas pesquisadas consideravam abrir um negócio, como um bom objetivo para a carreira. (ALANO *et al*, 2014). Também utilizando os dados da GEM, PAZ (2016) identificou que três em cada dez brasileiros adultos (entre 18 e 64 anos) possuem uma empresa, ou estão envolvidos em criação de negócio próprio, com a taxa de empreendedorismo evoluindo de 23% para mais de 34%, de 2006 para 2016, com o Brasil aparecendo em oitavo, em comparação aos países com maiores taxas de empreendedorismo.

Em estudo de Natário, Braga e Fernandes (2018), é apontado que a atividade empreendedora pode ser induzida pela oportunidade, em que tais indivíduos buscam aproveitar possibilidades de negócio, por iniciativa própria, também induzido pela necessidade, resultado da ausência de outras oportunidades para se obter renda. Os autores, ainda, apontam uma terceira via, em que o empreendedorismo seria induzido pela procura de um estilo de vida diferente, em que se assume um negócio para realização pessoal, para ser dono do próprio negócio, ou até por razões familiares.

Em 2019, a metodologia da GEM passou a apresentar uma inovação no método avaliativo sobre a motivação para empreender. Os questionamentos pararam de ser dualizados entre

Oportunidade x Necessidade, ampliando a gama de possibilidades de escolha na motivação, incluindo o fato de as respostas não serem excludentes entre sim, em que o indivíduo pode escolher mais de uma possível motivação para ter se tornado empreendedor (GEM, 2019). Nos dados da pesquisa, as taxas gerais de empreendedorismo são calculadas com base na população adulta do país, entre 18 e 64 anos, apresentando um panorama do fenômeno do empreendedorismo. No período de 2019 foi realizada a última pesquisa sobre o empreendedorismo no país, em que a taxa apresentou um total de 38,7%, sendo que, em números absolutos, estima-se que 53,5 milhões da população adulta do país esteja a frente de uma atividade empreendedora.

Em termos de motivação para se empreender, dentre as opções definidas pelo relatório da GEM (2019), os dados apontam que quase 90% dos empreendedores em estágio inicial de seu negócio determinam que a escassez de emprego se constitui em uma das razões principais para a inserção na atividade empreendedora, ao passo que pouco mais da metade desses mesmos indivíduos apontam que contribuir para um mundo melhor também teve peso na escolha por empreender. Considerando que as questões não são excludentes, os empreendedores responderam para mais de uma opção, indicando que existem, mais de uma motivação para empreender.

Tabela 3: Percentual dos empreendedores iniciais<sup>1</sup> segundo as motivações para iniciar um novo negócio - Brasil 2019

Motivação	Taxas
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,4
Para fazer diferença no mundo	51,4
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	36,9
Para continuar uma tradição familiar	26,6

Fonte: GEM Brasil (2019)

Em oposição, um terço dos empreendedores confirmaram iniciar um empreendimento pela ambição de construir uma riqueza ou obter renda elevada, enquanto um quarto dos indivíduos se torna empreendedor para dar continuidade à tradição familiar, o que explicita o impacto das escolhas familiares sobre a motivação dos indivíduos. O estudo explica que, embora a nova

metodologia adotada fuja da identificação binária de necessidade ou oportunidade, é evidente o impacto da escolha por empreendedorismo como uma alternativa para o desemprego.

Em um modelo econômico, tal qual o capitalista, em que as relações socioeconômicas se alteram rapidamente, os modelos de negócio empreendedores buscam, através das inovações, ir além da vontade de se manterem estáveis no mercado de trabalho, mas sim se tornarem relevantes e competitivos. Nesse ponto, ao se unir à inovação, o empresário, mais do que um homem de negócios, passa a ser um empreendedor, um indivíduo que almeja inovar em todos os âmbitos de negócios possíveis (CHIAVENATO, 2007).

## 4 O MODELO DE NEGÓCIO *STARTUP*

### 4.1 A DINÂMICA DAS *STARTUPS*

Nos anos de 1970, as organizações de centros econômicos mais avançados já possuíam a capacidade de gerar conhecimento, processar informações de maneira eficiente, e reorganizar rapidamente seus meios de produção. É nesse ambiente que surgem as primeiras designações conceituais, ao definir uma *Startup* como o estágio inicial de uma empresa, em que o empreendedor deveria tomar decisões cruciais. Nesse modelo de organização, o processo de criação, estruturação e desenvolvimento de uma empresa se daria em três fases, sendo elas, a *startup*, a profissionalização e a descentralização.

A terminologia *Startup* só foi vinculada à um modelo de negócio nos anos 1990, quando houve a expansão das empresas de tecnologia da informação e comunicação, e alta nas ações das empresas desse setor, chamada na primeira grande “bolha da internet” ou bolha das “ponto com”. Esse período foi marcado por inovadores empreendimentos, principalmente associados à área de tecnologia e que, por se mostrarem promissores, encontram financiamento para o desenvolvimento de seus projetos (SANCHES; PICANÇO; PERIOTTO, 2017).

Como aponta Maia (2016), é na década de 90, com a criação da internet comercial, que as organizações mercantis passam a ser desafiadas para inovar, ainda mais considerando o mercado financeiro norte-americano com grande capitalização em bolsas de empresas do ramo da internet. Apesar da grande crise que atingiu o setor, e mesmo liquidando diversas empresas, o setor ganhou folego e impôs às empresas, que estavam iniciando nesse modelo, avaliações mais rigorosas sobre investimentos em seus negócios.

No estado da Califórnia, nos Estados Unidos da América (EUA), encontra-se o Vale do Silício que, desde os anos 1960, passou a abrigar empresas da área de Tecnologia da Informação (TI). O local é considerado não só o marco geográfico para a área de tecnologia, como, também, abriga as empresas globais que dominam o setor, como Google, Apple, Microsoft e o Facebook. No período de ascensão da internet, as empresas que estavam

instaladas no vale do Silício eram as melhores equipadas para se integrarem a esse mercado, considerando que nem todas as firmas que ocuparam esse espaço, naquele momento, possuíam um modelo tradicional de construção empresarial, visto que não se tratavam de firmas já capitalizadas, mas sim em processo de formação, composta por jovens egressos de universidades conceituadas da região, que viam em suas carreiras projetos direcionados ao mercado privado, e não à planos acadêmicos (MAIA, 2016).

Segundo dados da Fundação Kauffman, essas organizações são responsáveis pela criação de mais de 50% dos empregos em todo mundo, com a pesquisa ainda destacando a importante atuação dessas empresas, visto que, com a ajuda da tecnologia, expansão das *startups* não é restrita apenas à área em que está localizada, com muitas soluções sendo globais, atendendo à públicos de diferentes partes do mundo. Essa capacidade de expansão permite que essas empresas movimentem a economia e revolucionem o seu mercado, criando novas dinâmicas de negócios, tanto em suas práticas, como a inovação aberta, quanto com o desenvolvimento de novas tecnologias, além da abertura de novos mercados e a geração de empregos.

Segundo Longhi (2011), *Startup* são empresas pequenas, montadas longe do escopo empresarial, que recebem pequenos aportes de capital e exploram áreas inovadoras de setores do mercado e que possuem um crescimento acelerado. O autor aproxima a realidade aos empreendedores de *Startup*, que começam esses empreendimentos com custos baixos, buscando manter esse modelo, mesmo que a empresa esteja consolidada no mercado. São instituições humanas, desenhadas para criar um produto ou serviço novo, em condições de extrema incerteza, tendo a inovação como o princípio de suas operações, fazendo-se necessário um planejamento eficiente (RIES, 2012).

Os autores explicam que, ao ser atingido o objetivo de inicialização da empresa, a palavra *startup* deve deixar de ser utilizada, para que a instituição assuma papel de empresa, mas que essa não deve ser confundida com negócios convencionais que já existem. Em relação ao papel da tecnologia para esse tipo de modelo, os autores afirmam que todas as *startups* se ligarão de alguma forma à tecnologia, mesmo que a empresa não seja do ramo, considerando que, para a criação de inovações no processo, produto ou serviço, a empresa precisará utilizar a tecnologia para ter sucesso.



Conforme apontam Nascimento e Silva (2018), *Startup* se caracteriza pela estrutura repetível e escalável, significando que são capazes de vender o mesmo produto e serviço para diversos clientes, sem mudar a própria estrutura e, também, capaz de atender seus clientes em grande escala, respectivamente. São negócios em fase inicial, com alto potencial de crescimento, sendo inovador, com cultura de eficiência e agilidade em seus processos, com base tecnológica, mas, não necessariamente, sendo uma empresa da internet.

Ries (2012) relata que iniciar uma empresa com o segmento de uma que já existe no mercado, com mesmo modelo de negócio, público-alvo e produto, pode até ser atraente do ponto de vista econômico, mas não se classifica como *startup*, visto que o modelo de negócio se define em sua forma de execução e inovação. Essa visão, também, é apurada por Santos e Capelli (2019), ao afirmar que, para investidores e empreendedores, esse modelo é definido como organizações de fase inicial, de proposta inovadora, com modelo escalável, de base tecnológica e que tenham produtos e serviços de custo inferior.

Em conformidade com os autores, o SEBRAE (2020) apresenta pontos característicos que determinam o modelo de negócio *startup*. Considerando que as *startups* têm como uma de suas características mais marcantes o crescimento rápido, é necessário ter em sua composição um produto/serviço repetível e escalável. Para que o modelo seja escalável se faz necessário um aumento na receita desproporcional ao aumento dos custos, e para tal se faz a utilização da tecnologia e, possivelmente, do potencial de alcance da internet. Se for o caso, a empresa não precisará expandir sua estrutura para comportar a maior demanda pelo seu produto ou serviço, diferente das empresas convencionais. O empreendimento, também, deve ser capaz de entregar o produto em escala de potencial ilimitado e, por isso, repetível, entregando o mesmo produto/serviço para todos os clientes.

Um ambiente de incerteza, também, destaca-se como uma das características para esse tipo de empreendimento, pois, tratando-se de um modelo de negócios inovador, não se sabe ao certo como o mercado irá reagir com a nova solução apresentada. Os investimentos entram como ponto crucial para ajudar na consolidação da *startup* no mercado, sendo importante, também, para dar continuidade às operações do projeto.

O empreendedor, dono do negócio, cria-o com base em experimentos de validação junto aos possíveis clientes, para ver se o negócio tem um futuro e, assim, determina-se o Mínimo Produto Viável (MVP) que, após ser validado, é disponibilizado para apresentação aos investidores (SEBRAE, 2020). Finalmente, faz parte do modelo ter uma organização temporária, sendo adaptativo ao longo do tempo, para se integrar da melhor forma ao mercado. Esse período que a empresa define seu modelo é o que a define como *startup* e, após estabelecido, o modelo de negócio maduro passa a se caracteriza como uma empresa.

Considerando o modelo, as *startups* podem ser diferenciadas pelo seu tipo de negócio, sendo elas a *small-business*, *scalable*, *lifestyle*, *buyable*, *social*, *large-company* e a denominação de “*startups unicórnios*”. A *small-business startup* se caracteriza pelos seus empreendedores, que estão iniciando no ambiente empresarial, possuindo pouca experiência e pouca visão administrativa, comandando e controlando a própria empresa, mas sem muito interesse em expansão do negócio. Segue-se pela *scalable startup*, determinada por modelos de negócio de alto potencial de crescimento, mas que necessitam de capital de risco para se expandir. Os empreendedores desse modelo normalmente pretendem abrir capital na bolsa de valores, abrir sociedade ou ter sua empresa comprada por investidores no futuro. A *lifestyle startup* é montada para gerar renda, mas sem visar o lucro, sendo constituídas para realização própria de seus empreendedores (INVESTOR, 2020).

Os empreendimentos que necessitam de grande capital de risco para se concretizar e instrumentalizar o modelo de negócio são chamados de *buyable startup*. A *social startup* se caracteriza pelo objetivo de gerar resultados que sejam positivos para o restante da sociedade, tendo ou não fins lucrativos, enquanto a *large-company startup* se refere a empresas que já estão consolidadas no mercado e precisam inovar em seus modelos de negócio, para se adaptarem e crescerem nas novas situações que surgem constantemente no mercado. Das conceituações atribuídas às *startups*, a mais recente é a de *startups unicórnios*, que são aquelas empresas que alcançaram outro patamar, sendo avaliados em valor de mercado de 1 bilhão de dólares (INVESTOR, 2020).

O SEBRAE (2020) ainda aponta que as *startups* podem ser nomeadas de acordo com o mercado que elas atendem, como, por exemplo, as *Edtechs*, que atendem o mercado da

educação, as *Fintechs*, que são do setor financeiro, *Contrutechs*, que estão na construção civil, *Lawtechs*, que se inserem no segmento do direito, as *Healthtechs*, que estão no setor da saúde, entre outras. O modelo de negócio também é um parâmetro para caracterizar o negócio *startup*, para entender como a relação dessas empresas vão se dar no mercado. Se a *startup* tiver seu produto ou serviço direcionado para outras empresas, seu modelo é chamado de *Business to Business* (B2B), em contraposição ao modelo direcionado para atender a um cliente final, conhecido como *Business to Client* (B2C) e, por fim, a proposta que atende as demandas governamentais, *Business to Government* (B2G). Existem, também, modelos que possuem direcionamentos tanto para clientes, quanto para empresas ou governos, como B2B2G, ou B2C2B, etc.

Existem diversas maneiras de se garantir investimento para se desenvolver e crescer, dentre elas têm-se as aceleradoras, incubadoras e investidores anjos. Dependendo do estágio de desenvolvimento da empresa, investimentos como *private equity*, *venture capital* e *seed capital* também se tornam comuns, como tipo de custeio (PAIVA; ALMEIDA, 2018). As aceleradoras normalmente se organizam por grupos de empresários, investidores, pesquisadores, empreendedores e mentores de negócios e se definem como agentes privados dedicadas ao apoio à *startups*, geralmente direcionadas para empresas de potencial escalável, com objetivo de gerar retorno aos grupos de investidores envolvidos no processo de aceleração (ARANHA, 2016).

As incubadoras se classificam de maneira distinta para as instituições públicas e privadas, em que podem ter como objetivo definido o desenvolvimento econômico, utilizando os recursos públicos, buscando reduzir os custos de empresas nascentes, com estratégias como o fornecimento do espaço físico, acesso ao conhecimento técnico, suporte para elaboração do plano de negócios e outros serviços complementares, de financiamento público e taxas de serviços prestados, não havendo retorno direto dos projetos de incubação (GRIMALDI; GRANDI, 2005).

As incubadoras privadas, também, impactam do desenvolvimento de *startups*, porém se distinguem das públicas pela forma de monetização, cobrando taxas de serviço e distribuição de percentual, como, também, pela maneira de prestar auxílio com investimentos desde a

origem do processo da empresa, uma função geralmente ocupada por investidores e capitalistas de risco. Os investidores anjos são um tipo de investidores específicos, que se distinguem dos demais, visto que são realizados com o capital próprio por pessoas físicas, em empreendimentos de estágio inicial, com alto potencial de crescimento, não participando da parte executiva da empresa, mas participando, também, como um indivíduo aconselhador (PAIVA; ALMEIDA, 2018).

Dentre os investimentos se destaca o tipo *private equity*, que ocorre quando uma empresa compra parte de outra, tornando-se sócia, para aumentar o valor e, após contribuir para a valorização da empresa, vender parte da empresa para auferir lucro. O *venture capital*, ou capital de risco, é um tipo de investimento para empresas inovadoras, com o objetivo de fazê-las alcançarem seu máximo potencial, em que o investimento é feito em empresas de porte pequeno e médio, que já estejam estabelecidas no mercado e que ainda possuam potencial de crescimento. Essa modalidade é principal fonte de capital de *startups*. Em troca do aporte, os investidores ficam com participação acionária nas empresas.

O *seed capital* (capital semente) se destaca por ser um tipo de financiamento concebido por fundos de investimentos para empresas que não estão mais na fase embrionária, mas que ainda estão com o projeto em desenvolvimento (PAIVA; ALMEIDA, 2018). O *Bootstrapping* se caracteriza pela ausência de capital externo, onde as empresas crescem reinvestindo o seu próprio lucro, gerando capital para a sua expansão. O Fomento é um dos modelos de investimentos relacionados à programas públicos, pois se trata de acesso a fontes de capital de políticas governamentais, subvenção econômica e bolsas. A prática de *Crowdfunding* e Pré-venda, se tratam do financiamento colaborativo via doação ou pré-venda de produtos via internet. Por fim, existe a modalidade de Financiamento, que se dá através de empréstimos e financiamentos bancários, oferecidos pelo setor financeiro e por bancos públicos de desenvolvimento (MATOS; RADAELLI, 2020).

#### 4.2 O PAPEL DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA PARA A EXPANSÃO DO MODELO

A grande ruptura das *Startups* com os modelos tradicionais é ser completamente orientada para a inovação, independente da maneira que ela ocorra, seja por implementação incremental, gradualmente, considerando todos os riscos envolvidos, ou de maneira mais

radical e incisiva, visto que os mercados em que se inserem são de grande incerteza (NASCIMENTO; SILVA, 2018). Assim sendo, a *startup* deve apresentar inovações no seu processo de desenvolvimento ou no produto que ela apresenta ao mercado, guiadas pelo empreendedor, que deve observar as tendências de mercado e avaliar as melhores oportunidades de negócios, para, assim, garantir visibilidade e rentabilidade para a empresa.

Para não ser considerada apenas um negócio de modelo tradicional, a *startup* precisa de inovação. As empresas que conseguem alcançar um patamar de inovação disruptiva são as que alcançam maior sucesso. A era da internet tem impacto determinante no conjunto de ideias difundidas por esse tipo de empresa, pois somam a capacidade de inovar do empreendedor com a capacidade de gerar negócios em curto espaço de tempo e a baixo custo de implementação (NASCIMENTO; SILVA, 2018; SANTOS; CAPELLI, 2019).

O desenvolvimento da internet e o alto avanço tecnológico no século XXI transformou a economia em um ambiente de maior intensidade nas áreas do conhecimento e da informação, como novas problemáticas sociais, que se tornaram cada vez mais complexas e insolúveis, estimulando o desenvolvimento de inovações tecnológicas e reestruturação do setor público e privado. Essa revolução propiciou não apenas a criação de inovações mais eficientes, como impactou na redução de custos de tecnologia, facilitando o acesso de pequenas e médias empresas. Tecnologias como Internet das coisas, Inteligência Artificial, *blockchain*, entre outras, estão cada vez mais presentes entre tecnologias da informação e comunicações (TICs).

Quando se fala sobre empreendedorismo de *startups* é necessário conceituar que a velocidade na criação de uma empresa e facilidades que embalam a evolução rápida de um empreendimento são fatores primordiais para o seu sucesso. Na frente dessas empresas se encontram, frequentemente, jovens empreendedores, com ideias inovadoras, que quebram os padrões de produtos ou modelos de negócio vigentes e que estão sempre pensando à frente de sua realidade que parece ser mais acelerada.

Com o mercado se tornando cada vez mais dinâmico, em um cenário de instabilidade e incerteza extrema, os novos negócios surgem, objetivando um baixo investimento, mas de alto risco e lucratividade em um pequeno espaço de tempo. A inovação surge como um fator

determinante para se encontrar soluções simples para necessidades pouco exploradas, ou de problemas conhecidos, mas tratados de maneira pouco produtivas, e a tecnologia entra como um ponto crucial para o sucesso desses empreendimentos.

A rápida evolução tecnológica, junto a um ambiente de internet, modificou a natureza de algumas empresas, direcionando-as aos serviços *online*, e empreendimentos para projetos intangíveis e de maior valoração, sendo responsável, também, por modificar a natureza dos serviços prestados, passando a ser mais especializados, levando as *startups* a interagir de frente com as outras grandes empresas do mercado (GRIMALDI; GRANDI, 2005).

Com as empresas buscando aumentar a participação no mercado, com o aumento do consumo, e os consumidores buscando a comodidade para adquirir produtos diferenciados, as empresas que se utilizam da tecnologia para crescer. E apesar de rápido desenvolvimento, a concorrência se torna alta, o que acaba tornando necessário a constante inovação, propostas dentro do mercado em que se inserem, através de críticas e sugestões de clientes, ou de possíveis novas tecnologias inseridas no setor em que a empresa se encontra.

A atividade empreendedora requer dedicação ao negócio, iniciativa para começar um negócio, criatividade, saber administrar os riscos do processo, também tendo a habilidade de enxergar as oportunidades de negócios inovadores. Os empreendedores de *startups* veem na organização algo próprio a eles, no qual o indivíduo se dedica em buscar o seu objetivo, não impondo limites e barreiras ao processo de empreender o modelo de negócio (ALENCAR *et al.*, 2012). O empreendedorismo se intensificou pelo avanço tecnológico, que forçou novos empresários e empresas a adotarem diferentes paradigmas, atuando em diferentes mercados, através do empreendedorismo *startup*, e característica dos empreendedores que se inserem nesse mercado, unido ao ecossistema que essas empresas se inserem, contribui intrinsecamente para o favorecimento dessa modalidade de empreendimento (DORNELAS, 2008; PAIVA; ALMEIDA, 2018)

Como afirma Álvaro (2012), as inovações científica e tecnológica foram determinantes para a criação de novas empresas, garantindo crescimento, competitividade e rentabilidade. Considerando que as novas ações são a melhor maneira de manter o mercado competitivo e,

também, expansivo, a cada nova descoberta surgem melhores abordagens empresariais para agir com maior eficiência às demandas do mercado. O autor, também, pontua a importância das universidades como centros de pesquisa e incentivo à inovação, sendo cruciais para compreensão dos novos processos e produtos, modelos de negócio, mercados, interação entre clientes e investidores, etc.

Para autores como Matos e Radaelli (2020), o ato de inovar é transformar ideias novas em soluções socioeconômicas, que sejam capazes de sustentar o crescimento e dinamismo das economias, em que para governos e empresas, a inovação tem papel essencial para garantir vantagem competitiva sustentável, maior produtividade e crescimento econômico, ao ponto que a proporção de investimentos intangíveis, no âmbito empresarial, tem sido superior aos de capital físico, como máquinas e equipamentos, nas economias mundiais mais avançadas, nos últimos anos. O desenvolvimento de uma *startup* depende da cultura empreendedora formada, da disponibilidade de fontes de fomento adequadas e, também, da disponibilidade de uma mão de obra qualificada, que seja capaz de combinar capacidade técnica, científica e gerencial, em um mundo que sofre transformações constantes, dada mudanças nos modelos de negócios trazidos pela era digital.

A cultura empreendedora há muito vem sendo impulsionada pelas tecnologias digitais, com o aumento na densidade de *startups* e de ambientes de inovação e com o ambiente regulatório cada vez mais modernos e com acesso a mercados e ganhos de escalas maiores. Destacam-se as mudanças de paradigma tecno-econômico, partindo de iniciativas e recursos descentralizados, responsáveis por fomentar o empreendedorismo inovador, que contribuem diretamente para o fortalecimento do movimento das *startups* (GEM, 2019).

Importante ressaltar que essas mudanças ocorreram a partir dos anos 2000, com a expansão da internet e a popularização de bens que antes eram mais caros e restritos. Contudo, tão crucial quanto às políticas governamentais e o avanço tecnológico em si, a facilidade do acesso à informação foi determinante para expansão da atividade empreendedora e, também, das *Startups*. As universidades também passaram a se tornar facilitadoras do acesso à novas tecnologias como a internet e o desenvolvimento de pesquisas e incentivos ao empreendedorismo.

Tratando-se das inovações tecnológicas, entretanto, os critérios que caracterizam esses tipos de inovações são de difícil discernimento. Embora as *Startups* estejam mais associadas à idealização de inovações radicais, os critérios científicos, tecnológicos e inovadores não seriam os melhores à se tratar das empresas *startups* contemporâneas, em que a atividade central não se destaca pela inovação tecnológica, mas pela exploração de oportunidades que estavam além do que era observado no mercado (ALDRICH, 2005).

Como aponta Maia (2016), diversos autores entendem que, em um sistema descentralizado, a união de redes sociais com um alto fluxo entre os mercados de trabalho são grandes responsáveis pelo avanço do empreendedorismo, em casos como o da Coreia do Sul e de Israel, que desenvolveram com sucesso seus aglomerados econômicos regionais, sem depender da transferência de conhecimento, mas sim da mimetização de instituições regionais, como as desenvolvidas em centros mais avançados, como o do Vale do Silício. O autor aponta, também, estudos que focam na densidade e variedade de redes sociais locais como fatores que impactaram positivamente o crescimento dos empreendimentos, também influenciando positivamente as possibilidades de sobrevivência de empresas no mercado.

## **5 EMPREENDEDORISMO *STARTUP* NO BRASIL**

### **5.1 A CONJUNTURA BRASILEIRA E O FOMENTO À INOVAÇÃO**



Há muito, tem sido intenso o despertar do brasileiro para o empreendedorismo. No Brasil, tem empreendedores capazes de abstrair obstáculos comerciais, culturais e restrições geográficas, ao passo que esses estão se globalizando, reformulando conceitos econômicos, acabando por gerar novas relações de trabalho, novos empregos. Esse rompimento de um padrão é de suma importância para a sociedade.

Trazendo um pouco do contexto histórico, Veiga e Rios (2015) apontam que, nos últimos cinquenta anos, as políticas brasileiras têm sido movidas, essencialmente, por objetivos de desenvolvimento econômico, com a consolidação de um parque industrial diversificado e integrado verticalmente. Os autores afirmam, então, que, como resultados dessa tendência, houve um predomínio nas políticas comerciais e industriais, de instrumentos voltados para tentar manter uma exposição mais limitada em relação ao comércio internacional, com forte viés protecionista, tendo essa tradição suas raízes na experiência brasileira de industrialização das décadas de 1950 a 1970. Segundo os autores, o objetivo dessa política comercial foi o de aumentar e diversificar as exportações, sem alterar a estrutura de barreiras às importações, que constituíam elemento central da estratégia de desenvolvimento industrial.

A intensidade do uso dos diferentes instrumentos de política variou no tempo, até que na década de 1980 a degradação da situação macroeconômica e as pressões dos principais parceiros comerciais do Brasil (especialmente os Estados Unidos) começaram a funcionar como restrições ao desenho e à implementação da política de exportação. Ou seja, diversos instrumentos de política operacionalizados, a partir dos anos 1960 e 1970, foram sendo, gradualmente, desativados na segunda metade da década de 1980.

O impulso, pós ano de 1980, pela redução nos custos e desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC), caracterizou-se por uma crise no padrão de especialização fordista e uma intensificação do regime do capital financeiro com o esgotamento do padrão industrial. A década fica marcada pelas mudanças ocorridas no comércio internacional decorrentes, sobretudo, da crescente especialização e da multiplicidade e complexidade das cadeias produtivas globais. Essas mudanças passam a ser explicadas pelos avanços revolucionários no transporte e nas TICs, que transformaram a relação entre a especialização

e a concentração geográfica, tornando cada vez mais viável a separação de tarefas no tempo e no espaço.

É nesse período que as principais economias capitalistas apresentaram mudanças, dado o novo paradigma tecnológico, que permitiu que as empresas desses países se tornassem mais competitivas, com aumento da qualidade e diferenciação dos produtos, maiores possibilidades de financiamento, fornecimento de insumos e melhorias na produção, ao passo que a economia brasileira, durante o mesmo período, estava focada em obter superávits com finalidade de pagar dívidas internas, não havendo maiores esforços para se desenvolver, junto ao cenário internacional (ALVES, 2013).

As características brasileiras foram parcialmente impactadas pelo processo de liberalização iniciado nos anos 80 e aprofundado na década de 90, visto que, embora as tarifas nominais de importações tenham sido reduzidas de forma importante, a liberalização comercial implementada gerou uma estrutura de proteção baseada na escalada tarifária, favorecendo setores que contaram, durante boa parte dos últimos cinquenta anos, com políticas industriais setoriais específicas: automobilística, eletroeletrônica, têxteis e confecções e bens de capital, entre outros. Muitos destes setores foram beneficiados por regimes de política industrial que garantiam incentivos para investimentos e produção.

Já na década de 1990, a inexistência de uma política industrial e tecnológica foi um dos fatores responsáveis pelo atraso no processo de desenvolvimento do país. O ambiente político-econômico era pouco propício ao empreendedorismo e à criação de micro e média empresas, ainda mais que havia uma escassez de conhecimentos e informações acerca da temática no período (ALVES, 2013; SANTOS; CAPELLI, 2019). Além de que os gastos com P&D eram baixos em comparação à países mais desenvolvidos economicamente. A apologia ao empreendedorismo começou nesse mesmo período, com a formação de diversos programas de apoio a negócios informais de produtores de pequeno porte (SANTIAGO, 2009).

É importante estabelecer que as políticas públicas são diretrizes norteadoras de ação do poder público, sendo regras e procedimentos nas relações entre a sociedade e o governo (TEIXEIRA, 2002). Nesse caso, são políticas sistematizadas, voltadas à orientação de ações

que envolvem aplicação de recursos públicos. Acima de tudo, traduzem as formas de exercício do poder político. Nesse sentido, cabe distinguir as “políticas públicas” das “políticas governamentais”, visto que nem todas as políticas governamentais são públicas, embora partam do Estado, já que para ser considerada uma política pública, faz-se necessário considerar os destinatários dos benefícios, sendo submetido ao debate público. É nos setores mais marginalizados da sociedade, considerado vulneráveis, que as políticas públicas buscam resolver as demandas, visando ampliar e efetivar os direitos e lutas sociais, passando a ser reconhecidos institucionalmente.

O verdadeiro avanço nas práticas empreendedoras, no Brasil, passa a surgir na década de 1990, especialmente pela criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (SOFTEX), visto que, até esse período, não existia um ambiente político-econômico propício para o desenvolvimento dessa prática, no país, como aponta Dornelas (2008). É, então, que surgem programas como o Brasil empreendedor, do governo federal, que, entre 1999 e 2002, atingiu mais de 6 milhões de empreendedores no país, como, também, o Jovem Empreendedor e o Empretec, programa do SEBRAE, que utiliza a metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU), em que se busca o desenvolvimento de características do comportamento empreendedor e, também, a análise de novas oportunidades de negócios; até 2013, tal programa já havia capacitado 190 mil pessoas.

Dentre os órgãos que apoiam o empreendedorismo, Dornelas (2008) cita o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), com programas que permeiam o campo da capacitação dos indivíduos, do amparo à pesquisa e liberação de crédito. Considerando os aspectos institucionais que se associam ao processo de criação das empresas, estes são influenciados pelas administrações públicas locais, de acordo com Natário, Braga e Fernandes (2018), em que a qualidade das condições destas instituições acaba por influenciar diretamente no nível de empreendedorismo regional, ao passo que essas atuam a favor de entraves ou de facilitadoras, nos processos de constituição e desenvolvimento desse tipo de negócio. Mesmo argumento utilizado por Hisrich e Peters (2004), que apontam a necessidade

da existência de órgãos de apoio ao empreendedorismo, pois agem como orientadores para o indivíduo na condução de seus empreendimentos.

A criação desses programas institucionais foram um marco para o empreendedorismo no país, visto que a inserção e aumento no número de pequenas e médias empresas são fundamentais para a sustentabilidade econômica do país, pois são grandes focos de geração de empregos. Por isso, torna-se tão necessário o incentivo através de políticas públicas, que tragam impactos sociais. Nesse aspecto, o SEBRAE se torna um dos mais importantes programas nacionais, dando todo suporte, assessorias e auxílios necessários ao empreendedor/empresário que quer começar um empreendimento, ou aprender a gerir melhor o próprio negócio (ALANO *et al.*, 2014). O apoio financeiro dessas políticas governamentais é a consolidação definitiva das políticas públicas, apoiando a criação de novos negócios, bolsas e investimentos para empresas inovadoras que estão iniciando seus trabalhos.

A criação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em 2007, e da Lei do Empreendedor Individual, em 2008, foram decisivas para impulsionar o empreendedorismo no país, com a Lei Complementar n. 128, de 19.12.2008, que estabeleceu a criação da modalidade de Microempreendedor Individual (MEI), acelerando o processo de abertura de empresa, reduzindo a burocracia de se iniciar um novo negócio (ALANO *et al.*, 2014).

Outro ponto importante à se salientar, é a necessidade do Estado, das universidades e dos centros de pesquisas promover, de forma acessível e intensiva, o ensino na área do empreendedorismo. Nesse sentido, nas universidades públicas, que possuem um papel essencial na criação e difusão do conhecimento, têm se tornado cada vez mais comum encontrar em áreas de ensino, pesquisa e extensão a oferta de disciplinas e linhas de pesquisa em empreendedorismo. As políticas que se propõem a melhorar o ambiente de negócios, favorecendo o empreendedorismo, podem ter impacto social na geração de empregos, pois implantam incentivos ou retiram barreiras burocráticas para estimular o desenvolvimento empresarial (BARROS; PEREIRA, 2008).

Segundo o Censo da Educação Superior, de 2016, o Brasil possuía 2,4 mil instituições de ensino superior, sendo que a maioria das vagas se encontram nas instituições privadas, com 75% do total apresentando baixo nível em atividades de pesquisa, empreendedorismo e

inovação, uma vez que tais atividades se concentram nas universidades públicas. As iniciativas de apoio e fomento estão cada vez mais em voga no ambiente universitário, com a geração de organizações estudantis de apoio ao empreendedorismo, com as ligas universitárias empreendedoras, as empresas juniores, disciplinas de empreendedorismo, grupos de estudos e eventos/*workshops*.

De acordo com o estudo disponibilizado pela Brasil Júnior, a Universidade de São Paulo (USP) aparece em primeiro lugar no ranking geral de universidades mais empreendedoras do país, seguido da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Universidade Federal de Itajubá (UNIFEI). Percebe-se que, dentre as universidades que estão no top cinco, duas se encontram no estado de São Paulo (USP e UNICAMP), duas em Minas Gerais (UFMG e UNIFEI), e uma no Rio Grande do SUL (UFRGS). Isso mostra a disparidade regional do país, com a concentração de conhecimento no Sudeste e no Sul.

Entretanto, outras comunidades de *startups* têm se formado no resto do país. Em oitavo lugar, tem a Universidade de Brasília (UNB), sendo a primeira universidade que aparece no ranking fora do eixo Sudeste-Sul, como, também, a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), em décimo primeiro, a Universidade Federal do Ceará (UFC), em décimo quinto, e a Universidade Federal da Bahia (UFBA), em vigésimo sexto<sup>1</sup>. Outra questão importante a se considerar é que, apesar de se ter mais de cento e noventa universidades no país, o Brasil, ainda, não é considerado referência quando se fala em educação superior, visto que, nos rankings universitários internacionais, as instituições brasileiras estão bem acima do top cem melhores universidades.

Existem forças restritivas que acabam por inibir a ação empreendedora, como, por exemplo, a dificuldade de captar recursos, dada as elevadas taxas de juros e escassez de linhas de crédito para financiamento de novas empresas. As dificuldades burocráticas são outro exemplo, em

---

<sup>1</sup>A Brasil Júnior utiliza alguns critérios para ranquear as Universidades, como: Cultura empreendedora; Inovação; Extensão; Infraestrutura; Internacionalização; e Capital Financeiro. Os dados podem ser encontrados no site da organização, <https://universidadesempreendedoras.org/ranking/>.

que o empreendedor é obrigado a satisfazer as exigências de diversos órgãos públicos, como a Receita Federal, Estadual, Prefeitura Municipal, entre outros, que atrasam – e até barram – a elaboração e registro do processo formal de constituição do empreendimento, muitas vezes não sendo um processo célere, para constituir legalmente o novo negócio. Condições como a dificuldade de alocação do negócio em um espaço físico, como, também, a ausência de experiência técnica para administrar as tecnologias dos próprios negócios são, também, forças restritivas, que partem dos novos empreendedores (GREATTI, SENHORINI, 2000).

Abordando as condições para empreender no país, Alano e outros (2014) verificaram pontos favoráveis e desfavoráveis, encontrados, com grande frequência, entre 2001 e 2013. Enquanto as normas culturais, acesso ao mercado e as políticas governamentais para micro e pequenas empresas aparecem como pontos favoráveis, os altos impostos, burocracias no que tangem resoluções de problemas, baixo apoio financeiro e de captação aparecem como desfavoráveis.

Em estudo datado de 2014, realizado pela organização de apoio ao trabalhador, Endeavor, junto ao SEBRAE São Paulo (SEBRAESP), 28% dos indivíduos entrevistados destacam o grande volume de impostos, como também a complexidade contábil, como os maiores obstáculos ao sucesso de empreender no país, seguido pela dificuldade de captar dinheiro, investimentos ou financiamentos, com 24%. Enquanto 15% apontam como obstáculo a dificuldade de manutenção do fluxo de caixa ou capital de giro, a falta de profissionais capacitados aparece logo em seguida, como um entrave ao sucesso empresarial, com 12%. A burocracia do Estado, que normalmente aparece como um grande fator determinante, apresentou-se pouco considerada nas respostas das pessoas entrevistadas, o que demonstra fortes ações públicas para, pelo menos, facilitar a entrada do empreendedor ao mercado (PAZ, 2016).

Ao falar do empreendedorismo *startup*, é importante notar que ele vem crescendo de maneira substancial, sendo um reflexo de diversas ações apoiadoras aos negócios empreendedores, como parques tecnológicos de desenvolvimento, universidades estimuladoras da prática empreendedora e de *startups*, programas de incubação de empresas, além de subsídios governamentais que buscam promover a criação de novos negócios, através de instituições e agências que dão treinamento aos indivíduos que buscam o empreendedorismo como,

também, através de políticas de programas que objetivam desburocratizar o acesso ao mercado e, também, fomentar a liberação de crédito para pequenas e médias empresas. Tal prática de fomento é comumente utilizada por entidades e universidades de países mais avançados, como o caso dos EUA, de alguns países Europeus e Asiáticos, que veem na prática do empreendedorismo uma porta para o crescimento econômico.

Além de instrumentos tradicionais, como crédito financeiro não reembolsável, outros modelos de suporte foram desenvolvidos, para dar conta do apoio à inovação. É importante salientar que, instrumentos tradicionais, como o crédito, por si só, não são os mais adequados para empresas em fase inicial, dado o curto histórico de vida, em que muitas não tem faturamento, ou ativos tangíveis que sirvam de garantias para concretizar a operação da empresa. Em contraponto, surgem como alternativas de apoio a essas empresas a criação de ambientes de interação, aprendizado e difusão do conhecimento (TORRES FREIRE; MARUYAMA; POLLI, 2017).

De forma geral, nos passados quinze anos, o país avançou em termos de políticas voltadas à inovação. Passando pela criação dos Fundos Setoriais, em 1999, e pelo retorno das políticas industriais, com a Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE), com a Lei de Inovação, em 2004, até a programas mais recentes, como em 2012, em que o governo federal, através do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, criou o Programa Nacional de Aceleração de *Startups*, chamado de *Startup* Brasil, tendo gestão da Associação para Promoção da Excelência do *Software* Brasileiro (SOFTEX), com parceria de aceleradoras, para apoiar empresas de base tecnológica, nas suas primeiras etapas de vida.

Existe também o programa gratuito Aceleração InovAtiva, realizado pelo Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) e pelo SEBRAE, que oferece cursos de empreendedorismo, mentorias e conexão com investidores. Nesse programa, as *startups* que conseguem alcançar a etapa final, recebem suporte do próprio programa e de parceiros estrangeiros. Seguindo a linha de políticas de apoio, tem-se o programa do SEBRAE, Sebraelab, um espaço físico que visa estimular os negócios criativos e à valorização do empreendedorismo colaborativo, facilitando a integração entre o ecossistema desse modelo de negócio. Pode-se citar, também, a Associação Brasileira de *Startups* (ABS), fundada em 2011,

que objetiva impulsionar o desenvolvimento, e proporcionar o crescimento dessas empresas brasileiras (PAIVA; ALMEIDA, 2018).

O diagnóstico sobre a necessidade de melhorar as oportunidades para as *startups* foi identificado por diversas instituições atuantes no governo, de modo que se observou um aumento no número de políticas, programas e iniciativas de apoio e fomento. Importantes órgãos como a Finep e BNDES têm participado no fornecimento de recursos, e que sustentam, até os dias atuais, o ecossistema de fomento à inovação. Diferentes programas foram criados e têm contribuído para os desenvolvimentos de empresas que desejam inovar, no país, tornando o ambiente empreendedor mais complexo e diversificado.

Tal como o cenário em outros países, os formuladores de políticas precisam considerar outras questões, além da capitalização das empresas, como um conjunto de atores e mecanismos de governança que compõem essas redes de organizações e instituições, sendo elas compostas por empreendedores, investidores, pesquisadores em instituições de ciência e tecnologia, grandes empresas, além de associações, incubadoras, aceleradoras e mentores (TORRES FREIRE; MARUYAMA; POLLI, 2017).



Tabela 4: Programas de Apoio a pequenas empresas no Brasil

Nome do programa	Instituição	Vigência	Valor total (investido ou estimado)
Conexão Startup-Indústria	ABDI	2017—em vigência	R\$ 10 milhões
Criatec I	BNDES	2007–2011	Patrimônio comprometido: R\$ 100 milhões. Aportes: R\$68 milhões
Criatec II	BNDES	2013—em vigência	Patrimônio comprometido de R\$ 186 milhões. Aportes: R\$ 20 milhões
Criatec III	BNDES	2016—em vigência	Patrimônio comprometido de R\$ 202,5 milhões
BNDES MPME Inovadora	BNDES	2014—em vigência	2014–2015: R\$ 261,2 milhões. 2016–2018: R\$ 300 milhões
Inova Talentos	CNI/CNPq	2013—em vigência	2014: R\$ 2,4 milhões. 2015: R\$ 29 milhões. 2016: R\$ 6,4 milhões (bolsas)
ProcompI	CNI/Sebrae	1998—em vigência	2010–2015: R\$ 30 milhões. 2016–2019: R\$ 23,9 milhões
RHAE	CNPq	1987–2016	2007–2013, 4.272 bolsas, totalizando R\$ 236 milhões
Pipe I e II	Fapesp	1997—em vigência	R\$ 360 milhões (até 2016)
Inovar	Finep	2013—em vigência	Patrimônio total dos fundos: R\$ 577 milhões (2015)
Pappe Subvenção/Integração	Finep	2006—em vigência	R\$ 245 milhões Finep e R\$ 95 milhões dos estados
Tecnova	Finep	2012—em vigência	R\$ 190 milhões
Inovacred	Finep	2014—em vigência	2014–2015: R\$ 747,5 milhões
Pipe/Pappe(PIPE III)	Finep/Fapesp	2005—em vigência	R\$ 21,1 milhões (até 2015)
Finep Startup	Finep	2017—em vigência	R\$ 25 milhões
Seed-MG	Governo estado MG	2013—em vigência	Estimado em R\$ 23 milhões
Sinapse da Inovação	Governo estado SC	2005—em vigência	R\$ 21,3 milhões (até 2014)
Pitch-GovSP	Governo estado SP	2015—em vigência	Sem aporte financeiro (convênios)
Startup Brasil	MCTI	2012–2020	R\$ 80 milhões
PNI (Incubadoras)	MCTI/CNPq	2002–2012	R\$ 141 milhões
Inovativa	MDIC	2013—em vigência	R\$ 7 milhões (2013-2015)
Techsampa (Vaitec)	Prefeitura SP	2014—em vigência	R\$ 3 milhões
ALI (Agentes Locais de Inovação)	Sebrae	2008—em vigência	2010–2015: R\$ 202,7 milhões. 2015–2020: R\$ 320 milhões
Sebraelab	Sebrae	2016—em vigência	Sem informação
Sesi-Senai de Inovação	Sesi/Senai	2004—em vigência	Aproximadamente R\$ 380 milhões

Fonte: Torres Freire, Maruyama e Polli (2017).

O apoio à inovação em *Startups* pode ser separado em diferentes dimensões, sendo elas referidas à investimento e capitalização, à treinamentos, serviços de apoio e fomento ao ambiente empreendedor e, por fim, ao marco regulatório. Na primeira dimensão, tem-se os recursos públicos não reembolsáveis, fundos de *seed capital* e *venture capital*, fundos públicos e coinvestimento de recursos públicos e privados, *Crowdfunding* e *Corporate Ventures*. Já a segunda dimensão é formada por incubadoras, aceleradoras, redes de empreendedores, investidores e clientes, *Workshops*, desafios públicos ou privados. Por último, na dimensão relacionada ao marco regulatório, com regulação de incentivos fiscais

para investidores em inovação e empresas em fase inicial, simplificação e modernização de processos administrativos.

De fato, as políticas públicas de apoio às *startups* dependem do desenvolvimento da inovação, partindo do apoio de órgãos públicos e iniciativas privadas. Como afirma Silva (2019), as incubadoras e aceleradoras possuem um papel estratégico, com suas ações dependendo direta e indiretamente das diferentes políticas, atuando, principalmente, em benefício do desenvolvimento das *startups*, mas, também, do mercado em si, criando um ambiente inovativo e empreendedor.

É importante compreender a lógica de que as *startups* não emergem espontaneamente e que, sem as condições mínimas para seu desenvolvimento, nem ecossistemas de *startups* conseguem se desenvolver automaticamente. São necessárias mínimas condições estruturantes, como a oferta de capital para investimentos, recursos humanos de qualidade, estrutura tecnológica mais avançada, transparência, segurança no ambiente regulatório, entre outros.

Em estudo sobre a atuação das *startups* na América Latina, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2016) identificou seis barreiras determinantes para a criação e crescimento dessas empresas, que não podem ser supridas apenas pela atuação do mercado, sendo elas a assimetria de informação, a falta de disponibilidade de capital para investimentos, a falta de demanda inovadora, a existência de barreiras legais e regulatórias, a carência de recursos científicos e a falta de tradição da cultura empreendedora.

Ao falar de assimetria de informação, refere-se à distância de comunicação entre os empreendedores inovadores, investidores, e acesso aos consumidores. Em relação à disponibilidade de recursos, existe uma dificuldade de captação, seja de fontes privadas ou de agências públicas, principalmente se a empresa está em estágio inicial, em que o seu modelo de negócio, produto ou serviço não tenha passado por etapas de validação no mercado. Ao tratar da falta de demanda para soluções disruptivas, muito está relacionado com a incapacidade do mercado latino americano em consumir produtos inovadores, visto que não há um mercado capaz de assimilar essas inovações.

No que diz respeito às barreiras regulatórias, tem-se a dificuldade de criar e gerir empresas nesses países, dada as legislações muito rígidas, e altos níveis de tributação, dificultando o crescimento das empresas. Pode-se citar a carência de recursos científicos suficientes para gerar novas ideias e, por fim, englobando todos os anteriores, a falta de tradição em cultura empreendedora, inovadora, o que acaba por aumentar a aversão ao risco de fracasso, desincentivando tanto os possíveis empreendedores, como aqueles que possam investir nesses negócios (OCDE, 2016).

Não obstante, empresas e *startups* em fase inicial correspondem a maior parte das posições de trabalho líquido na economia, de acordo com o estudo para os 17 países membros da OCDE e Brasil. A contribuição dessas empresas para a criação de empregos, nos países, é maior que a sua participação no emprego total, em que os resultados implicam que, em média, empresas com cinco anos – ou menos – representam apenas 21% do emprego total, em contraposição, são responsáveis por 47% da criação de empregos. Ao tratar de fomento à inovação, também pode-se refletir sobre empresas privadas, que há muito vem se articulando com *startups*, principalmente por se tratarem de modelos de negócio voltados ao desenvolvimento tecnológico surgidos de um ambiente empreendedor.

Dentre os motivos mais específicos para essa colaboração, estão o acesso à novos mercados, redes de conhecimento, testes de produtos, teste de escala de operações e estímulo à cultura inovadora. Como aponta o estudo divulgado pela OASISLAB (OSÓRIO, 2019), para se haver um ecossistema empreendedor de sucesso se pressupõe a existência de fatores que proporcionem o surgimento de novos negócios, normalmente se desenvolvendo em ondas, com formação de redes que facilitem a atração de talentos, capital e que sejam passíveis de influenciar novas gerações de empreendedores.

No Brasil, tal articulação vem sendo fomentada através de programas de aceleração, incubação, espaços de inovação e *coworking* e, até prêmios e eventos para *startups* de destaque em suas áreas. Áreas de *coworking* são espaços disponíveis por empresas para trabalho e troca de informações, fomentando *networking* entre as pessoas que estão no local, enquanto as ações pontuais de prêmios e eventos são normalmente desenvolvidas no formato de competição, como desafios e concursos conhecidos como *hackatons*, em que as *startups* ou

empreendedores disputam entre si para mostrar as melhores ideias. Dentre as práticas de incentivo por parte das empresas privadas, o compartilhamento de recursos é uma das mais incentivadas pelas empresas, considerando que, além da inovação em si, ela pode potencializar a construção de uma rede especializada de fornecedores e consumidores.

De acordo com o artigo de Torres Freire, Maruyama e Polli (2017), as grandes corporações estão criando, cada vez mais, mecanismos para fazer essa articulação, como o JLABS da Johnson & Johnson, o GE Ventures, da General Electric, o SmartCamp, da IBM, entre outros. Os autores, usando a Europa como exemplo, explicitam que um terço das aceleradoras do continente (31 de 103) se apoiam ou são mantidas por grandes empresas e que, em 2014, os investimentos globais de fundos de investimentos corporativos cresceram 86,5% em valor, totalizando 1.734 negócios, que somaram 48,5 bilhões de dólares, e saídas no valor de 84,2 bilhões de dólares.

O Brasil tem vivenciado um “boom” em suas comunidades de *startups* nos últimos anos, com *coworkings*, *hubs* de inovação, parques tecnológicos e eventos de suporte e desenvolvimento de novas *startups* e o amadurecimento de modelos de negócios já existentes. Empresas como a

Plug, surgida em 2012, a CUBO, surgida em São Paulo, no ano de 2015, tornaram-se referência na área de *Coworking*, com a empresa sendo reconhecida como o maior *hub* de inovação da América Latina, como também a Google, também em São Paulo, que, desde 2016, têm seu espaço voltado para profissionais criativos e empreendedores, com espaço aberto, eventos e programas de capacitação. Já em 2018, dada a conturbada conjuntura econômica brasileira, houve um aquecimento no setor autônomo e, conseqüentemente, no empreendedor.

O surgimento dos parques tecnológicos no país foi, também, determinante, como um instrumento de formação empreendedora - o Tecnopuc, em Porto Alegre/RS, o Porto Digital, em Recife/PE, e o Tecnosinos, em São Leopoldo/RS, reunindo mais de 200 empresas, sendo responsáveis pela geração de mais de dez mil empregos (ABSTARTUPS, 2020). Entretanto, faz-se necessário afirmar que o ecossistema *startup* também pode sofrer retrocessos, ainda mais considerando que, desde 2014, o orçamento de ciência e tecnologia vem sofrendo

sucessivos cortes por parte do governo. No ano de 2017, o corte foi de 44% em relação ao ano de 2016, enquanto em 2018 houve um novo corte, mas de 18%. A consequência dessa diminuição da verba é que o orçamento para ciência e tecnologia se tornou o menor das últimas décadas, correspondendo a cerca de um quarto do valor de 2005.

Enquanto o ecossistema brasileiro teve melhorias em praticamente todos os seus pilares, o ambiente regulatório ainda se mantém como um obstáculo a ser superado. A burocracia, a falta de incentivos, demora em realizar reformas estruturais políticas e sociais são alguns dos pontos que atrasam o desenvolvimento de empresas no setor. A situação se torna preocupante ao comparar à realidade internacional, com outros países aumentando seus investimentos em seus ecossistemas, distanciando o país em relação ao resto do mundo. A articulação governo e iniciativa privada tem sido uma das alternativas para reduzir esse distanciamento, assim como a articulação com incubadoras, aceleradoras, atuando direta e indiretamente, identificando gargalos na área.

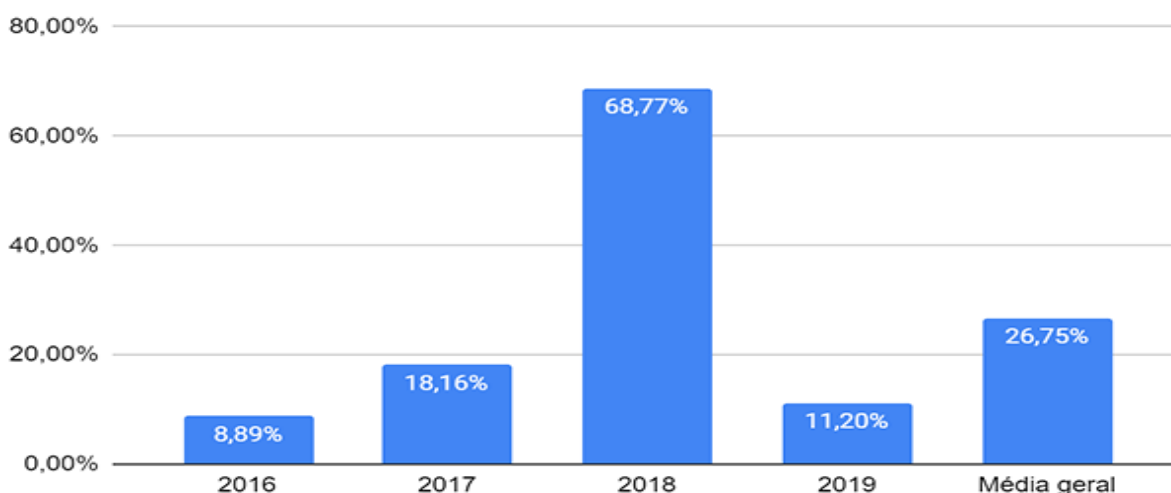
Entretanto, em 2021, foi sancionada a Lei Complementar Nº 182, que instituiu o Marco Legal das *Startups* e do Empreendedorismo inovador, com o objetivo de diminuir burocracias e aumentar a segurança jurídica de empreendedores e investidores. De acordo com a lei brasileira, são consideradas *startups* as empresas, sociedades simples de caráter inovador, ou cooperativas, que tenham faturamento de até 16 milhões de reais ao ano, ou que tenha inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) de até 10 anos.

Dentre os principais pontos do texto, estão a desvinculação de investidores-anjos de *startups* de obrigações trabalhistas ou tributárias da empresa, desligando-os de obrigações fiscais e tributárias, caso a empresa não se sustente, como, também, a instauração de um regime diferenciado que simplifica a testagem de novos produtos, experimentos e serviços, a partir da autorização de entidades com competência de regulamentação setorial. Outras medidas foram a maior interação entre essas empresas e órgãos públicos, com o incentivo de contratação, por parte dos agentes governamentais e, também, a criação do “Inova Simples”, um regime especial, concedendo às *startups* a capacidade de autodeclaração como empresa inovadora (BRASIL, 2021). Espera-se que a institucionalização do marco faça com que o ambiente regulatório no país facilite na criação e no desenvolvimento dos empreendimentos *startups*.

## 5.2 O ECOSSISTEMA *STARTUP* NO BRASIL

O impacto das políticas públicas de fomento e das iniciativas privadas no ecossistema de *startups* foi sentido no país. Enquanto no ano de 2015 o número de *startups* era 4.151, no ano de 2018 se atinge a marca de 10.000 *startups*. O crescimento foi tamanho, que, em 2019, o número saltou para 12.727, com o crescimento mais que triplicando, ao longo dos cinco anos. Esse valor é vinte vezes maior do que em 2011, o ano da fundação da ABSTARTUPS, que, na época, contabilizou 600 empresas nesse modelo de negócio. Interessante salientar que essas empresas são, em sua maioria, de base tecnológica, tendo um crescimento rápido e escalável (ABSTARTUPS, 2020).

Gráfico 2: Crescimento de *startups* ano ao ano



Fonte: ABSTARTUPS (2020)

As *startups* brasileiras estão cada vez mais na ótica dos investidores, tanto pelas soluções inovadoras apresentadas pelas empresas, quanto pelo cenário econômico de estímulo ao investimento de risco, em que a redução na taxa de juros aparece como um impulsionador dos investimentos nesse setor. Tendo em vista que grande parte das *startups* brasileiras se enquadram em pequenas e microempresas, boa parte tem sido desenvolvida por jovens empreendedores. Vale destacar que o custo dos processos de criação de empresas tem se tornado menores, com a redução dos custos de instalações, ao passo que houveram avanços no processo de aberturas de empresas, com quedas relevantes na burocracia, com menos prazos extensos, custos e números de trâmites envolvidos.

Pode-se falar que o Brasil está se tornando referência em *startups* inovadoras e promissoras, contendo mais de dez empresas em fase de unicórnio, ou seja, com seu valor ultrapassando um bilhão de reais, em valoração, sendo que existem pouco mais de quinhentas empresas nesse patamar no mundo. Essas *startups* possuem alto grau de maturidade (*scale-up*), abrindo suas ações para o mercado e atraindo fundos de investimento, sendo uma meta muito difícil de se alcançar, considerando a realidade do mercado.

O ecossistema de *startups* liderado pelo banco digital, Nubank, têm chamado atenção no mundo. A própria Nubank está no patamar de unicórnio, junto com empresas como PagSeguro, Stone Pagamentos, Ebanx, todas da área de *Fintech*, e também QuintoAndar, de locação de imóveis, Loggi, da área de entregas e logísticas e, também, a iFood, do ramo de *delivery*. Em seu artigo, analisando o crescimento das *Startups*, Paiva e Almeida (2018), identifica as empresas mais promissoras desse ramo, no país, citando a Contabilizei, empresa de contabilidade *online*, que recebeu o prêmio de melhor empresa de tecnologia da América Latina, em 2016, também a Movable, uma *startup* de conteúdo para celulares, a PlayKids, aplicativo de educação para crianças, e a Meliuz, voltada para benefícios em compras, *cashback* e programas de fidelização de clientes, premiada como *startup* do ano, pela *Startup Awards*, de 2016.

O *Global Startup Ecosystem Report (GSER)*, que é um estudo anual da *Startup Genome*, colocou o Brasil no mapa dos trinta ecossistemas mais promissores do mundo, sendo o terceiro mais relevante, ao considerar a expansão das *startups* para outros países, a chamada fase de globalização; o estudo destaca a cidade de São Paulo em primeiro lugar. Assim como o Vale do Silício, nos EUA, as *startups* brasileiras acabam por se situar principalmente na região sudeste, dado um número considerável de fatores, como densidade populacional, mercado consumidor ampliado, diferença econômica histórica e número de investidores (SANTOS; CAPELLI, 2019).

Quadro 1: Número de *Startups* na região Sudeste

Ano	Top 4 estados				Total de startups cadastradas
	São Paulo	Minas Gerais	Rio Grande do Sul	Rio de Janeiro	Brasil
<b>2015</b>	1.320	365	183	343	4.451
<b>2016</b>	1.327	591	184	343	4.273
<b>2017</b>	1.668	714	223	446	5.147
<b>2018</b>	3.060	720	885	843	10.000
<b>2019</b>	3.780	1.094	918	839	12.727

Fonte: ABSTARTUPS (2020)

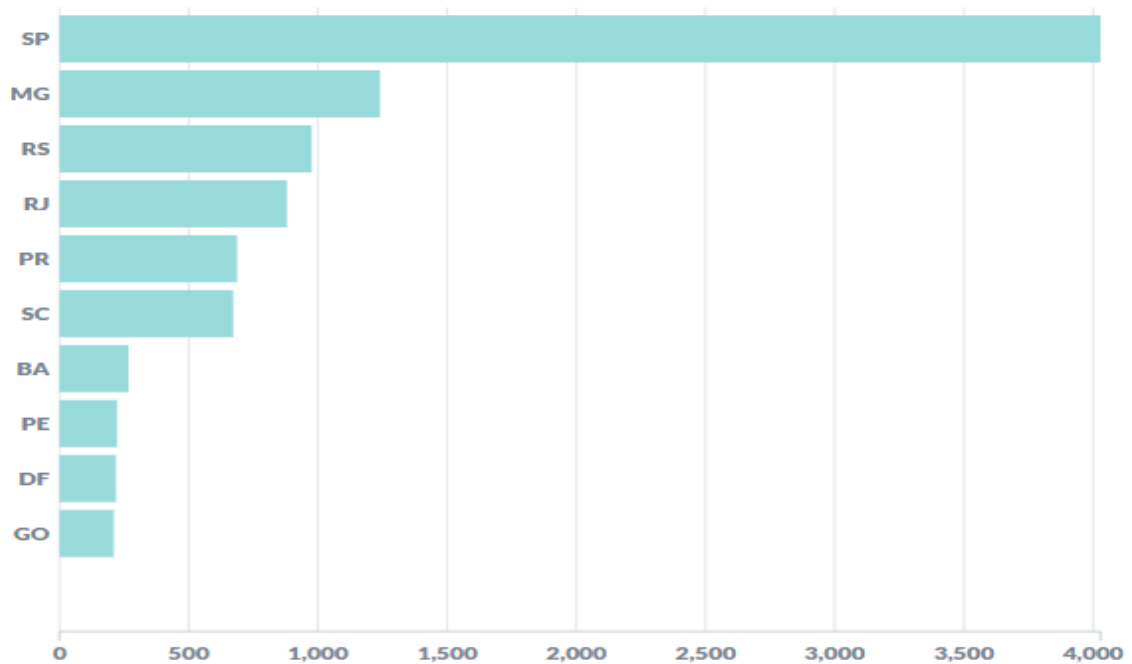
Entretanto, se antes se viam o mercado movimentando, principalmente, os grandes centros urbanos, como São Paulo, atualmente se tem cada vez mais regiões fora desse eixo ganhando visibilidade e relevância. Apesar de ter maior concentração no eixo sul-sudeste, atualmente as *startups* brasileiras estão espalhadas em mais de 30 cidades diferentes, totalizando 61 comunidades voltadas para esse modelo.

De acordo com as estatísticas do *StartupBase*<sup>2</sup>, a base de dados oficial do ecossistema brasileiro de *startups*, atualmente, o estado de São Paulo ainda permanece agregando o maior número de *startups*, com 4.022 empresas, seguido de Minas Gerais e Rio Grande do Sul, que possuem 1.240 e 964 empresas desse modelo, respectivamente. Um ponto positivo é a Região Nordeste, onde a Bahia aparece em sétimo lugar, enquanto Pernambuco aparece logo depois, em oitavo, com 223 empresas, desse setor.

---

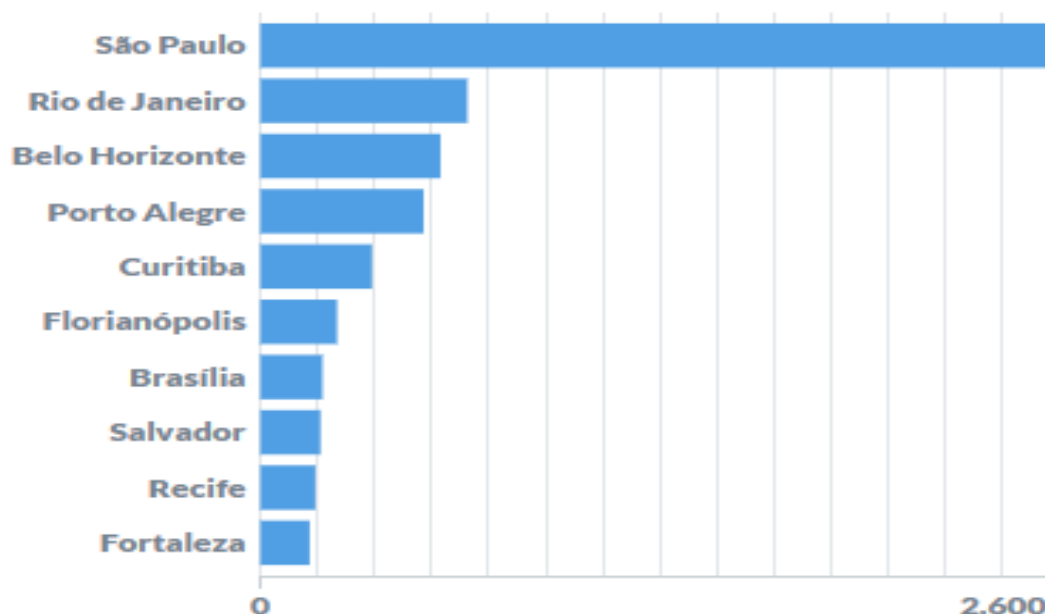
<sup>2</sup>Todos as estatísticas da *StartupBase* foram retiradas do mapeamento realizado pela organização, sendo atualizados regularmente, e pode ser encontrado no site <https://startupbase.com.br/home/stats>.



Gráfico 3: Ranking dos 10 estados com mais *startups*

Fonte: StartupBase (2021)

Ao se falar de cidades com maiores números de *Startups*, a estatística volta a afunilar para os grandes centros, com a cidade de São Paulo sendo referência para a criação desse modelo de negócio, possuindo 2.770 *startups*. Enquanto o estado do Rio de Janeiro está em quarto lugar, no ranking de *startups* por estado, a cidade do Rio de Janeiro se encontra em segundo lugar, como a que possui mais *startups*. Isso demonstra como as capitais ainda monopolizam o mercado empresarial, científico e inovador do país (STARTUPBASE, 2021).

Gráfico 4: Ranking das 10 cidades com mais *startups*

Fonte: StartupBase (2021)

Conforme apontado por Ramos (2020), em 2019, entre os principais mercados de atuação informados, o que se percebe é uma grande pulverização, em que os setores de educação (7,2%), finanças (4,2%), saúde e bem-estar (3,8%), internet (3,4%) e agronegócio (3,2%) são os que mais se destacam no número de empresas.

Tabela 5: *Startups* por Mercado de Atuação

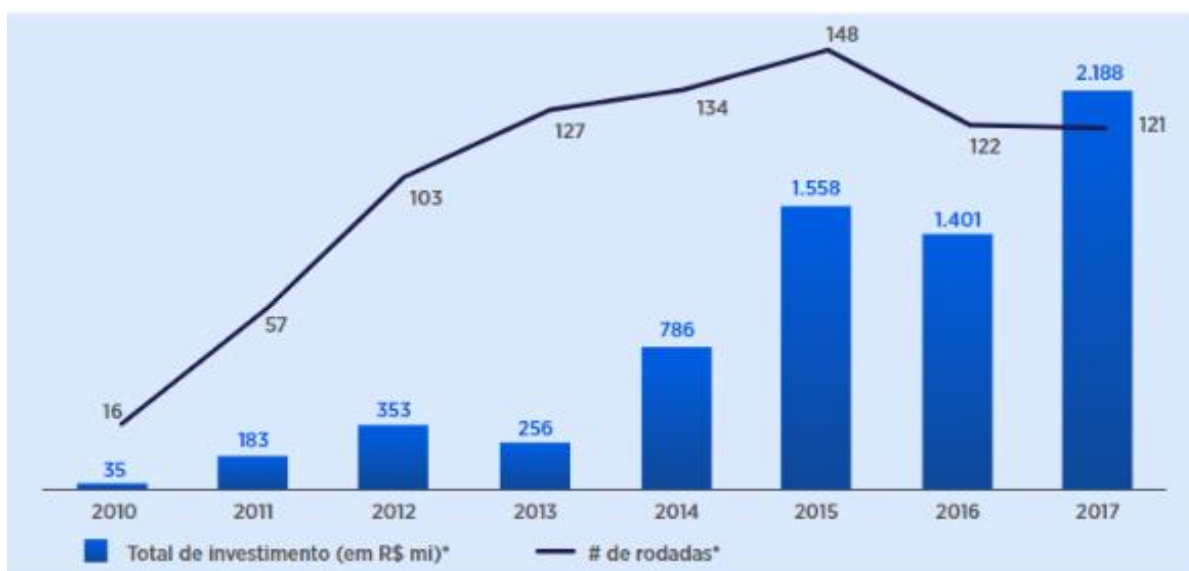
MERCADO DE ATUAÇÃO	PORCENTAGEM (%)
Educação	8,77
Finanças	6,02
Saúde e Bem-Estar	5,59
Internet	5,25
<i>E-commerce</i>	4,5
Varejo / Atacado	3,86
Comunicação e Mídia	3,68
Agronegócio	3,65
Vendas e-Marketing	3,53
Serviços Profissionais	3,17
TIC e Telecom	3,13
Gestão	3
Desenvolvimento de <i>Software</i>	2,84

Fonte: Adaptado de StartupBase (2021)

Percebe-se que as porcentagens aumentaram durante os anos e as áreas, também, mantiveram-se constantes, com o setor de Educação ainda liderando, atualmente com 8,77% das *startups* no mercado, seguido de Finanças, com 6,02%, Saúde e bem-estar, com 5,59% e, na quarta posição, o setor de Internet, com 5,25%. Porém, de maneira distinta ao estudo anterior, o setor de *E-commerce* é quem assume a quinta posição, no ranking das áreas de atuação, com 4,5%.

Em relação aos investimentos realizados nas *startups*, no Brasil, tem-se que, no ano de 2017, o país teve um recorde no investimento do tipo *venture capital*, com o valor total de R\$ 2,2 bilhões de investimentos realizados, com um crescimento de 56%, em relação ao ano de 2016, mas com 95% do valor sendo liderado por capital estrangeiro. De acordo com os dados da Associação Brasileira de *Private Equity e Venture Capital* (ABVCap), na modalidade *venture capital*, em 2016, havia cerca de R\$ 2,02 bilhões disponíveis para investimentos em *startups*, representando 6,7% do volume total desse setor, apresentando um aumento considerável de 81% de capital disponível para investimento e de 26% do capital comprometido total (MATOS; RADAELLI, 2020).

Gráfico 5: Atividade de *venture capital* no Brasil



Fonte: Crunchbase. Análise de *ACE Startups* (2018), retirado de Matos e Radaelli, 2020.

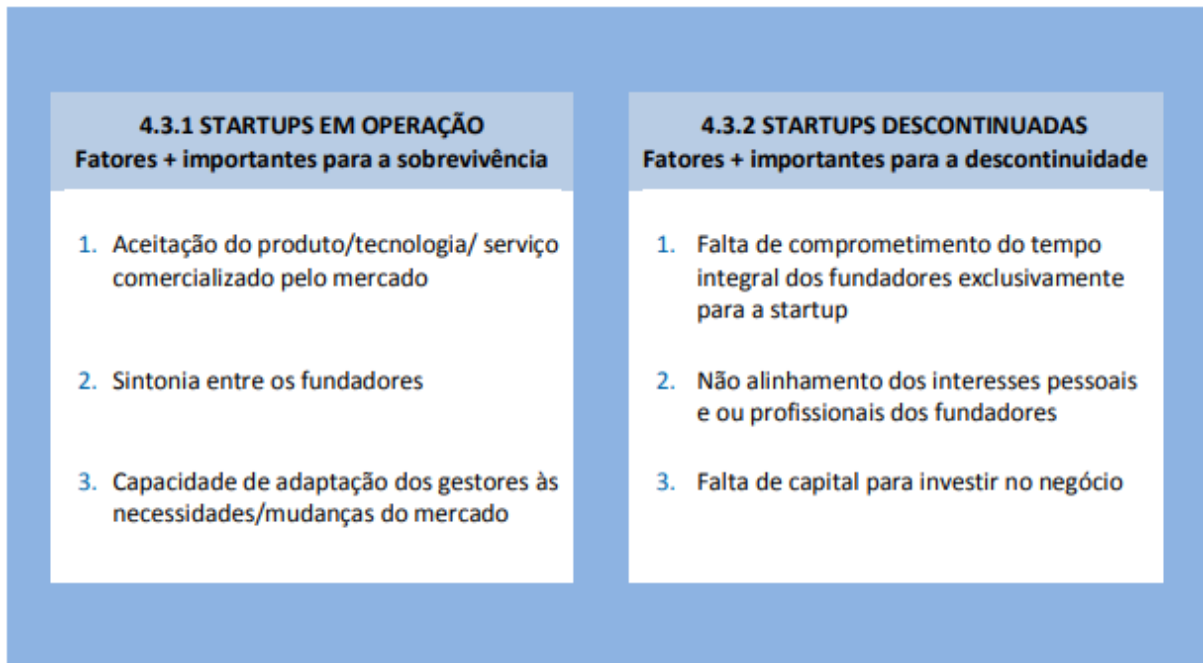
A modalidade de investimentos do tipo “anjo”, a mais comum nos países desenvolvidos, praticamente não apresenta incentivos no Brasil. Dentre as principais barreiras ao seu crescimento estão as altas taxas de juros reais praticadas no país, que remuneram o capital em

aplicações de baixo risco, o que produz um desincentivo aos investimentos em *startups*, que são de alto risco.

Também são impeditivos a insegurança jurídica, considerando que, no Brasil, há desconsideração de personalidade jurídica de empresas, especialmente nos casos de falência, acionando judicialmente os bens dos investidores que sejam sócios dessas empresas, para cumprir dívidas trabalhistas ou tributárias e, também, o tratamento tributário, que não reconhece perdas e penaliza o investidor-anjo com altas taxas de imposto sobre ganho de capital, se comparado a outras modalidades de baixo risco (MATOS; RADAELLI, 2020). No Brasil, o volume desse tipo de investimento quase dobrou entre 2011 e 2016, saltando de R\$ 450 milhões, para R\$ 851 milhões. Entretanto, essa modalidade está bem abaixo do potencial, crescendo menos desde 2015, dada a recente crise econômica do país.

As aceleradoras têm mostrado atuação crescente no país, sendo muito benéficas para o ecossistema como um todo, visto que, além de aportarem investimento em forma de capital, oferecem, também, programas de auxílio ao crescimento dessas empresas, apoios em espaço físico, mentorias, capacitação, acesso a mercado e outros benefícios. De acordo com o levantamento da Fundação Getúlio Vargas (FGV), a participação média dessas aceleradoras nas ações das *startups* é de 8%, e seus investimentos variam entre R\$ 45 mil e R\$ 255 mil por empresa.

Faz-se ressalva sobre a alta “taxa de mortalidade” dessas empresas, ou sobre a permanência destas como pequenas empresas, fazendo com que apenas uma parcela reduzida contribua substancialmente para a geração de empregos. Não é um fator surpresa que a “taxa de mortalidade” das *startups* seja maior, se comparada a micro e pequenas empresas. Se em 2004, 49,4% das empresas encerravam suas atividades com até dois anos de existência, 56,4% em até três anos e 59,9% não passavam de quatro anos, em 2015, pelo menos 25% das *startups* morrem em até 1 ano de criação, 50% morrem em até 4 anos de sua criação, e, por fim, 75% das *startups* morrem em até 13 anos de existência (NOGUEIRA; OLIVEIRA, 2015).

Figura 1: Percepção das *Startups*

Fonte: Nogueira; Oliveira (2015).

Dentre os motivos que caracterizam à descontinuidade de empresas *startups* no Brasil, estão motivos relacionados ao ambiente em que a empresa está inserida, se é um ecossistema que fomenta o crescimento das empresas que se inserem nele, como, também, características do empreendedor, como o nível de escolaridade, presença familiar na área empreendedora, capacidade de *networking* e comunicação, ou conhecimento e experiências na área de gestão. Estudos apontam que, especificamente para empresas *startups*, o número de sócios envolvidos, o volume de capital investido, e o local onde as empresas estão instaladas são os grandes influenciadores para o sucesso da empresa (NOGUEIRA; OLIVEIRA, 2015).

Atualmente, o mundo atravessa um período de grande conturbação em função da pandemia do Covid-19, e a economia é um candidato óbvio a enfrentar grandes dificuldades neste período de crise. Essas dificuldades podem ser vistas sob diferentes pontos, seja em função da redução da demanda mundial de bens (e também os prováveis efeitos sobre o preço dos bens comercializados, especialmente as *commodities*), ou por conta de restrições na capacidade de oferta em diversos setores e países, em razão das medidas de isolamento social e restrição de movimentação de pessoas adotadas em grande número de países.

Mesmo com o advento desse coronavírus, em 2020, o Brasil manteve uma posição relevante à nível internacional, estando no ranking dos dez países com maior número de *startups*, com mais de dez unicórnios e empresas com enorme potencial. Essa realidade fez com que o país tenha se tornando um modelo, atraindo para a América Latina os olhares de fundos de investimentos e corporações internacionais, como apontado pela Associação de Investimento de Capital Privado na América Latina (em inglês, LAVCA), onde o investimento de *venture capital* em *startups* latino-americanas foi de US\$ 2,6 bilhões em 2019, em comparação com os US\$ 2 bilhões, investidos em 2018. O Brasil, a Colômbia e o México representaram 91,9% dos valores investidos, e 84,9% dos negócios fechados entre investidores e fundadores das *startups* (ABSTARTUPS, 2020).

Figura 2: Valor investido em *startups* na América Latina de jan/2017 a jun/2018



Fonte: ABSTARTUPS (2020).

Considerando os avanços estruturais no ambiente de *startups* no país, torna-se necessário avaliar quem são os indivíduos que estão na criação desses negócios, e o que os torna diferente de empreendedores de negócios mais tradicionais. Os empreendedores de *startups*, normalmente, associam-se ao empreendedorismo por oportunidade, por enxergar uma

possibilidade de inovar, e criar algo totalmente disruptivo, enquanto para empreendimentos comuns, boa parte dos indivíduos que empreendem se associam à necessidade de fazer um negócio próprio, para subsistência e alocação no mercado.

Tabela 6: Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo características demográficas – Brasil e regiões – 2012

Características Demográficas	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)
<b>Gênero</b>						
Masculino	16,2*	18,7	17,1	17,6	15,3	15,1
Feminino	14,7	17,1	16,7	15,4	13,0	15,0
<b>Faixa etária</b>						
18-24 anos	14,2	15,4	11,2	18,6	15,2	14,2
25-34 anos	19,2	19,4	21,6	22,0	16,9	19,5
35-44 anos	18,7	22,8	22,2	16,9	17,1	16,2
45-54 anos	12,1	15,3	15,4	9,0	9,9	13,3
55-64 anos	8,3	11,7	7,9	9,5	7,9	8,5
<b>Grau de escolaridade</b>						
Nenhuma educação formal	7,6	15,2	8,9	7,5	0,0	6,1
Primeiro grau incompleto	14,0	14,6	18,9	12,5	11,9	9,2
Primeiro grau completo	14,5	22,5	16,9	16,9	11,4	16,0
Segundo grau incompleto	15,2	14,7	14,4	17,6	15,2	15,3
Segundo grau completo	16,7	21,6	17,1	18,2	15,3	17,7
Curso superior incompleto	14,7	18,7	12,5	17,9	13,6	17,2
Curso superior completo	17,9	15,2	19,7	20,1	17,5	16,8
Pós-graduação incompleta	14,8	10,1	23,4	17,7	12,8	14,6
Pós-graduação completa	12,0	11,2	17,9	13,1	9,6	11,5
<b>Faixa de renda</b>						
Menos de 3 salários mínimos	15,3	17,3	18,2	16,0	13,7	14,1
3 a 6 salários mínimos	15,8	19,1	16,6	17,2	14,4	16,1
6 a 9 salários mínimos	17,6	13,4	15,0	13,4	20,8	25,2
Mais de 9 salários mínimos	7,4	13,4	6,9	10,9	5,2	5,8

Fonte: GEM (2012)

Ao se tratar da demografia dos empreendedores, os dados da pesquisa GEM, de 2012, apontava que a taxa de empreendedores iniciais, na faixa de 18 a 24 anos, era de 2,8%, enquanto a faixa etária com maior taxa de empreendedores iniciais brasileiros é de 45 a 54 anos de idade, com 23,9%. Esses dados não corroboram com a ideia de que os jovens dominam a abertura de empreendimentos no país, valendo tanto para empreendimentos comuns, quanto para *startups*. A motivação mais comum apontada para esses dois grupos etários está a exploração de oportunidades em potencial, vistas no mercado. Porém, existem dificuldades que necessitam serem superadas, dificuldade de captação de recursos financeiros, falta de experiência profissional na área e incapacidade de gestão do negócio (GEM, 2012).

Os dados são corroborados pelo estudo de Maia (2016), que, analisando as motivações dos empreendedores de *startups* no Brasil, revela que a associação entre juventude e *startups* não se sustenta por completo, uma vez que cerca de metade dos empreendedores ultrapassa a marca dos 30 anos de idade. Enquanto indivíduos de 19 a 24 anos representaram somente 11% da faixa etária de empreendedores, indivíduos de 25 a 30 anos representaram 41%, e aqueles com faixa etária entre 31 e 36 anos representaram 29%. Se para indivíduos entre 37 e 48 anos a porcentagem foi de 18%, apenas 1% da população estudada possuía mais de 48 anos. A pesquisa também identificou que os empreendedores de *startups* são, de maioria avassaladora, homens e brancos. De acordo com estudo, no período em que foi realizado, 90% dos fundadores de *startups* eram homens, enquanto somente 10% eram mulheres, enquanto 78% dos indivíduos entrevistados se autodeclaravam brancos, 17% se declaravam pardos, e somente 4% se declaravam pretos.

Quadro 2: Perfil dos empreendedores de *Startups*

Local de origem dos empreendedores	Principalmente Regiões Sudeste/Sul, principalmente São Paulo e Rio Grande do Sul
Áreas do Modelo de Negócio	Áreas inovadoras (áreas de tecnologia)
Tempo de Experiência Empreendedora	De 1 a 3 anos
Gênero	Na maior parte dos casos, masculino
Faixa Etária	Em média de 25 a 30 anos
Nível de escolaridade	Superior Completo
Área de Formação	Cursos mais frequentados: Comunicação Social (32%); Ciência da Computação (15%); Administração (14%); Design Gráfico / Digital (9%); Engenharia (8%)
Classe social	A/B
Raça/Cor	Branca
Principais características individuais	Propensão a riscos, resiliência, visão de longo prazo do negócio e de onde chegar, desapegado (de bens materiais, estabilidade e até mesmo de dogmas), “paixão” pela ideia e/ou pelo negócio, persistência, foco em resultados, dedicação e coragem, iniciativa criatividade, ousadia, acreditar em suas ideias.
Principais experiências pessoais	Experiência em projetos anteriores, vivências com empreendedores em empresas online, vivências com familiares e amigos empreendedores.
Fatores Ambientais	Trabalhar com o que gosta, oportunidade para crescer profissionalmente, possibilidade de retorno financeiro. Desejo de mudança, necessidade de resolver um problema de alguém (incluindo ele mesmo) e o “sonho”, vontade de criar algo próprio.
Competências	Autoeficácia, capacidade de mobilização de recursos, capacidade de liderança, capacidade de desenvolvimento de network, resiliência.

Fonte: Carvalho e outros (2018)



Analisando o perfil dos empreendedores de *startup*, Carvalho e outros (2018) resumiu, com base na literatura sobre a temática, dados sobre as características desses indivíduos, que, por se tratarem de empreendedores de *startup*, possuem um perfil específico. Percebe-se uma manutenção das características já abordadas por outros autores, especificando a realidade desse tipo de empreendimento, com predominância para um ambiente de indivíduos que analisaram oportunidades de ingresso ao mercado, a partir de ideias inovadoras.

No ano de 2019, o grupo *Distrito* realizou a pesquisa *Dataminer*, buscando identificar os fundadores e principais *startups* brasileiras, utilizando dados como faturamento presumido, número de usuários, evolução do número de funcionários, mercado potencial, rodadas de investimentos, etc. Em relação à distinção de gênero, os valores apontam que homens são 98% dos fundadores, enquanto mulheres são, apenas, 2%. Quando se aborda a questão latino-americana, *startups* com líderes mulheres recebiam, em 2017, apenas 2,2% dos investimentos globais de *venture capital*, em que só 4%, de 400 bilhões de dólares, investidos entre 2009 e 2017 foram para mulheres, e que mulheres investem em mulheres, no entanto, apenas 8% dos sócios nas top 100 firmas de *venture capital* globais são mulheres. Quando se fala somente de empreendedorismo, os números se alteram, com mais de 50% de indivíduos empreendedores sendo mulheres, no ano de 2017 (DISTRITO, 2019).

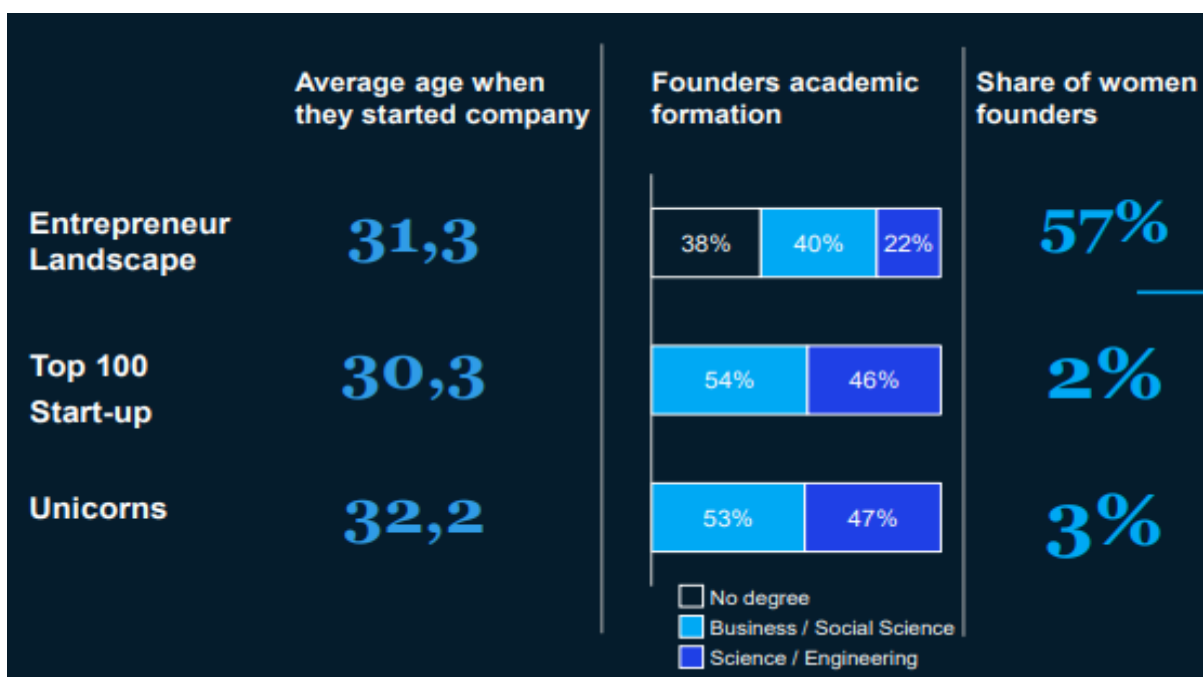
Quando falamos de nível de escolaridade, os dados apontam que 100% dos fundadores das *startups* analisadas são graduados em universidades, contrariando o mito gerado em cima de personalidades como Mark Zuckerberg, Steve Jobs e Bill Gates, de que grandes empreendedores não fazem ou não completam a faculdade, pelo menos para a realidade brasileira. Ainda analisando o perfil dos fundadores, os dados da pesquisa apontaram que a média de anos de experiência profissional dos *founders* antes da fundação das *startups* foi de 8,7 anos, com todos tendo experiência em grandes empresas, antes de iniciarem seus próprios negócios.

Buscando traçar um paralelo entre os perfis de empreendedores e investidores no país, uma das maiores aceleradoras de *startups* da América Latina, a ACE *Startups*, desenvolveu o estudo “Raio-X dos *founders*”. Os dados apontam que existe um padrão de trajetória educacional e profissional dos empreendedores analisados, sendo em sua grande maioria do

gênero masculino e graduados (com boa distribuição entre universidade pública, privada e estrangeira). Cursos mais voltados para negócios, como finanças e administração predominam entre os empreendedores. A pesquisa ainda mostra que a maioria desses indivíduos tem uma experiência prévia de mercado, com 6 anos em média, demonstrando que a maioria adquire conhecimento antes de criar um negócio novo, e que, apesar de as mulheres estarem ganhando espaço no mercado, a liderança masculina ainda predomina na fundação das empresas (ACESTARTUPS, 2020).

Em pesquisa, com o objetivo de investigar as motivações e as perspectivas futuras dos empreendedores de *Startups*, Filho, Paiva e Lima (2019) afirmam que as motivações para começar um negócio determinam os objetivos e as metas organizacionais, sendo necessários para se compreender o empreendedorismo como um processo que é dinâmico, e que apresenta mudanças ao longo do tempo. Conforme apontado pelos entrevistados, o reconhecimento de uma oportunidade foi uma das principais motivações indicadas, como, também, o impacto das universidades como responsável pelo impulso em empreender, mesmo que indiretamente. As redes de relacionamento geradas no ambiente universitário e incentivos fomentados a partir desses ambientes são determinantes para o despertar da trajetória empreendedora. O ambiente familiar pode, também, ser um fator motivador para os empreendedores de *startup*, mas com os dados indicando que a falta de apoio por parte dos familiares pode criar uma aversão à ideia de empreender.

No relatório mais recente da McKinsey (2021), realizado em conjunto com *Brazil at Silicon Valley*, os dados apontam que as *Startups* brasileiras experienciaram uma considerável queda de valor, em 2020, antes de se recuperarem, com o setor sendo puxado por empresas da área de tecnologia. O relatório, também, aponta que, atualmente, 54% das *startups* se encontram na Região Sul do país, o que indica, ainda, disparidade entre os ecossistemas, e que a maior parte das empresas, 55%, possuem menos de 4 anos, significando tanto que o ecossistema brasileiro está gerando frutos, com novas *startups* aparecendo, quanto a dificuldade de manutenção das empresas que já existem.



Fonte: McKinsey, (2020).

A pesquisa, também, aponta que, entre as 100 maiores *startups* do país, a idade média dos empreendedores é um pouco mais de 30 anos, com 54% desses indivíduos possuindo formação acadêmica em áreas de negócios, valores próximos das *startups* unicórnios, com fundadores com média de idade de 32 anos, com 53% com formação em cursos voltados para negócios. Importante notificar a porcentagem de mulheres fundadoras de *startups*, com apenas 2% entre as 100 maiores empresas, e 3% entre as chamadas unicórnios. Já, quando o assunto é empreendedorismo, o número de mulheres fundadoras de negócios aumenta para 54%, enquanto 38% desses indivíduos não possuem formação acadêmica (MCKINSEY, 2021).

Um dos maiores desafios do ecossistema de *startups* e do setor de tecnologia no Brasil, segundo Matos e Radaelli (2020), está na baixa diversidade das pessoas que compõe a área, por exemplo, com dados apontando que 74% das empresas tem equipe em que homens são maioria, além de refletir questões de desigualdade social; a falta de diversidade é prejudicial para o ecossistema, uma vez que a multiplicidade, em contextos sociais, aumenta o repertório da capacidade de criatividade da organização.

A literatura que trata de desigualdades de gênero e raça em *startups*, no Brasil, é recente e muito escassa. A sub-representação de ambos os grupos, em *startups*, escancara a manutenção de uma realidade excludente, no ambiente empreendedor, e que deve ser estudo e abordado cada vez mais, para que tais grupos não sejam socialmente excluídos. A diversidade tem se tornado pauta no setor de tecnologia, no âmbito mundial e no Brasil. Embora seja uma pauta abordada mais atualmente, no ambiente *startup* existe diversas instituições que se dedicam a trabalhar questões nessa área. Cada vez mais grupos de investidores, aceleradoras e incubadoras têm buscado empresas que abordem temáticas sociais, capazes de impactar positivamente a sociedade, capacitando grupos minoritários e os inserindo no mercado de trabalho, atuando em representações políticas sobre diversidade de gênero, raça, faixa de renda e orientação sexual, principalmente no universo que engloba empresas de tecnologia, e nos espaços de mais prestígio social.

Importante notar que a fragilidade da estrutura produtiva do Brasil implica em uma busca por melhorias no ambiente interno e externo. Ações inter-regionais de acesso a mercado, conectando *startups* e grandes empresas na região latino-americana é um grande passo a ser dado para o futuro desse ecossistema no país. O apoio a financiamentos, através de aceleradoras, investidores anjos e fundos de capital, principalmente para *startups* iniciantes, é outro grande ponto a ser melhorado para o futuro, assim como o incentivo à criação desses modelos de empresas, pois elas são determinantes para o fomento desse ecossistema.

O apoio deve partir, também, de grandes empresas, com a criação de programas de relacionamento e recursos para investimentos em *startups*, mas principalmente do governo, com suporte à formação de mão de obra qualificada, focada na formação de profissionais em tecnologia (com especial atenção para a promoção da diversidade), com suporte à articulação para modernização regulatória e influência para uso do poder de compra governamental para inovação. Por último, pode-se falar sobre a necessidade de priorizar não somente o ecossistema como um todo, mas os indivíduos que participam e tem interesse em empreender. Faz-se necessário também um maior apoio na produção de dados sobre o ambiente de *startups* no país, que permitam maior abrangência na construção de estudos sobre a área, como também sobre a atuação dos empreendedores de *startup*.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo compreender o contexto em que se insere as *startups* brasileiras, analisando o papel do empreendedorismo para a evolução desse modelo e as características e motivações dos *players* que estão à frente desse negócio.

Aliado a vontade de empreender dos brasileiros e ao incentivo governamental, uma expansão de acesso a informações, com uma maior popularização da internet nos lares brasileiros, fez com que o modelo *startup* fosse visto com outros olhos, principalmente com a criação de um mercado digital. Atualmente, o país está vivendo um crescimento exponencial desse ecossistema, com avanço em diferentes áreas. Portanto, compreender o papel dessas empresas no mercado dinâmico atual é extremamente importante, para permitir que se crie uma cultura empreendedora, evitando equívocos na formação das práticas de fomento a esse ambiente inovador.

É notável o impacto do empreendedorismo sobre as condições socioeconômicas do Brasil, sendo um setor de atuação alternativo à momentos de crise, como também responsável por alocar massiva mão de obra, dada as micro e pequenas empresas. O elevado índice de desemprego no país faz com que um número muito grande de pessoas busque um melhor meio de sobreviver e, assim, considere a possibilidade de construir seu próprio negócio; ou seja, orientados pela necessidade.

No entanto, ser empreendedor não é uma tarefa simples, sendo necessário conhecimento, planejamento e ousadia. Distinguem-se aqueles que passam a empreender por uma oportunidade no mercado. É assim que o empreendedor de *startup* surge, como um indivíduo que se distancia da realidade dos modelos convencionais que, analisando as oportunidades do mercado, usa a inovação como ferramenta para alcançar os seus objetivos. É importante ressaltar que esses empreendedores são caracterizados com outras qualidades, como a resiliência, a criatividade e a capacidade de gestão, mesmo em meio às incertezas e crises da economia.

Por se tratar de empreendimentos intrinsecamente inovadores, compreender os desafios das *startups* demanda muito esforço e compreensão de suas peculiaridades, fazendo com que esse modelo enfrente maiores barreiras à sua atuação, ficando mais expostas às falhas de mercado e de políticas públicas, se comparado a empresas que atuam em setores mais tradicionais, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte. O grau de incerteza desse modelo fez surgir ferramentas específicas para mitigar esses problemas, dando suporte para acessar o mercado, com fundos especiais de financiamento, isenções fiscais para investimentos do tipo anjo, e programas públicos de incubação e aceleração.

Como apresentado pelo trabalho, essas empresas ainda têm muitos desafios a superar pela frente. Além da necessidade de mais apoio institucional para financiamento, faz-se necessário o foco de políticas públicas e ações privadas que permitam a expansão desse modelo para as demais regiões do país, pois, como se sabe, a realidade do ecossistema muito se prende aos eixos de maior riqueza econômica do país, como o caso do estado de São Paulo, por exemplo. Cabem, também, às empresas, superar as dificuldades e disparidades sociais dos setores de tecnologia, implementando políticas próprias de diversidade e inclusão social.

É importante compreender o papel que as *startups* assumem no contexto brasileiro de desenvolvimento e inovação, para que, com base nos conhecimentos obtidos, permitir que os responsáveis por políticas e programas voltados a esse setor possam cada vez mais aperfeiçoá-lo, evitando equívocos, como copiar políticas públicas e ações privadas de outros países, não adequando para a realidade do país.

## REFERÊNCIAS

- ABSTARTUPS. **Crescimento das startups**: veja o que mudou nos últimos cinco anos!, 2020. Disponível em: <https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/>. Acesso em: 13 abr. 2021.
- ABSTARTUPS. **Tudo que você precisa saber sobre startups**. 2017. Disponível em: <https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 13 abr. 2021.
- ACESTARTUPS. **Raio-x dos founders**. 2020. Disponível em: <https://acestartups.com.br/wp-content/uploads/2020/09/Raio-X-dos-Founders.pdf>. Acesso em: 10 maio 2021.
- ALANO, J.; SPAGNOL, M.; GANZER, P. P.; HERMANN NODARI, C.; PRODANOV, C.; OLEA, P.; HENRI DORION, E. C.. **Evolução do empreendedorismo no Brasil**: um estudo do Global Entrepreneurship Monitor no Período de 2001 a 2013. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/mostrappga2014/paper/viewFile/3735/1208>. Acesso em: 23 abr. 2021.
- ALDRICH, H. Entrepreneurship. *In*: SWDBERG, R.; SMELSER, N. (Org.) **The handbook of economic sociology**. New York: Russell Sage Foundation; Princeton University Press, 2005.
- ALENCAR, P. *et al.* Empreendedorismo startup: um estudo de caso em uma empresa de tecnologia no Estado do Pará. *In*: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO TECNOLÓGICA, 9., 2012, Resende. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/30616273.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2021
- ALVARO, Alexandre. Empreendedorismo e inovação em tecnologia da informação e comunicação (TIC) no Curso de Bacharelado em Ciência da Computação. *In*: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE COMPUTAÇÃO – SBC, 13., 2012, Curitiba, Paraná. **Anais eletrônicos** [...]. Curitiba: SBC, 2012. Disponível em: [http://www2.sbc.org.br/csbc2012/anais\\_csbc/eventos/wei/artigos/Empreendedorismo%20e%20Inovacao%20em%20Tecnologia%20da%20Informacao%20e%20Comunicacao%20\(%20TIC%20\)%20no%20Curso%20de%20Bacharelado%20em%20Ciencia%20da%20Computacao.pdf](http://www2.sbc.org.br/csbc2012/anais_csbc/eventos/wei/artigos/Empreendedorismo%20e%20Inovacao%20em%20Tecnologia%20da%20Informacao%20e%20Comunicacao%20(%20TIC%20)%20no%20Curso%20de%20Bacharelado%20em%20Ciencia%20da%20Computacao.pdf). Acesso em: 13 jun. 2021
- ALVES, F. S. **Um estudo das startups no Brasil**. 2013. 74 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.
- ARANHA, J. A. S. **Mecanismos de geração de empreendimentos inovadores**: mudança na organização e na dinâmica dos ambientes e o surgimento de novos atores. Brasília: Anprotec, 2016.
- ARRUDA, Carlos; COZZI, Afonso; NOGUEIRA, Vanessa; DA COSTA, Vinícius. **O ecossistema empreendedor brasileiro de startups**. Belo Horizonte: Fundação Dom Cabral, 2013.

- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015.
- BALDWIN, R.. **Global supply chains**: why they emerged, why they matter, and where they are going. [S.l.]: [S.n.], 2012. (CEPR Discussion Papers, 9103).
- BARROS, A. A. DE; PEREIRA, C. M. M. DE A. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 4, p. 975-993.
- BAUMOL, W. J. **The micro theory of entrepreneurship**. Princeton, Oxford: Princeton University Press, 2010.
- BRASIL, 2021. **Lei complementar Nº 182**. Marco legal das *startups* e do empreendedorismo inovador. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/Lcp182.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp182.htm). Acesso em: 03 out. 2021.
- BULGACOV, Y. L. M.; CUNHA, S. K.; CAMARGO, D.; MEZA, M. L.; BULGACOV, S. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão?. **RAP**, Rio de Janeiro, v. 45, n 3, p. 695-720, maio/jun. 2011.
- CAMARGO, D.; CUNHA, S.K.; BULGACOV, Y.L.M. A psicologia de McClelland e a economia de Schumpeter no campo do empreendedorismo. **RDE**, Salvador, v. 10, n. 17, jan. 2008.
- CARNEIRO, R. **Os clássicos da economia**. São Paulo: Ática, 2003. v. 2.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.
- COSTA NETO, P. L. O.; CANUTO, S. A. **Administração com qualidade**: conhecimentos necessários para a gestão moderna. São Paulo: Blucher, 2010.
- COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 179-197.
- DEVINE, P. The institutional context of entrepreneurial activity. *In*: DEVINE, Pat; FIKRET, Adanan. **Economy and society**: money, capitalism, and transition. London: Black Rose Books, 2002.
- DISTRITO. **100 super founders report**, 2019. Disponível em: <https://materiais.distrito.me/dataminer-super-founders>. Acesso em: 18 set. 2021.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.



FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP Management Journal**, v. 34, n. 2, p. 6-28, 1999.

FREIRE, C. T.; MARUYAMA, F. M.; POLLI, M. Inovação e empreendedorismo: políticas públicas e ações privadas. **Novos estudos CEBRAP** [online]. v. 36, n. 3, p. 51-76, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.25091/S0101-3300201700030004>. Acesso em: 21 abr. 2021

GEM-Brasil. **Global Entrepreneurship Monitor**: empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2012. Curitiba: IBQP, 2012.

GEM-Brasil 2017. **Global Entrepreneurship Monitor**: empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2017. Curitiba: IBQP, 2017.

GEM-Brasil 2019. **Global Entrepreneurship Monitor**: empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2019. Curitiba: IBQP, 2019.

GREATTI, L.; SENHORINI, V. M. Empreendedorismo uma visão comportamentalista. v. 2000, n. 1518-4382, p. 22-34, 2000. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 1, 2000. Maringá, Paraná. **Anais Elertônicos** [...] Maringá, EGEPE, 2000. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/EMP2000-01.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2021

GRIMALDI, R.; GRANDI, A. Business incubators and new venture creation: an assessment of incubating models. **Technovation**, v. 25, p. 111-121.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOSELITZ, B. F. The early history of entrepreneurial theory. **Explorations in Entrepreneurial History**, v. 3, n. 4, p. 234-256, 1951.

INVESTOR. **O que é uma startup? como funciona? quais tipos existem?**. 2020. Disponível em: <https://investorcp.com/financas-corporativas/o-que-e-startup/>. Acesso em: 10 maio 2021.

LONGHI, F. **A história da revolução das startups**. 2011. Disponível em: <https://imasters.com.br/devsecops/a-historia-da-revolucao-das-startups>. Acesso em: 10 maio 2021.

LOPES FILHO, R.; PAIVA, L; LIMA, T. C. Motivações e perspectivas futuras de empreendedores de startups. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 16, p. 489-522, 2020.

MATOS, F.; RADAELLI, V. **Ecosistema de startups no Brasil**: estudo de caracterização do ecossistema de empreendedorismo de alto impacto brasileiro. Disponível em: <https://publications.iadb.org/pt/ecossistema-de-startups-no-brasil-estudo-de-caracterizacao-do-ecossistema-de-empreendedorismo-de>. Acesso em: 10 maio 2021.

MACHADO, T.; SANTOS, C. B. Advento das *startups* como modalidade de negócio: um estudo na região metropolitana de Curitiba-PR. **Caderno PAIC**, v. 18, n. 1, p. 231-253, 2017.

MAIA, M. M. Características dos empreendedores de startups brasileiras de base tecnológica. **Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação**, v. 1, n. 2, p. 52 - 69, 30 dez. 2016.

MCKINSEY. **McKinsey Brazil digital report 2020**. 2020. Disponível em: <https://www.brazilatsiliconvalley.com/pt-BR/reports/>. Acesso em: 17 ago. 2021.

MARTES, A. M. B. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, v. 30, n. 2, p. 254-270, abr./jun. 2010.

MCCLELLAND, D. C.. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MCCRAW, T. K. **O profeta da inovação**. Tradução Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2012.

NASCIMENTO, A. F.; SILVA, R. A. C. **Startup, empreendedorismo escalável e sustentável nos dias atuais**. [S.l.]: [S.n.], 2018.

NATÁRIO, M. M.; BRAGA, A. M.; FERNANDES, G.P. Determinantes do desempenho empreendedor e inovador nas regiões transfronteiriças. **Innovar**, v. 28, n. 70, out. 2018, p. 39-54. Disponível em: <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n70.74445>. Acesso em: 14 ago. 2021

NOGUEIRA, V.; OLIVEIRA, C. A. Causa da mortalidade das *startups* brasileiras: como aumentar as chances de sobrevivência no mercado. **Nova Lima**, v.9, n. 25, p. 26-33, nov./fev. 2014/2015.

OSORIO, Patrícia. As ondas de evolução do ecossistema de *startups* no Brasil. **Notícias OASISLAB**, 2019. Disponível em: <https://oasislab.com.br/ondas-evolucao-startups-br/>. Acesso em: 22 maio 2021.

PAIVA, M. M.; ALMEIDA, R. L. O crescimento das *startups* no Brasil. **Revista digital de administração**, Brasília, v.1, n.5, jul. 2018.

PAZ, A. S. Análise do crescimento do empreendedorismo no Brasil com suas características. *In: XXI Congresso Nacional de Excelência em Gestão – CNEG*, 15., 2015, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos [...]** Rio de Janeiro: CNEG, 2015. Disponível em: [https://www.inovarse.org/sites/default/files/T16\\_M\\_03.pdf](https://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_M_03.pdf). Acesso em: 13 jun. 2021

RAMOS, L. **A evolução da informalidade no Brasil metropolitano: 1991-2001**. Brasília: Ipea, 2002. (Texto para discussão, n.914).

RAMOS, LFG. **O papel das políticas públicas federais para o desenvolvimento do ecossistema de empreendedorismo inovador no Brasil**: breve revisão de iniciativas em curso. Graduação (TCC gestão pública: foco em inovação organizacional) - Escola Nacional de Administração Públicas, 2020.

RIES, E. **A startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. Tradução de Carlos Szlak, São Paulo: [S.n.], 2012.

ROCHA, A. R. F.; CASTRO, M. W. **Análise da ocupação formal x informal, segundo características pessoais**: Espírito Santo 2001-2009. Vitória, ES: Instituto Jones dos Santos Neves, 2011. 36p., il. tab. (Texto para discussão, 43).

SANCHES, E. C.; PICANÇO, F. C. A.; PERIOTTO, T. R. C. A dinâmica do ecossistema de inovação e o perfil dos empreendedores de *startups* de Maringá, 2017. **Empreendedorismo & Inovação**, 319.

SANTIAGO, E. G. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Shumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 40, n. 2, p. 87-103, 2009.

SANTOS, A. F.; CAPELLI, R. B. A evolução das *startups*. **QUALIA: a ciência em movimento**, v. 5, n. 2, p. 89-108, 2019.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre os lucros, capital, juro e ciclo econômico. Tradução de Maria Sílvia Possas. 3. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1998.

SCHUMPETER, Joseph Alois. O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. *In*: **A TEORIA do desenvolvimento econômico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

SEBRAE. **O que é uma startup e o que ela faz?**, 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pi/artigos/voce-sabe-o-que-e-uma-startup-e-o-que-ela-faz,e15ca719a0ea1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 01 abr. 2021.

SILVA, A.; FURTADO, J.; ZANINI, R. Evolução do empreendedorismo no Brasil baseada nos indicadores do *global entrepreneurship monitor* (GEM). **Revista Produção Online**, v. 15, n. 758, 2015.

SILVA, J.; SILVA, M.. Análise da evolução do empreendedorismo no Brasil no período de 2002 A 2016. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, v. 3, n. 115, 2019.

TOWNSEND, D. M.; BUSENITZ, L. W.; ARTHURS, J. D. To start or not to start: outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. **Journal of Business Venturing**, v. 25, n. 2, p. 192-202, 2010.

TEIXEIRA, E. C. **O papel das políticas públicas no desenvolvimento local e na transformação da realidade**. Salvador: AATR, 2002.

VALE, G. M. V. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 874-891.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. DOS. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327.

VEIGA, P. M.; RIOS, S. P. **Cadeias globais de valor e implicações para a formulação de políticas**. [S.l.]: Ipea, 2014.

WEBER, M. A **Ética protestante e o espírito do capitalismo**. [S.l.]: Companhia das Letras, 2004.