

A EVOLUÇÃO DAS *STARTUPS*

THE EVOLUTION OF *STARTUPS*

Aryenne Ferreira dos Santos ¹

Ricardo Borges Capelli ²

RESUMO: A presente pesquisa focou em compreender o que é uma *startup*, ou seja, uma empresa ou projeto iniciado por um empreendedor visando desenvolver e validar efetivamente um modelo de negócio escalável diretamente ligado a negócios com elevado grau de inovação e expansão. Observa-se que o presente trabalho tem como objetivo geral compreender a evolução das *startups* do ramo de prestação de serviços na cidade de Goiânia/Goiás. Assim como, apresenta como problemática, quanto a como foi o processo de evolução das *startups* no ramo de prestação de serviços na cidade de Goiânia/Goiás. Neste sentido, para identificar as hipóteses abordadas foi utilizando à pesquisa bibliográfica, a pesquisa de levantamento e a pesquisa exploratória, possibilitando um entendimento nítido quanto ao empreendedorismo, a globalização, a prestação de serviços, bem como identificar o crescimento das *Startups* e tais definições. Constata-se que as *startups*, na capital goiana, tiveram em destaque junto ao segmento da Educação seguido por soluções do Agronegócio e bem-estar. O presente estudo contribui para tornar possível a visualização simplificada do, ainda, tímido número de *startups*. Contudo há o entendimento que a pesquisa alcançou o objetivo ora proposto.

Palavras-chaves: *Startups*. Empreendedorismo. Prestação de Serviço.

ABSTRACT: This research focused on understanding what a startup is, that is, a company or project started by an entrepreneur aiming to effectively develop and validate a scalable business model directly linked to businesses with a high degree of innovation and expansion. It is observed that the present work has as general objective to understand the evolution of the startups of the service sector in the city of Goiania/Goias. As well, it presents as problematic, as to how was the process of evolution of startups in the service business in the city of Goiania/Goias. In this sense, to identify the hypotheses approached it was using bibliographic research, survey research and exploratory research, enabling a clear understanding of entrepreneurship, globalization, service delivery, as well as identifying the growth of startups and such definition. It is noted that startups in the capital of Goias had prominence with the education segment followed by agribusiness and welfare solutions. This study contributes to make possible the simplified visualization of the still shy number of startups. However, there is the understanding that the research achieved the objective proposed here.

Keywords: Startups. Entrepreneurship. Provision of Service.

Data de submissão: 08.agosto.2019

Qualia: a ciência em movimento, v.5, n.2, jul.-dez. 2019, p.89-108.

Data de aprovação: 05.outubro.2019

Identificação e disponibilidade: <http://revistas.unifan.edu.br/index.php/RevistaICSA>

1 INTRODUÇÃO

Entende-se que o presente artigo científico apresenta, uma vertente sintética, um conteúdo de considerável importância ao desenvolvimento de um país e de habitantes, validando a necessidade de se aprofundar no conhecimento do tema que aborda sobre a evolução das *startups*, bem como abrange o empreendedorismo, de forma geral e o impacto na sociedade.

Nota-se que uma *startup* é uma empresa ou projeto iniciado por um empreendedor visando desenvolver e validar efetivamente um modelo de negócio escalável diretamente ligado a negócios com elevado grau de inovação e rápida expansão. Concomitantemente que, empreendedorismo se refere a criação de novos negócios que gerem lucro, incluindo trabalho por conta própria e até mesmo negócios que não objetivam a expansão ou formalidade de natureza social.

Observa-se que o presente trabalho tem como objetivo geral compreender a evolução das *startups* do ramo de prestação de serviços na cidade de Goiânia/Goiás. Assim como, apresenta como problemática, quanto a como foi o processo de evolução das *startups* no ramo de prestação de serviços na cidade de Goiânia/Goiás. Neste sentido, para identificar as hipóteses abordadas foi utilizando à pesquisa bibliográfica, a pesquisa de levantamento e a pesquisa exploratória, possibilitando um entendimento nítido quanto ao empreendedorismo, a globalização, a prestação de serviços, bem como identificar o crescimento das *Startups* e tais definições.

Avalia-se que o estudo do tema é justificado pela necessidade de documentar as mutantes fases de transição dos novos modelos de negócios denominados *startups*. A matéria avança em um dos principais atores do empreendedorismo, o empreendedor e a respectiva multidiversidade característica do agente capaz de identificar, de forma proativa, novos produtos e mercados.

Observa-se que a temática segue na contramão do senso comum, para uma empresa crescer é necessário um longo período e investimentos. *Startups* são empresas jovens,
ISSN: 2447-9691

normalmente, com empreendedores visionários que criam, inovam e ofertam ao mercado produtos revolucionários com capacidade para modificar a vida das pessoas, bem como alcançar elevados índices de escalabilidade sem que haja necessidade de alavancar a estrutura da empresa no curto prazo.

Nota-se que no Estado de Goiás, as *Startups* estão em estágio inicial se comparado a Estados tais como São Paulo e Minas Gerais que possuem um quantitativo de empresas já consolidadas. Contudo há o entendimento que a pesquisa alcançou o objetivo ora proposto.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Conforme Filion (1999) o termo empreendedorismo tem origem da palavra *entrepreneur*, que significa o mesmo que assumir riscos, iniciar e desenvolver uma atividade nova de uma natureza diversificada. Em meados do século XII, o termo empreendedorismo era aplicado ao indivíduo que estimulava brigas. No século XVII, o mesmo termo foi utilizado para as pessoas que tomassem a responsabilidade e dirigiam uma ação militar e, no início do século XVIII, a palavra empreendedorismo foi mencionada às pessoas que criavam e dirigiam projetos ou empreendimentos.

Nota-se que o surgimento de atividades comerciais com potencial para expansão possibilitara a ampliação da performance empreendedora no século XVIII, onde o termo empreendedor, fora utilizado para se referir às ocupações específicas, porém a continuidade da evolução do empreendedor foi potencializada e a figura da pessoa empreendedora se tornou relevante.

Nos séculos XVIII e XIX, o termo empreendedor adquiriu uma conotação que possibilitou equipará-lo a estirpe de empresário, se desvinculando do termo meramente capitalista. A população viveu o ápice da industrialização nos séculos XIX e XX, descobertas, avanço tecnológico, métodos e sistemas em franco progresso a figura do empreendedor foi analisada por meio da atuação do agente nas áreas de organização e controle institucional o que possibilitou as confusões com desígnios de empresário e administrador (HIRISH e PETERS, 2009).

De acordo com Dolabela (1999), no começo do século XX, o termo passou a ser designado aos nomeados da indústria, como a *Ford*¹, localizada nos Estados Unidos da América - EUA, a *Peugeot*² na França e a *Toyota*³ no Japão. O empreendedor era responsável pela organização e operava uma empresa para o próprio lucro. O saldo líquido das receitas auferidas durante o exercício do empreendimento, após a liquidação dos custos, era revertido ao empreendedor.

Segundo Dornelas (2001) a definição inicial do empreendedorismo ficou vinculada a Marco Polo⁴, que caracterizou o empreendedor como o indivíduo que assume os riscos de maneira dinâmica, físicas e emocionais e o capitalista constituem os riscos de maneira apática.

Para Schumpeter (1952) a função essencial do empreendedor é criar novos métodos de produção explorando uma invenção ou de modo geral, desenvolvendo tecnologias ainda não utilizadas para produção de um novo bem ou uma versão evoluída, localizando recursos e insumos necessários à comercialização de um produto não apresentado anteriormente.

Schumpeter (1982) e Freire (2011) destacam a inovação como a principal característica do empreendedor, que a capacidade de inovar, endêmica do empreendedor, permite o uso de recursos de uma maneira nova, possibilitando a promoção do progresso e o crescimento econômico.

Dolabela (1999) afirma que o empreendedor pode ser a pessoa que está no alicerce de uma empresa, o franqueado, o dono de uma oficina mecânica, ou mesmo o indivíduo que alcançou o topo da pirâmide na hierarquia organizacional sendo a pessoa que criou e desenvolveu uma multinacional, exemplificadamente.

Na opinião do mesmo autor, o reflexo do empreendedorismo no mundo foi introduzido no Brasil nos anos de 1990, por intermédio da criação do Serviço Brasileiro de Apoio as Micros

¹ *Ford*: Henry Ford fundou a *Ford Motor Company* em junho de 1903. A *Ford* está na linha de frente das tecnologias que abrem caminho para a mobilidade do futuro, com carros elétricos, autônomos, inteligentes e conectados.

² *Peugeot*: A marca *Peugeot* ainda é sinônimo de inovação e diversidade mesmo com 200 (duzentos) anos no mercado. A marca é sinônima de inovação na área de carros elétricos e de motores híbridos. Diversidade em áreas que levam a marca *Peugeot* a existir além do setor automobilístico.

³ *Toyota*: A história da Toyota começou no final do século XIX, quando *Sakichi Toyoda* inventou o primeiro tear, um aparelho mecânico ou eletromecânico empregado para fins de tecelagem que revolucionou a indústria têxtil do país. Com os fundos obtidos na venda da patente do tear automático inventado pelo pai, *Kiichiro* produziu o primeiro protótipo de automóvel e assim estabeleceu os alicerces da *Toyota Motor Corporation* - TMC, fundada em 1937.

⁴ Marco Polo: Mercador e viajante italiano (1254 - 1324). Nasceu na Curzola, na Dalmácia, atual Croácia, na época província veneziana. Aos 17 (dezessete) anos, acompanhando o pai e o tio, ambos mercadores, em uma viagem ao Extremo Oriente, especificamente na China, residiu por 17 (dezessete) anos, exercendo funções administrativas e diplomáticas na corte do soberano *Kublai Khan*. Em 1295, se ofereceu para acompanhar uma princesa mongol até a Pérsia e então retornou a Veneza, com riquezas e especiarias.

e Pequenas Empresas - SEBRAE e a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* - Softex. No mesmo período, os ambientes político e econômico do país não eram propícios ao empreendedorismo e a criação de empresas de pequeno porte, além do número de informações sobre a atividade ser escassas, o que não ocorre atualmente por ser um tema em voga.

Avalia-se que a inserção e a expansão de empresas de pequeno porte são essenciais para a sustentabilidade do país, pois auxiliam na formação de empregos, no desenvolvimento e no crescimento econômico assim como suscitam políticas públicas voltadas para o fomento de novos empreendimentos.

Tajra e Santos (2012) entendem que ser empreendedor é diferente de ser empresário. O empreendedor possuiu atitudes inovadoras e assume posturas de liderança diante das adversidades que surgem no cotidiano da gestão do empreendimento, contrastando tal definição, o empresário é voltado para a implementação do negócio próprio com a finalidade de adquirir novas oportunidades de retornos financeiros ou sociais.

Ainda de acordo com os autores acima, o conjunto de ideias em consonância com a era da *internet*, permite que uma equipe competente e motivada somada a um fator indispensável que é o capital, seja capaz de gerar negócios em um curto espaço de tempo.

Dornelas (2005) informa que o empreendedorismo no Brasil pode ser verificado em 02 (duas) vertentes, sendo a primeira de oportunidade, em que o empreendedor executa o planejamento, traça metas a serem realizadas, cria sistemas e métodos para o alcance dos objetivos fundamentais, geração de lucro, conseqüente riqueza e ao mesmo tempo propicia a criação de empregos. A segunda vertente é pautada na necessidade, onde o indivíduo por falta de emprego, sem alternativas de trabalho foca em novas formas de alcançar o auto sustento e o crescimento financeiro mediante as possíveis aventuras, sem prévio planejamento.

Entende-se que o Brasil tem vivenciado um período de intenso despertar para o empreendedorismo, visto que os empreendedores que estão abstraindo obstáculos comerciais e culturais, restringindo distâncias, globalizando e requintando os conceitos econômicos, gerando novas relações de trabalho e novos empregos, rompendo paradigmas e produzindo riqueza para a sociedade.

2.2 Globalização

A globalização pode ser compreendida como a consequência do progresso do capitalismo levado ao nível mundial como continuação de uma lógica civilizacional

caracterizada pela modernidade iniciada na Revolução Industrial do século XVIII, acordada com as modificações sociopolíticas da Revolução Francesa (CAMPOS e CANAVEZES, 2007).

Em conformidade com os autores acima, o termo globalização é visto como um agrupamento de transformações econômicas, políticas, sociais e culturais a *status* mundial, incluindo direta associação às inovações tecnológicas. No século XIX, a palavra globalização foi associada a um processo de modernização que acarretou em contínua integração mundial, somente na década final do século XX, o termo adquiriu notoriedade na sociedade.

Na opinião de Sandroni (2002) e Ianni (2002) a globalização reverbera o desaparecimento das economias nacionais possibilitando ao mundo nítida visualização da realidade e problemas dos países, gerando ainda a mesclagem dos problemas da sociedade de uma forma global. Nesse sentido, o que é vivido no mundo pode ser presenciado, de certa forma, de lugares distintos, independente da localização geográfica, instantaneamente, estabelecendo um corpo social global.

Nota-se que a abrangência da globalização pode ser vista por uma perspectiva intercontinental, não se limitando apenas a países denominados desenvolvidos, mas, englobando economias, aspectos tecnológicos, áreas produtivas e políticas de países em desenvolvimento, bem como os países emergentes, possibilitando mútua integração entre as nações.

Para Ianni (2002), a globalização atinge camadas da vida social coletiva e individual das pessoas, no mundo, integrando as sociedades contemporâneas em uma sociedade global, considerando as implicações sociopolíticas e culturais. Não obstante, a globalização permite progressiva fusão entre as sociedades e economias mundiais, demonstrando que as discrepâncias entre desenvolvimento e condições socioeconômicas são existenciais.

Segundo Castells (1999) a nova economia contemporânea à globalização é de caráter informacional, pois depende da capacidade de gerar, processar e aplicar eficientemente a informação. É global, quando os elos da cadeia de produção, consumo e distribuição de um produto ou serviço estão elencados em escala global. É em forma de rede quando a concorrência é estabelecida em segmentos empresariais.

Na opinião de Fontes, Ribeiro, Amorim, *et. al.* (2010), a globalização permite a inserção abundante dos mercados, cultura e políticas apropriadas às deficiências que as economias mundiais apresentam de se propagarem e modificarem, com a intenção de minimizar os custos. O objetivo principal da globalização é o crescimento das áreas de atuação que as organizações

conquistam independente do país de instalação, pois se optam, principalmente, por ampliar a vantagem competitiva.

Nota-se que o processo de globalização proporciona imensuráveis possibilidades às empresas, de caráter positivo, ou mesmo negativas, seja pela inter-relação com mercados internacionais, seja por praticidade nas transações comerciais, criação de novos postos de trabalhos, redução da distância intercontinental e conhecimento simultâneo de novas tecnologias ou ainda, pela aproximação de culturas.

2.3 Prestação de Serviço

De acordo com Troster (1999, p. 261, *apud* FERNANDO, MACHADO e QUEIROZ, 2006, p. 262) os serviços são classificados como execuções práticas que, não visam à criação de objetos tangíveis e por natureza são produzidos para satisfação das carências humanas.

Segundo Castells (1999) o setor de serviços adquiriu representatividade ao ser analisado pela vertente que observou a ampliação da produtividade devido ao uso e substituição dos empregos na agricultura e na indústria, no pós-fordismo⁵, por novas tecnologias utilizadas na produção de bens. A reposição dos empregos deteriorados por tal substituição tecnológica criou uma nova demanda que não exigia qualificação, contribuindo para o avanço do setor de serviços.

Nota-se a evolução natural dos empreendimentos desde a manufatura a indústria moderna, do escambo ao comércio e os segmentos inerente, o setor de serviços segue a mesma linha evolutiva visando, em cerne, atender as necessidades imediatas dos clientes consumidores por intermédio de métodos inovadores de prestação, entrega e serviços.

Entende-se que a função dos serviços na economia se distanciou da caracterização baseada na entrega direta ao consumidor final e passou a assumir o papel de fornecedora de insumos para distintos segmentos econômicos ensejando a expansão de polos de desenvolvimento.

⁵ Pós-fordismo: o pós-fordismo é um modelo de gestão produtivo que se diferencia do Fordismo, no que se refere à organização de trabalho e da produção. Assim, ao invés de se centrar na produção em massa, característica do fordismo, o modelo pós-fordista se fundamenta na ideia de flexibilidade.

Em relação à estrutura do setor de prestação de serviço, independente do segmento, a demanda por inovação é emergente. Nessa linha de pensamento é possível destacar o setor de serviço de informação e de *software*⁶ que exercem direto impacto na geração de renda e nas ocupações laborais (PEREIRA, 2013).

No mundo, a prestação de serviço, independente do segmento empresarial, tem como característica peculiar e objetivo direto o atendimento e a satisfação do cliente. As empresas de prestação de serviço, visando suprir as necessidades dos consumidores, em alguns casos, aplicam questionário aos clientes. Em determinadas situações deixam de avaliar questões fundamentais tais como as relacionadas à comunicação direta entre funcionários e consumidores quanto à qualidade do serviço a ser entregue (FRITSCH, 2000).

De acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2000) o setor de serviço no Brasil está em franca expansão visto por 02 (dois) fatores a serem destacados, sendo o primeiro o relacionado à ampliação da demanda do consumo e das compras por organizações e concomitantemente, o segundo é mensurado pelo surgimento de novas tecnologias que possibilitam os serviços com acessibilidade.

Nota-se que em países desenvolvidos o setor de serviço tem considerável proeminência em detrimento a setores tais como a indústria e o comércio que são atividades antigas e que estão sobrevivendo com a substituição de pessoas por conta da inteligência artificial, tecnologia de ponta na produção no caso da indústria e no caso do comércio, migrando para atividades que não demandam necessidade de ambiente físico, as transações estão sendo realizadas de forma virtual.

Segundo Campos (2014) e Juran (1992), o serviço com perfil de qualidade pode ser caracterizado quanto ao atendimento às necessidades dos clientes, de forma confiável, de forma acessível, de forma segura e no tempo estabelecido. A qualidade em serviço é a capacidade de um serviço em corresponder de forma satisfatória às necessidades do cliente quando o serviço é prestado.

Para Las Casas (1999) a qualidade em serviço é a capacidade que uma experiência ou fator possui para satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios. Ou seja, serviço com qualidade é o que tem a capacidade de proporcionar a satisfação.

⁶ *Software*: É composto de instruções escritas em uma linguagem específica de programação, armazenadas em memória eletrônica e executadas por um microprocessador ou *chip*. O primeiro *software* surgiu na Inglaterra em 1948, baseado em um sistema criado pelo matemático húngaro John Von Neumann (1903 - 1957).

De acordo com Vieira (1999), a qualidade no serviço recebe influência direta da qualidade do produto oferecido junto ao serviço, que é de fundamental importância para o cliente obter a desejada satisfação pessoal. De nada adiantaria um serviço prestado com agilidade, atendimento e vantagens se os produtos utilizados como matéria-prima são de qualidade inferior e apresentam defeitos.

Compreende-se que as empresas devem incorporar um diferencial de serviço, que agreguem valor ao produto, fornecendo uma gama de benefícios superior ao do concorrente, causando um impacto positivo na percepção do cliente, podendo assim gerar uma nova visão sobre o serviço oferecido pela empresa.

2.4 As *Startups*

De acordo com informações obtidas no *site StartUp* (2019), o Vale do Silício, localizado no Estado da Califórnia, nos Estados Unidos da América - EUA, é tido como a pedra fundamental das empresas globais de Tecnologia da Informação - TI, desde os anos de 1960. Posteriormente, nos anos de 1990, as empresas de TI passaram a ser denominadas *Startups* ao mesmo tempo em que surgiram as empresas, ainda jovens como a *Google*⁷, *Apple*⁸, *Microsoft*⁹ e o *Facebook*¹⁰.

Segundo informações extraídas do mesmo *site* o termo *startup* passou a ser usado para designar empresas recém-criadas, rentáveis e com modelos de negócios inovadores. A dissolução para o sucesso de uma *startup* se encontra na capacidade de persistência aliada a respostas de ideias que estão inseridas no mercado.

Uma *startup* é uma empresa nova, até mesmo embrionária ou ainda em fase de constituição, que conta com projetos promissores, ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras. Por ser jovem e estar implantando uma ideia de mercado, outra característica das *startups* é possuir risco envolvido no negócio. Mas apesar disso, são empreendimentos com baixos custos iniciais e são altamente escaláveis, ou seja, possuem uma expectativa de crescimento muito grande quando dão certo (SEBRAE, 2017, p. 02).

⁷ *Google*: É o *site* de busca utilizado no mundo, foi criado em setembro de 1998, na cidade de *Menlo Park*, na Califórnia, os fundadores foram estudantes de doutorado da universidade de *Stanford*, Sergey Brin e Larry Page.

⁸ *Apple*: Empresa criada por *Steve Jobs*, *Steve Wozniak* e *Ronald Wayne* em abril de 1976, em *Cupertino*, no Vale do Silício que existia na Califórnia. A *Apple* é uma das empresas que atuam no mercado de tecnologia, com destaque para *smartphones*, *notebooks* e *tabletes*.

⁹ *Microsoft*: Foi fundada por *Bill Gates* e *Paul Allen* em 1975 nos EUA. Empresa desenvolvedora de *softwares*, em 1983, lançou o programa *Microsoft Office* que engloba o *Word* 2010, o *Outlook*, o *Excel* e o *PowerPoint*.

¹⁰ *Facebook*: Foi criado em fevereiro de 2004 por *Mark Zuckerberg*, *Dustin Moskovitz* e *Chris Hughes*, alunos da Universidade de *Harvard*, é uma rede social que desde o início tem o objetivo de configurar um espaço no qual as pessoas possam a se encontrar, dividindo opiniões e fotografias.

Nota-se que *startups* na visão de investidores e empreendedores é definida como organizações em fase inicial, que tem propostas inovadoras e que principalmente adotem modelos de negócios escaláveis, que tenham base tecnológica e que tenham produtos ou serviços de custo inferior, proporcionando assim a possibilidade de se transformar em um negócio.

Segundo Ries (2012), a *startup* é uma instituição humana desenhada para criar um novo produto ou serviço em condições de extrema incerteza. Sendo assim, ao se tratar de um produto ou serviço novo, a *startups* é, por noção, uma organização com princípios de inovação, que gera incerteza. Logo, se faz necessário a um planejamento eficiente.

As *startups* são organizações que demonstram riscos e uma probabilidade de fracasso. Fica em evidência que o principal objetivo de uma *startup* é conhecer sobre a validade do próprio modelo de negócio, constatando que é aprimorado em hipóteses de geradores e esquadrihando legitimá-las, a fim de reduzir as incertezas (RIES, 2012).

Entende-se que as *startups* são organizações que estão em *search mode*¹¹ em relação ao modelo de negócios, que seja replicável e escalável. A importância da capacidade de escala na definição de *startup*, que pode ser chamada de escalabilidade. O conceito de escalabilidade para as *startups* foi definido pela Associação Brasileira de *Startups* - ABS como o termo utilizado para qualificar os produtos e os serviços que podem evoluir com a escala, ou seja, expandir o número de clientes e vendas cujo a evolução e a expansão da estrutura e dos recursos utilizados resultados com lucro.

De acordo com Longhi (2011) as *startups* são empresas de pequeno porte montadas em casa ou em faculdades que recebem o mínimo de subsídios de capital. As *startups* investigam as áreas inovadoras de determinado segmento, sendo uma área comum de tecnologia, garantindo a agilidade de crescimento nos primeiros meses de existência em virtude aos investimentos realizados por fundos de investimentos especializados.

Ries (2012) relata que as empresas recém-criadas, que estão na fase embrionária, são consideradas *startup*. Inaugurar uma empresa com o segmento de uma já existente, seguindo o mesmo modelo de negócio, mapeamento de público-alvo e produto, pode ser considerado atraente, mas não se classifica como modelo de *startup*, pois o crescimento depende da forma de execução e de inovação. A *startup* se caracteriza por meio da criação de um produto ou serviço incerto.

¹¹ *Search mode*: palavra da língua inglesa que significa modo de pesquisa.

Hermanson (2011) ressalta que as *startups* não se caracterizam necessariamente por empresas com segmento tecnológico, mas sim por empresa que esteja em fase de criação. As *startups* são consideradas surgentes da base tecnológica, que contem na inovação tecnológica separativa, os fundamentos de estratégia competitiva.

Entende-se que dentre as importantes características de negócios está o caráter de organização temporária com a evolução do crescimento dos empreendimentos, pois os negócios atuam em ambientes de incertezas, em busca de um modelo de negócios que possa se tornar repetível e escalável.

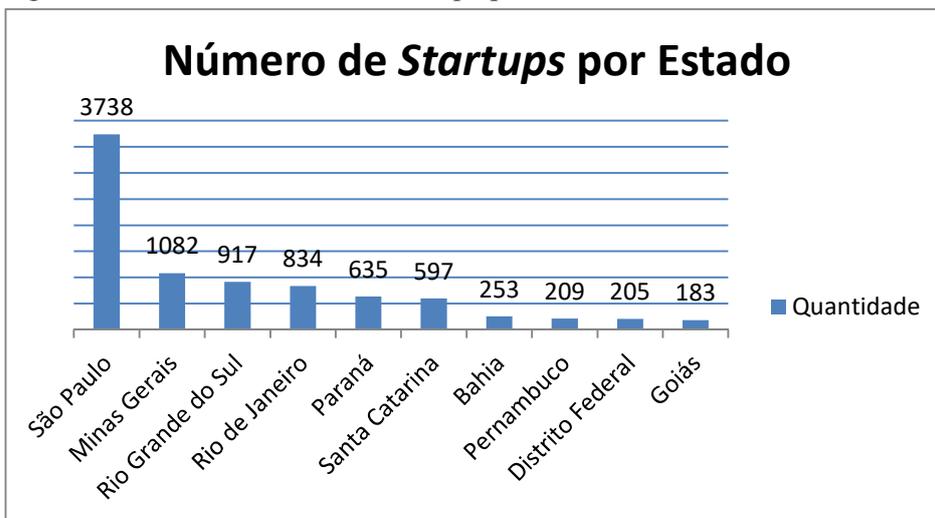
2.4.1 As *Startups* no Brasil

Segundo informações obtidas pelo *site* SEBRAE (2015), publicada no Brasil, junto à pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM (2015), a taxa de empreendedorismo da população adulta brasileira era de aproximadamente 40% (quarenta por cento), contra 20% (vinte por cento) apurados no ano de 2010, o que sinaliza uma mudança de cultura do emprego formal para a abertura do negócio próprio.

De acordo com as informações disponíveis no *site* da ABS (2016), até o final do ano de 2015, o número de empresas em atividade chegava a aproximadamente 4.151 (quatro mil cento e cinquenta e uma), computando crescimento de 18,6% (dezoito vírgula seis por cento) no prazo de 06 (seis) meses.

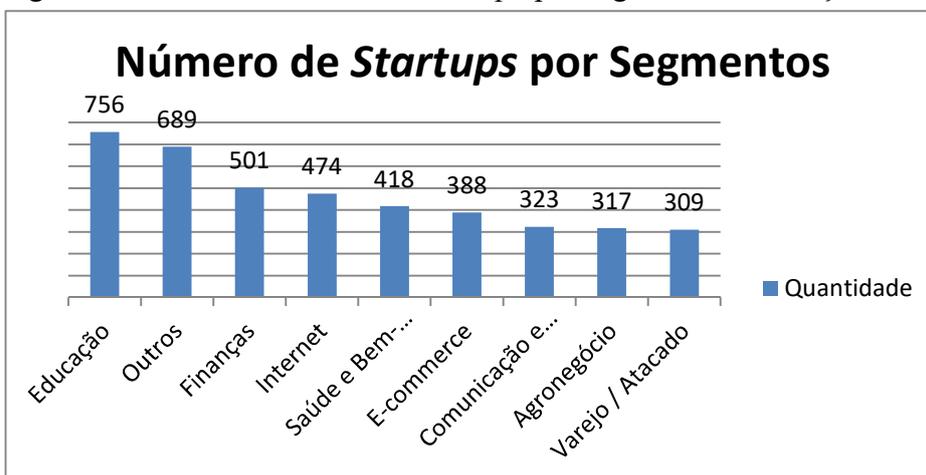
Observa-se que a taxa de desemprego no país, atualmente, bem como o acesso facilitado a conteúdos informativos sobre empreendedorismo e novas tecnologias têm sido fatores de relevância ao estímulo de criação, de inovação e novos modelos de produtos e serviços assim têm sido produzidos, divulgados e ofertados ao mercado consumidor com planejamento visando escalabilidade.

De acordo com informações retiradas do *site* SEBRAE (2019) o estudo realizado pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores - ANPROTEC (2016), juntamente com o SEBRAE, foi revelado que mesmo em momentos de crises econômicas, o mercado das *startups* segue de forma atraente. Segundo informações elaboradas pela *StartupBase* (2017), com dados gerados pela ABS, no ano de 2017, os Estados de São Paulo, Minas Gerais e o Rio Grande do Sul estão à vanguarda em se tratando de quantidade de *startups*, conforme ilustra a figura 01, abaixo:

Figura 01 - Gráfico 01: Total de *startups* por Estado.

Fonte: Adaptado de *StartupBase* (2019).

Entende-se que a segmentação dos setores de atuação das *startups* tem relativa discrepância conforme representado na figura 02. A educação é o primeiro segmento citado pelo *site StartupBase* (2019) seguida por finanças e *internet*.

Figura 02 - Gráfico 02: Total de *startups* por segmentos de atuação.

Fonte: Adaptado de *StartupBase* (2019).

Segundo dados extraídos do *site* da Federação das Indústrias do Estado de Goiás - FIEG (2019), as cidades de Goiânia/GO e Brasília/DF estão em proeminência no desenvolvimento de *startups* dentre 08 (oito) comunidades que foram objeto de pesquisa da Região do Centro-Oeste, representando 64% (sessenta e quatro por cento) dos negócios de base tecnológica.

Compreende-se que assim como o Vale do Silício, nos EUA, as *startups* brasileiras estão situadas principalmente na região sudeste devido a uma série de fatores, tais como as unidades federativas com densidade populacional, mercado consumidor ampliado e investidores. O Estado de Goiás, contrapondo a situação conta com empreendedores que estão investindo em capacitação técnica, buscando incubadoras, investidores e ampliação do *networking*, fundamental para o sucesso de uma *startup*.

Ainda de acordo com informações retiradas do *site* da FIEG (2019), o estudo foi realizado no período de julho a agosto de 2019, no qual além de Brasília/DF e Goiânia/GO, abordou dados sobre os municípios de Anápolis/GO, Cuiabá/MT, Campo Grande/MS, Sinop/MT, Jataí/GO e Rio Verde/GO, apurando aproximadamente 562 (quinhentos e sessenta e duas) *startups* em funcionamento devido ao avanço nas iniciativas aplicadas desde o ano de 2013.

Conforme informações obtidas junto ao *site* da FIEG (2019), no rol das *startups* pesquisadas, a cidade de Goiânia/GO teve em destaque junto ao segmento da educação e posteriormente a apresentação de possíveis soluções para o agronegócio, para a saúde e o bem-estar respectivamente. Foi abordado que das empresas pesquisadas 36% (trinta e seis por cento) estão em fase de operação e 33% (trinta e três por cento) em fase de tração.

Segundo informações do mesmo *site* acima, visando à especialização e formação de empreendedores na cidade de Goiânia/GO, o estudo realizado pela *Abstartups*, considerou as faculdades do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI e Ítalo Bolonga como instituições de ensino superior capazes de aperfeiçoar o talento de estudantes levando-os ao aprimoramento do empreendedorismo de igual modo o SENAI e o Instituto Euvaldo Lodi - IEL foram incluídos no respectivo estudo com igual conotação como instituições de nível técnico servindo ao mesmo propósito.

De acordo com informações extraídas do *site* do sistema FIEG (2019), a Associação Brasileira de *Startups* foi criada no ano de 2011, e é uma organização sem fins lucrativos, possui aproximadamente 13.000 (treze mil) *startups* cadastradas na base de dados. A instituição tem como missão promover o ecossistema brasileiro nacionalmente e internacionalmente, com o propósito de fornecer dados de mercado e intensificar os agentes relevantes para a evolução da competitividade do segmento.

Na opinião de Egídio (2019), presidente do Conselho Temático de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação - CDTI, da Federação das Indústrias do Estado de Goiás - FIEG, o Estado de Goiás sofre com a ausência de instalação de *startups*.

Observa-se que o processo de maturação de empresas sejam *startups* ou empresas distintas de naturezas sociais, necessita de subsídios advindos de organizações públicas ou privadas que aportem investimentos na transformação de uma ideia, recém-saída de uma fase de planejamento, em um negócio sólido e com possibilidade de se tornar revolucionário. No Estado de Goiás, os primeiros passos estão sendo dados, vislumbrando o sucesso das *startups* e de empreendedores que espera ser conteúdo de trabalhos acadêmicos em um futuro próximo.

3 METODOLOGIA

Para a efetivação do projeto adotou-se o método de pesquisa bibliográfica, levantamento e pesquisa exploratória. Neste sentido, Severino (2007) comenta que a pesquisa bibliográfica é feita por intermédio de dados coletados em obras que já foram realizadas, sendo publicadas em livros, jornais, revistas acadêmicas, *sites* que o possuam registros, sendo que pesquisadores e estudiosos utilizam os dados compreendidos nos textos para demonstração ao leitor.

De acordo com Marconi e Lakatos (2007) a pesquisa bibliográfica são literaturas que já se tornaram públicas em associação ao tema de estudo, desde revistas, livros, pesquisas, monografias, artigos científicos e teses. Tem o designo de colocar o pesquisador ou estudiosos em contato direto com o que foi redigido sobre a temática de interesse.

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituindo principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. As pesquisas sobre ideologias, bem como aquelas que se propõem a análise das diversas posições acerca de um problema, também costumam ser desenvolvidas quase exclusivamente a partir de fontes bibliográficas [...] (SOUZA, SANTOS, DIAS, 2013, p. 66).

Entende-se que por meio da pesquisa bibliográfica foi possível aprofundar-se junto ao objetivo ora proposto pela presente pesquisa. Possibilitando a coleta do conteúdo teórico em fontes fiéis, assim como contribuindo para o desenvolvimento e a abordagem quanto a evolução das *startups*, o empreendedorismo, a globalização, a prestação de serviço e o mercado das *startups* no Brasil e na cidade de Goiânia/Goiás.

Dando continuidade, utilizou-se o levantamento de dados, em que Santos (2004) entende que são obtidos por intermédio de documentos legais, ou seja, métodos práticos que são utilizados para anexar informações necessárias à construção dos raciocínios referentes a fatos, fenômenos ou processos.

As pesquisas deste tipo caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados (GIL, 2010, p. 35).

Realizou-se o levantamento por meio de dados obtidos sobre o conhecimento da evolução das *startups*, disponibilizados na *internet* pelo *site* do SEBRAE, *ABSTARTUPS* e FIEG, de estudos já realizados no Estado de Goiás.

Por fim, utilizou-se pesquisa exploratória, onde Vergara (1998) relata que a pesquisa exploratória é realizada em âmbitos que há uma escassez de conhecimento coletado e ordenado por natureza de sondagem, não comportando hipóteses que, todavia, podem surgir durante ou término da pesquisa.

As pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Seu planejamento tende a ser bastante flexível, pois interessa considerar os mais variados aspectos relativos ao fato ou fenômeno estudado. Pode-se afirmar que a maneira das pesquisas realizadas com propósitos acadêmicos, pelo menos num primeiro momento, assume o caráter de pesquisa exploratória, pois neste momento é pouco provável que o pesquisador tenha uma definição clara do que irá investigar (GIL, 2010, p. 27).

Entende-se que a pesquisa exploratória tem a concepção de buscar um vasto conhecimento da temática escolhida, contudo foi utilizado o estudo proporcionando assim, uma ampla simplificação e permitindo torná-lo dinâmico e objetivo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Avalia-se que a presente pesquisa focou em abordar sobre as empresas *startups* do Estado de Goiás, considerando que as empresas *startups* são empresas recém-nascidas, que possuem inovação disruptiva e estratégias competitivas. A principal característica do tema *startup* é a maneira que a organização temporária se constitui para atingir o potencial de crescimento, sendo que o ambiente é de extrema incerteza, contudo o modelo de negócio se torna repetível e escalável.

Observa-se que o presente trabalho tem como objetivo geral compreender a evolução das *startups* do ramo de prestação de serviços na cidade de Goiânia/Goiás. Assim como, apresenta como problemática, quanto a como foi o processo de evolução das *startups* no ramo de prestação de serviços na cidade de Goiânia/Goiás. Neste sentido, para identificar as hipóteses abordadas foi utilizando à pesquisa bibliográfica, a pesquisa de levantamento e a pesquisa exploratória, possibilitando um entendimento nítido quanto ao empreendedorismo, a globalização, a prestação de serviços, bem como identificar o crescimento das *Startups* e tais definições.

Nota-se que desde o surgimento do termo *startup* em meados da década de 1990, a nomenclatura é utilizada e aplicada em parte do planeta terra, o diferencial da evolução e o sucesso das *startups* é encontrado na capacidade de sobrevivência e dificuldade comum em organizações.

Observa-se que entre as limitações do presente estudo e a ausência dados como base de fundamentação teórica. Em adição, o estudo procurou demonstrar a evolução das *startups* e a inovação do mercado de serviço na cidade de Goiânia/GO.

Verifica-se que há uma carência de dados relacionada ao tema exposto, mas, nota-se que do período de 2013 a 2019 ocorreram avanços no mercado das *startups*, não se limitando apenas em *startups* de segmento de prestação de serviços. Foi possível observar que as *startups* não estão localizadas apenas na capital do Estado de Goiás. Observa-se que as empresas de inovação têm marcado presença no interior do Estado.

Constata-se que as *startups*, na capital goiana, tiveram em destaque junto ao segmento da Educação seguido por soluções do Agronegócio e bem-estar. Logo, entende-se que o presente estudo pode contribuir para tornar possível a visualização simplificada do, ainda, tímido número de *startups*. Contudo há o entendimento que a pesquisa alcançou o objetivo ora proposto.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS. **Manual sobre conceitos, metodologias e investimentos em startups**, 2019. Disponível em: <<http://www.abstartups.com.br/>>. Acesso em: 23/set/2019, às 10:09h.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO. **Start Up**. 2018. Disponível em: <<http://www.brasilitplus.com/brasilit/upload/download/1416332923startups.pdf>> Acesso em: 10/set/ 2019, às 13h57.

BLANK, Steve. “**Por que o movimento lean startup muda tudo**”, 2013. Harvard Business Review Brasil.

CAMPOS, Luís; CANAVEZES Sara. **Introdução à Globalização**. Repositório Universidade de Évora, Editora Instituto Bento de Jesus Caraça, abr/2007. Disponível em: <<http://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/2468/1/Introdu%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0%20Glonaliza%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 23 set/2019, às 10:59 H.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2010.

CAMPOS, Vicente Falconi. **Gerenciamento da rotina de trabalho do dia-a-dia**. Nova Lima: INDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2004.

CAMPOS, Luis; Canavezes, Sara. **Introdução à globalização**. 1ª ed. São Paulo: Instituto Bento Jesus Coraça, 2011.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ESTUDO PRÁTICO. **Quando o Google foi Fundado?** 2019. Disponível em <<https://www.estudopratico.com.br/quando-o-google-foi-fundado/>> Acesso em 12/ nov/2019, às 10h57.

ESTUDANDO DIPLOMACIA. **O PÓS-FORDISMO**, 2019. Disponível em <<http://aila Almeida.blogspot.com/2014/10/o-pos-fordismo-e-acumulacao-flexivel.html>> Acesso em: 12/nov/2019, às 10h37.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE GOIÁS. **Brasília e Goiânia lideram geração de Startups no Centro-Oeste; Fieg aponta novo nicho de mercado**, 2019. Disponível em <<https://www.sistemaFIEG.org.br/noticia-brasilia-e-goiania-lideram-geracao-de-startups-no-centro-oste-FIEG-aponta-novo-nicho-de-mercado>> Acesso em: 02/nov/2019. às 14: 22 H.

FERNANDO, M.; MACHADO, M. D.; QUEIROZ, T. R. Mensuração da qualidade de serviço empresas da *fast food*. **Gest. e Prod.**, São Carlos, V.13, n. 2, p. 261-270, mai/ago, 2006.

FILION, Luis Jacques. Empreendedores e proprietários de pequenos negócios. Revista USP - **Revista da Administração**, São Paulo, p. 5-28, 1999.

FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 7.ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

FONTES, Rosa; RIBEIRO, Hilton; AMORIM, Airton. *et al.* **Economia, um enfoque básico e simplificado**. São Paulo: Atlas, 2010.

FORD GO FURTHER. **Sobre a Ford História**, 2019. Disponível em <<https://www.ford.com.br/sobre-a-ford/historia/>> Acesso em: 12/nov/2019, às 09h24.

GRAHAM, P., **“Startup = Growth”**, 2012. Disponível em: <<http://www.paulgraham.com/growth.html>> Acesso em: 10/set/ 2019, às 20h37.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HERMANSON, B. **o que é uma start up?** São Paulo: Mundo Sebrae, 2011. Disponível em: <<http://www.mundosebrae.com.br/2011/01/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 10/ago/2019, às 10h27.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. 10.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

IBQP. INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. GEM, Global Entrepreneurship Monitor – **Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo**, 2015. [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf). Acesso em: 17/nov/2019, às 21h.

INFOESCOLA. **História do FACEBOOK**, 2019. Disponível em <<https://www.infoescola.com/internet/historia-do-facebook/>> Acesso em: 12/nov/2019 às 11h27.

JURAN, J.M. **A qualidade desde o projeto: Os novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços**. 3.ed. São Paulo: Ed. Pinoneira, 1992.

LAS CASAS, A.L. **Qualidade total em serviços**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LONGHI, Fúlvio. **A história da revolução das startups**. Imasters, 2011. Disponível em:<<http://imasters.com.br/artigo/2007/mercado/a-historia-da-revolucao-dasstartups>>. Acessado em: 02/set/2019, às 15:29 H.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MUNDO ESTRANHO, TECNOLOGIA. **Qual foi o primeiro SOFTWARE criado, 2018**. Disponível em <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-foi-o-primeiro-software-criado/>> Acesso em 12/nov/2019 às 10h42.

PEREIRA, Adriani; BERTOLINI, Geysler R. F.; BRANDALISE, Loreni T. **Qualidade em Serviços: Perfil Real versus Perfil Ideal**. Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, PR, 2003?. Disponível em: <http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/IIseminario/trabalhos/Qualidade%20em%20servi%C3%A7os.pdf>>. Acesso em: 10/ago/2019, às 14h23.

PEUGEOT. **Tudo sobre a História da Marca PEUGEOT**, 2019. Disponível em <<https://carros.peugeot.com.br/sobre-a-peugeot/historia-da-marca/>> Acesso em: 12/nov/2019 às 09h50.

REVERSO CONTEXT. SEARCH MODE, 2019. Disponível em <<https://context.reverso.net/traducao/ingles-portugues/search+mode>> Acesso em: 12/nov/2019 às 11h37.

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

_____. **A Startup Enxuta**. 1.ed. São Paulo: Leya Brasil, 2012.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo dicionário de economia**: a mais completa obra sobre o assunto já publicada no Brasil. 11.ed. São Paulo: Best Seller, 2002.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia do trabalho científico**: a construção do conhecimento.6.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

SEBRAE, Inovação o que é uma empresa Startup? 2017. Disponível em:<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Texto/O-que-e-uma-empresa-startup#>. Acesso em: 04/ago/2019. às. 19:27 H.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23.ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SÓ HISTÓRIA. MARCO POLO, 2019. Disponível em <<https://www.sohistoria.com.br/biografias/marco/>> Acesso em: 12/nov./2019 às 10h20.

SOUZA, Girlene Santos de; SANTOS, Anacleto Ranulfo dos; DIAS Viviane Borges. **Metodologia da pesquisa científica**: a construção do conhecimento e do pensamento científico no processo de aprendizagem. Porto Alegre: Animal, 2013.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo, Nova Cultura, 1988.

STARTUPBASE. STARTUPS, 2019. Disponível em <<https://startupbase.com.br/home/startups?q=&states=all&cities=all&groups=all&targets=all&phases=all&models=all&badges=all>> Acesso em: 02/nov/2015 às 09h30.

STARTSE. **Vale do Silício: tudo o que você precisa saber sobre o maior polo de inovação do mundo**, 2016. Disponível em<<https://www.startse.com/noticia/ecossistema/siliconvalley/44448/vale-do-silicio>> Acesso em: 10/set/2019.às 15:43 H.

TARJA, Sanmya Feitosa; SANTOS, Felipe Tajra. **Empreendedorismo**: questões nas áreas de saúde, social, empresarial e educacional. 2.ed. São Paulo: Erica, 2012.

TECHTUDO.COM. **Descrição da APPLE**, 2019. Disponível em<<https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/apple.html>> Acesso em: 12/ nov/2019 às 11h12.

TECHTUDO. **A História da MICROSOFT**, 2019. Disponível em< <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/microsoft.html>> Acesso em: 12/nov/2019 às 11h20.

TOYOTA SALA DE IMPRENSA. **TOYOTA no mundo**, 2019. Disponível em <<http://www.toyotaimpresa.com.br/institucional/>> Acesso em: 12/nov/2019 às 10h12.

VIEIRA, S. **Estatística para a Qualidade**: como avaliar com precisão a qualidade dos produtos e serviços. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

VERGANA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisas em Administração**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

¹ ARYENNE FERREIRA DOS SANTOS - Possui graduação em Administração de empresas pela UNIFAN (2019). Atuou como Gerente Administrativa no Centro Clínico Restaurar (2017). É Administradora da Associação dos Moradores do Residencial Copacabana. Tem experiência na área de Administração, Gestão de pessoas e Liderança, atuando principalmente nas seguintes áreas: administração, administração financeira, gestão de pessoas e liderança. E-mail: aryenne.23@gmail.com.

² RICARDO BORGES CAPELLI - Possui graduação em Administração Pública pela ALFA (2005). Atuou como Chefe da Seção de Qualidade da METROBUS Transporte Coletivo S/A (2008). É professor na Faculdade Alfredo Nasser e CEO na Indústria Ricco Alimentos e Logística. É Mestre em Administração pela FEAD/UFMG (2013), foi Superintendente de Saneamento da Secretaria das Cidades do Governo do Estado de Goiás e Superintendente de Gestão, Planejamento e Finanças da Secretaria de Estado da Região Metropolitana de Goiânia, atuou como gestor em escritório de advocacia, foi Coordenador de Gestão de Pessoas da empresa Agência Goiana de Comunicação e foi Coordenador de Honorários Dativos da Secretaria de Estado de Governo e foi Auditor Interno da Indústria Química do Estado de Goiás. Tem experiência na área de Administração Empresarial, Administração da Produção e Gestão Industrial, além de Gestão Estratégica das Organizações, atuando principalmente nas seguintes áreas: administração, administração da produção, gestão de pessoas, gestão da qualidade, liderança, planejamento estratégico e projetos. E-mail: ricoborges@gmail.com.