

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA**

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CIDADE TIRADENTES

Curso técnico de nível médio de técnico em administração

Danillo Tinti Matias de Oliveira

Gabriel Varela Ribeiro de Brito

Henrique Marques Duran

Marina Cristine Fernandes Pereira

Vitoria de Amorim Fermino

STARTUP E SUA APLICAÇÃO NA CIDADE TIRADENTES

São Paulo

2020

Danillo Tinti Matias de Oliveira

Gabriel Varela Ribeiro de Brito

Henrique Marques Duran

Marina Cristine Fernandes Pereira

Vitoria de Amorim Fermino

STARTUP E SUA APLICAÇÃO NA CIDADE TIRADENTES

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Escola Técnica Estadual de Cidade Tiradentes orientado pela professora Priscila Lima Pio, como quesito parcial para a obtenção do título de Técnico em Administração.

São Paulo

2020

A Deus que nos proporcionou um ótimo trabalho, a nossa orientadora Priscila Lima Pio que nos ajudou muito na criação e a todos os amigos e familiares que sempre nos apoiaram.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades. A esta instituição de ensino, seu corpo docente, direção e administração que oportunizam a janela que hoje vislumbra um horizonte superior e pela confiança no mérito e ética aqui presentes. A minha orientadora Priscila Lima Pio, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

“Um pessimista vê uma dificuldade em cada oportunidade; um otimista vê uma oportunidade em cada dificuldade.”

- SIR WINSTON CHURCHILL

RESUMO

Ser empreendedor é preparar as pessoas para aprender a agir e pensar por conta própria, com criatividade, comprometimento, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, fazendo de forma com que esse ato seja também em prazer e emoção. Essa tarefa torna-se cada vez mais importante e necessária diante da evolução contínua dos postos de trabalho no mundo inteiro, inclusive no Brasil. Já as startups são empresas de bases tecnológicas, com um amplo potencial de crescimento e desenvolvimento de informações de inovações pela inserção de novos produtos ou serviços em negócio escalável. Agora a inovação é a introdução de uma alteração no andamento regular das coisas. Em outros termos, é a introdução de uma novidade. E alguns de seus tipos são o modelo de negócio é promover mudanças no modo de gerar receita para a empresa e também no modelo de operação. O foco na inovação é a aceleração da produtividade, através da implementação de métodos ligados aos processos operacionais. Em inovação organizacional, entra também a gestão de qualidade e estratégias de comunicação interna. estratégias de comunicação são algumas das responsabilidades atribuídas a quem trabalha com Inovação em Marketing. Bem como ao acréscimo de novas funcionalidades e acessórios, alteração de componentes, transformação de design ou embalagem, entre muitos outros, aos que já existem, ou seja, àqueles que a empresa já oferece. em seu segmento. a incremental tem como objetivo realizar pequenas e contínuas melhorias, que são praticamente imperceptíveis aos clientes. este próximo, como o próprio nome já diz, vai servir para as empresas que desejam implementar verdadeiras e radicais transformações nos produtos ou serviços que oferecem ao seu mercado consumidor.

Palavras Chaves: Startup. Empreendedorismo. Inovação.

ABSTRACT

Be intreprenour is prepare people learning and acting for their own, with creativity, commitment, leadership and vision of future, to innovate and occupy your space in the labour market, doing so that this act be in pleasure and emotion too. This task becomes increasingly important and necessary in the face of the continuos evolution of jobs in the whole world, including in Brazil. Startup, on the other hand are technology-based companies with broad growth potencial and development of inovation information by iserting new products or scalable business services. Now the innovation is the introduction of a new. And some of its types are business models it's promote changes in the way to generate revenue for the company and operation model too. The point of innovation is the produtivity acceleration through the implementetion of methods related to operational processes. In organization innovation, it also includes quality management and internal communication strategies. Communication strategies are a some of responsibilities assigned to who works Marketing Innovation. As well as the addiction of new features and accessories, changing components, transformation of design or packaging, among many others, to those that already exist, that is, to those that company already offers.

Keywords: Startup. Entrepreneurship Innovation.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 Problemáticas	8
1.2 Objetivos Gerais	8
1.3 Objetivos Específicos	8
1.4 Justificativa	8
1.5 Hipóteses	9
1.6 Metodologias	9
2. EMPREENDEDORISMO	11
2.1 Empreendedorismo no Brasil	12
2.2 Tipos de empreendedores	13
2.4 Plano de negócios	14
2.5 Modelo de negócios	14
3. STARTUP	16
3.1 Startup no mundo	16
3.2 Startup no Brasil	17
3.3 Aceleradores e Incubadoras	17
3.4 Capital Humano	19
3.5 Capital Estrutural	20
3.6 Capital Relacional	21
3.7 Inovação e tipos de inovação	22
3.7.1 Inovação radical	22
3.7.2 Inovação incremental	23
3.7.3 Inovação de processos	23
3.7.4 Inovação de produtos e serviços	23
3.7.5 Inovação Geral e Setorial	24
4. PARA UMA STARTUP DE SUCESSO	25
4.1 Critique a sua ideia	25
4.2 Seja flexível e, ao mesmo tempo, persistente	25
4.3 Conheça suas limitações	25
4.4 Resolva os problemas como se fossem seus	26
4.5 Mantenha o foco	26
4.6 Valorize os talentos	26
4.7 Controle suas contas com rigor	26
4.8 Torne-se conhecido	27
4.9 Não tenha pressa de buscar investidores	27

4.10 Quer dinheiro? Mostre resultados	27
ANÁLISE DE RESULTADO	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS	32

1. INTRODUÇÃO

Nos tempos modernos em que vivemos, sempre que é ouvida a palavra "Empreendedorismo" as pessoas automaticamente imaginam uma pessoa bem vestida dono(a) de uma grande organização. No entanto grande parte das pessoas que fazem parte deste mundo de empreendedores na verdade são os pequenos comerciantes locais, pessoas simples sem muita formação profissional. Para estas pessoas o Startup é a moda, mesmo que elas não saibam de sua existência, então nós iremos encontrar um modelo de Startup que melhor se encaixa neste público, tendo como foco a nossa região.

O conceito dessa inovação nos pequenos empreendimentos locais necessita ser conhecido e utilizado para aperfeiçoar a gestão desses negócios. Geralmente grande parte dessa população de empreendedores são jovens que enxergam uma oportunidade de crescer inovando com algo revolucionário. E o termo Startup é exatamente isso, designado a empresas recém-criadas com modelos de negócios inovadores. A chave de uma Startup de sucesso está na capacidade de sobrevivência da organização.

1.1 Problemáticas

Dificuldade ou falta de informação sobre o famoso sistema de startup. Pequenas empresas em nossa região, nunca ouviram falar sobre o sistema de startup ou conhecem apenas o básico. Como mudamos isso?

1.2 Objetivos Gerais

Implantar um modelo de startups na Cidade Tiradentes.

1.3 Objetivos Específicos

Levar o conhecimento das startups para Cidade Tiradentes, assim mostrando que é um modelo de negócio confiável e pode trazer muito sucesso para seu negócio.

Identificar e analisar o perfil dos microempreendedores que estão localizados na Cidade Tiradentes, assim conhecendo todo o seu negócio, antes de aplicar uma das Startups.

1.4 Justificativa

Importância: Agregar valor econômico aos pequenos negócios fazendo com que cresça, propagando o próprio crescimento e da região em sua volta. Com o crescimento da região isso aumentará a procura e confiança na mesma, gerando mais empregos e aumentando a qualidade de vida de seus habitantes.

Oportunidade: Estamos vivendo em um momento que nos permitem diversas inovações, em infinitas áreas. A startup por mais seja um conceito conhecido e já utilizado em meio empresariais, não é um meio muito utilizado por pequenos empresários até mesmo por receio de se arriscar em projetos que eles não têm um entendimento amplo.

Sendo assim devemos aproveitar esse momento de mudança em que estamos e intensificar a implantação de novos conceitos e ideias para que pequenos empresários possam começar a utilizar a Startup como um modelo de negócio escalável dentro de um mercado enorme.

Viabilidade: É uma implantação viável, pois é uma maneira de você conseguir um retorno financeiro rápido e dessa forma atrair investimentos de grandes fundos.

1.5 Hipóteses

1° Hipótese: Por muitas vezes os donos de pequenos negócios por falta de conhecimento acabam por executar um modelo de startup, porém, não sabem que estão o executando. Assim a falta de conhecimento faz que por muitas vezes eles não possam expandir seu negócio. Levar o conhecimento de Startup para os pequenos empresários, de forma simples e informal para que eles possam conhecer o sistema no qual eles estão inclusos.

2° Hipótese: É preciso como um bom administrador saber a hora certa de mudar, nos casos de empresas da nossa região que continuam sempre na mesmice uma mudança seria algo positivo para empresas que aderirem este modelo de negócio se destacando das demais empresas nessa região.

3° Hipótese: O sucesso de uma Startups requer uma análise de situações como a localização, o público para o qual o negócio é destinado, para tanto é necessário o estudo antecipado do macro ambiente no qual a empresa irá atuar. Uma análise das potencialidades sociais, culturais, econômicas, tecnológicas e legislativas.

4° Hipótese: Apenas ter uma boa ideia não é o suficiente , precisamos provar o porquê de nossa ideia ser a melhor para a empresa e executa-la de um modo mais vantajoso, assim, convencê-los que esse modelo de negócio funciona e que ele possa resolver muitos impasses referente a uma mal gestão da sua empresa.

1.6 Metodologias

Exploratória: Inicialmente iremos em buscar de um conhecimento maior sobre o que se trata o Startup, seja em artigos, revistas digitais, documentários, vídeos etc. Para que assim possamos nos aprofundar na nossa região em específico.

Descritiva: Iremos buscar entender como funciona cada modelo de startup que é atualmente utilizado em nossa região (Cidade Tiradentes), suas características, formas de funcionamento e seus resultados e níveis de efetividade.

Explicativa: Explicar e criar uma teoria a respeito de um fato/processo. Aprofundando o conhecimento da realidade. Se ocupa com o porquê do fato/fenômeno/processo ocorre e a forma que ocorre.

Aplicada: Com nossas pesquisas buscaremos melhores formas para empresas na Cidade Tiradentes crescerem de uma forma que agradem tanto aos proprietários, quantos a nós moradores que consumimos os seus produtos.

Pesquisa de campo: Iremos utilizar a Cidade Tiradentes como a nossa pesquisa de campo, vamos tentar entrar contato com algumas empresas no intuito de saber qual é o sistema de Startups utilizado.

Telematizada: Busca de informações por meio de telecomunicações (rádio, tv, internet).

Bibliográfico: Contudo, iremos utilizar esse meio para se aprofundar cada vez mais no assunto, trazendo novidades através de jornais, revistas e artigos, mesmo sabendo que esses meios de se aprofundar no assunto, não acaba aí, ele tem continuidade. Assim iremos nos familiarizar mais com o assunto tratado, tendo mais facilidade na reprodução de ideias.

2. EMPREENDEDORISMO

A palavra empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. O termo teve modificações no decorrer no tempo, que pode ser verificado na sua cronologia e análise histórica do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo Hisrich (1986 apud Dornelas 2008, p.14)

Segundo Dornelas (2008) empreendedor é aquele que observa uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- 1) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
- 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive;
- 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

“processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumido os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal” (Hisrich, 2009, p. 30).

Na formação de empreendedores, o fundamental é preparar as pessoas para aprender a agir e pensar por conta própria, com criatividade, comprometimento, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção. Essa tarefa torna-se cada vez mais importante e necessária diante da evolução contínua dos postos de trabalho no mundo inteiro, inclusive no Brasil. Mas não só: sua relevância atual se deve principalmente à necessidade de conciliar cada vez mais “o mundo do trabalho” com o prazer da realização humana -o que equivale a dizer qualidade de vida (DOLABELA,1999, p.12).

Apesar da origem do conceito de empreendedorismo ser divergente, a palavra empreendedor é utilizada desde o século XVIII e seu significado continua a se ampliar em pleno século XXI, por meio de novos nichos como o das startups. No Brasil, este é um assunto pouco desenvolvido academicamente e assim, partindo desta escassez, esta pesquisa tem como objetivo principal, relacionar a aplicabilidade de uma das principais ferramentas utilizadas pelos empreendedores, o plano de negócios, à realidade a qual se inserem as startups. A partir

dos referenciais bibliográficos e acadêmicos disponíveis, apresenta-se a conceituação de plano de negócios, startups e inovação; a identificação das ferramentas frequentemente utilizadas por startups e o delineamento do perfil dos empreendedores de startups. Disto, para mensurar a eficiência do plano de negócios ao público pesquisado, foram realizadas duas etapas de coletas de dados complementares entre si, sendo a primeira qualitativa, por meio de entrevista, posteriormente compilada em questionário quantitativo, com perguntas fechadas, aplicado a empreendedores de startups. Por fim, foram analisados os dados, dos quais se verificou a aceitação do setor de startups em relação à aplicação do plano de negócios em sua realidade. Este estudo se justifica de forma acadêmica e gerencial tendo em vista o potencial de contribuição a posteriores estudos, pesquisas e para startups em si.

2.1 Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil é um assunto muito discutido, afinal cerca de 70% dos brasileiros sonham em ter seu próprio negócio um dia. Todavia, é preciso conhecer o real sentido dessa palavra, bem como as variáveis do macroambiente e ambiente-tarefa. Infelizmente, muitas pessoas dão início ao próprio negócio sem nenhuma perspectiva do mercado. Para alguns, isso demonstra diligência, mas não é verdade. É preciso conhecer o cenário em que vai empreender, pois assim é possível economizar tempo e dinheiro. De acordo com Joseph Schumpeter, toda nação passa por um ciclo econômico composto por 4 principais etapas: boom, recessão, depressão e recuperação. Nos últimos anos, o Brasil passou por um dos mais longos períodos de depressão, mas hoje dá sinais de recuperação. O período de crise foi significativo para crivar os negócios que realmente têm propostas de valor aos clientes, bem como para despertar a criatividade dos empreendedores. Atualmente, é possível ver estabelecimentos com um viés colaborativo muito mais intenso, como: o aluguel de produtos, compartilhamento de meios de transporte e até de locais para trabalho.

Apesar da origem do conceito de empreendedorismo ser divergente, a palavra empreendedor é utilizada desde o século XVIII e seu significado continua a se ampliar em pleno século XXI, por meio de novos nichos como o das startups. No Brasil, este é um assunto pouco desenvolvido academicamente e assim, partindo desta escassez, esta pesquisa tem como objetivo principal, relacionar a aplicabilidade de uma das principais ferramentas utilizadas pelos empreendedores, o plano de negócios, à realidade a qual se inserem as startups. A partir dos referenciais bibliográficos e acadêmicos disponíveis, apresenta-se a conceituação de plano de negócios, startups e inovação; a identificação das ferramentas frequentemente utilizadas por startups e o delineamento do perfil dos empreendedores de startups. Disto, para mensurar a

eficiência do plano de negócios ao público pesquisado, foram realizadas duas etapas de coletas de dados complementares entre si, sendo a primeira qualitativa, por meio de entrevista, posteriormente compilada em questionário quantitativo, com perguntas fechadas, aplicado a empreendedores de startups. Por fim, foram analisados os dados, dos quais se verificou a aceitação do setor de startups em relação à aplicação do plano de negócios em sua realidade. Este estudo se justifica de forma acadêmica e gerencial tendo em vista o potencial de contribuição a posteriores estudos, pesquisas e para startups em si.

2.2 Tipos de empreendedores

Quadro 1 - Tipologia de empreendedores, segundo capitais mobilizados

CATEGORIA	SUBCATEGORIAS	HABITUS E CAPITAIS MOBILIZADOS
Empreendedores tradicionais	Empreendedores remanescentes	Simplicidade, confiança, sabedoria, conhecimento tácito, naturalidade, emoção, recato, família, conservadorismo
	Empreendedores pioneiros	Erudição, cultura, requinte, sofisticação, nobreza, refinamento, bom gosto, estilo, beleza, distinção, elaboração, respeito, justiça, bravura, coragem, dignidade, postura, atitude, elegância, charme, etiqueta, classe, discricção, essência, prestígio, reputação
Empreendedores modernos	Empreendedores negociais	Entretenimento, curto-prazo, lucro imediato, <i>marketing</i> , agressividade, competitividade, resultado financeiro, crescimento, expansão, diversificação, negócios
	Empreendedores profissionais	Qualificação, profissionalismo, gestão, cientificidade, qualidade, certificação, competência, modernidade, responsabilidade social, preservação ambiental, ecologia, cidadania empresarial, desenvolvimento sustentável, politicamente correto
Empreendedores pós-modernos	Empreendedores <i>camaleões</i>	Improvisação, imitação, informalidade, cópia, <i>jeitinho brasileiro</i> , senso de oportunidade, aventura, risco, flexibilidade, adaptabilidade
	Empreendedores vanguardistas	Arte, criação, novo, originalidade, subjetividade, sensibilidade, independência, vanguarda, intelectualidade, autonomia, liberdade, polêmica, visão crítica, transgressão, desconstrução, provocação, contestação, sensibilidade, desprendimento

Fonte - Dados da pesquisa.

2.3 Motivação dos empreendedores iniciais

Motivação dos empreendedores iniciais A motivação dos empreendedores iniciais pode ser a necessidade ou a oportunidade. Os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, abrindo um negócio com a finalidade de

gerar rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de suas famílias. Os empreendedores por oportunidade identificam uma chance de negócio ou um nicho de mercado e decidem empreender mesmo possuindo alternativas correntes de emprego e renda. Assim, é possível decompor a Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA) em duas taxas: a Taxa de Empreendedores por Necessidade e a Taxa de Empreendedores por Oportunidade.

2.4 Plano de negócios

O plano de negócios constitui um importante passo para abertura de uma empresa, por analisar os aspectos financeiros e ambientais do mercado. O objetivo geral deste artigo é verificar a viabilidade econômico-financeira de implantação de uma franquia da @Ahoba Viagens na Microrregião do Vale Paraíba Fluminense com a elaboração de um plano de negócios. Ao empreendedor ou leigo que deseja ter o próprio negócio e conta com baixo capital ou experiência, a micro franquia de viagens virtual mostra se como ótima opção. As franquias são empresas que cedem direitos de utilização de sua marca para terceiros, e a empresa objeto deste estudo tem baixo custo inicial, não exige familiaridade no segmento e oferece treinamento aos franqueados. Utilizou-se a pesquisa exploratória para reunir informações sobre o setor, e a pesquisa de campo, por meio de entrevista, para obter mais conhecimento acerca da empresa e construir o plano de negócios. Os resultados apontam viabilidade econômico-financeira, pois possui alta lucratividade e retorno rápido.

As startups são todas as empresas que estão em estágio inicial e buscam o seu desenvolvimento. O problema que este estudo busca resolver é: qual o tipo de ferramenta de gestão tem sido utilizado pelas startups para o início das atividades? O objetivo geral é verificar a utilização do Modelo de Negócios ou o Plano de Negócios pelas startups brasileiras. Para a coleta de dados, elaborou-se um questionário a respeito do Modelo de Negócios e os blocos do Canvas e do Plano de Negócios as seções que o compõe, para verificar a utilização das duas ferramentas de gestão. Escolheu-se uma amostra intencional de empresas em que 46 foram as respondentes. Pode-se concluir que, 76,4% das empresas pesquisadas utilizam o Modelo de Negócios, 8,7% o Plano de Negócios e 23,9% usam ambos.

2.5 Modelo de negócios

Compreendendo a necessidade de ter uma ferramenta que visualize o contexto no qual a inovação acontece e o ambiente de extrema incerteza, onde as startups estão inseridas, surge o Modelo de negócios. Planos de Negócios são estáticos e com previsões futuras que muitas vezes não podem ser cumpridas, enquanto os Modelos de Negócios são dinâmicos, ágeis,

flexíveis e produtivos. Para a compreensão de um Plano de Negócios são necessárias algumas horas, por ser um documento longo, com riqueza de informações e projeções futuras para até cinco anos. Para negócios em estágios iniciais, como as startups, é necessário ter um documento que se obtenha informações rápidas, pois trabalha-se com inovação e incerteza. Segundo Osterwalder e Pigneur, (2011, p. 14) “um modelo de negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização”. O foco do Modelo de Negócios é em torno do valor criado pela empresa e a maneira como é entregue ao cliente. Usa nove componentes básicos, abrangendo quatro áreas principais de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira. Os nove blocos apresentados por Osterwalder e Pigneur (2011) são: segmento de clientes, proposta de valor, canais, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades-chaves, parcerias principais e estrutura de custos.

3. STARTUP

As startups são negócios em estágios iniciais que estão em fase de desenvolvimento e de pesquisa de mercado, têm alto risco, baixos custos e normalmente buscam capital com investidores. Também atuam com foco no curto prazo e têm uma tendência de desenvolvimento rápido. Inicialmente, atribuíam-se o conceito de startup apenas para empresas de tecnologia e de desenvolvimento de softwares, entretanto este pensamento foi ampliado para qualquer tipo de empresa.

De acordo com Moreira (2010), o termo startup já estava sendo utilizado há muito tempo nos EUA, quando se popularizou no Brasil, juntamente com a bolha da internet, período quando ocorreu a forte alta das ações das empresas “ponto.com”. Startup tem o significado de um grupo de pessoas que trabalham com uma ideia diferente e podem obter lucro e também é sinônimo de iniciar uma empresa e colocá-la em funcionamento.

Para Longhi, (2011, p. 1):

Startup são pequenas empresas montadas em casa ou em faculdades e que recebem pequenos aportes de capital. Elas exploram áreas inovadoras de determinado setor (mais comumente a de tecnologia), possuindo uma aceleração de crescimento muito alta já nos primeiros meses de existência em virtude de investimentos feitos por fundos de investimento especializados.

Ries (2012, p. 24) define startup como “uma instituição humana desenhada para criar um novo produto ou serviço em condições de extrema incerteza” e associa a necessidade de inovação em tempos de mudanças constantes.

3.1 Startup no mundo

Inovadoras e disruptivas, as startups estão crescendo e conquistando o mundo. Algumas empresas, inclusive, já são avaliadas em mais de US\$ 1 bilhão. Uma pesquisa da CB Insights foi publicada recentemente, apontando as startups mais valiosas do mundo. O relatório elenca 393 “unicórnios” de diferentes países. Para quem não sabe, esse termo que faz referência a uma criatura mística, é utilizado para denominar as empresas com alto valor de mercado (1 bilhão ou mais) e que são difíceis de encontrar.

De acordo com o relatório, as 393 startups valem US\$ 1,2 trilhão e juntas arrecadam cerca de US\$ 292 bilhões em investimentos. Os “unicórnios” estão presentes principalmente nos setores de fintech, softwares e serviços, comércio eletrônico e inteligência artificial.

Os Estados Unidos aparece com destaque no ranking das startups, sendo o berço de 49% dos unicórnios que aparecem no relatório. Em segundo lugar vem a China, com 24% dos negócios. Já o Reino Unido e a Índia ocupam a terceira e quarta posição na lista, com 20% e 19%, respectivamente. No que diz respeito ao Brasil, as startups que compõem a lista são: Nubank, iFood, Loggi e Gympass.

3.2 Startup no Brasil

Atualmente, as startups brasileiras já somam 12.782 empresas inovadoras e escaláveis, distribuídas em 77 comunidades, de acordo com a Startup Base da Abstartups.

Mas a melhor notícia é que os investimentos em startups nacionais cresceram 40% entre janeiro e outubro de 2019, em relação a 2018, segundo dados da Transactional Track Record (TTR) divulgados na Valor Investe.

Ao todo, foram injetados quase R\$ 8,7 bilhões nos negócios inovadores dos brasileiros em 211 rodadas de investimento.

A categoria de maior destaque foi tecnologia e internet, com 75% do total de negócios realizados, mas também tem espaço para edutechs, agrotechs, health techs, fintechs e vários outros segmentos.

Não à toa, o Brasil ganhou o título de terceiro país com o maior número de novos unicórnios em 2019: foram 5 startups superando o valor de mercado de US\$ 1 bilhão, conforme dados do Crunchbase publicados na InfoMoney em 2019.

As empresas campeãs foram Ebanx, Gympass, Loggi, QuintoAndar e Wildlife, que captaram aportes milionários e colocaram o Brasil no top 3 global das startups — atrás apenas dos EUA e da China.

3.3 Aceleradores e Incubadoras

O termo desenvolvimento, se tratando de empresas, parte da proposição de que os processos devem ser contínuos e permanentes para torná-la cada vez mais mutável em relação à parte tecnológica, econômica e social ao qual o mundo oferece. Seja na parte interna ou na parte externa da organização, todo o processo de transformação e preparação significa estar em busca de resultados satisfatórios (Cordeiro, 2013). Saber quais fatores levam ao insucesso ou ao sucesso de um empreendimento nos conduz à compreensão e a visão mais detalhada dos empreendedores, pois há a necessidade de agir em prol de determinados objetivos ou se concentrar na obtenção de certos investimentos no contexto em que a empresa estará inserida

(Machado & Espinha, 2010). Segundo Murphy (1996), não deve ser observado apenas medidas financeiras para que a empresa tenha um bom desempenho, mas também as medidas não financeiras. A primeira seria a eficiência, ou seja, a capacidade de a empresa ter retorno de seus investimentos. A segunda é o crescimento ou evolução de suas vendas, e a terceira é lucro, em que mostra o retorno de seus gastos. Para Machado (2014), um dos principais influenciadores de sucesso de startups incubadas é o Capital Intelectual, e este está dividido em três capitais: Capital Humano, Capital Estrutural e Capital Relacional. O Capital Humano são as experiências, conhecimento, motivação, atitudes e formações do empreendedor, sendo úteis no diário da empresa.

O Capital Estrutural são a infraestrutura, tecnologias, gestão, invenções, pesquisas e outros. Já o Capital Relacional são as relações com os fornecedores, clientes, governo, universidades e outros. Para Moraes e Oliveira (2013), os empreendedores brasileiros do passado possuíam poucos auxílios para desenvolver de suas ideias, dificultando assim o processo. Atualmente o governo, as instituições de ensino, e também o apoio de terceiros, estão gerando mais investimentos e desenvolvimentos no setor, principalmente no tecnológico.

Para Phan et. al. (2005), o investimento público e privado em Incubadoras de Negócios e Parques Tecnológicos nasce de uma demanda econômica por competitividade – a busca pelo aumento da população de pequenas empresas de alta tecnologia, vistas como fonte crucial na geração de empregos. Isso se dá devido ao fato de as incubadoras serem descritas como capazes de aumentar a chance de sobrevivência de empresas incubadas (DEE et. al., 2011). Segundo Grimaldi e Grandi (2005), a incubação busca alavancar talentos empreendedores e aumentar a velocidade do desenvolvimento de tecnologias, acelerando assim o desenvolvimento do negócio. Para isso, há uma provisão para empresas emergentes de espaço flexível para as empresas, equipamentos compartilhados e serviços administrativos, bem como suporte em negócios, marketing, construção de equipes e obtenção de capital. De maneira objetiva, Chandra e Fealey (2009) apresentam o conceito de incubadoras como uma instituição capaz de promover um “céu de brigadeiro” (‘safe heaven’) ao agregar valor a negócios nascentes via serviços tangíveis e intangíveis. Em tangíveis, tem-se escritórios com custo subsidiado, ambientes compartilhados e estrutura de equipamentos gerais compartilhada. Quanto aos intangíveis, tem-se a presença de consultores e acesso a uma rede de especialistas em marketing, planejamento, contabilidade, direito etc para o suporte aos empreendedores.

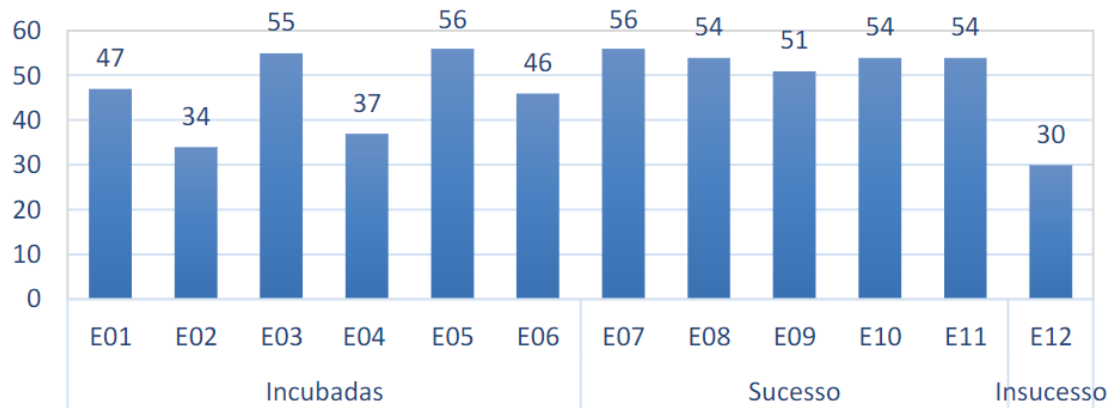
Para Lynn (2012), aceleradoras são organizações compostas por empreendedores experientes que provêm serviços, espaços, mentorias, rede de contatos, conhecimentos em

gestão e expertise em criação de novos negócios para empresas nascentes com o objetivo de ajudá-las a serem bem sucedidas. A assistência, apontam os autores, é dada na construção do corpo de empreendedores, o ajuste detalhado da ideia e, fundamentalmente, a mentoria sobre negócio e seu lançamento no mercado. O processo ocorre em um ‘boot-camp’, ou seja, um período de imersão com foco intensivo em mentorias focadas na melhoria do modelo de negócios. Após esse período, as melhores startups são selecionadas para uma apresentação para venture capitalists, investidores-anjo e potenciais parceiros/clientes. Os modelos de aceleradoras de startups especificamente surgem nos Estados Unidos, segundo Kim e Wagman (2012), com as pioneiras Y Combinator (fundada em 2005) e Techstars (fundada em 2006), pautadas em programas de duração de 12 semanas que terminavam em um ‘demo day’, no qual comparecem investidores potenciais interessados no portfólio das aceleradoras. O objetivo das mesmas é de oferecer o suporte necessário para as empresas desenvolverem seu modelo de negócios e alinharem-se com melhor eficiência em seus devidos mercados. Geralmente, tais organizações nascem com o propósito de desenvolver o ecossistema local, surgindo por empreendedores que perceberam a dificuldade que a comunidade local de empreendedores tinha para criar seus negócios e enxergaram, assim, uma oportunidade para transformar sua experiência em algo útil que beneficiasse um grande número de outras potenciais empresas. Esse interesse em desenvolvimento local também tem sido explorado por órgãos públicos, inclusive brasileiros, como no programa SEED do Governo de Minas (SEED), no desenvolvimento de ecossistemas de empreendedorismo e pólos tecnológicos.

3.4 Capital Humano

Capital humano são habilidades adquiridas por um conjunto de recursos, tais quais como educação, formação, experiência, conhecimento, e que utiliza em prol de seu trabalho. Quanto mais desenvolvido for o capital humano do empreendedor, maior será o grau de análise do gestor para tomadas de decisões, e maiores serão as chances de desenvolvimento e sucesso das empresas (Sandroni, 1994; Gimeno, 1997; Bosma, 2004). A partir da análise dos dados das entrevistas com os empreendedores, confirma-se a importância do Capital Humano nas empresas de sucesso. Conforme analisa-se no gráfico 1, as empresas de sucesso ficaram com notas maiores em comparação com a empresa de insucesso e as incubadas. Também é possível identificar que algumas startups incubadas já se mostram mais desenvolvidas que outras, caso da empresa 03 e 05.

Gráfico 1 - Pontuação Empresa Capital Humano

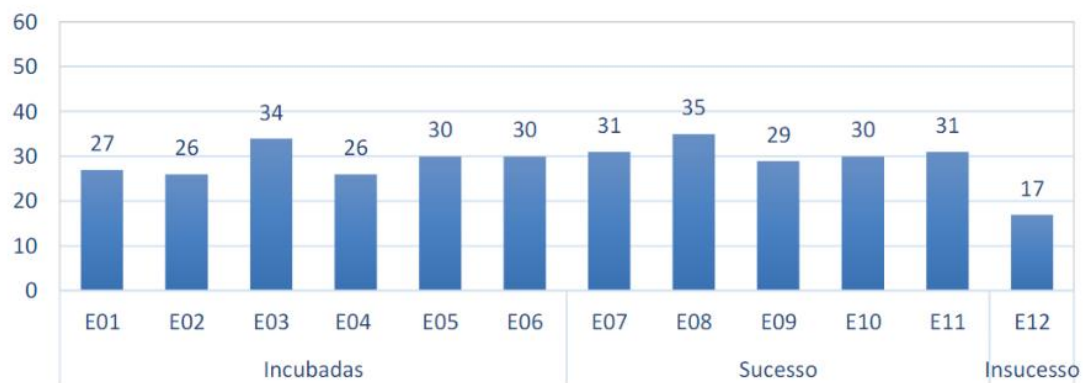


Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

3.5 Capital Estrutural

Capital Estrutural está relacionado a toda infraestrutura necessária para que uma empresa tenha seu funcionamento correto, dentro desta infraestrutura está inserido também a gestão administrativa, cultura organizacional, marcas e a parte tecnológica. Isso seria os ativos intangíveis da organização, que conforme melhor atendido suas ferramentas, melhor será o desempenho da empresa (Silveira et al. 2005). Analisando o gráfico abaixo percebe-se o total obtido pelas diferentes empresas no quesito da utilização deste capital. Verifica-se que as empresas graduadas 07 e 10 obtiveram um melhor aproveitamento desta infraestrutura no geral, e que a empresa 03, incubada, aproveita o suporte da incubadora.

Gráfico 3 - Pontuação Empresa Capital Estrutural



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

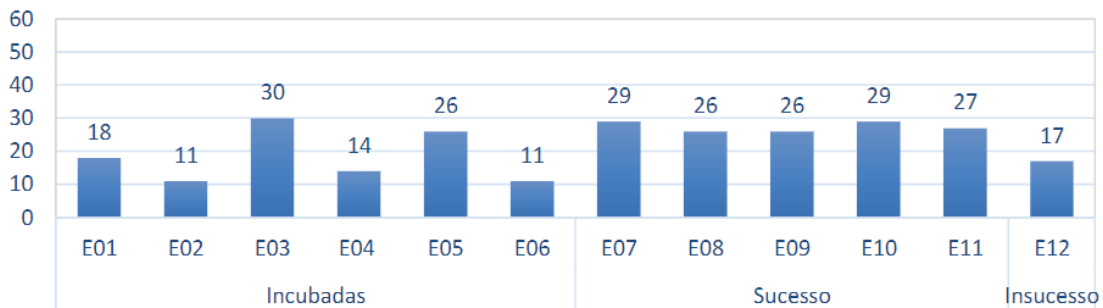
O gráfico acima mostra que as empresas graduadas utilizaram de forma eficaz a estrutura ofertada pela incubadora, seja por meio das tecnologias, estrutura física, apoio da gestão e, principalmente, por meio de um plano de negócios bem estruturado e seguido,

fazendo com que este capital estrutural seja um grande fator de desenvolvimento organizacional.

3.6 Capital Relacional

Capital relacional é gerado a partir do momento que um membro interno da organização se relaciona com um agente externo. Também inclui-se no capital relacional a satisfação e fidelidade do cliente, credibilidade e reputação da empresa, entre outros fatores (Stewart, 1998; Marques, 2004). A partir da análise dos dados das entrevistas com os empreendedores, mensura-se o quanto cada empresa pesquisada possui de Capital Relacional. Conforme pode ser analisado no gráfico 7, as empresas de sucesso ficaram com notas maiores, justamente por já terem alcançado a maturidade e estarem algum tempo no mercado, enquanto que as empresas incubadas estão desenvolvendo seu capital relacional.

Gráfico 4 - Pontuação Empresa Capital Relacional



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Destaca-se novamente a empresa 03, com o capital relacional mais desenvolvido que outras empresas incubadas. Isso porque ela está em fase final de incubação. Atenta-se também a importância da incubadora na criação e desenvolvimento do capital relacional, uma vez que poderia não estar tão desenvolvido se a empresa estivesse atuando em um ambiente externo.

3.7 Inovação e tipos de inovação

A inovação, em sentido comum, é a introdução de uma alteração no andamento regular das coisas. Em outros termos, é a introdução de uma novidade.

Essa palavra, na linguagem própria do empreendedorismo, é geralmente utilizada para se referir àquele conjunto de novidades que, de fato, geram um resultado positivo para empresa, como lucro, solução de problemas, ocupação de mercado, etc.

Um dos principais cases de sucesso de startups brasileiras é o Nubank, operadora de cartões de crédito e banco digital, que nasceu com um propósito simples e claro: redefinir a relação das pessoas com o dinheiro, por meio de uma experiência mais eficiente e transparente. Hoje, a empresa conta com mais de três milhões de clientes, sendo uma das primeiras startups nacionais a atingir o valor de US\$1 bilhão. Netflix, Google, Paypal e Uber também são exemplos de startups de sucesso.

Até as companhias mais tradicionais já entenderam o impacto que novas ideias podem trazer para o negócio, e tiram proveito da relação com os jovens empreendedores. “Tenho visto crescer cada vez mais o modelo de inovação aberta. Grandes empresas buscando ultrapassar as suas fronteiras de trabalho tradicionais para promover a resolução de desafios de negócio e a captura de valor em um ecossistema que inclui startups, universidades e hackathons. E quando esses dois mundos, aparentemente distantes, se juntam, os ecossistemas inovadores prosperam e as empresas aceleram a mudança e se preparam para o futuro”, revela a Coordenadora de Inovação da Icatu Seguros, Izabel Barreto. Para ela, esse novo ecossistema cria rupturas no mercado e tem um impacto muito saudável, em que o consumidor sai ganhando, pois, não se constrói valor sem levar em conta a experiência na ponta.

Quem quiser dar os primeiros passos no caminho do empreendedorismo deve ficar atento às dicas de Izabel. “Estudar, mapear tendências e aplicar metodologias são fundamentais, mas não se promove inovação apenas no nível do conceito. Minha orientação é: empreenda-se. Assuma riscos. Teste. Coloque a mão na massa e aprenda o mais rápido possível como se diferenciar e entregar valor no que estiver fazendo”, explica.

3.7.1 Inovação radical

A inovação radical é um tipo de criação que atinge e altera a base das coisas. Quando mudamos radicalmente uma casa não trocamos apenas a pintura das paredes, mas seus alicerces, estruturas, colunas e fundação.

Em um negócio, esse tipo de mudança pode ocorrer em produtos, métodos de gestão, processos e afins, sempre se caracterizando pelo rompimento dos princípios-chave dos modelos anteriores e início de um novo ciclo.

Por sua vez, a inovação disruptiva é um tipo de inovação radical que, ao mesmo tempo, desestabiliza uma situação consolidada e cria uma nova situação de mercado

Por exemplo: o UBER é um serviço de transporte urbano que desestabilizou os serviços de táxi e criou um novo modelo.

3.7.2 Inovação incremental

A **inovação incremental** é aquela que causa, gradual e periodicamente, pequenas modificações à situação consolidada, como, por exemplo, a evolução de interface do Windows 7 ao 10.

Esse modelo é o mais comum — isso porque, embora alguns setores como marketing, TI e gestão estejam mais abertos às mudanças, de maneira geral as pessoas tendem a ser conservadoras em relação às práticas e atividades já estabelecidas. Logo, uma mudança abrupta poderia gerar resistência.

3.7.3 Inovação de processos

A inovação de processos pode ser aplicada ao conjunto de ações necessárias para atingir um dos objetivos da empresa.

É muito comum que os gestores procurem novas maneiras de colocar suas soluções no mercado, otimizando os processos produtivos — ou seja, buscando aumento de produtividade e redução de custos.

Dois exemplos bastante atuais de inovação em processos são a aplicação da internet das coisas ao design e produção de bens e o uso da análise de big data na criação e desenvolvimento de produtos.

3.7.4 Inovação de produtos e serviços

Dos pacotes de biscoito aos novos modelos de computadores, vemos a **inovação de produtos** diariamente nas prateleiras de lojas e outras formas de comércio.

Essa compreende as modificações de design, função, mecanismos, software, hardware e afins que ocorrem nas soluções postas no mercado.

Nesse sentido, também podemos falar de **inovações em serviços** — afinal, a maneira como uma atividade é executada pode igualmente se beneficiar de ideias novas e acréscimos de tecnologia.

3.7.5 Inovação Geral e Setorial

A inovação pode ocorrer ainda na empresa como um todo (mudança na cultura organizacional, ramo de atividade, modelo de negócios etc.) ou em um de seus setores (departamento jurídico, contábil, de vendas etc.).

Sendo assim, conhecer as características de cada área será fundamental para a implementação dos **tipos de inovação** mais adequados, uma vez que, em toda companhia, existem alguns setores mais conservadores e outros mais revolucionários.

Apesar de haver tantos tipos de inovação, algumas empresas ainda acreditam que a inovação limita-se a criar novos produtos, o que não é verdade. A inovação vai muito além e engloba tudo que é novidade para a organização.

4. PARA UMA STARTUP DE SUCESSO

Montar uma startup e ter sucesso com ela não é uma missão simples. Para ajudá-lo nesta tarefa, EXAME.com consultou especialistas que elencaram as principais dicas para quem está começando a trilhar este caminho. Os conselhos abrangem assuntos que vão do amadurecimento da sua ideia de negócio até a melhor forma de buscar ajuda de investidores.

4.1 Critique a sua ideia

Se você teve uma ideia de negócio para uma startup, precisa estar preparado para colocá-la à prova. “É importante o empreendedor tentar entender se essa ideia é consistente, se existe um mercado para isso e se as pessoas estão dispostas a pagar por aquilo”, afirma Giuliano Baptistella, COO da Gema Ventures, uma aceleradora de startups. Como fazer isso? Converse com o máximo de pessoas possíveis e coloque-se na pele do seu possível cliente, tente imaginar como ele se comportaria usando esse produto e busque identificar se aquela solução vai de fato facilitar a vida dele. Essa é a fase de validação da sua startup.

4.2 Seja flexível e, ao mesmo tempo, persistente

Ao criticar a sua ideia, você provavelmente vai precisar fazer ajustes para que ela amadureça. Portanto, não se apegue. “Você vai consultar as pessoas e, a partir dos feedbacks que receber, vai precisar adaptar seu produto. Sendo assim, você não pode ter aquele apego muito forte ao seu negócio”, afirma Luisa Ribeiro, CEO da Gema Ventures. Porém, ao mesmo tempo em que o empreendedor deve ter flexibilidade, ele também precisa ser persistente – e muito. “Se perceber que sua ideia não é tão boa assim, não precisa desistir. O empreendedor precisa ser resiliente, ter garra para continuar”, ressalta.

4.3 Conheça suas limitações

Não queira colocar sua ideia em prática sozinho. “Quando você tem uma ideia, deve pensar: Quem vai fazer isso comigo?”, afirma Marcilio Riegert CEO da aceleradora Start You Up. Segundo Riegert, é importante buscar pessoas que te complementem, ou seja, que tenham habilidades que você não tem. Outra coisa: essas pessoas precisam estar engajadas com o projeto. “A equipe precisa estar jogando junto, precisa querer fazer acontecer”, resume.

4.4 Resolva os problemas como se fossem seus

A máxima “Trate os outros como gostaria de ser tratado” também vale para os negócios. Frederico Flores, consultor e CEO da startup Ecommet, recomenda que, para ter sucesso com a sua startup, você precisa “resolver o problema dos outros da mesma forma que gostaria que resolvessem os seus”. “Essa máxima tem norteado todas as nossas ações na E-commet, e com isso conseguimos ótimos resultados. A gente se coloca no lugar do cliente e vê como gostaríamos que aquilo fosse feito. Um conhecimento avançado do seu produto e do seu público é o que resume esse princípio. Não faça simplesmente o que o mercado está fazendo”, aconselha.

4.5 Mantenha o foco

Focar sua energia no seu produto inicial é uma das chaves para não se perder no começo da sua startup. “No início, você tem pouco recurso, poucos clientes e pouco nome no mercado. Se começar a atirar para todos os lados, isso será muito prejudicial. É melhor focar e uma ou duas coisas que você faz melhor”, recomenda Flores. Isso não significa que você não poderá diversificar seus produtos no futuro. “Depois que estiver mais desenvolvido, com mais clientes e mais nome no mercado, você pode começar a ir para outros produtos”, afirma o empresário.

4.6 Valorize os talentos

O CEO da Ecommet conta que, no início, sua startup não tinha dinheiro para valorizar os bons profissionais com aumento salarial. Assim, a empresa buscou outras formas de reter esses funcionários. “Oferecemos um ambiente de trabalho super agradável, com videogame e sala de jogos. A ideia era: faça seu próprio horário e venha com a roupa que quiser”, conta. “Em sua jornada, você vai encontrar pessoas ruins, pessoas medianas, e algumas muito boas. Essas precisam ser valorizadas, seja com dinheiro, seja com um ambiente favorável para trabalharem”, resume Flores.

4.7 Controle suas contas com rigor

O início de uma startup costuma ser um tempo de vacas magras. Sendo assim, para fazer com que sua empresa sobreviva, a dica é: economize ao máximo. Verifique a necessidade de cada gasto e, se necessário, dispense serviços que considerar supérfluos. “Se você não pode contratar uma faxineira, peça a colaboração da equipe para manter o local de trabalho limpo”, sugere Frederico Flores da Ecommet. Além de economizar, é preciso saber separar as suas contas pessoais das contas da empresa. “É comum acontecer dos donos de um negócio tirarem dinheiro da empresa para gastos pessoais. E se o custo de vida dele aumenta, às vezes ele tira mais dinheiro. Isso é muito cancerígeno para a empresa”, afirma Flores.

4.8 Torne-se conhecido

Investir em marketing é fundamental. E para startups em início de carreira, as redes sociais e mídias digitais podem ser um bom caminho, já que são mais baratas do que as mídias tradicionais. “Não adianta você criar um produto fantástico e as pessoas não saberem que ele existe. Então é preciso divulgar, comunicar, as pessoas precisam te achar”, ressalta Luisa Ribeiro, CEO da Gema Ventures.

4.9 Não tenha pressa de buscar investidores

Não é uma boa ideia buscar investidores numa fase muito inicial da startup, aconselha Luisa. “É preciso lembrar que cada investimento é um percentual da empresa que você está entregando para alguém. Você deve buscar em primeiro lugar gerar receita própria, e aí buscar dinheiro de investidor para um plano específico”, afirma a CEO da Gema Ventures. Outra dica é buscar investimentos apenas quando houver um objetivo claro do que fazer com o dinheiro. “Vemos muitos empreendedores querendo o dinheiro como um fim”, afirma.

4.10 Quer dinheiro? Mostre resultados

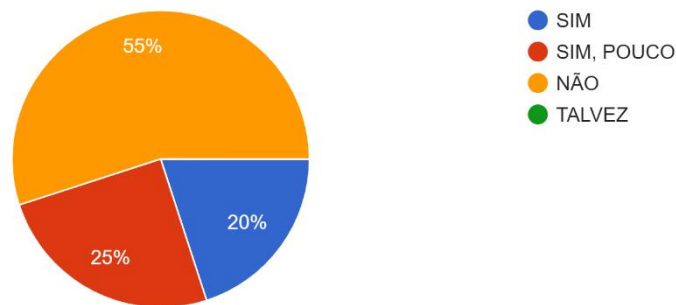
Depois que você já amadureceu a sua ideia e conseguiu andar com as próprias pernas por um tempo, pode ser o momento de buscar investimento fora. E como fazer isso? “Mostre resultado. Não adianta apresentar um conceito para o investidor brasileiro, ele não está acostumado”, afirma Marcilio Riegert da aceleradora Start You Up. O investidor quer saber como o dinheiro dele vai render ali, ele precisa visualizar que aquele valor pode ser multiplicado, lembra Riegert.

ANÁLISE DE RESULTADO

Nesta pesquisa tivemos como público-alvo apenas pessoas que vivem na cidade Tiradentes. Assim saberemos melhor como essas pessoas pensam, e o que elas gostariam de mudança em seu bairro ou negócio.

1. Você sabe o que é StartUp?

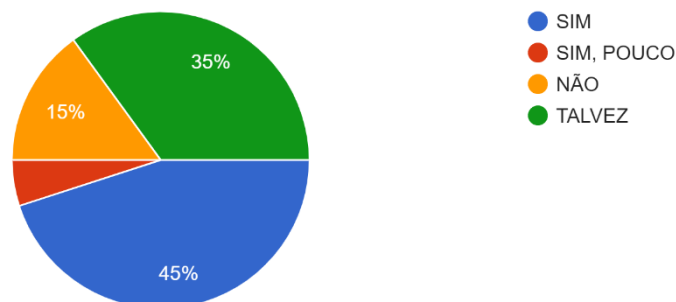
20 respostas



Dos 100% dos entrevistados 55% não sabem o que é startup, por falta de informação ou de interesse. 25% conhece pouco ou já ouviram falar, e por falta de interesse não busca saber mais sobre o assunto. 20% das pessoas sabem o que é uma startup. Com nossas pesquisas imaginamos que grande parte dos pequenos empreendedores não pretendem mudar seu negócio, logo eles não entendem esses modelos de negócios inovadores.

2. Você acha o StartUp relevante?

20 respostas

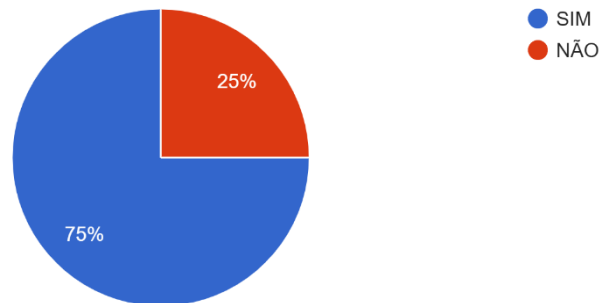


45% das pessoas acham que sim, mesmo não sabendo exatamente como funciona esse sistema. Isso nos mostra que normalmente as pessoas estão adeptas a novas ideias para o seu negócio. 35% dos entrevistados pensam que talvez seria relevante uma startup em seu modelo

de negócio, por não saberem exatamente como funciona o sistema e 15% não acham relevante por estarem acomodadas com seu sistema de negócio que vêm dando “certo” a muitos anos.

7. Você já elaborou alguma vez um plano de negócios?

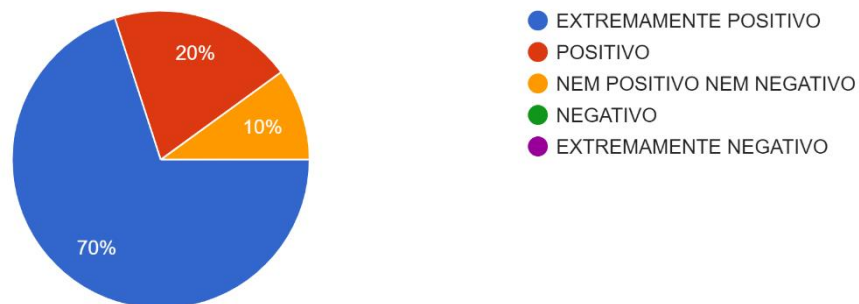
20 respostas



De 100% dos entrevistados 75% disseram que sim, por ser algo necessário para um bom empreendimento e desenvolvimento pelo seu negócio. 25% nunca elaboraram um plano de negócio por não ter conhecimento.

9. O que você acha de negócios inovadores?

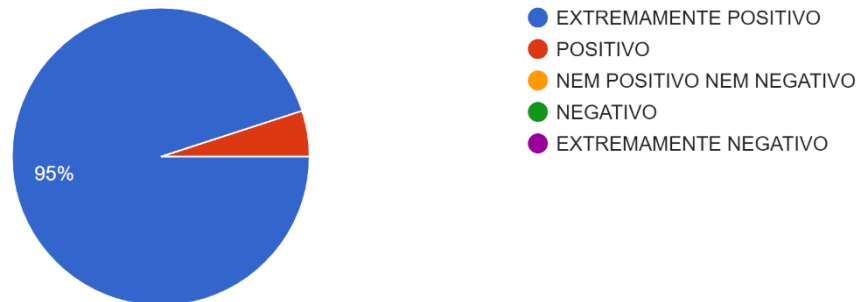
20 respostas



70% dos entrevistados acham negócios inovadores extremamente positivos, porque têm noção de que o seu negócio precisa sempre de atualização conforme o avanço da tecnologia e do mundo. 20% também acredita que é positivo a mudança, com a diferença de que eles não têm a convicção de que seria bom a aplicação em seus negócios. 10% possivelmente não acha necessário mudar seu sistema.

12. Você acredita que seria positivo para a Cidade Tiradentes novos modelos de negócios?

20 respostas



95% dos empreendedores votaram que seria positivo novo de negócios em seu bairro, desta forma seu bairro ganharia mais visibilidade, cresceria financeiramente e aumentaria a concorrência com novos negócios ao seu redor. 5% acham positivo, ou seja, eles não acreditam que mudaria muito e não esperam que isso aconteça.

Conforme apresentado nos gráficos acima a grande maioria dos empreendedores que moram na cidade Tiradentes têm pouco ou nenhum conhecimento sobre o sistema de startup; logo uma possível solução para a nossa problemática seria explicar o que é e como funciona uma startup, apresentando alguns modelos de negócios que obtém sucesso nos dias de hoje.

Os empreendedores da cidade Tiradentes são muito prejudicados pela falta de informação em sua região, e apesar de muitos acharem benéfico algo inovador na região ainda há diversas barreiras a serem superadas para que se possa realmente se desenvolver no mercado atual. Pensamos que se o empreendedor consiga ter coragem para arriscar em algo novo, com certeza seria proveitoso para sua região, incentivando assim, mais empreendedores a fazer o mesmo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho, tem como objetivo propor um modelo teórico que integre seleção de tipologias e estratégias de inovação voltadas a aumentar a prática de inovação em startups de tecnologia da informação. A partir da nossa pesquisa de campo notamos que muitos empreendedores desconhecem o sistema startup, na cidade Tiradentes notamos que a grande maioria de empreendedores são tradicionais, ou seja, são simples, conservadores, muito ligado aos seus familiares, e com dificuldade de aceitar mudanças em seu negócio.

A startup é uma alternativa para explorar novas tecnologias ou novos modelos de negócios, e estas buscam desenvolver parcerias estratégicas duradouras que alavanquem seu crescimento. Para que seu crescimento seja mais eficaz é utilizado as incubadoras e aceleradoras, as aceleradoras ajudam os empreendedores a definir e construir os seus produtos iniciais, identificar segmentos de clientes, e obter recursos incluindo capital e funcionários. Já as incubadoras ajudam empreendedores em um estágio mais inicial de ideação até o começo da validação. Existem 3 vantagens de usar as incubadoras e aceleradoras, a primeira seria a eficiência, ou seja, a capacidade de a empresa ter retorno de seus investimentos. A segunda é o crescimento ou evolução de suas vendas, e a terceira é lucro, em que mostra o retorno de seus gastos.

Como os empreendedores do nosso bairro têm certo receio de inovar consideramos alguns tipos de inovação, uma delas é a inovação incremental que causa pequenas mudanças gradualmente, infelizmente alguns empreendedores não fazem esse tipo de mudança, mas é a mais comum e mais fácil de se fazer, com ela vários empreendedores vêm tendo bons resultados.

Consideramos que a startup é um excelente modelo de negócio para os dias atuais, com inovação, tecnologia e sua flexibilidade, com diversos exemplos de sucessos como, hotmart, nubank, ifood, uber etc. Com o avanço da tecnologia os empreendedores vão ter que se adequar a esse tipo de inovação, pois o mercado atual está cada vez mais exigente e busca pessoas qualificadas e dispostas a inovar, para que seu negócio não fique ultrapassado e venha se adequar ao que virá no futuro.

REFERÊNCIAS

As 100 startups brasileiras mais atraentes para o mercado.

Disponível:<<https://exame.com/pme/as-100-startups-brasileiras-mais-atraentes-para-o-mercado/>> Acesso em: 07/11/2020

A APLICABILIDADE DO PLANO DE NEGÓCIOS ÀS STARTUPS - Erika Lisboa, Lorena Campêlo de Oliveira Silva. Disponível em:

<<https://www.gti.uniceub.br/gti/article/view/3276>> Acesso em:03/09/2020

BAZZI, S. Visão geral de um modelo de negócios. Disponível em: <[http://www.](http://www.eadfranciscanos.com.br/pluginfile.php/223147/mod_resource/content/4/Guia%20de%20Estudos%20-%20Unidade%203.pdf)

[eadfranciscanos.com.br/pluginfile.php/223147/mod_resource/content/4/Guia%20de%20](http://www.eadfranciscanos.com.br/pluginfile.php/223147/mod_resource/content/4/Guia%20de%20Estudos%20-%20Unidade%203.pdf)

[Estudos%20-%20Unidade%203.pdf](http://www.eadfranciscanos.com.br/pluginfile.php/223147/mod_resource/content/4/Guia%20de%20Estudos%20-%20Unidade%203.pdf)>. Acesso em: 07/11/2020

C.A.I.S. DO PORTO. Incubadora Cais do Porto – Porto digital. 2012. Disponível em:

<<http://www2.portodigital.org/portodigital/Home/40802%3B45207%3B06%3B3014%3B20067.asp>> Acessado em 08/10/2020

Castro, V. F. M.; Paula, R. M. De. A. (2009). **A Importância da Incubadora de Base Tecnológica para Abertura de Novos Empreendimentos.** XIII Encontro Latino Americano de iniciação Científica e IX Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do vale do Paraíba, p. 1-6. Acessado em 08/10/2020

COPPE-UFRG. Incubadora de Empresas. 2014. Disponível em: <

<http://www.incubadora.coppe.ufrj.br>> Acessado em 08/10/2020

ECONÔMICO, V. Fundador do Easy Taxi cria “celeiro de startups”. Valor Econômico.

Disponível em: < <http://www.tirio.org.br/info/34610/fundador-do-easy-taxi-cria-celeiro-de-startups>>. Acessado em 08/10/2020.

Empreendedorismo no Brasil Disponível em:

<<https://blog.solides.com.br/empreendedorismo-no-brasil/>> acesso em: 01/10/2020

Isabella Moretti. **As 20 Startups mais valiosas do mundo que você precisa conhecer.**

Disponível em: < <https://viacarreira.com/startups-mais-valiosas-do-mundo/>>. Acesso em: 07/11/2020.

**Motivação dos empreendedores iniciais - Empreendedorismo no Brasil : 2015 **

Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco ; autores : Mariano de Matos Macedo

Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/wp-content/uploads/2019/05/7347.pdf>
Acesso em 01/10/2020

PEREIRA, Clissie Eduarda Pinto; LOPES, Paloma de Lavor. **PLANO DE NEGÓCIOS**. Episteme Transversalis, [S.l.], v. 11, n. 1, maio 2020. ISSN 2236-2649.

Disponível em: <<http://revista.ugb.edu.br/ojs302/index.php/episteme/article/view/2125>>.

Acesso em: 03/09/2020

TIPOS DE EMPREENDEDORES

Disponível em:<<https://ges.emnuvens.com.br/gestoesociedade/article/view/1642/1024>>
página 20. Acesso em 01/10/2020

Empreendedorismo com inovação: as startups não param de crescer

<<http://www.estaciocarreiras.com.br/blog/empreendedorismo-com-inovacao-as-startups-nao-param-de-crescer/>> Acessado em 8/10 /2020

EMPREENDEDORISMO: uma análise do perfil dos gestores - por Ana Paula Lüdtke ,
Marcelo Regis Röpke Lüdtke

Disponível:<http://coral.ufsm.br/seminarioeconomia/images/anais_2017/empreendedorismo1nomes.pdf> Acesso em 03/09/2020

Machado, E. (2014). **Modelo de Análise da Influência do Capital Intelectual no Sucesso de Startups Incubadas**. 2014. 339 f. Tese (doutorado em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Florianópolis-SC. Acessado em 08/10/2020

Marques, M. C. C. (2004). **O capital intelectual no sector público**. X Congresso Contabilidade. Lisboa, Portugal. Centro de Congressos do Estoril. Acessado em 08/10/2020

Moraes, R. R.; OLIVEIRA, J. B. De A. H. F. P. A. R. B. (2013). **Empreendedorismo Start Up e Investidores Angel: Uma Análise Mercadológica no Setor Tecnológico Paraense**. XXIV ENANGRAD. Anais. Florianópolis: ANGRAD. Acessado em 08/10/2020

O que é inovação? <<https://blog.eqseed.com/o-que-e-inovacao>> Acessado em 8/10/2020

Pinho, R. A. (2004). **O Empreendedorismo No Processo de Criação de Empresas de Base Tecnológica em Incubadora: O Caso do Centro de Incubação e Desenvolvimento Empresarial em Manaus**. Administração Pública em Debate. Insular, p. 151 -178. Acessado em 08/10/2020.

8 startups brasileiras para colocar no seu radar em 2020. Disponível: <
<https://blog.revelo.com.br/startups-brasileiras-2020/>> Acesso em: 07/11/2020