

STARTUP:

ALINHAMENTO CONCEITUAL

Organizadores

Clarissa Stefani Teixeira

Jadhi Vincki Gaspar

Autores

Jadhi Vincki Gaspar

Clarissa Stefani Teixeira

Design e edição

Mariana Barardi

Florianópolis, primeira edição, 2016

G249s

Startup: Alinhamento conceitual [recurso eletrônico] /

Jadhi Vincki Gaspar; Clarissa Stefani Teixeira. – Florianópolis: Perse,

18p. : il. 2016

1 e-book

Disponível em: < <http://via.ufsc.br/> >

ISBN 978.85.464.0307-3

1.Startup. 2. inovação. 3. Empreendedorismo. I. Teixeira. Clarissa Stefani II. Gaspar; Jadhi Vicki. III Via Estação do conhecimento. IV. Título.

CDU: 658.401



Esta licença permite a redistribuição, comercial e não comercial, desde que o trabalho seja distribuído inalterado e no seu todo, E book

Ficha catalográfica elaborada por: Milena Maredmi Correa Teixeira-
CRB-SC 14/1477

www.via.ufsc.br

CONTEXTUALIZAÇÃO INICIAL

Diversos são os termos utilizados na atualidade quando principalmente nas tratativas e discussões sobre **inovação, empreendedorismo** e habitats de inovação. Os habitats de inovação são espaços diferenciados, propícios para que as inovações ocorram, pois são locus de compartilhamento de informações e conhecimento, formando networking, e permitem minimizar os riscos e maximizar os resultados associados aos negócios (TEIXEIRA et al., 2016). Estes ambientes, por meio de seus mecanismos e processos, vêm apoiar empresas tradicionais, empresas inovadoras, empresas nascentes, investidores, comunidade, governos, universidades, estudantes, professores e, mais recentemente, as *startups*.



Inovação: Implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo ou um novo método de marketing ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. O primeiro aspecto importante sobre inovação é que ela deve ter sido implementada. Isso significa que, se ela for um produto ou um serviço, deve ter sido introduzida no mercado. Se for um processo, método ou uma prática deve ter sido efetivamente utilizada nas operações da empresa (ou organização) (OCDE, 2005).



Empreendedorismo: (a) Característica daquele que tem habilidade para criar, renovar, modificar, implementar e conduzir empreendimentos inovadores; (b) competência associada à criatividade, persistência, habilidade de assegurar a realização de objetivos, liderança, iniciativa, flexibilidade, habilidade para conduzir situações e utilizar recursos; (c) competência que possibilita a inserção do indivíduo no mundo do trabalho e sua sobrevivência em sociedade competitiva (ANROTEC-SEBRAE, 2012).

Especificamente tratando das *startups*, segundo Gitahy (2011), os conceitos surgiram a partir de 1990 onde começou a se popularizar quando a chamada bolha da internet surgiu nos Estados Unidos. Para Hartmann (2013) o movimento de *startup* mostra-se como uma tendência em grande crescimento, principalmente pelo empreendedor iniciante ou ainda, segundo Lemos (2012), pelos universitários. No mundo todo, importantes *startups* se mostram presentes, como Uber, Airbnb, Alibaba e Facebook (GLOBAL STARTUP ECOSYSTEM RANKING-2015, 2015).

Mesmo com a terminologia em voga, diversos são os autores (RIES, 2012; BLANK; DORF, 2014; EDELMAN et al., 2016; STUCKI, 2016) preocupados em indicar estratégias para que a *startups* tenham sucesso. Estas preocupações se fortalecem quando Nagamatsu, Barbasa e Rebecchi (2013) indicam que de maneira geral o novo ambiente empresarial está em constante mudança, entretanto, no mundo das *startups*, os riscos assumidos são maiores pois este tipo de segmento atua com altas mutações e variações.



Embora haja, inclusive no Brasil, diversos movimentos que tratam das *startups*, é comum identificar ainda problemas quanto ao alinhamento conceitual da terminologia. Desta forma, este livro busca indicar o que é uma *startup*, seus objetivos e processos de criação e desenvolvimento.

MOVIMENTOS:

Uma das maiores iniciativas mundiais é o Startup Weekend que tem presença em 150 países. Evento realizado em um final de semana (sexta, sábado e domingo) com 54 horas de experimentação do que compõe a vida de uma startup. No evento, é possível vivenciar e aprender como criar uma empresa real com auxílio de mentores, investidores, co-fundadores e patrocinadores.

Disponível em: <http://startupweekend.org>



Em Santa Catarina, o Startup SC do Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa de Santa Catarina (SEBRAE-SC) ganhou visibilidade. É um programa de capacitação realizado em quatro meses onde os empreendedores das startups participam de uma série de workshops, palestras e sessões de mentoria, ministrados por especialistas, onde o foco são metodologias comprovadas que mais se aplicam ao ambiente de inovação.

Disponível em: <http://startupscom.br>

CONCEITUANDO UMA STARTUP

Afinal, o que é uma Startup?

Diferentes são os conceitos utilizados para definir uma *startup*. Confirme indica o Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas, uma *startup* é uma empresa nova, até mesmo embrionária ou ainda em fase de constituição, que conta com projetos promissores, ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras (SEBRAE, 2012). Reis (2012) contextualiza que uma *startup* é uma empresa recém-criada, recém-estabelecida, nascente. No entanto, as *startups* são empresas que optam por buscar no-

vos modelos de negócios, elas têm a importância de representar e refletir a velocidade das mudanças, bem como de influenciar na construção de novos conhecimentos e no desenvolvimento econômico (SEBRAE, 2012, p. 5).

Portanto, *startup* é o conceito utilizado para definir o estágio inicial vivido por empresas que investem em produtos e modelos de negócios inovadores. Esse estágio consiste em um período de experimentação no qual os empreendedores testam suas ideias e fazem adaptações com o objetivo de encontrar um produto e/ou servi-

ço que possua demanda e ao mesmo tempo tenha retorno financeiro (ALVES, 2014).

Uma das principais diferenças de *startups* e empresas tradicionais está na fase inicial da empresa, enquanto nas empresas tradicionais aconselha-se a fazer um plano de negócios minucioso, ver a viabilidade e depois colocar em execução o plano, nas *startups*, basicamente é definido como tentativa e erro, ou seja tem-se hipótese e o empreendedor vai a campo ver se essa hipótese tem mercado (ALBERONE; CARVALHO; KICORVE, 2012).

Para ser executada, a *startup* conta com um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável (GITAHY, 2010), assim, para alcançar esse propósito segundo o autor Ries (2012) é necessário um novo tipo de gestão, projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extre-

ma incerteza. Entretanto, a existência da startup fomenta o desenvolvimento de um negócio sustentável. Logo, para a *startup* crescer rápido e incessantemente é necessário um modelo de negócios escalável e um mercado amplo que seja validado (BEHRENS, 2015). Segundo Graham (2012) é importan-

te observar que o grande potencial de escalabilidade pressupõe que haja um grande mercado disposto a querer usar o produto ou serviço oferecido. Dessa forma, é necessário oferecer algo novo ao mercado. O mesmo autor constata que uma *startup* de sucesso geralmente passa por três fases:

1. Há um período inicial e lento ou nenhum crescimento, enquanto a empresa tenta descobrir o que está fazendo.



2. Quando a startup descobre como fazer algo que muitas pessoas querem e como chegar até essas pessoas, há um período de rápido crescimento.



3. Eventualmente, a companhia de sucesso se transformará em uma grande empresa. O crescimento desacelerará, em parte devido aos limites internos e em parte porque a empresa estará começando a chocar-se contra os limites dos mercados no qual atua.



Repetível = entregar o mesmo produto em uma escala potencialmente ilimitada sem muitas customizações ou adaptações para diferentes clientes

Escalável = possibilidade de crescer sem influenciar o modelo de negócio



Startup é iniciativa humana, projetada para criar novos produtos e serviços, com modelo de negócios repetível e escalável

mesmo em ambientes de extrema incerteza

(RIES, 2012; BLANK; DORF, 2014).

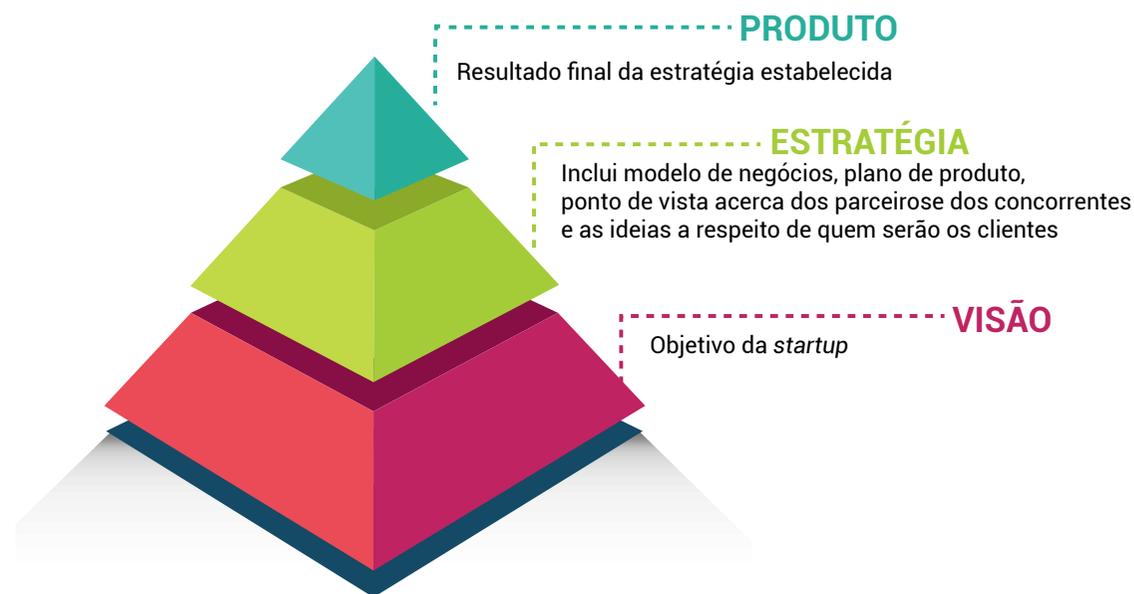
OBJETIVO DE UMA STARTUP

Considerada uma iniciativa intensamente humana que tem inovação como parte essencial, o maior objetivo designado a uma startup é criar um negócio próspero e capaz de mudar o mundo (RIES, 2012). Para Schumpeter (1997) a inovação é o motor do processo de desenvolvimento econômico e é o centro da sua análise, estando todos os outros conceitos vinculados a ela.

Diante a mudança do paradigma produtivo da atualidade - crise do modelo fordista de produção, a inovação e produção do conhecimento se tornam elementos fundamentais para a competitividade, entretanto, as startups representam muito bem esse novo cenário dado que inovar é sua característica mais forte (ALVES, 2014).

Tendo em vista que a inovação é um fator determinante para o desenvolvimento das startups, o objetivo de uma startup é denominado por Ries (2012) como visão e para alcançá-la, as startups empregam uma estratégia, que inclui um modelo de negócios, um plano de produto, um ponto de vista acerca dos parceiros e dos con-

correntes e as ideias a respeito de quem serão os clientes e por fim, o produto é o resultado final dessa estratégia (Figura 1). O mesmo autor ainda constata que os produtos mudam constantemente através do processo de otimização, já as estratégias com menos frequência podem mudar, todavia, a visão dominante raramente muda.



O PROCESSO DE CRIAÇÃO DE UMA STARTUP



ETAPAS DE CRIAÇÃO DE UMA STARTUP

As etapas que uma startup passam desde o surgimento da ideia até a validação pelo mercado e podem ser representadas da seguinte maneira, assim como indica Alves (2014).



1º CONCEPÇÃO

- Identificação de uma necessidade de mercado / busca de uma oportunidade de negócio que está fazendo.
- São feitas pesquisas, estudo de mercado e elaboração de um plano de negócios.
- Geralmente o capital semente é constituído por recursos próprios e nessa fase também se pensa em possíveis fontes de financiamento



2º GESTAÇÃO

- Fase de elaboração de um protótipo para testar se a ideia tem viabilidade técnica e econômica
- Se necessário é feita uma busca por investimento



3º NASCIMENTO E VALIDAÇÃO

Lançamento do produto ou serviço no mercado após confirmação da existência de demanda

4º CRESCIMENTO OU MORTE

- São analisados os resultados da 3a etapa para decidir se a empresa possui potencial de crescimento ou não
- **Se verdadeiro** passa para a fase de crescimento
- **Se falso** é decretado o encerramento das atividades ou o projeto pode ser reinventado, voltando-se para a 1a etapa
- Se verdadeiro surgem outras preocupações: concorrência, necessidade de aumentar a carteira de clientes, definir novos investimentos, parceria e estratégias de inovação

STARTUP: UM NOVO MODO DE EMPREENDER

Para realizar um projeto *startup* é preciso ter um conjunto de características únicas que torna o empreendedor capaz de passar por todas as fases difíceis e inevitáveis que o negócio apresenta. Autores como Behrens (2015) indica que essas características são:

- Bom relacionamento pessoal;
- Ambição;
- Capacidade de adaptação;
- Flexibilidade;
- Capacidade de planejar;
- Paixão.

De maneira geral, é identificado que os empreendedores a frente das startups possuem atributos peculiares como a capacidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo. A vontade de trabalhar com algo que lhe dê satisfação, se sentir parte do projeto, ser recompensado por boas atuações, está constantemente atualizado e ser íntimo da tecnologia são algumas indicações de como os empreendedores de startups se apresentam (CALLIARI; MOTTA, 2012).

Em conformidade com Ries (2012) uma startup funciona como um catalisador que transforma ideias em produtos, assim, as que são nomeadas

bem-sucedidas estão repletas de atividades associadas ao desenvolvimento de instituições: contratação de funcionários criativos, coordenação de suas atividades, e criação de uma cultura empresarial que gera resultados.



Bem-sucedidas. Conheça o documento que conta a história de startups brasileiras de sucesso como a Samba Tech, ContaAzul, Sympla, dentre outras. Disponível em: <http://www.hotsite.sambatech.com/e-book-startups/>

A METODOLOGIA LEAN STARTUP

Criado em 2012 por Eric Ries, Lean Startup é um método para o desenvolvimento de empresas e produtos que se baseia nos princípios da produção enxuta, uma metodologia de fabricação que valoriza a habilidade de um negócio mudar rapidamente (RIES, 2012).

Com base em sua experiência em diversas startups, o autor Reis (2012) afirma que se as startups investissem seu tempo em construir seus produtos ou serviços repetidamente para atender as **necessidades dos clientes** iniciais, elas reduziram os riscos de mercado e poderiam contornar a necessidade de grandes quantidades de

financiamento do projeto inicial e de lançamentos caros e fracassados de produtos. Segundo o mesmo autor, são cinco os princípios de uma Lean Statup, sendo: i) empreendedores estão por toda a parte, ii) empreender é administrar, iii) aprendizado validado, iv) construir-medir-aprender e, v) contabilidade para a inovação.

Necessidades dos clientes: A maioria dos produtos não fracassa por causa da execução insatisfatória, mas sim porque a empresa está desenvolvendo algo que ninguém quer (RIES, 2012).



Então, segundo a lógica da Startup Enxuta (Lean Statup) quanto antes o produto ou serviço puder ir ao mercado, com uma amostra do que é o produto conhecida como **Mínimo Produto Viável** (MVP), antes suas fragilidades serão expostas e melhoradas, em ciclos curtos de desenvolvimento, exposição ao mercado, retorno dos usuários para retroalimentação do desenvolvimento (SIGNORI; DE QUADROS MARTINS; DA SILVA, 2014).

Conclui-se que a metodologia Lean Startup tem como objetivo eliminar as prá-

Mínimo Produto Viável (MVP): produto com funcionalidades que se assemelham à versão final e seja possível ser entregue em um menor tempo possível, mas com proposição de valor suficiente para adotar o produto.

ticas de desperdício e aumentar práticas de produção de valor durante a fase de desenvolvimento do produto, a fim de que *startups* possam aumentar suas chances de sucesso sem a necessidade de grandes quantidades de investimento externo, planos de negócios elaborados ou o produto perfeito. Na metodologia proposta pelo autor, o feedback do cliente durante o desenvolvimento do produto é essencial para o desenvolvimento da startup, garantindo que o desenvolvedor não desperdice tempo projetando recursos ou serviços indesejados. Isso é feito principalmente através de dois processos: por meio da utilização de métricas de desempenho e por meio de um processo de implantação e melhoria contínua (RIES, 2012).



Lean Startup: aplicação do pensamento enxuto ao processo de inovação (RIES, 2012).

O CONTEXTO NO QUAL A STARTUP ACONTECE

Nos últimos anos, o movimento de *startups* se **globalizou**, a quantidade de recursos disponíveis os novos empreendedores é significativa. Os recursos mais importantes são locais, não é necessário mais estar no Vale do Silício para encontrar outros empreendedores a fim de compartilhar ideias e dificuldades, no entanto, estar integrado num ecossistema de startups ainda é uma parte importante do empreendedorismo, o que mudou é que esses ecossistemas estão brotando em cada vez mais centros de startups em todo o mundo (RIES, 2012).



Globalizou: Conheça o Global Startup Ecosystem Ranking 2015. Disponível em: <http://startup-ecosystem.compass.co/ser2015/>



Segundo informações de Arruda et al. (2013) as *startups* de alto impacto tendem a aumentar suas chances de sucesso quando inseridas em um ecossistema empreendedor que estimula o desenvolvimento empresarial e a inovação. Os autores citam como referência o Vale do Silício e Israel, mundialmente reconhecidos pelo sucesso no desenvolvimento empreendedor e que produzem, em um ano, mais *startups* de sucesso que outras nações demorariam anos ou décadas para produzirem. Ainda que os ambientes nos quais ambos estejam inseridos sejam completamente diferentes, tanto Israel quanto o Vale do Silício parecem conter uma combinação de variáveis em seu ecossistema que estimula o florescimento da atividade empreendedora. No Brasil, a burocracia, a falta de mão

de obra qualificada, impostos altos e pouco capitais de risco disponível são algumas das principais dificuldades encontradas pelos empreendedores, porém, no cenário brasileiro foram criadas iniciativas públicas e privadas que buscam estimular o crescimento de *startups*, muitas delas são positivas e têm sido desenvolvidas, não apenas no âmbito governamental, como também a organização e mobi-

lização da própria comunidade de empreendedores de *startups* e grupos de fomento (CRUZ, 2015).

Entretanto, mesmo com estas indicações o Brasil aparece no ecossistema de *startups* mundiais bem posicionado. Segundo o *Global Startup Ecosystem Ranking 2015* São Paulo tem destaque e está a frente de Moscow, Austin, Bangalore, Sydney, Toronto, Vancouver, Amsterdam e Montreal.



Fonte: Global Startup Ecosystem Ranking 2015 (2015).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERONE, Murilo.; CARVALHO, Rafael.; KIRCOVE, Bernardo. **Sua ideia ainda não vale nada – O guia prático para começar a validar seu negócio**. Rio de Janeiro, 2012.

ALVES, Fábica Santos. **Um estudo das startups no Brasil**. 2014.

ANPROTEC-SEBRAE. **Glossário dinâmico de termos na área de Tecnópolis, Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas**. 2002. Disponível em: <www.anprotec.org.br/glossario>. Acesso em 02 de ago de 2016.

ARRUDA, Carlos.; COZZI, Afonso.; NOGUEIRA, Vanessa.; COSTA, Vinícius. **O ecossistema empreendedor brasileiros de startups: uma análise dos determinantes do empreendedorismo no Brasil a partir dos pilares da OCDE**. Nova Lima, MG: Fundação Dom Cabral ,2013.

BEHRENS, Jéssica Soares Braga. **Startup na prática: desafios e oportunidades**, 2015.

BLANK, Steve; DORF, Bob. **The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company**. K&Ranch, Inc. Publishers. Pescadero, Califórnia, USA, 2012.

CALLIARI, Marcos; MOTTA, Alfredo. **Código Y: Decifrando a geração que está mudando o país**. São Paulo: Évora, 2012.

CRUZ, Jaciara. **STARTUP's: Conceitos, mercado digital, e desenvolvimento no Brasil**. 2015.

EDELMAN, Linda.; MANOLOVA, Tatiana.; SHIROKOVA, G.; TSUKANOVA, T. The impact of family support in young entrepreneur's start-up activities. **Journal of Business Venturing**, v. 31, n. 4, p. 428-448, 2016.

GITAHY, Yuri. O que é uma startup? **Exame**. PME. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/dicas-de-especialista/noticias/o-que-e-uma-startup?page=1>>. Acesso em 27 de julho de 2016.

GLOBAL STARTUP ECOSYSTEM RANKING-2015, 2015. Disponível em: <<http://startup-ecosystem.compass.co/ser2015/>>. Acesso em 02 de ago de 2016.

GRAHAN, Paul. **Startup Growth**. 2013. Disponível em: <<http://www.paulgraham.com/growth.html/>>. Acesso em 27 de julho de 2016.

HARTMANN, Vitor Hugo Pereira. **Startup**: uma nova forma de empreender. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de empresas) – Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2013.

LEMOS, Paulo. **Universidades e ecossistemas de empreendedorismo**. Campinas. Editora UNICAMP, 2012.

NAGAMATSU, Fabiano Akiyoshi; BARBOSA, Janaina; REBECCHI, Adriana. Business Model Generation e as contribuições na abertura de startups. In: **Anais... II SINGEP e I S2IS** – São Paulo, 2013.

OCDE. Manual de Oslo. **Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3. ed. Brasília: Finep, 2005.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. Leya, 2011.

SCHUMPTER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997 p. 5-6, 8, 66, 76-79, 110, 136

SEBRAE. **Como obter financiamento para sua startup**. Brasília-DF, 2012. p.5-7. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/uasf/onde-buscar-credito/micro-epequena-empresa/cartilha-startup.pdf>>. Acesso em 27 de julho de 2016.

SIGNORI, Gláuber Guilherme; DE QUADROS MARTINS, Me Amilton Rodrigo; DA SILVA, Moacir. Startup e inovação: inovando na forma de pensar e decretando o fim das velhas ideias. In: **Anais... XXII Workshop Anprotec**, Belém/Pará, 2014.

STUCKI, Tobias. How the founders' general and specific human capital drives export activities of start-ups. **Policy Research**, v. 45, n. 5, p. 1014-1030, 2016.

TEIXEIRA, Clarissa Stefani.; EHLERS, Ana Cristina da Silva Tavares.; ABDALA, Lucas Novelino.; MACEDO, Marcelo. **Habitats de Inovação: alinhamento conceitual**. Perse Editora, 2016.

Realização



Apoio

