

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA DE CIDADE TIRADENTES**  
**CURSO TÉCNICO DE NÍVEL MÉDIO DE TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

Conan Cristiano Valdez Rosa

Jonata Ferreira da Silva

Matheus Correia da Silva

Laura Araújo Oliveira

Leticia Ribeiro Silva Oliveira

Raissa Sousa Fragoso

**Guia estratégico para o desenvolvimento de um planejamento organizacional voltado para Startups no Brasil, no período de 2022 a 2024.**

São Paulo-SP

2022

Conan Cristiano Valdez Rosa

Jonata Ferreira da Silva

Matheus Correia da Silva

Laura Araújo Oliveira

Leticia Ribeiro Silva Oliveira

Raissa Sousa Fragoso

**Guia estratégico para o desenvolvimento de um planejamento organizacional voltado para Startups no Brasil, no período de 2022 a 2024.**

Trabalho De Conclusão De Curso apresentado ao Centro Estadual De Educação Tecnológica Paula Souza, com parte dos requisitos para a obtenção do título de Técnico de Administração.

Orientador(a): Prof. Priscila L. Pio

São Paulo – SP

2022

Dedicamos este trabalho, fruto de muito esforço e dedicação a todo corpo docente que nos incentivou a chegar até aqui, nos auxiliando com tamanha sabedoria e paciência, e principalmente, dedicamos a está obra acadêmica, fundamentalmente em relevância ao nosso futuro.

## **AGRADECIMENTOS**

Gratificamos primeiramente à Deus por nos proporcionar tal oportunidade de vivência e aprendizado nesse período de ensino, agradecemos também a todos os professores que nos ajudaram até aqui apontando o melhor caminho a seguir, compartilhando seu conhecimento e experiência na área, os amigos na qual nos acompanharam nessa trajetória, se fazendo sempre presentes.

E por fim agradecemos ao apoio de parentes e familiares que contribuíram para que isso fosse possível, através do incentivo e esperança em nossa capacidade intelectual e esforço criativo na elaboração conceitual e prática deste trabalho. Obrigado!

*“Gerenciamento é substituir músculos por pensamentos, folclore e superstição por conhecimento, e força por cooperação.”*

*(Peter Drucker)*

## RESUMO

Esta pesquisa tem como principal objetivo trazer à tona um dos maiores problemas emergentes no cenário econômico atual no Brasil, voltado exclusivamente para as pequenas e altamente influentes empresas de tecnologia. As denominadas Startups. Essas organizações visam primariamente, e sua essência, trazer um produto inovador que solucione problemas e necessidades de um consumidor em potencial, podendo ser tanto um produto, quanto um serviço em si. Não são necessariamente apenas voltadas para o âmbito da tecnologia, mas também na criação de oportunidades em diversas áreas, como a de finanças, delivery, transporte, saúde, marketing etc. Além de serem altamente escaláveis e obter alto rendimento (lucratividade) a curto prazo. O intuito é descobrir, através de uma pesquisa e análise, quais são os fatores predominantes que corroboram para a grande taxa de mortalidade dessas empresas que ditam o mercado no século XXI. Trazendo grandes avanços, tanto no aspecto de desenvolvimento tecnológico, quanto de aquecimento econômico mundial. Visando enaltecer perspectivas correlatas que auxiliem o esclarecimento a respeito de suas causas, influência, eminência e atuação. O gerenciamento é fundamental em qualquer organização que se preze. Entretanto, muito pouco ou quase é aplicado na prática de modo coeso e conciso, exercendo assim, suas funcionalidades e requisitos básicos. As startups sofrem pela sua alta e arriscada capacidade de evolução e escalabilidade que pode acabar tornando-se, posteriormente, uma faca de dois gumes para ela. Isso ocorre, pois caso os envolvidos na organização não tomem medidas cabíveis para a projeção da sua empresa, como retorno, investimento, adversidades e demanda, podem e vão acabar sofrendo com a enorme e massiva dificuldade em conciliar o público, seus produtos, seu ramo e área de atuação. Portanto, o gerenciamento demonstra-se extremamente relevante para o sucesso de um startup no mercado atual que consiste em alta e constante mudança e evolução.

**Palavras Chaves:** Gerenciamento, organização, startup.

## ABSTRACT

The main objective of this research is to bring to light one of the biggest problems emerging in the current economic scenario in Brazil, aimed exclusively at small and highly influential technology companies, the so-called Startups. These organizations primarily aim, and their essence, to bring an innovative product that solves problems and needs of a potential consumer, which can be a product or a service in itself. They are not necessarily focused only on technology, but also on creating opportunities in several areas, such as finance, delivery, transport, health, marketing etc. In addition to being highly scalable and obtaining high yield (profitability) in a short time. The objective is to discover, through research and analysis, which are the predominant factors that contribute to the high mortality rate of these companies that dictate the market in the 21st century. Bringing great advances, both in terms of technological development and global economic warming. Aiming to extol related perspectives that help in the clarification regarding its causes, influence, eminence and performance. Management is fundamental in any self-respecting organization. However, very little or almost is applied in practice in a cohesive and concise way, thus exercising its basic functionalities and requirements. Startups suffer from their high and risky capacity for evolution and scalability, which later on can become a double-edged sword for them. This occurs, because if those involved in the organization do not take the appropriate measures for the projection of their company, such as return, investment, adversities and demand, they can and will end up suffering from the enormous and massive difficulty of reconciling the public, their products, their branch. and area of activity. Therefore, management proves to be extremely relevant for the success of a startup in the current market that consists of high and constant change and evolution.

**Key words:** Management, organization, startup.

## Sumário

1	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	Problema.....	10
1.2	Objetivo geral.....	10
1.3	Objetivo específico.....	10
1.4	Justificativa.....	10
1.5	Hipóteses.....	11
1.6	Metodologia.....	11
2	O QUE É EMPREENDEDORISMO.....	14
2.1	A origem do empreendedorismo.....	18
2.2	Tipos de empreendedorismo.....	19
2.2.1.	Empreendedorismo individual.....	19
2.2.2.	Empreendedorismo informal.....	19
2.2.3.	Empreendedorismo de franquia.....	20
2.2.4.	Empreendedorismo cooperativo.....	20
2.2.5.	Empreendedorismo Social.....	21
2.2.6.	Empreendedorismo Corporativo.....	21
2.2.7.	Empreendedorismo Digital.....	21
2.3.	Empreendedorismo na era digital.....	22
2.3.1.	Desenvolvimento tecnológico.....	22
2.3.2.	Globalização.....	23
2.3.3.	Mudanças no Mercado.....	23
3	O QUE É UMA STARTUP?.....	24
3.1	Empresas tradicionais e startups e suas diferenças.....	25
3.2	Diferencial competitivo.....	27



3.3	Como criar uma startup.....	28
3.3.1	Definir um plano de negócios.....	29
3.3.2	Financiamento para uma startup.....	31
3.3.3	Estar vigilante em parceiros em potenciais.....	32
3.3.4	Seguir as normas legais.....	32
3.3.5	Definir ambiente de trabalho (físico/online).....	32
3.3.6	Desenvolvimento de um plano marketing.....	33
3.3.7	Plano de mudança.....	33
3.4	O MERCADO DE STARTUPS ATUALMENTE.....	33
3.5	STARTUP- UMA GESTÃO DE QUALIDADE.....	35
3.5.1	Gestão de Comunicação.....	35
3.5.2	Gestão de Resultados.....	36
3.5.3	Gestão de Indicadores.....	38
4	GERENCIAMENTO DE STARTUPS.....	39
4.1	Ideação.....	39
4.2	Operação.....	40
4.3	Tração.....	41
4.4	Scale-Up.....	42
5	FALHA NAS STARTUPS.....	44
	ANÁLISE DE RESULTADOS.....	46
	Aplicativo.....	50
	Ferramentas.....	51
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
	REFERÊNCIAS.....	54
	FORMULÁRIO.....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>

## **1 INTRODUÇÃO**

As startups estão surgindo com um diferencial único no mercado. Entretanto, ao analisar alguns aspectos referentes ao seu desenvolvimento, constatou-se a dificuldade eminente no processo de gerenciamento dessas organizações para com sua progressão e escalabilidade.

### **1.1 Problema**

O planejamento eficiente proporciona o crescimento sólido?

### **1.2 Objetivo geral**

Contribuir para a eficiência no gerenciamento de Startups.

### **1.3 Objetivo específico**

- Facilitar o processo de gestão das startups, com o auxílio de um protótipo de software.
- Chamar atenção e dar notoriedade a importância do gerenciamento de startups.
- Trazer uma evolução no processo de tomada de decisões administrativas dos gestores dessas organizações por meio do conhecimento teórico e informativo.

### **1.4 Justificativa**

O gerenciamento de informações auxilia na gestão e planejamento de startups.

O diferencial encontra-se na oportunidade de oferecer conhecimento acessível e fundamental para reforçar as bases teóricas de maneira simples, dinâmica e didática, além da orientação estratégica para auxiliar o processo de gerenciamento.

Devido a inexperiência, a otimização na infraestrutura da ferramenta, pode apresentar certa instabilidade inicialmente. “Existem duas maneiras de construir um projeto de software. Uma maneira é torná-lo tão simples que obviamente não haja deficiências. E a outra maneira é torná-lo tão complicado que não haja deficiências óbvias.” (C. A. R. Hore).

Os custos serão voltados para a construção, design, estrutura, conteúdo e otimização do aplicativo, gastando a maior parte do seu orçamento, tempo para sua execução.

### 1.5 Hipóteses

1. Uma consultoria especializada contribui para a solução de problemas administrativos.
2. O gerenciamento incorreto da expansão do serviço, causa a perda do controle organizacional afetando os envolvidos.
3. Gestores sem competências comportamentais acabam por comprometer o desenvolvimento da organização.

### 1.6 Metodologia

A metodologia é uma disciplina responsável por estudar caminhos que podem ser seguidos para atingir determinados métodos de pesquisa, através de uma coletânea de regras, cujo objetivo é o ensino das ciências e da arte. Possui como finalidade principal a busca pela compreensão do problema a ser solucionado, usufruindo de mecanismos científicos. Sua presença é fundamental para a seleção do melhor caminho a ser seguido para a realização de um trabalho científico, auxiliando os alunos na tarefa de pensar, organizando o pensamento dos pesquisadores de modo geral

## **QUANTO AOS FINS:**

### EXPLORATÓRIA

Utilizará deste método para fornecer informações, dados e conteúdo bem fundamentado de maneira coerente, a pesquisa precisa ser compartilhada de modo acessível e maneira didática facilmente compreensível, será preciso analisar todos os aspectos, fatos, fenômenos e pesquisar bibliograficamente as configurações relacionadas ao processo de gerenciamento das Startups.

Usufruindo-lhe de diversos conjuntos e setores ligados tanto na área da administração, recursos humanos ou da contabilidade e logística.

### APLICADA

Este método de pesquisa tem como objetivo a aplicação de uma solução de acordo com um determinado problema vigente. A pesquisa aplicada é o reconhecimento adquirido do estudo, sendo assim selecionando, coletando e processando os dados e fatos que envolve a pesquisa.

### DESCRITIVA

Essa pesquisa tem como finalidade estudar e analisar dados os dados adquiridos dos elementos propostos de maneira descritiva, ou seja, será realizado um questionário sobre o processo de gerenciamento de startups, que tem como objetivo elevar dados que descrevem a situação dos elementos.

## **QUANTO AOS MEIOS:**

### PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa será realizada por meio de entrevistas para startups da região, visando entender e interpretar de maneira mais assertiva os reais problemas enfrentados por estes empreendedores.

### PESQUISA TELEMATIZADA

Contatos através das redes sociais e veículos comunicativos que possibilitem uma interação virtual e, subsequentemente, a execução de entrevistas voltadas para estes setores sem a necessidade de interação presencial.

### PESQUISA BIBLIOGRAFICA

Por fim, será recorrida a pesquisa bibliográfica sistematizada que visa, em sua essência, a busca por informações, através de conteúdos e material publicado, seja por fontes primárias ou secundárias, como estudos voltados para a representação da situação atual que percorre atualmente no mercado e no mundo empresarial.

## 2 O QUE É EMPREENDEDORISMO

O Empreendedorismo é a percepção de problemas e solucionar riscos. Através disso, o empreendedorismo é também inovar, na qual significa criar algo novo de um recurso antigo já existente, no que se diferencia da palavra invenção, em que é criar algo a partir do zero, um produto nunca existente. Joseph Schumpeter defendia bem a diferença de um para o outro, “o empreendedor pode, mas não precisa ser ‘inventor’ do bem ou processo que introduz” (SOBEL, CLEMENS apud SCHUMPETER, p. 20). Em vista disso, o criador de uma inovação ao qual elaborou um produto caracterizado inovador, ademais, um associado inovador foi que enxergou a oportunidade para empreender no mercado.

Acertadamente, o empreendedorismo é a capacidade que um indivíduo possui para identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir seus recursos na criação de algo que seja positivo para o avanço da sociedade. Podendo ser um negócio, talvez um projeto ou até mesmo uma espécie de movimento que gere mudanças reais e que produza impacto no cotidiano das outras pessoas. No âmbito empresarial, empreender está relacionado à criação de empresas ou produtos a partir de uma ideia inovadora que solucione um problema, ser um empreendedor significa transformar ideias em empresas de sucesso, tendo como ingredientes a inovação, estratégia, resiliência e persistência.

O primeiro a utilizar o termo empreendedorismo foi o economista e cientista político Joseph Schumpeter, pioneiro em reconhecer a inovação como motor do desenvolvimento capitalista. Em seu princípio das grandes inovações ocorreram-se no século XX em sua grande maioria, na qual mudou-se o cotidiano de consumo das pessoas, essas mudanças fazem com que os consumidores tenham gostos mais exigentes, de modo que a cada inovação, seja ela evolução de uma matéria já existente ou uma obra inédita, faça com que conheçam a necessidade de que até então era desconhecida. “É, contudo, o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores, se necessário, são por ele ‘educados’; eles são, por assim dizer, ensinados a desejar novas coisas, ou coisas que diferem de alguma forma daquelas que têm o hábito de consumir” (SCHUMPERTER, 1978, p. 65). Desse modo, esse processo definindo como “destruição criadora” Schumpeter dizia ser a substituição do velho pelo novo, descrevendo o desenvolvimento econômico.

A introdução de um novo bem, a criação de um método de produção ou comercialização, e, até a abertura de novos mercados, são algumas atividades comuns que se fazem presente no empreendedorismo. O Brasil, por exemplo, apresenta um grande potencial para o empreendedorismo. De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), divulgada no site do Sebrae feita pela autora Anna Nicoletti, a taxa de Empreendedorismo é de 38,7 (2019), segundo melhor patamar total de empreendedores, desde 2002. São mais de 53,4 milhões de brasileiros se dedicando ao seu negócio próprio.

Hoje, o empreendedorismo é uma função administrativa altamente valorizada, pois o progresso econômico e social depende, exclusivamente, em sua grande maioria, da atuação de líderes empreendedores. São inúmeras as definições da palavra por sociólogos, economistas e empresários, porém a essência do conceito de empreendedorismo está na mudança.

Outras possíveis formas de descrever o empreendedorismo são: Processo de transformar sonhos em realidade e riqueza; Habilidade de construir algo a partir de muito pouco ou quase nada; Iniciativa para criar um negócio com paixão pelo que faz; Uso de recursos disponíveis com criatividade; Transformação do ambiente social e econômico; Realização de projetos com desafio constante às oportunidades e riscos.

Uma das maneiras mais comuns de se empreender é com a abertura de novas empresas, inicialmente de pequeno porte. Por essa razão, é comum que qualquer indivíduo que arrisque abrir seu próprio negócio seja chamado de empreendedor. “Eu não sou um produto de minhas circunstâncias. Eu sou um produto de minhas decisões” (COVEY, Stephen). É fundamental obter controle sobre cada passo e cada ação que molda as consequências futuras das suas escolhas, porém um empreendedor precisa entender que ele não pode ser resultado das consequências adversas e incertas de seu futuro, mas sim fruto de suas próprias decisões.

É por esta e outras razões que estar preparado e compreender o peso de suas ações geram consequências, e que você precisa saber lidar com elas define o conceito de ser um produto de suas decisões é melhor do que ser produto de suas consequências.

“Por isso, o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando-vos conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.” (DORNELAS,2006 P.)

Diante o cenário atual, pela ausência do conhecimento sobre o assunto, sociedade em sua grande maioria descreve o empreendedor como “pessoa de sorte” ou que “venceu na vida por pura sorte” não enxergando todo o processo de planejamento que vem por trás dos sucessos do empreendimento. Se criou um estereótipo entre essas pessoas e de modo totalmente equivocado sobre o assunto, é necessário desassociar esses pensamentos e admirar a imagem e o esforço do profissional.

Ademais, essa abordagem nos leva a identificar dois tipos de empreendedores, os que optam empreender por oportunidade, como o próprio nome já diz, o indivíduo resolve empreender diante das oportunidades que vem a frente, esse tipo de empreendimento requer planejamento, nada é feito por acaso. O segundo tipo é empreender por necessidade, na qual o indivíduo passa por uma crise financeira apertada por conta do desemprego, e a maneira mais fácil para se ganhar dinheiro rápido é fazer esse tipo de empreendimento, logo o planejamento eficiente do negócio não se aplica nesse desenvolvimento.

Por outro lado, os países em desenvolvimento têm um grande índice onde torna-se fundamental empreender por necessidade, o que acaba sendo um fator comum, o Brasil é um país que serve como um bom exemplo disso. Entretanto, o empreendedorismo de oportunidade ainda é relativamente auto em comparação ao empreendedorismo de necessidade.

No final do século XIX e início do século XX, muitas pessoas confundiam o profissional empreendedor e um administrador em relação a suas funções, por serem execuções parecidas, porém existe uma diferença entre elas. “Todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto, nem todo bom administrador é um empreendedor.” (DORNELAS, 2008, p. 15). Logo, pode-se dizer que o empreendedor é um profissional completo, tem o conhecimento de cada atuação ao contrário do administrador.



Tendo em vista que a administração é estudada há mais tempo, ainda surgem incertezas em relação ao seu papel. Pode se dizer que a abordagem clássica é a ciência na tomada de decisões, buscando melhores maneiras de atingir seus objetivos, mantendo o gerenciamento das organizações, buscando sempre ouvir opiniões e manter a impessoalidade nas decisões em seu trabalho.

Por sua vez, de modo geral, a administração tem seus princípios como planejar, organizar, dirigir e controlar as organizações. Henry Fayol foi o principal propagador desse princípio em que teve início no começo do século XX.

No entanto o empreendedor possui um diferencial a mais, a questão de inovação ao empreender torna-se um ponto forte, ambos possuem funções iguais, no entanto, o que diferencia o empreendedor do administrador é ter total controle e sabedoria do negócio mantendo contato direto em todos os setores, outro ponto importante e o planejamento visionário do futuro.

Contudo, pode se dizer que o empreendedor de sucesso é um ótimo exemplo de profissional, “o empreendedor estaria sendo um administrador completo, que incorpora as várias abordagens existentes sem se restringir a apenas uma delas e interage com seu ambiente para tomar as melhores decisões.” (DORNELAS, 2008, p. 19). Assim dizendo, o profissional empreendedor tem autocontrole de seu negócio, a capacidade de atuar nas questões administrativas e assim tomando melhores decisões diante aos riscos.

## 2.1 A origem do empreendedorismo

O termo (empreendedorismo) foi criado em 1945, denominado pelo economista e cientista político austríaco Joseph Schumpeter. Em seu livro, (Teoria do Desenvolvimento Econômico). Segundo ele, “para que a economia saia de um estado de equilíbrio e avance significativamente, é necessário que surja uma inovação que altere consideravelmente do ponto de vista econômico”.

O empreendedorismo surgiu durante o século XVII, na França, a partir dos eventos de industrialização ocorrendo pelo mundo todo, com o início da primeira revolução industrial ocorrido na Grã-Bretanha. Na mudança do sistema econômico, os empreendedores se distinguiram dos fornecedores de capital, (CAPITALISTAS).

Nesse tempo, os pioneiros formavam contratos com órgãos governamentais onde eles podiam dar introdução com novos produtos e os próprios planos de negócio no mercado, sem a participação de agentes capitalistas. A ideia de empreender evoluiu bastante, sempre mantendo o conceito de inovar, seja criando novos produtos ou empresas no mercado, implantando novos negócios, aprimorando negócios já existentes.

O papel do empreendedor se torna um pilar na economia pois se trata de um grande efeito para mudanças Econômicas. A palavra empreendedora (Entrepreneur) vem do francês, e significa: “a pessoa disposta a correr riscos e criar algo novo”, tendo sua origem em 1725 com Joseph Schumpeter, sendo ele o primeiro a utilizar esse termo.

Considera-se empreendedor aquele que possui características de; iniciativa, visão, coragem, firmeza, decisão, atitude de respeito humano, organização e direção, entre outros.

Com a revolução industrial correndo à solta, houve um grande marco para expansão de empreendedores evoluindo suas tecnologias e estruturando uma nova era, substituindo o trabalho a mão por máquinas e aumentando toda a produtividade por todo mundo. O empreendedorismo trouxe uma clara inovação na estabilidade social, uma vez que se foca na política econômica e industrial, abrangendo a criação de novos negócios e o desenvolvimento de novas oportunidades de negócio em organizações já existentes. O espírito empresarial é também um grande impulsionador

da inovação. Uma vez que exerce uma reação em cadeia, onde o empreendedorismo se liga diretamente na economia, e a economia se liga diretamente à infraestrutura do país.

Como por exemplo, Karl Friedrich Michael Benz, engenheiro de automóveis alemão responsável pela criação do primeiro automóvel movido a gasolina, patenteado no ano de 1886. Com um carro formado por três pneus com seu tamanho semelhante ao de um pneu de uma bicicleta, um motor na traseira, uma tábua de madeira que era um chassi, cuja madeira era bem resistente para sustentar o peso de uma pessoa, um banco e uma manivela como volante.

Em seguida, em 1888, George Eastman, responsável pela criação da Kodak. Eastman foi responsável pela virada do século 19 ao 20, com a criação de um novo meio fotográfico, substituindo as placas de vidro com foto-emulsão, que eram frágeis utilizadas na época. Isso foi um grande avanço para acelerar o processo de gravar imagens múltiplas. A Kodak entrou em falência em 2012, quando optou por continuar com seu modelo tradicional no mercado, mesmo com a enorme mudança que vinha com a foto digital.

## **2.2 Tipos de empreendedorismo**

### *2.2.1. Empreendedorismo individual*

A Lei que regulamentou a atividade do Microempreendedor individual (MEI), tornou o empreendedor individual conhecido. Este tipo de empreendedorismo se refere aos donos de empresas que trabalham sozinhos ou com no máximo um funcionário.

Esse é o menor tipo de empresa existente no país e o faturamento anual não deve ultrapassar R\$ 81 mil. Além de ser uma opção para micro negócios, o MEI também é uma alternativa para profissionais autônomos e freelancers.

### *2.2.2. Empreendedorismo informal*

Esse é um tipo de empreendimento que não possui formalização nem registro das suas atividades. Estes empreendedores enfrentam muitas dificuldades para manter seus negócios. Isto porque eles estão sob grande pressão das agências reguladoras para sair de sua informalidade e começar a operar legalmente.

Normalmente quem atua nesse ramo do empreendimento não vê o seu negócio como um investimento. Pois foram forçados a ter uma renda devido o desemprego. É uma necessidade a curto prazo.

### *2.2.3. Empreendedorismo de franquia*

Algumas pessoas costumam dizer que os franqueados não podem ser considerados empresários. Entretanto, uma pessoa que toma a iniciativa e se arrisca em um negócio, mesmo que não seja sua própria ideia, pode e deve ser considerada empreendedora.

Essas pessoas frequentemente encontram uma necessidade e buscam negócios testados e criados.

A principal vantagem, certamente, é a possibilidade de investir em um negócio já testado e consolidado. Além disso, há o apoio de ter uma marca forte por trás.

### *2.2.4. Empreendedorismo cooperativo*

Nesse modelo de negócio não existe um dono específico, e sim um grupo que tomam decisões de forma mútua para o desenvolvimento dos seus projetos, ou negócios.

Podemos também dizer que é um sistema de apoio no qual cada membro contribui com um serviço, ou material, para garantir que todos obtenham excelentes resultados em seus empreendimentos. A ideia principal é a de compartilhar informações e recursos. A administração deve ser democrática, com todos os funcionários trabalhando juntos

### *2.2.5. Empreendedorismo Social*

Se refere a uma série de ações e iniciativas de inovação dirigidas à solução de problemas sociais.

Este perfil tem crescido muito com as startups e entre os jovens que, ainda na faculdade, têm aberto o próprio negócio para resolver problemas que a área pública não consegue. Para este perfil, a cooperação e o engajamento são primordiais e, se o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo, nada melhor do que compartilhar com todo mundo. Os empreendimentos sociais atuam no combate à vulnerabilidade social de uma sociedade.

### *2.2.6. Empreendedorismo Corporativo*

Esse perfil é um dos mais procurado por diversas empresas atualmente, é o famoso Intraempreendedor. Inserido já em uma empresa o empreendedor conseguiu executar suas ideias e projetos para um resultado melhor no seu trabalho. Ele não é o dono, mas fica responsável por trazer inovação para a empresa extraíndo assim o melhor das suas habilidades.

### *2.2.7. Empreendedorismo Digital*

Nesse conceito de empreendedorismo o profissional que tem as características de um líder, mas prefere usar seus diferenciais para se desenvolver dentro de uma organização, sem correr os riscos de empreender por conta própria.

O negócio digital pode ser tanto uma loja online como a criação de um perfil no Instagram ou de um canal no YouTube para se tornar influenciador digital. Não há necessidade de um local físico para esse tipo de empreendimento. E é um dos tipos de empreendedorismo que mais cresce no mundo devido a facilidade do acesso à tecnologia.

## 2.3. Empreendedorismo na era digital

De acordo com Diego Arruda, o mundo digital trouxe ainda mais oportunidades para quem deseja empreender. Se antes as pessoas precisavam se preocupar, por exemplo, em alugar um imóvel comercial para começar o próprio negócio, hoje, por outro lado, o empreendedor pode dar início por meio da Internet. Para se adequar a esse contexto tecnológico, Arruda nos explica que o empreendedor digital deve apresentar algumas características, que não são, necessariamente de um empreendedor tradicional.

Os empreendedores digitais são pessoas proativas, que buscam fazer de tudo para alcançar resultados. Além disso, são muitos comunicativos, pois podem ser e são extremamente maleáveis quando falamos em veículos comunicativos, como as redes sociais, mais especificamente para fazer seu negócio dar certo.

É importante que esse empreendedor seja uma pessoa atualizada, ele tem que acompanhar as novidades do seu setor e do avanço da tecnologia, para trazer um diferencial competitivo ao seu negócio.

### 2.3.1. *Desenvolvimento tecnológico*

Desenvolvimento tecnológico. Este, por sua vez, é um processo no qual a aplicação de novos conhecimentos relacionados a tecnologia tem resultados práticos e visíveis. Esses resultados podem ser novos produtos, serviços ou processos, sempre desenvolvidos com o objetivo de alcançar algum tipo de avanço tecnológico em si.

Há muitas coisas envolvendo o desenvolvimento tecnológico que opera bem antes dessas novidades serem lançadas. As tecnologias servem também para produzir itens igual aos que utilizamos há décadas. Nesses casos, o avanço existe para dar mais eficiência nos processos, ou seja, produzir mais com menos recursos e em menos tempo. Gerando assim, lucratividade. Desse modo, o desenvolvimento tecnológico pode estar presente em mercadorias.

### 2.3.2. Globalização

Globalização é o processo de aproximação entre as diversas sociedades e nações que existem por todo o mundo, seja no ambiente econômico, social, cultural ou político. Porém, o principal destaque dado pela globalização está incluído na integração de mercado existente entre os países. A globalização permitiu uma maior conexão entre pontos distintos do planeta, fazendo com que acompanhassem características em comum, como inovações e fortalecendo no aspecto competitivo de produção e relações internacionais de comércio.

Desta forma, nasce a ideia de alcance global, ou (mundo globalizado), onde tudo está interligado. O processo de globalização é constituído pelo modo com que os mercados de diferentes países e regiões interagem ente si, aproximando mercados e países.

### 2.3.3. Mudanças no Mercado

A Mudança no Mercado se trata de um fenômeno que serve para qualquer gestor. Quem não gostaria de conduzir a própria empresa por muito tempo sob a situação e estabilidade? Mas para que as organizações podem se desenvolver, as companhias precisam se atualizar com certa frequência, de modo a se manterem fortes e relevantes nos mercados em que atuam.

Vencer este desafio não é fácil, como você deve imaginar, já que estar na vanguarda do segmento de atuação requer uma gestão estratégica bastante complexa e, em constante mudança.

### 3 O QUE É UMA STARTUP?

Uma startup vem com um conceito inovador voltada pela necessidade dos consumidores, em que se pode crescer exponencialmente com o menor valor de custo, tais ideias vem geralmente introduzidas por meio de uma tecnologia como um meio de solução. Sua tradução vinda da língua inglesa quer dizer “empresa emergente” onde sua origem surge do verbo “to start up” significando “para começar ou inicializar” na qual ocorrerá o processo de inicialização da empresa.

A popularização do termo veio na década de 90, se tornou mais conhecida com a evolução da internet, no entanto, as primeiras Startups nasceram na década de 50 onde o William Shockley ganhador do Prêmio Nobel de Física convocou 8 cientistas para inicializar uma empresa de tecnologia no Vale do Silício que se localiza na California (EUA), de princípio a ideia inicial não ocorreu bem, porém, em 1957 os mesmos 8 cientistas se uniram e conseguiram fundar a Fairchild Semiconductor, a primeira Startup da história. No Brasil as primeiras aparições de Startups foram no ano de 2011 e já conta com 24 unicórnios pelo país desde a primeira lançada em 2018 que atingiu seus primeiros 1 milhão a 99 App um aplicativo de transporte individual.

Os pré-requisitos de uma startup se baseia em ser:

- **Repetível** que significa ter a capacidade de produzir o mesmo produto repetidamente sem qualquer alteração ao produto original, uma forma mais simples de dizer é como se fosse uma cópia, porém nem toda cópia é relativamente igual, por isso que uma startup deve ser repetível sem aconteça modificações no seu resultado.
- **Escalável** é a base de uma startup, onde significa crescer no mercado rapidamente sem que afete o plano de negócios, o capital da empresa irá aumentar, porém o custo de gastos continuará baixa.
- **Ter conceitos inovadores** onde é a criação de algo inédito.
- **Demanda de investidores** que é a busca por investidores na qual vai financiar seu projeto até que ele cresça no mercado.
- **Tendem a correr riscos** pois uma startup trabalha em uma solução de constante incerteza, não se há garantia de que seu produto ou serviço vai dar certo até que recebam o feedback do público, no entanto, essa resposta pode ser positiva ou negativa.



Toda empresa requer capital para abrir seu negócio, e com uma startup não é diferente, ademais, a maneira que ela recorre a isso não é por meio de empréstimos, mas sim por investidores anjos. Um investidor anjo é a pessoa em que é rico de capital e decide investir seu dinheiro em uma startup, que esteja em seu estado inicial, mas que possua alta capacidade crescimento e um alto retorno de lucros. Normalmente pessoas como empresários ou executivos de sucesso tendem a investir em uma startup, pois já tem experiências nesses ramos e sabem identificar as oportunidades em que algumas startups oferecem, assim além de financiar o negócio, eles podem compartilhar de suas experiências e auxiliar para que a startup tenham um sucesso próspero, também se tornando sócios do negócio.

Quando uma startup chega a um patamar de reconhecimento elevado, em que seu sucesso no mercado é incrivelmente abundante que se avalia acima de 1 bilhão de dólares ela automaticamente se torna uma startup unicórnio. O termo startup unicórnio vem da analogia de uma empresa emergente chegar ao um nível tão raro como este, sendo assim tão raro quanto um unicórnio.

### **3.1 Empresas tradicionais e startups e suas diferenças**

Recapitulando o que é uma startup se baseiam em promover um negócio inovador gerido de uma tecnologia que busca um modelo de negócios escalável, na qual a empresa cresce em faturamento sem que as despesas afetem igualmente os lucros obtidos. Suas características consistem na sua inovação, em ser escalável, repetível, incerto e flexível.

Uma empresa tradicional não tem segredos, ela produz um produto para ser vendido, os gastos de sua produção, portanto, sua receita tem que ser maior do que suas despesas para que não fiquem com prejuízos. Em sua visão, a empresa precisa atuar em um mercado sólido sem correr muitos riscos, além de se manter a próprio cunho sem depender de investimentos exteriores. Empresas tradicionais buscam interagir com o mercado antigo estável seguindo o caminho mais fácil para se ingressar, oferecem produtos de uma necessidade já existente ao qual ganham clientes mais fácil, as margens de lucros das empresas são mínimas e o seu crescimento anda vagarosamente.

As diferenças de uma empresa para a outra estão destacadas nos principais tópicos, **objetivos, estrutura e gerenciamento**.

**Objetivos:** De acordo com o objetivo das empresas tradicionais, ser estável e rentável com uma visão ao longo prazo é uma estratégia de se tornarem estáveis ao mercado, para conseguirem ter flexibilidade é benéfico que acumulem parte dos seus lucros para se manter de maneira saudável.

Os objetivos de uma startup focam-se em suas receitas designadas ao investimento, seu crescimento se destaca em uma visão de curto a médio prazo. Um dos motivos para que os investidores queiram aplicar o seu capital ao negócio é sua visão de ser escalável, dessa forma, as startups crescem rapidamente de maneira sustentável.

**Estrutura:** As empresas tradicionais dependem de um planejamento rigoroso em suas áreas financeiras, marketing e na sua estrutura hierárquica definitiva, o fluxo de sua estruturação se concentra positivamente em sua operação.

O foco das startups é agarrarem as oportunidades demonstradas das necessidades que a sociedade demanda. Sua estrutura operação não é definitiva em seus estágios iniciais pelo fato de começarem com uma equipe de poucos integrantes que se leva em média de 5 a 10 operantes contando com sócios e fundadores, portanto, para desempenharem um produto é necessário o trabalho árduo de todos da equipe nas mais diversas áreas trabalhadas, de certa forma é benéfico para os operadores essa integração na empresa, pois, é motivador ter um conhecimento amplo e grandes oportunidades de crescimento.

**Gerenciamento:** A grande maioria do empreendimento tradicional vem da inicialização de um mercado já conhecido, sempre se desempenhando em um ambiente de conforto, em que significa trabalhar com os seus conhecimentos e experiências sobre ele.

O conceito do trabalho disruptivo é desenvolver um novo hábito de consumo para o público, portanto, aprendem a dominar múltiplas áreas e apurando seu conhecimento em diversas disciplinas para elaborarem uma solução disruptiva de um problema emergente que poderá existir, porém, será solucionada de forma rápida.

### 3.2 Diferencial competitivo

A finalidade de um diferencial competitivo demonstra em características um negócio que se sobressai em seus diferenciais (como preço, qualidade, ofertas e entre outros) de seus concorrentes locais, e fica a critério do cliente escolher o melhor mercado em que oferece os seus aspectos desejados.

Uma startup tem diversos elementos a serem enfatizados como diferenciais competitivos em relação a empreendimento tradicionais. Todo o processo de idealização até aos feedbacks do processo final do produto/serviço. Desde o início do andamento de idealização do produto, o foco da startup é sanar um problema vindo de uma necessidade transmitida pela sociedade, pensando nisso, atenuar esses obstáculos está diretamente relacionado a satisfazer os respectivos clientes com suas inovações. Outros pontos em que uma startup tem como um avanço competitivo é a possibilidade de um investidor anjo, a agilidade no registro da marca e uma menor carga tributária sancionada pela **lei do bem** em 2005 para empresas que focam em uma pesquisa de desenvolvimento tecnológico.

Contudo, o diferencial competitivo entre uma startup e outra se caracteriza em adquirir a prática do compliance<sup>1</sup>, em que sua tradução é conformidade. Investir nesse método é benéfico para inovar em suas questões burocráticas. Tendo em vista que as startups focam em seu processo de inovação do produto, as questões burocráticas da sua gestão ficam em segunda opção para serem revisadas, a utilização do compliance é benéfico para as startups que procuram se desenvolver de forma inovadora na sua gestão do negócio.

---

<sup>1</sup> Compliance é o termo em inglês que se refere ao dever de conformidade das organizações com suas obrigações, sejam elas fiscais, jurídicas, administrativas, previdenciárias, ambientais ou éticas. A origem do termo vem da expressão inglesa "to comply", a qual significa agir conforme uma regra, uma instrução, comando ou pedido.

### 3.3 Como criar uma startup

Para que se possa criar uma startup de sucesso primeiramente deve-se analisar a necessidade do mercado, assim que estudada e identificada o problema emergente, deveras desenvolver uma solução simples de primeira mão, mas que seja inovadora para o mercado. Como se sabe, as startups demandam de uma tecnologia como suporte, entretanto, existem diversos modelos tecnológicos para desenvolver o empreendimento, como:

- **Fintechs:** Tecnologia financeira para aquelas startups que buscam desenvolver um produto financeiro 100% digital.
- **Proptech:** Determina o uso da tecnologia como meio de informação no mercado imobiliário, basicamente a Proptech são startups imobiliárias.
- **Retailtech:** É o segmento da tecnologia para uma startup varejista.
- **HRtech:** A tecnologia demandada para startups focadas na área do RH, usada para automatizar ou otimizar diversas funções feitas manualmente.
- **Supply Chain:** Traduzindo para o português “Cadeia de Suprimentos”, a tecnologia que envolve a logística em todos os seus processos que afetem a entrega de um produto ou serviço.
- **Edtech:** Uma startup em que atuam no setor da educação por meio da tecnologia.
- **Healthtech:** São startups que usam da tecnologia para solucionar problemas envoltos a área da saúde.
- **Foodtech:** Diz respeito as startups que utilizam da tecnologia para trabalhar com a comida.
- **Martechs:** Startups que atuam com a tecnologia para a área do marketing digital.

### 3.3.1 Definir um plano de negócios

Logo que foi identificado o ramo ao qual sua empresa deverá prosseguir, é crucial estabelecer um plano de negócios para fluir de acordo com as metas e objetivos que devem ser almeçados.

**Início do planejamento:** A primórdio para que seja estipulado o plano de negócios é preciso destacar alguns pontos para ser definido, tais como:

- Qual o diferencial competitivo da empresa?
- O que a difere de outras concorrentes?
- O negócio seguirá de forma física ou digital?
- Será necessário colaboradores, quantos?

**Análise de mercado:** Para fazer uma boa análise sobre o mercado é preciso determinar qual será o público-alvo, sua concorrência e definir fornecedores de confiança ao qual irá fornecer matérias-primas. O próximo para identificar o público-alvo é necessário destacar os itens a seguir:

- Seus futuros clientes serão pessoas físicas ou jurídicas?
- Qual o ideal de faixa etária que seu produto dispõe?
- O produto se classifica para qual classe social, e qual gênero é idealizado?
- Com qual frequência seu público desejado adquire seus produtos?

Após ter definido o público-alvo a próxima etapa é analisar a concorrência, precisa-se focar em:

- Quais são seus pontos fracos e fortes;
- Qualidade dos seus produtos;
- Como é seu relacionamento com os clientes e seu atendimento;
- O valor de seus produtos;
- E seus diferenciais.

Para que possa determinar seus fornecedores deve examinar minuciosamente os seguintes tópicos:

- São fornecedores de confiança?
- A reputação da marca é positiva?
- A matéria-prima disponibilizada é de qualidade?
- O valor de entrega do produto/serviço é acessível?
- Qual o período de entrega?

**Plano de marketing:** Elaborar o planejamento de marketing é essencial para induzir estratégias de venda do produto. Dentre os tópicos que devem ser avaliados é:

- Identidade visual da marca;
- Meios de comunicação e redes sociais;
- Meios de divulgação do produto.

**Plano operacional:** Plano operacional ou também “plano de trabalho” é a forma de definir as estratégias que a empresa vai tomar para projetar suas ações de acordo com suas metas e objetivos, para isso é necessário detalhar os serviços que vão oferecer e os produtos que irão vender como:

- Informações do local de trabalho;
- Capacidade produtiva;
- Materiais de equipamento e entre outros.

**Plano financeiro:** O planejamento financeiro é na onde estará tido registrado em termos de custos da empresa, até mesmo os investimentos gastos antes de montar a empresa. É essencial os gastos utilizados como:

- Aluguel e contas;
- Custo de manutenção e reformas;
- Compra de novos equipamentos e entre outros.

É de suma importância o registro dos salários na folha de pagamento de toda a equipe e principalmente do empresário, mesmo que seja o dono do negócio ele também é um funcionário, e os lucros obtidos é apenas da empresa.

**Análise estratégica:** Após a elaboração de todas as etapas é indispensável fazer uma análise estratégica para as projeções de todos os tópicos anteriores, e assim encontrar o melhor e o pior cenário diante de suas visões de desenvolvimento sobre a empresa, se ao final da análise será benéfica para adquirirem um investimento ou não.

### 3.3.2 *Financiamento para uma startup*

Assim que elaborado o planejamento de negócios, é de extrema importância encontrar um suporte de financiamento para que a empresa cresça saudável. Em vista disso, a startup pode buscar esse suporte das seguintes maneiras:

- **Investidores anjos:** Os investidores anjos são pessoas que investem seu próprio capital em um negócio escalável, por ser um financiador o mesmo adquire uma porcentagem da empresa, além do mais, um investidor anjo pode ser tanto uma pessoa jurídica quanto física.
- **Incubadoras:** As incubadoras consistem em proteger os novos negócios que não tem a capacidade de se desenvolverem sozinhas no mercado, ou seja, seu trabalho é ajudar na estruturação da empresa, auxiliar em suas questões jurídicas até que a startups consiga contatos de investidores em potencial.
- **Aceleradoras:** Por fim, as aceleradoras acolhem startups em seus estágios mais avançados, onde já possuem um MVP (Produto Minimamente Viável) na qual algumas possuam clientes e até mesmo tenham faturamento. O principal objetivo das acumuladoras é contribuir para o crescimento da startup e motivar no seu amadurecimento.

### 3.3.3 *Estar vigilante em parceiros em potenciais*

Ao começar uma startup deve ter ciência que seu negócio pode ter altos e baixos, e ter a companhia de parceiros profissionais é uma ótima oportunidade de ajuda mútua. Traçar relações profissionais com alguém experiente no ramo é um privilégio, ademais, um investidor anjo é um excelente exemplo de um parceiro genuíno, a primórdio, não se trata apenas do capital investido, mas sim das orientações motivadoras para o desenvolvimento da startup.

### 3.3.4 *Seguir as normas legais*

Ao criar uma startup, primeiramente necessita-se que ela caminhe diante de meios legais. A diversos fatores para que isso aconteça no Brasil, levando em conta o tamanho do negócio e o seu segmento de atuação.

As organizações que existem atualmente são:

- **MEI:** Microempreendedores individuais, em que contrata apenas um colaborador por CLT.
- **SLU:** Sociedade limitada unipessoal, onde o seu faturamento anual deve chegar até R\$ 4,8 milhões.
- **EPP:** Empresa de pequeno porte, na qual seu limite de faturamento anual também é de R\$ 4,8 Milhões.
- **ME:** Microempresa, cujo seu faturamento anual é projetado para até R\$ 360 mil, onde também é limitado a quantidade de colaboradores.

### 3.3.5 *Definir ambiente de trabalho (físico/online)*

Toda empresa necessita de uma sede de localização podendo ser em um ambiente físico ou investir em uma plataforma online. Os ambientes coworking são locais de trabalhos compartilhados onde muitas startups têm sua área inovadora, e muitas vezes optam pelo trabalho de forma online, investindo um website e estando amplamente integrados nas redes sociais.



### 3.3.6 *Desenvolvimento de um plano marketing*

O planejamento estratégico de marketing é essencial para definir em detalhes as ações ao qual devem ser tomadas para reconhecimento exterior de seus produtos. Deve-se pensar em estratégias de divulgação do produto, da imagem da empresa e entre outros focos.

### 3.3.7 *Plano de mudança*

É notório que dentro de uma startup pode haver muitas mudanças durante seu desenvolvimento, podendo afetar principalmente em seu produto ou serviço, situações mudam e nem sempre pode contar que a primeira idealização seja de cara um sucesso, portanto, em situações assim, é apropriado um segundo plano ou um “plano B”, ter planejado um esboço de uma pré-estrutura é fundamental para prevenção.

## 3.4 **O MERCADO DE STARTUPS ATUALMENTE**

As startups são modelos de negócios que possuem potencial repetível e escalável, que vivem em um cenário de extrema incerteza. O termo startup é novo no Brasil, porém existente do estouro da bolha das empresas “ponto com” em 1999 (Crise financeira causada pela supervalorização das ações de companhias de tecnologia dos Estados Unidos).

Segundo o jornalista Sabará da Forbes, no ano de 2021 houve um crescimento exponencial das startups e aumento de 200% no volume aportado nas startups brasileiras, passando de US\$ 5,5 milhões em 2020 para US\$13,7 milhões em 2021. De acordo com ele isso ocorreu justamente pela diferença cambial entre real e dólar tornando assim o Brasil mais interessante para investimento.

Outro ponto foi a questão de<sup>2</sup> investidores privados como os fundos “Venture Capital<sup>2</sup> e Private Equity<sup>3</sup>”, passarem a depositar seus fundos nesse modelo de negócio o elevando ainda mais. De acordo com Sabará é por conta desse contexto que vemos tantas empresas brasileiras virarem unicórnios (termo criado para se referir a um tipo específico de corporações jovens, com modelo repetível e escalável, avaliada em mais de US\$1 bilhão).

Já no ano de 2022 por conta da instabilidade econômica as startups tiveram que enfrentar muitos desafios, como taxas de juros altas e inflações elevadas, a jornalista Isabela Rovaroto da revista exame, cita que houve uma queda de 44% no primeiro semestre US\$2,9 bilhões (R\$15,4 bilhões) na captação das startups, mas mesmo nesse cenário as startups têm procurado estratégias para fazer com que esse efeito negativo atinja de maneira menos desfavorável seus empreendimentos. Já segundo a jornalista Fernandes da Forbes mostra que essa queda continuou no segundo trimestre do ano de forma mais expressiva, tanto no volume de aportes quanto no de transação. Em junho foram US\$ 343 milhões (R\$1,8 bilhões) captados em 45 rodadas.

Ela fala ainda que dentro desse contexto houve um destaque não pela queda, mas sim por uma sequência em investimentos em alguns ramos de startups, sendo as Fintechs líderes com US\$1,3 bilhão (R\$ 6,9 bilhões) arrecadados no semestre, Retailtechs com US\$ 366 milhões (R\$ 1,9 bilhão) e as Rhtechs com US\$247 milhões (R\$ 1,3 bilhão).

Fernandes ainda expõe que as Fintechs Neon, Creditas e Dock foram as que mais captaram em 2022, receberam um aporte de US\$300 milhões (1,6 bilhão), US \$260 milhões (R\$ 1,3 bilhão) e US \$110 milhões (587 milhões) respectivamente.

Através deste investimento, as empresas recebem um aporte de capital privado para financiar suas operações.

---

<sup>2</sup> Venture Capital: é uma modalidade de investimento focada em empresas de até médio porte que possuem alto potencial de crescimento, mas ainda são muito novas e têm faturamento baixo.

<sup>3</sup> Private Equity é um tipo de aplicação que pode ser feita diretamente por empresas, instituições, fundos de investimento ou até mesmo investidores individuais. Através deste investimento, as empresas recebem um aporte de capital privado para financiar suas operações.

### 3.5 **STARTUP- UMA GESTÃO DE QUALIDADE**

Gestão de conhecimento é uma questão de primeira ordem. Vivendo em um cenário de extrema complexidade, os profissionais do mercado corporativo são pressionados para a compreensão dos fenômenos que acontecem no mundo. Transformação nos campos econômicos, políticos e sociais que modificam constantemente o ambiente de negócios.

A gestão do conhecimento pode ser definida em seu sentido mais amplo como o processo de criar, compartilhar, usar e gerenciar o conhecimento de uma organização. Esse conceito se refere a uma abordagem multidisciplinar para alcançar os objetivos organizacionais por meio das melhorias práticas do uso de conhecimento. Embora essa definição tenha vindo a público pela primeira vez em uma conferência em Boston em 1992 organizada pela empresa de consultoria Ernest & Young, o tema já vinha sendo estudado antes.

Em 1990, o vice-presidente do Canadian Imperial Bank of Commerce (CIBC), Hubert Saint-Onge, iniciou suas pesquisas sobre a gestão do conhecimento quando desenvolveu um modelo chamado de "estrutura dos ativos do conhecimento". Ele integra o plano de negócios com os sistemas de gestão de pessoas, utilizando a arquitetura tecnológica e a infraestrutura da organização, com o propósito de gerenciar a criação e o uso do conhecimento.

Um outro marco na criação do conceito, é o trabalho de Nonaka e Takeuchi público também em 1990, que descreve o ciclo de transformação do conhecimento nas organizações por meio de um modelo denominado SECI. Nele é descrito que o conhecimento tácito (não formalizado) e o conhecimento explícito (formalizado) são convertidos em conhecimento organizacional.

#### 3.5.1 *Gestão de Comunicação*

A comunicação empresarial é uma área desafiadora no Brasil. Ao lidar com o cenário complexo das empresas, precisamos entender além dos conceitos clássicos de comunicação, mas sobretudo saber como mapear fluxo, processo e dominar conhecimento de gestão de projetos e métodos ágeis. Entre todas as áreas da

organização, a comunicação é uma das que precisa conhecer a fundo o cenário da instituição.

E de acordo com Roger Cahen, a comunicação empresarial é uma atividade sistemática, de caráter, estratégico, ligado aos mais altos escalões da empresa e que tem por objetivo, criar onde ainda não existir ou for neutra, manter onde já existir- ou, ainda para favorável-onde for negativo a imagem da empresa junto a seus públicos prioritários.

Além disso, é vital que o comunicador mergulhe no plano de negócios e entre os principais direcionadores estratégicos da organização (drivers de valor). Sempre é primordial ressaltar que comunicação não é projeto ou síntese de análise que se transforma em um belo plano de ação, são processos. Portanto, gestão e comunicação nunca devem ser separadas. A retórica só se sustenta quando é uníssona. Comunicar é muito mais que elaborar um texto primoroso, um layout clean e atrativo para alcançar as metas de mercado.

De acordo com os dados da McKinsey (2021), mais de 65% dos profissionais do setor de marketing e comunicação não tem estratégia efetiva da organização que norteia seu trabalho diário. E esse fato acaba prejudicando a estrutura da comunicação empresarial.

As áreas destinadas ao papel do P de promoção do famoso mim de PS de McCarthy já ultrapassaram a ideia de que são responsáveis apenas pela divulgação de informações.

### *3.5.2 Gestão de Resultados*

A gestão de resultados é um modo de gerir um negócio que prioriza a busca por resultados em todos os aspectos e ações da empresa. Neste contexto, líderes e liderados trabalham em conjunto e constantemente a fim de alcançarem os objetivos traçados no planejamento estratégico.

Toda empresa precisa lucrar para se manter funcionando, existem vários caminhos para chegar a este fim, como colocar o foco da organização nos processos produtivos ou até nós - pessoas. Porém um módulo que é bastante efetivo nesta questão é a gestão de resultados.

A gestão de resultados é uma estratégia baseada em metas sequenciais que é adotada pelas empresas para facilitar o alcance dos objetivos organizacionais. Trata-

se de uma forma de administrar totalmente focada nos resultados. Para isso, essa metodologia visa a criação de um sistema de gestão que garanta a estrutura necessária para gerenciar e aprimorar continuamente processos da organização.

E isso se dá pela definição de metas (e métricas) e pelo engajamento das equipes com o objetivo de aumentar a eficiência e a produtividade, assim como eliminar gargalos e evitar a perda de tempo.

Outros pontos importantes quando falamos desse tipo de gestão é o monitoramento constante dos resultados alcançados por cada colaborador. E esse acompanhamento- focado nas metas a serem atingidas, e não apenas nos processos- que vai permitir à empresa avaliar se seus objetivos serão ou não alcançados.

### **Os 3 tipos de pilares da gestão por Resultados**

- *Transparência*

É fundamental que a comunicação ocorra de maneira clara e que a informação chegue aos colaboradores de forma transparente e direta. Cabe ao gestor utilizar todos os canais necessários para garantir que isso aconteça.

- *Objetividade*

Junto a transparência, as metas das equipes devem ser estabelecidas e comunicadas de uma maneira clara. E precisa que todos tenham claro o que se espera alcançar para que haja um alinhamento dos esforços. O mesmo vale para os indicadores. O gestor deve esclarecer quais são as métricas que serão acompanhadas e como elas serão calculadas.

- *Engajamento*

É preciso estimular e incentivar a equipe a alcançar os melhores resultados. E a melhor forma para fazer isso é fazer com que os colaboradores participem da tomada de decisões, ajudando na construção das estratégias. Isso ajuda a gerar um sentimento de pertencimento e comprometimento.

Outra forma de motivar o time é compartilhar os dados de produtividade. Não basta a equipe de vendas saber que não foi batida, por exemplo. Para que possam

melhorar, é preciso que seus membros contem com ferramentas que os permitam compreender seu desempenho, dia após dia.

### 3.5.3 *Gestão de Indicadores*

A gestão por Indicadores é uma metodologia de administração que utiliza Indicadores de desempenho para avaliar os principais fatores de sucesso da empresa. Essa metodologia se baseia no monitoramento dos processos com o objetivo de potencializar a tomada de decisões dos gestores.

Aplicando esse módulo de gestão, é possível avaliar e performance corporativa a fazer análises preditivas sobre as tendências de mercado, aumentando a competitividade da empresa.

Os indicadores são informações quantitativas que refletem o desempenho de um produto, processo ou equipe, mostrando entre outros aspectos, a eficiência no nível de satisfação e qualidade com que é produzido.

Existem diferentes informações que podem ser coletadas para proporcionar a análise e, assim, melhorar os resultados da organização, a partir da implementação de indicadores em diferentes áreas como, por exemplo, financeiro, contabilidade, recursos humanos, vendas, entre outras. É necessário definir quais serão os indicadores mais relevantes para a sua organização, que permitirão mensurar, estudar e analisar os dados mais relevantes para o seu negócio.

Esses indicadores, e KPIs, devem ser selecionados de acordo com a missão, visão e valores, propósito e objetivos da empresa, estando em comum acordo com a cultura organizacional, para que realmente façam sentido e direcionem as operações.

Objetivos e métricas devem ser os principais pontos para auxiliar na seleção dos seus indicadores. Dessa forma, será possível conhecer a fundo as necessidades da organização e, ainda, identificar as atividades, processos ou profissionais que necessitam elevar a sua performance. Esses indicadores terão a principal tarefa de apoio à tomada de decisão de gestores, de forma assertiva a partir da análise e avaliação dos resultados.

## 4 GERENCIAMENTO DE STARTUPS.

As startups estão surgindo com um diferencial único no mercado. Entretanto, ao analisar alguns aspectos referentes ao seu desenvolvimento, constatou-se a dificuldade eminente no processo de gerenciamento dessas organizações para com sua progressão e escalabilidade.

### 4.1 Ideação

De acordo com a “Associação Brasileira de Startups” para criar uma solução palpável e eficiente é necessário estabelecer o conceito de ideação de maneira mais abrangente e menos estruturada em sua totalidade. O modelo padrão utilizado para descrever o desenvolvimento do produto consiste em um planejamento, organização e alguns testes, formatos estes que, costumam muitas vezes, ser extremamente longos.

Os denominados “ciclos ágeis e curtos” apresentados no livro “Lean Startup de Eric Ries,” utiliza-se de uma prototipação e reorganização, conceito este estabelecido como -picotagem – mudou todo este paradigma. Os empreendedores precisam estabelecer ciclos ágeis de desenvolvimento de protótipo e de teste, se não conhecem bem seus clientes (público-alvo). Permitir-se reestruturar o conceito e à ideia são fundamentais para modificar a oferta no mercado.

Neste aspecto, a introdução da aplicação do conceito de MVP (Minimum viable product), utilizada para atribuir um melhor desenvolvimento nas startups, a identificação de necessidade (insight), desenvolvimento focado (design), a criação de hipótese (seed), e novo protótipo, caso seja necessário, (piloto), se for importante.

Continuando, a Associação Brasileira de Startups afirma que é fundamental que seja implantado o chamado processo de desenvolvimento do cliente, como é optado em ““The startup owner’s manual”, usufruindo das seguintes etapas: customer Discovery, Validation e Creation”, sendo cruciais para constituir uma empresa. Quando se observa o primeiro passo de ideação, a descoberta e validação pelo público-alvo, os processos são ligados a própria estruturação da oferta, posicionamento da organização e do modelo de negócios... para entender a necessidade da clientela, sua adaptação e necessidade de facilitação tecnológica, conversar com os clientes em meio às ruas demonstra-se uma ótima estratégia para a fortificação do “Brainstorming” (tempestade de ideias).

O aspecto emocional demonstra-se um dos maiores desafios nessa etapa, já que para obter disciplina e execução, além de lidar com inúmeros fracassos, é importante ser resiliente. O (design thinking), desenvolvimento ágil de projetos, inovação e o processo de validação junto ao cliente, são necessários, pois, tais conhecimentos metodológicos servirão como a base para uma startup.

## 4.2 Operação

Com a ideia funcionando e atraindo clientes, a operação conta com um novo conjunto de determinados processos transacionais de compras, produção, gestão do ciclo de vendas e marketing. Ainda se faz necessário os processos contábeis, estes, por sua vez, obrigatórios. É recomendável terceirizar este processo de apoio.

Como afirma a organização, trazer o processo de automatização para os processos de prospecção de clientes, utilizando do termo “growth hacking” (constituído como o marketing orientado através de experiências por Sean Ellis), precisa demonstrar-se um diferencial para o rápido escalonamento, buscando um público-alvo por meio do chamado “funil de aquisição, ativação, retenção e venda” (um delimitador). Validar sua clientela e seu modelo de negócios, certamente trará sucesso para sua organização. Os novos indicadores de gestão são necessários agora:

ARPU – Average Revenue Per Unit (Ticket Médio), CAC – Custo de Aquisição por Cliente, Custo por clique (CPC); Custo por Lead (CPL); Taxa de cliques; Taxa de conversão; Tempo de navegação no site da empresa; LTV – Life Time Value CHURN RATE – índice de cancelamento, DAU (Daily Active Users) / MAU (Monthly Active Users), MRR, (Vendas Recorrentes mensais), Receita de Novos Clientes, Pagamentos em atraso, NPS – Net Promoter Score.

Como afirma a Associação Brasileira de Startups, analisar os dados, escutar o feedback do cliente e configurar o serviço ou produto, abrangendo as funções de modo rápido e direto é fundamental para criar um mercado. Ou reorganizar um já existente. Portanto, o foco é no cliente.

A gestão de fluxo de caixa é imprescindível, pois a organização provavelmente não atingiu seu ponto de equilíbrio financeira e irá depender, grande parte das vezes,



de investimento. Esse controle financeiro de negócios é obrigatório. Devem ser simples e diretos, os processos que envolvam produção/desenvolvimento rápido de venda, software, entrega ao cliente e processos financeiros. Estes fatores moldaram a cultura empresarial, pois tal lógica no processo transacional e dos fóruns serviram como a decisão crucial para isso.

### 4.3 Tração

Como afirma novamente a Associação Brasileira de Startups, aumentar o volume de vendas é necessário para tracionar. O mercado já validou e aceitou este modelo de negócios, portanto não se deve observar o serviço ou mesmo a resolução oferecida, como pronta, já que nunca vai estar em tua ver total. Os processos anteriores de comunicação com o cliente e surgimento de novas funções continue com o máximo de performance, além de algumas alterações na oferta e modelo de negócio que a organização deve realizar, servindo como base o contexto do mercado até aquele momento.

É comum que neste momento haja a vontade de criar soluções alternativas em uma espécie de modelo de plataforma, mas cuidado neste momento é importante, pois caso tente modificar e variar de modo antecipado pode comprometer negativamente no resultado da sua “vaca leiteira” (produto que mais vende na empresa). Além de não existir uma lei que defina especificamente o momento ideal para a expansão e retração do negócio. Os responsáveis por guia-lo nesta empreitada serão os gestores. Estes lhe darão suporte para que siga em uma determinada intensidade, assim como a possibilidade de recursos para investimentos. Controlar e administrar de modo eficiente o valor agregado constantemente é necessário. Porém mais necessário que isso é eliminar fatores que comprometem com a progressão do valor atribuído.

O controle de poder, tende a contaminar negativamente a dinâmica das organizações. Definir a localização, os produtos e soluções, linhas de produção e canais de distribuição e posicionamento próprio dos CDs (“centros de distribuição”) funcionarão como a peça-chave para uma administração eficiente em uma startup que trabalhe com resoluções físicas.

Uma empresa que exporta para a China, por exemplo, deve atentar-se para o horizonte mínimo para o planejamento dentro de seis meses. Uma empresa que

trabalhe apenas com tecnologia, deverá aguardar o horário necessário para que possa expandir sua capacidade de atendimento. Portanto, preservar e respeitar o horizonte de planejamento, dependendo e variando de caso para caso é essencial.

As organizações precisam estar de olho nas mudanças e atualizações do mercado. Introduzir processo de planejamento, o que também não significa migrar para uma “cultura corporativa de plano de negócios”. Um bom exemplo disso compartilhado no maior evento de startups da América Latina: Case Startup Summit 2K20, que indicou a necessidade da Sympla de mudar a direção da atuação dos eventos físicos (presenciais) e torná-los remotos à medida em que o mesmo sofreu com a perda de 90% da receita. Isso apenas no primeiro mês da pandemia.

#### 4.4 Scale-Up

Algumas ações serão fundamentais para que seja possível o desenvolvimento e crescimento da empresa. A primeira destas ações deve ser a nitidez da marca, fazer um branding é a chave para abranger e aumentar a margem de clientes que conhecem o nome comercial da organização e suas soluções. Uma das alternativas para a atração da clientela é o Marketing de conteúdo. A ferramenta pode ser exercida através de um canal na internet (YouTube, redes sociais ou um blog próprio. Dentre as diversas ferramentas de divulgação, como TIK TOK é Instagram (de preferência para B2B).

Atentando-se ao que as pessoas falam por meio de veículos virtuais comunicativos, é imprescindível que você consiga ter uma visão ampla do que precisa ser reestruturado, planejado e, conseqüentemente, obter mais desempenho em relação a comunicação de cliente e empresa. Principalmente Startups que necessitam, à primeira vista, de muita visibilidade e logo em seguida de constância. Mantendo seu diferencial e sua cultura intacta. Neste aspecto o marketing de referência se torna uma opção perfeita para fortalecer tais laços. Inclusive transformar os influenciadores digitais em usuários fã. Apenas atente-se a associações que não correspondem com a missão, visão e valores da marca.

De acordo com a instituição sem fins lucrativos, a redução no custo para a aquisição de clientes é uma boa alternativa para escalar sua organização, tanto no âmbito físico quanto virtual. Para verificar como podemos reduzir o custo, a aplicação do growth hacking será de grande ajuda.

Análise cerebral, mapeamento da atividade ocular, atividade elétrica cerebral e cortical, atividade cardíaca, contrações musculares, atividade cerebral e mapeamento das expressões faciais são alguns dos recursos trabalhados em estudos da neurociência. Área está que pode trazer uma nova perspectiva na forma de como você enxerga seus clientes. Lembrando que tais análises precisam ser correlatas com os demais métodos de questionamento e observação tradicional a análise extração dos dados psicofisiológicos, afirma a instituição.

O gerenciamento deve ser feito com base em dados e fatos. Pois a ciência caminha lado a lado com as opiniões e a realidade que rodeia a sua organização, principalmente em mundo onde a tecnologia traz com suas vantagens, a manipulação e ferramentas que, infelizmente, trazem muitas fake News e meias verdades. Uma comercialização sem emprego de alto volume de capital, é um dos meios que facilitam o processo de crescimento e venda de produtos físicos de uma startup. A modalidade de vendas virtuais “e-commerce”, também pode ser uma boa opção, além de distribuidores. Parcerias estratégicas, constituição de franquias e joint ventures (associação em que duas entidades se juntam para tirar proveito de alguma atividade, por um tempo limitado, sem que cada uma delas perca a identidade própria).

Para que uma startup que venda produtos físicos possa crescer de forma acelerada e exponencial, deve explorar modelos alternativos de comercialização sem emprego de alto volume de capital. O uso de e-commerce, a estruturação de franquias, uso de distribuidores, e até a construção de parcerias estratégicas e joint ventures para promoção em outros países ou locais.

## 5 FALHA NAS STARTUPS

No dia 9 de dezembro de 2019, Daniel Antunes publicou no blog GOBACKLOG um artigo referente a justificativas sobre por que 60% das startups falham por problemas de marketing. Ele menciona que um bom produto não se vende sozinho, e o marketing ruim pode impossibilitar o contato entre a Startups e seus futuros objetivos.

Para um bom funcionamento de uma empresa ou startup é importante se manter atento sobre fatores como; (marketing, posicionamento, investimento, comunicação interna e externa).

Uma boa administração é de extrema necessidade para um bom resultado de qualquer projeto ou serviço. Isso significa se atentar em todos os aspectos administrativos, como se isso fosse uma parte de seu corpo. Há vários fatores para startups não darem resultados, uma delas é problemas com o marketing.

O marketing mais bem direcionado aos seus clientes promovem positivamente ajudando na relação aos clientes, fidelizar sua marca, aumenta a credibilidade da sua empresa, auxilia os clientes a tomarem decisões e promove maior confiança no planejamento de ações na equipe.

O mercado de empreendedorismo tem aparentado ter se tornado favorável para novos empreendedores, mas embora o cenário promissor, boa parte das Startups fecham suas portas antes de completarem 2 anos de atividade. Cerca de 70% das Startups têm esse destino.

Em 20 de Outubro de 2021, Rodrigo Bürges publicou no blog (Play Studios) uma matéria com detalhes sobre o porquê de as Startups falhar tanto. Um dos principais fatores diz respeito à falta de demanda de mercado, juntamente com as dificuldades financeiras de levantar capital.

Segundo uma pesquisa da CB Insights, a empresa aponta que 35% das Startups feita com 111 Startups que fecharam suas portas entre 2018 e 2021, mostrou que esse é o segundo maior motivo para a desistência de novas empresas e Startups no mercado. O desenvolvimento de produtos ou serviços para uma Startups deve ser flexível, rápido e ágil.

Porém o mundo corporativo se mantém instável para suprir recursos, isso se deve por questões voltadas aos preços de materiais juntamente com a constante

mudanças de climas como por exemplo a Guerra da Ucrânia ou a pandemia da Covid-19. A soma de pouco capital ou falta de planejamento na hora de usar recursos. Equipe pouco diversa ou falta de funcionários com funções complementares.

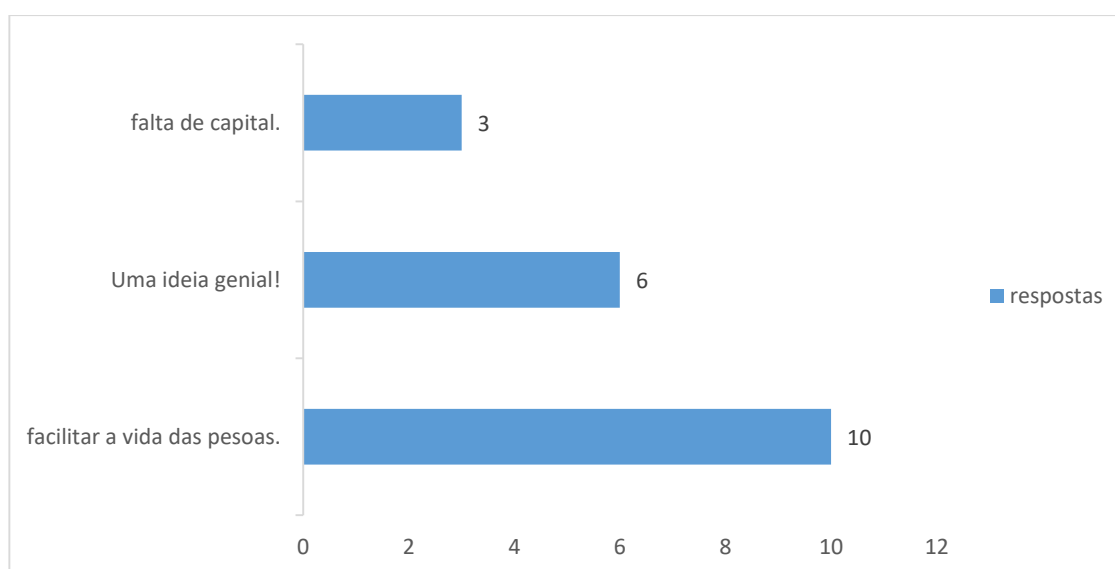
## ANÁLISE DE RESULTADOS

O resultado de todo o material pesquisado no capítulo anterior tem por objetivo comprovar ou não as hipóteses descritas no primeiro capítulo. Para a constituição dos resultados observados, foi utilizado um formulário com 10 questões exploratória tematizada.

Este questionário foi aplicado em um grupo de 19 integrante e ex-integrantes de diversas startups que residem nas proximidades da capital e do estado. Possuindo perguntas referentes a relação de gerenciamento, dificuldades e adversidades encontradas por essas organizações, com o intuito de compreender a maior dificuldade e empecilho para as Startups no mercado.

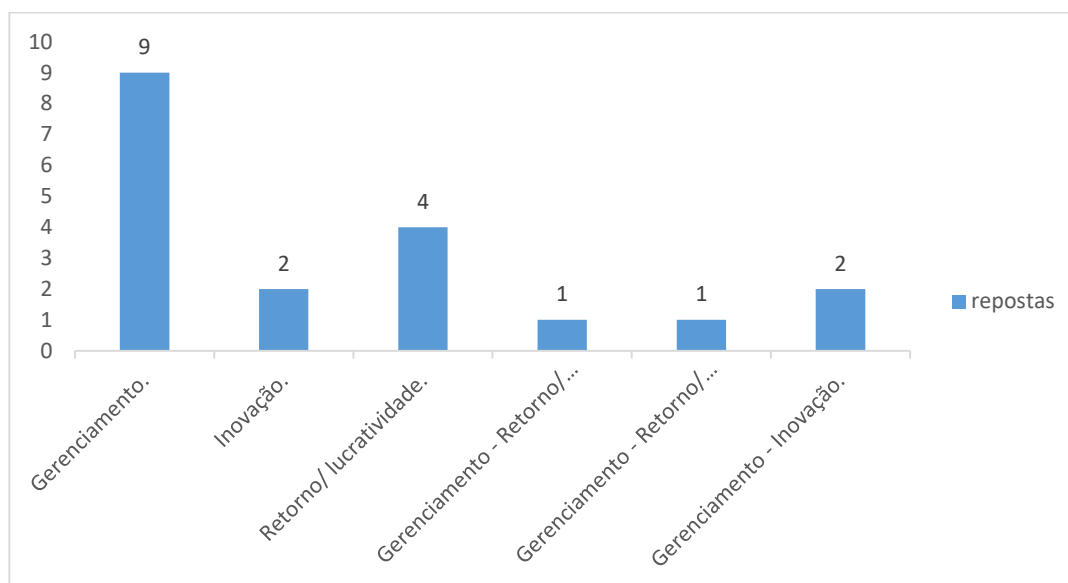
Siga abaixo os resultados obtidos na aplicação deste questionário.

**Gráfico 1 – Abertura da Empresa**



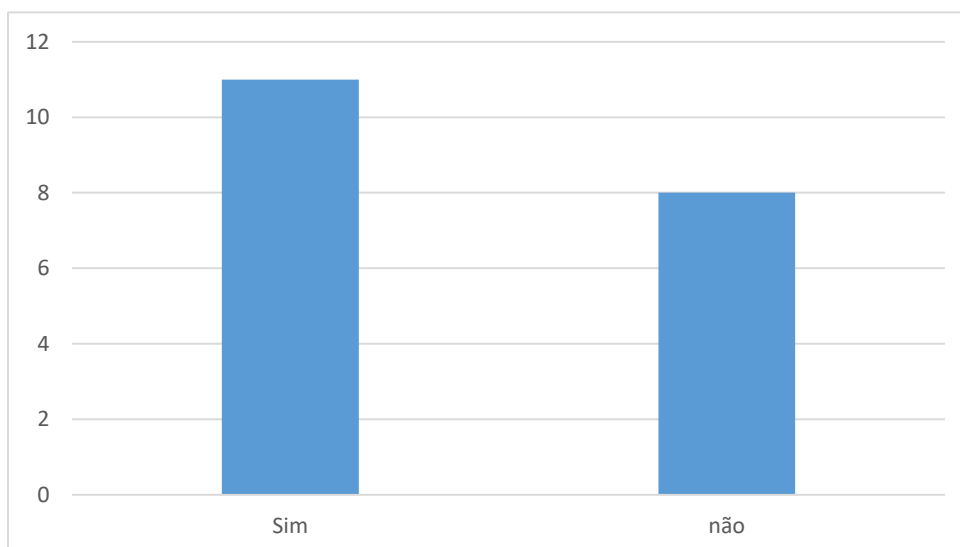
**Fonte:** Autor próprio, 2022.

Através do gráfico é possível constatar que a variável “Facilitar a vida das pessoas.” Tornou-se destaque em meio as demais, provando que a vontade de trazer uma solução para as pessoas predomina sobre as demasiadas opções na hora de se empreender e construir soluções para a sociedade.

**Gráfico 2 – Desenvolvimento de uma Startup**

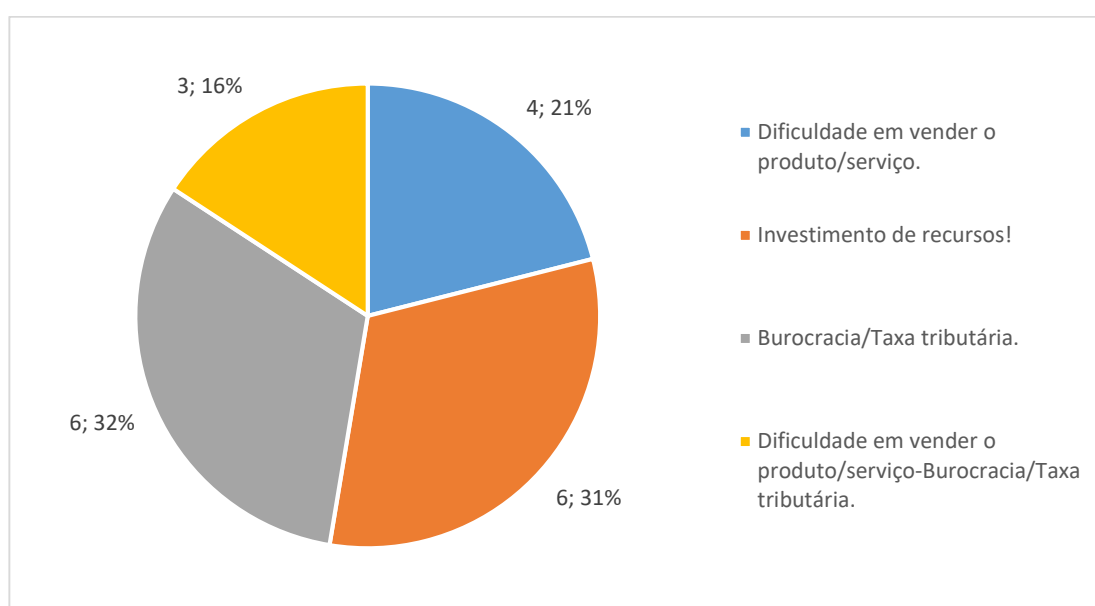
**Fonte:** Autor próprio, 2022.

O gráfico dois é fruto de uma análise estabelecida para entender qual foi variável determinante no intuito de averiguar o nível de importância no quesito de desenvolvimento e crescimento dessas organizações. A escolha mais tomada durante a pesquisa foi “Gerenciamento”, mostrando de modo evidente como esse aspecto é fundamental e costuma ser analisado pelas empresas de modo constante. Fortalecendo a relação das hipóteses iniciais.

**Gráfico 3 – O gerenciamento é o maior problema?**

**Fonte:** Autor próprio, 2022.

O gráfico três tem como objetivo comprovar uma das hipóteses iniciais propostas pela problemática central da pesquisa, a dificuldade máxima encontrada pela empresa, sendo o gerenciamento. E como é visível, a opção “Sim” foi a mais optada na durante a pesquisa. Comprovando que, sim, o gerencialmente é fundamental para as startups.

**Gráfico 4 – Maior dificuldade encontrada**

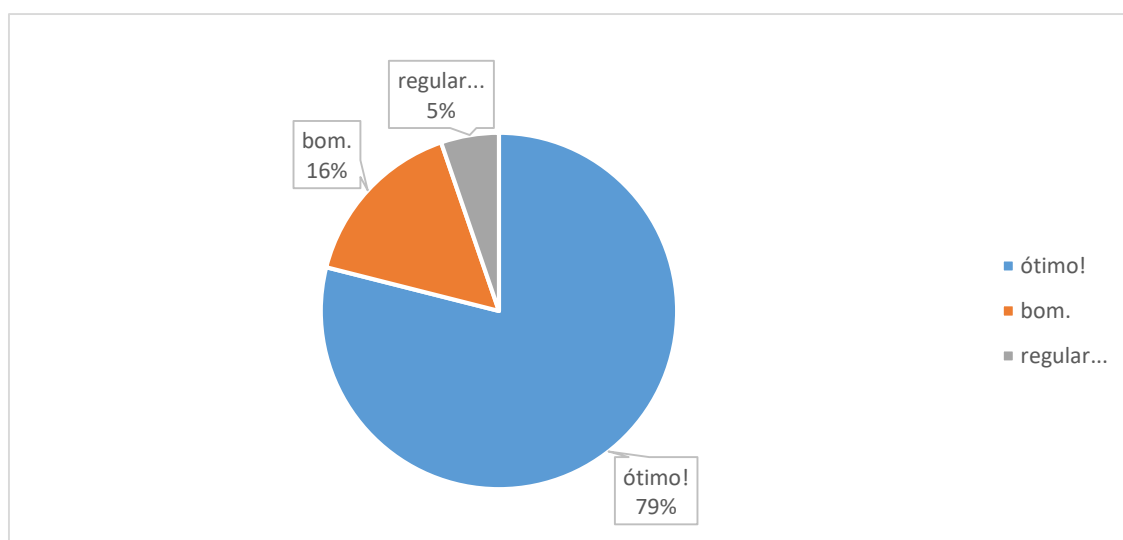
**Fonte:** Autor próprio, 2022



Este gráfico tem como objetivo analisar qual é - dentre todas as demais atividades internas das startups – aquela que maior dificuldade apresenta em seu cerne. Em meio as variáveis presentes, a “Burocracia/Taxa tributária.” Foi, de modo quase que equivalente - com a diferença de 00,1% a mais do que a segunda mais escolhida, “Investimento de recursos” – a variável mais votada na pesquisa. O que demonstra uma dificuldade semelhante a do próprio gerenciamento, em adaptar-se e resistir as altas taxas tributárias sobre as startups e o setor privado, de modo geral.

O que significa que as duas maiores dificuldades encontradas no âmbito interno das startups é, de modo claro, atividades de gestão e o pagamento de tais taxas. Mostrando a nós que não só a gestão, como a tributação andam juntos quando o assunto é a complicação na execução de atividades internas dessas empresas.

### Gráfico 5 – Software para gerenciamento



Fonte: Autor próprio, 2022.

O gráfico 5 tem como objetivo averiguar a opinião a respeito da necessidade de um software que possa servir como base para auxiliar os gerenciamentos da Startups. A variável mais votada, de modo disparado foi “ótimo”. O que demonstra que ferramentas administrativas e tecnológicas que possam facilitar a execução dessas atividades de gerenciamento são extremamente bem-vindas pelas organizações. Tornando-se uma grande oportunidade de facilitar todos estes processos.

## Aplicativo

Bom, o intuito de compreender, analisar, encontrar uma solução e tentar resolver o grande problema das pequenas empresas de tecnologia com foco em inovação - A administração – foi elaborado conceitualmente um protótipo de software (um aplicativo) que pudesse auxiliar direta e indiretamente no processo de gerenciamento destas organizações. Trazendo uma introdução simples, direta, centrada, formada e informada com o intuito de trazer uma conscientização coletiva a respeito da importância e relevância no processo de gestão, adaptação, escalabilidade, performance, consistência e inovação no mercado atual.



Como visto anteriormente, uma Startup falha por diversos motivos e circunstâncias- tanto genéricas e corriqueiras, quanto específicas. Portanto, um dos princípios basilares que regem a fundamentação e solidificação de uma startup, isto é, aquilo que contribui um fator de unicidade e diferencial presente no mercado, é seu potencial de crescimento e ideia de inovação.

Startups, geralmente, costumam a falir também pelo problema de comunicação, marketing, logística, adequação do produto ao uso (qualidade), necessidade daquele mesmo produto, além de diversos fatores externos que podem acarretar futuramente, no decaimento e falecimento dessas organizações como pandemia, guerras ou revoluções tecnológicas.

E é através deste conceito que o protótipo de aplicativo “STARTUP EVOLVE”, visa trabalhar e possibilitar uma disseminação de informações e conteúdo que modifiquem ou ajudem a modificar a percepção da realidade de muitos empreendedores.



### *Ferramentas*

O aplicativo trará conteúdos encontrados tanto no âmbito de estudo das finanças, quanto de logística, contabilidade, recursos humanos e administração como um todo. Os conteúdos serão separados em áreas específicas e poderão ser acessados de acordo com a necessidade e dificuldade encontrada pelos empreendedores.

O app consistirá em recomendações constantes a respeito de materiais bibliográficos, vídeos, artigos e demais funcionalidades com cunho informativo que atendam à necessidade de recomendações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estamos vivendo em um período em que a humanidade está aprendendo e desenvolvendo sua tecnologia em uma velocidade exponencial. Isso por consequência, traz impactos diretamente em todas as esferas da sociedade, inclusive no mundo administrativo e empresarial.

Com o advento de ferramentas que auxiliem os processos de interação, conexão e comunicação, novos modelos de negócios e empresas foram surgindo, dentre elas as famosas Startups (pequenas empresas focadas em tecnologia e inovação), que tem como foco criar uma tendência ou produto que solucionem a necessidade ainda não saciada das pessoas com produtos ou serviços.

Porém, como se iniciam pequenas, normalmente ocupando cômodos, garagens e escritórios, quando começam a crescer e ganhar visibilidade no mercado, muitas delas acabam falhando em desenvolver-se devido à sua falta de inexperiência ou incapacidade administrativa em gerenciar todos os recursos fundamentais para poder adquirir notoriedade e escalabilidade.

Diversos estudos demonstram a dificuldade iminente destas pequenas empresas em gerenciar corretamente seu tempo e dinheiro de modo satisfatório, a fim de garantir financiamento de investidores, contratos e parcerias, contratação de funcionários, oferta e demanda, dentre outros aspectos que necessitam de um planejamento a longo prazo.

Com o intuito de resolver esse problema mortal, semelhante ao mecanismo da natureza, a seleção natural, onde prevalecem apenas aqueles que mais se adaptam, decidimos contribuir para com essas startups, visando reduzir essa taxa de mortalidade estatística, através de uma espécie de guia virtual on-line (um protótipo de aplicativo), onde o objetivo principal é educar, informar, treinar e lecionar estas instituições, com um conteúdo voltado para o gerenciamento em geral, utilizando bases teóricas fundamentadas que decorrem desde marketing, recursos humanos e gestão empresarial.

Tudo para que possa ser absorvido e aplicado por estas startups, auxiliando tanto economicamente o giro de capital (a economia), quanto facilitando o processo

de criação e venda de produtos que possam revolucionar a sociedade tecnologicamente, aumentando a qualidade de vida e oferecendo muitas oportunidades para todos, ocorrendo em um efeito dominó.

## REFERÊNCIAS

FINOTTI, Fernanda. Venture capital: o que é e como funciona. Capital Aberto. 22 de março, 2019. Disponível em: <https://capitalaberto.com.br/secoes/explicando/venture-capital/>. Acesso em: 02 de out. 2022.

REIS, Tiago. Private equity: entenda como funciona esse tipo de investimento. Suno Artigos. 09 de fevereiro, 2022. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/private-equity/>. Acesso em: 02 de out. 2022.

ROVAROTO, Isabela. Estas startups estão na contramão do mercado e crescem em 2022. Exame. 29 de setembro, 2022. Disponível em: <https://exame.com/negocios/estas-startups-estao-na-contramao-do-mercado-e-crescem-em-2022/>. Acesso em: 02 de out. 2022.

SABARÁ, Filipe. A força das startups no Brasil. Forbes Collab. Forbes. 25 de janeiro, 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-collab/2022/01/a-forca-das-startups-no-brasil/>. Acesso em: 04 set. 2022.

FERNANDES, Vitória. Investimentos em startups no Brasil caem quase pela metade em 2022. Forbes Money. Forbes. 7 de julho, 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2022/07/investimentos-em-startups-no-brasil-caem-quase-pela-metade-em-2022/>. Acesso em: 04 set. 2022.

NICOLETTI, Anna. Mas afinal, o que é empreendedorismo. Sebrae. 29 de jun. 2021. Disponível em: [https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo#:~:text=Segundo%20o%20te%C3%B3rico%20Joseph%20Schumpeter%2C%20empreendedorismo%20est%C3%A1%20diretamente,%C3%A9%20o%20respons%C3%A1vel%20pela%20realiza%C3%A7%C3%A3o%20de%20novas%20combina%C3%A7%C3%B5es](https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo#:~:text=Segundo%20o%20te%C3%B3rico%20Joseph%20Schumpeter%2C%20empreendedorismo%20est%C3%A1%20diretamente,%C3%A9%20o%20respons%C3%A1vel%20pela%20realiza%C3%A7%C3%A3o%20de%20novas%20combina%C3%A7%C3%B5es.). Acesso: 06 de ago. 2022.

GARRETT, Filipe. O que é startup? Entenda o significado e como funcionam essas empresas. Techtudo. 15 de abr. 2020. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/04/o-que-e-startup-entenda-o-significado-e-como-funcionam-essas-empresas.ghtml>. Acesso em: 22 de set. 2022.

COUTINHO, Thiago. A importância de um investidor anjo para o seu empreendimento. Voitto. 06 de jul. 2020. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/investidor-anjo>. Acesso em: 26 de set. 2022.

STARTUPI. Como criar uma startup do zero: instruções passo a passo. Startupi. 21 de jan. 2020. Disponível em: <https://startupi.com.br/como-criar-uma-startup-do-zero-instrucoes-passo-a-passo/>. Acesso em: 26 de set. 2022.

PADRÃO, Márcio. Quais são as diferenças entre startup e empresa tradicional. Canaltech. 28 de jul. 2021. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/canaltech.com.br/amp/startup/quais-sao-as-diferencas-entre-startup-e-empresa-tradicional-191114/>. Acesso em: 07 de out. 2022.

MEUSUCESSO. Startups X Empresas tradicionais: conheça as principais diferenças. Meu Sucesso. 13 de out. 2021. Disponível em: <https://meusuccesso.com/artigos/startups-e-empresas-tradicionais-conheca-as-principais-diferencas-9667/>. Acesso em: 11 de out. 2022.

VIVO MEU NEGÓCIO. Como criar uma startup: 9 dicas e passo a passo. Vivo meu negócio. 09 de nov. 2021. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/vivomeunegocio.com.br/startups/gerenciar/como-criar-uma-startup/amp/>. Acesso em: 12 out. 2022.

CHAIM, Carol. Da origem à atualidade: tudo o que você precisa saber sobre startups. Wilde pay. 12 de abr. 2021. Disponível em: <https://blog.widepay.com/saiba-tudo-sobre-startups/#:~:text=O%20termo%20startup%20surtiu%20apenas%20na%20d%C3%A9cada%20de,partir%20de%202011.%20O%20que%20%C3%A9%20uma%20startup>. Acesso em: 12 de out. 2022.

SABARÁ, Filipe. A força das startups no Brasil. Forbes Collab. Forbes. 25 de jan. 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-collab/2022/01/a-forca-das-startups-no-brasil/>. Acesso em: 12 de out. 2022.

FERREIRA, Danilo. Como fazer um plano de negócios: aprenda passo a passo como montar um planejamento do zero. GOkursos. 25 de ago. 2021. Disponível em: <https://blog.gokursos.com/empreendedorismo/como-fazer-um-plano-de-negocios/>. Acesso em: 13 de out. 2022.

GOMES, Josué. Incubadoras, aceleradoras e investidores anjos. Agência Primeira Página. 10 de jun. 2021. Disponível em : <https://agenciaprimeirapagina.com.br/incubadoras-aceleradoras-e-investidores-anjos/#:~:text=A%20aceleradora%20d%C3%A1%20uma%20mordida,milh%C3%A3o%20de%20reais%20ou%20mais>. Acesso em: 13 de out. 2022.

ACATE. Como encontrar o diferencial competitivo da sua startup. Acate. 12 de Ago. 2021. Disponível em: <https://www.acate.com.br/blog-da-acate/como-encontrar-o-diferencial-competitivo-da-sua-startup/>. Acesso em: 17 de out. 2022.

ANDRADE, Tamires. O que são as startups e quais os seus diferenciais. Webcitizen. 20 de abr. 2022. Disponível em: <https://www.webcitizen.com.br/2022/02/o-que-sao-as-startups-e-quais-sao-os-seus-diferenciais.html>. Acesso em: 20 de out. 2022.

ALMEIDA, Danielle. A prática do compliance nas startups e seu diferencial competitivo. Arone Coutinho advocacia. 15 de jul. 2022. Disponível em: <https://aronecouthoadv.com.br/2022/07/15/a-pratica-do-compliance-nas-startups-e-seu-diferencial-competitivo/>. Acesso em: 20 de out. 2022.

REIS, Tiago. Compliance: entenda o que é e quais são as melhores práticas. Suno. 22 de jun. 2022. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/compliance/> . Acesso em: 05 de nov. 2022.

VASCONCELOS, Rafaella. Gestão de startups: processos que você precisa conhecer. Semente Negócios. 05 de janeiro de 2021. Disponível em: <https://www.sementenegocios.com.br/blog/gestao-de-startups#:~:text=Gest%C3%A3o%20em%20startups%20nada%20mais,crescimento%20cont%C3%ADnuo%20comum%20das%20startups> . Acesso em: 05 de nov. 2022.

CARRILO, Flávia. O que devo fazer para gerenciar de forma efetiva minha startup. Abstastups. 11 de julho de 2019. Disponível em: <https://abstartups.com.br/o-que-devo-fazer-para-gerenciar-de-forma-efetiva-minha-startup/>. Acesso em: 04 de ago. 2022.

SOUZA, Ivan. Conheça a história do empreendedorismo e como ele revolucionou o mundo dos negócios. Rockcontent. 09 de jan. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/historia-do-empreendedorismo/>. Acesso em: 14 ago. 2022.



FRAZÃO, Divã. Barão de Mauá. Biografia. 18 dez. 2019. Disponível em: [https://www.ebiografia.com/barao\\_maua/](https://www.ebiografia.com/barao_maua/). Acesso em: 14 ago. 2022.

CONTEZINI, Diego. História do empreendedorismo no Brasil: como e onde começou. Blog Asaas. 29 de ago. 2022. Disponível em: <https://blog.asaas.com/conheca-a-historia-do-empendedorismo-no-brasil/>. Acesso em: 30 de ago. 2022.

TIPOS DE EMPREENDEDORISMO: qual é o seu. Empresas&Cooperativas. 21 de jul. 2022. Disponível em: <https://empresasecooperativas.com.br/tag/tipos-de-empendedorismo/>. Acesso em: 01 de set. 2022.

SALES PERFORMANCE MANAGEMENT. O que é e como adotar a estratégia de gestão por resultados. Casting. 17 de jun. 2020. Disponível em: <https://www.cstng.com/blog/gestao-por-resultados/>. Acesso em: 29 de set. 2022.

COLABORADOR DOCUSIGN. Entenda como a gestão por resultados pode ajudar sua empresa. DocuSign. 25 de Mar. 2020. Disponível em: <https://www.docusign.com.br/blog/gestao-por-resultados>. Acesso em: 29 de set. 2022.

SARDAGNA, José. Gestão do conhecimento: o que é e como aplicar na sua empresa. Conta Azul. 18 de jun. 2021. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/gestao-do-conhecimento-o-que-e-como-aplicar/>. Acesso em: 26 de set. 2022.

Ricardo. Empreendedorismo na era digital: o que você precisa saber. Empresas&Negócios. 16 de Ago. 2021. Disponível em: <https://jornalempresasenegocios.com.br/tecnologia/empendedorismo-na-era-digital-o-que-voce-precisa-saber/>. Acesso em: 21 de Ago. 2022.

UNOPAR. Mudanças no mundo do trabalho: como se preparar o mercado do futuro. Unopar. 26 de mai. 2020. Disponível em: <https://blog.unopar.com.br/mudancas-no-mundo-do-trabalho/>. Acesso em: 27 set. 2022.

SCHUMPETER, Joseph. Empreendedorismo. In: SOBEL, Russell; CLEMENS, Jason. O essencial de Joseph Schumpeter: a economia do empreendedorismo e a destruição criativa. 1º edição brasileira. Barueri: Faro Editorial, 2021.p. 9-26. Disponível em: <https://faroeditorial.com.br/site2020/wp-content/uploads/2021/02/Mini-Livro-O-essencial-de-Joseph-Schumpeter.pdf>. Acesso em: 4 de ago. 2022.

SCHUMPETER, Joseph. Desenvolvimento econômico. In: COSTA, Rubens.. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural. 1978. p. 5-13. Disponível em: [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.ufjf.br/oliveira\\_junior/files/2009/06/s\\_Schumpeter\\_-\\_Teoria\\_do\\_Developolvimento\\_Econ%25C3%25B4mico\\_-\\_Uma\\_Investigac%25C3%25A7%25C3%25A3o\\_sobre\\_Lucros\\_Capital\\_Cr%25C3%25A9dito\\_Juro\\_e\\_Ciclo\\_Econ%25C3%25B4mico.pdf&ved=2ahUKEwioneyij6L7AhUkspUCHdNPBjwQFnoECD8QAQ&usq=AOvVaw3Zdex7bDN\\_waAgdlAXpBrC](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.ufjf.br/oliveira_junior/files/2009/06/s_Schumpeter_-_Teoria_do_Developolvimento_Econ%25C3%25B4mico_-_Uma_Investigac%25C3%25A7%25C3%25A3o_sobre_Lucros_Capital_Cr%25C3%25A9dito_Juro_e_Ciclo_Econ%25C3%25B4mico.pdf&ved=2ahUKEwioneyij6L7AhUkspUCHdNPBjwQFnoECD8QAQ&usq=AOvVaw3Zdex7bDN_waAgdlAXpBrC). Acesso em: 19 de ago. 2022.

DORNELAS, José. Empreendedorismo. in: DORNELAS, José. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. p. 3- 19. Disponível em: [https://books.google.com.br/books/about/Empreendedorismo.html?id=oKlayz7rBVIC&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&hl=pt-BR&newbks=1&newbks\\_redir=0&gboemv=1&redir\\_esc=y](https://books.google.com.br/books/about/Empreendedorismo.html?id=oKlayz7rBVIC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=pt-BR&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&redir_esc=y). Acesso em: 11 de ago. 2022.

FREITAS, Thiago. 5 motivos de 90% das startups falham. Innova. 30 de dez. 2020. Disponível em: <https://innovea.com.br/5-motivos-porque-90-das-startups-falham/#:~:text=Um%20dos%20principais%20fatores%20para,%2C%20etc%2C%20voc%25C3%25A7%25C3%25A1%20falhar>. Acesso em: 25 de set. 2022.

ANTUNES, Daniel. 60% das startups falham por problemas de marketing. Gobacklog. 09 de dez. 2019. Disponível em: <https://www.gobacklog.com/blog/startups-falham-no-marketing/#:~:text=A%20longevidade%20das%20Startups%20e,iniciativas%20ao%20fracasso%20s%C3%A3o%20evit%C3%A1veis>. Acesso em: 25 de set. 2022.

LOSADA, Bruna. Startup. in: LOSADA, Bruna. Finanças para startup: ao essencial para empreender, liderar e investir em startups. 1ª edição. São Paulo: Saint Paul, 2020. p. 62. Disponível em: [https://books.google.com.br/books/about/Finan%C3%A7as\\_para\\_Startups\\_O\\_essencial\\_para.html?id=YjDIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&hl=ptBR&newbks=1&newbks\\_redir=0&gboemv=1&ovdme=1&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books/about/Finan%C3%A7as_para_Startups_O_essencial_para.html?id=YjDIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=ptBR&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&ovdme=1&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 15 de nov. 2022.

## QUESTIONÁRIO

**1-** O que motivou a abertura da empresa?

- Uma ideia genial!
- Falta de Capital...
- Facilitar a vida das pessoas.

**2-** Qual a maior dificuldade encontrada pela startup?

- Investimento de recursos!
- Dificuldade em vender produto o produto/serviço.
- Burocracia/Taxa tributária
- outro:

**3-** A empresa possui alguma estrutura de gerenciamento?

- Sim!
- Não!
- Outro:

**4-** O que a empresa acha de um software criado, exclusivamente, para facilitar o gerenciamento da organização?

- Ótimo!
- Bom...
- Regular.
- Ruim.
- Inviável...
- Outro:

**5-** Quais destas funções vocês mais priorizam?

- Gerenciamento.
- Criatividade e inovação.
- Desenvolvimento tecnológico.
- Outro:

**6-** Como você classifica o gerenciamento da sua empresa?

- Ótimo!
- Bom...
- Regular.
- Outro:

**7-** Quais destas funções vocês mais priorizam na organização?

- Gerenciamento.
- Criatividade e inovação.
- Desenvolvimento tecnológico.
- Outro:

**8-** A maior dificuldade encontrada na sua empresa é o gerenciamento?

- Sim!
- Não!
- Outro:

**9-** Na sua opinião: A falta de experiência contribui para uma falha administrativa na organização?

Sim!

Não!

Outro:

**10-** O que você considera importante para uma startup?

Gerenciamento.

Retorno/ Lucratividade

Inovação