

## Análise dos fatores que influenciam no desenvolvimento de startups em Belo Horizonte

*Analysis of factors influencing the development of startups in Belo Horizonte*

Allan Ramos Ferreira<sup>1</sup>;

<sup>1</sup>E-mail:

allanferreira13@hotmail.com

Graduando em Engenharia da

Produção pelo Centro

Universitário Metodista Izabela

Hendrix (CEUNIH).

Iago Queiroz Dias<sup>2</sup>;

<sup>2</sup>E-mail:

iagoqueirozdias@gmail.com

Graduando em Engenharia da

Produção pelo Centro

Universitário Metodista Izabela

Hendrix (CEUNIH).

Leila Vaz da Silva<sup>3</sup>;

<sup>3</sup>E-mail:

leila.silva@izabelahendrix.meto

dista.br

Mestre em Administração,

docente do Centro Universitário

Metodista Izabela Hendrix

(CEUNIH).

**Resumo:** Este estudo analisou quais fatores podem influenciar no desenvolvimento de uma startup em Belo Horizonte, levando em consideração o ponto de vista dos investidores e das startups. Tal estudo se fez necessário devido ao crescimento acelerado deste tipo de empreendimento nos últimos anos, possuindo em contrapartida, um alto índice de mortalidade ou descontinuação dos projetos no primeiro ano de existência. O propósito desta pesquisa foi conduzido mediante um levantamento teórico a respeito do ecossistema de empreendedorismo e inovação, difundindo-se também acerca dos fatores pertinentes ao desenvolvimento de startups. Ainda, através de uma pesquisa qualitativa de campo, realizou-se a coleta de dados primários em um universo de 328 startups e 18 investidores divididos em diferentes categorias. A amostra contou com a participação de 22 startups e 10 investidores que permitiu aferir os principais parâmetros considerados pelos investidores ao escolher uma startup para aplicar seus recursos; identificar os fatores de maior relevância para ambos os grupos de interesse no desenvolvimento dos projetos; além de detectar erros cometidos pelas startups durante a evolução dos projetos e classificá-los quanto sua gravidade.

**Palavras-chave:** Startups. Indicadores de Sucesso. Venture Capital. Empreendedorismo. Inovação.

**Abstract:** *This study analyzed which factors may influence the development of a startup in Belo Horizonte, taking into account the point of view of investors and startups. This study was necessary due to the accelerated growth of this type of enterprise in recent years, with a high mortality rate or discontinuation of projects in the first year of existence. The purpose of this research was conducted through a theoretical survey about the ecosystem of entrepreneurship and innovation, also diffusing about the factors pertinent to the development of startups. Also, through a qualitative and quantitative field survey, primary data were collected in a universe of 328 startups and 18 investors divided into different categories. The sample consisted of the participation of 22 startups and 10 investors that allowed to gauge the main parameters considered by the investors when choosing a startup to apply its resources; identify the most relevant factors for both interest groups in the development of projects; in addition to detecting mistakes made by startups during the evolution of projects and classifying them as to their severity.*

**Keywords:** *Startups. Success Indicators. Venture Capital. Business. Innovation.*

## 1 Introdução

*Startups* são empresas em fase inicial que desenvolvem produtos ou serviços inovadores, com potencial de crescimento rápido (ABSTARTUP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUP, 2017). Como não há uma definição em relação ao tamanho de uma *startup*, logo, uma empresa que disponibiliza um produto ou serviço inovador no mercado sob condições de grande incerteza e que possibilita escalonamento, estaria atuando sob o modelo de uma *startup* (NARDES; MIRANDA, 2014).

O Brasil possui 26 milhões de pessoas relacionadas com desenvolvimento de empreendimento próprio há menos de 42 meses, ainda assim, abaixo dos demais países do *BRICS*<sup>1</sup>, (GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2016). Minas Gerais especificamente, âmbito regional deste trabalho, está se tornando uma potência, ultrapassando o Rio de Janeiro, ficando atrás apenas de São Paulo e Santa Catarina no *ranking* nacional gerado pela ABStartups em parceria com a Accenture<sup>2</sup> de densidade de *startup* por estado no ano de 2017. Ainda no mesmo *ranking*, porém para cidades, Belo Horizonte encontra-se na terceira posição ficando atrás apenas de Florianópolis e São Paulo (MATOS, 2017). Ressalta-se que há tendência de crescimento no mercado de *startups*, tanto para o Brasil quanto para o universo considerado neste trabalho (Belo Horizonte), tendo em vista que várias delas estão concluindo seu tempo de amadurecimento. Toma-se como exemplo a 99, empresa e aplicativo de transporte urbano de origem paulista e primeira empresa Unicórnio<sup>3</sup> brasileira; e a Méliuz, *startup* de origem mineira que consiste em um site de descontos e *cashback*. Minas Gerais conta ainda com outras potências como a Sympla que constitui uma plataforma digital de venda de ingressos e gestão de eventos que apresentou crescimento de 65% em relação à 2016 (CAPELAS, 2017).

O modelo de negócios de *startups* registrou aumento de 9% (851 milhões de reais) na modalidade de investimento particular, também conhecido como investidores anjos, com média de R\$120 mil aplicados por investidor PEGN - Pequenas Empresas & Grandes Negócios (2017), com prognóstico de crescimento na maturidade empreendedora, elevando o nível dos projetos e investimentos (SÁ, 2017). Em contrapartida, a mortalidade das empresas brasileiras está na faixa de 27% no primeiro ano de vida, chegando à 58% após 05 anos, sendo, para *startups*, o valor ainda maior, 90% no primeiro ano (SILVA, 2016). Este cenário ressalta a importância de considerar os fatores que podem acelerar ou inviabilizar um projeto.

Diferentes motivos levam uma *startup* ao êxito ou ao fracasso, podendo variar desde o modelo de negócios utilizado para o seguimento das ideias como mostra Chesbrough (2010), até os riscos mercadológicos do segmento do negócio (SCHUMPETER, 1982). Entretanto, poucos são os estudos direcionados a entender os fatores que impulsionam o desenvolvimento de um empreendimento com foco no modelo de negócio adotado pelas *startups*, como os realizados por Cavalheiro (2015) e por Silva (2017) no cenário brasileiro.

Tendo em vista a importância dos recursos investidos em um projeto somado à problemática do aumento da densidade de *startups* nos últimos anos, porém, com alta

<sup>1</sup> Agrupamento econômico composto por cinco países: Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul.

<sup>2</sup> Accenture: Empresa prestadora de serviços de estratégia empresarial, consultoria, digital, tecnologia e operações.

<sup>3</sup> Unicórnio é o termo usado para classificar *Startups* avaliadas em US \$ 1 bilhão ou mais, criado pela Aileen Lee, fundadora da Cowboy Ventures e capitalista de riscos.

taxa de mortalidade no primeiro ano de existência, além da falta de apoio teórico-científico direcionado ao desenvolvimento dos projetos, a presente pesquisa teve como objetivo analisar quais fatores podem influenciar no desenvolvimento de uma *startup*, levando em consideração o ponto de vista dos investidores/apoiadores e empreendedores criadores dos projetos, especificamente os que atuam na cidade de Belo Horizonte em Minas Gerais.

## 2 Referencial teórico

### 2.1 Empreendedorismo: Conceitos e considerações iniciais

O termo empreendedorismo deriva do francês “entrepreneurship” correlacionando ainda ao termo “entrepreneur” que se aplica a empresário ou empreendedor (DAVID, 2004). No Brasil, a ideia de empreendedorismo começa a se destacar a partir da década de 1990 (MELLO et al., 2010). Shane e Venkataraman (2000, p. 218) definem empreendedorismo como a “análise de como, por quem e com que efeitos, as oportunidades para criar bens e serviços futuros são descobertas, avaliadas e exploradas”, enquanto para Custódio; Tófoli e Nogueira (2011), empreendedorismo é uma participação conjunta de pessoas e processos que possibilitam transformar ideias em oportunidades. Por consequência, Fillion (1999) refere-se ao empreendedor como sendo uma pessoa que cria, desenvolve e realiza visões; enquanto Dornelas (2008, p.1) sugere ser o empreendedor “aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”.

Dentre os vários perfis de empreendedores existentes, destacam-se no Brasil o empreendedor normal e o por necessidade. O empreendedor normal é o que executa planejamentos de forma metódica, procurando antecipar os riscos previsíveis e busca continuamente pela inovação. O empreendedor por necessidade consiste naquele que empreende por necessidade de sustentar a si e/ou a seus familiares e possui normalmente como característica a falta de inovação devido à urgência e necessidade de obter renda, não havendo tempo e, muitas vezes, conhecimento para efetuar planejamento prévio e estruturado, ainda, geralmente obtém método de tributação simplificado limitando sua contribuição com impostos, conseqüentemente, não agregando para o desenvolvimento econômico do país. Quanto maior o número de empreendimentos iniciados mediante oportunidades melhor será o desenvolvimento econômico do país, uma vez que estas podem servir nacionalmente e exportar produtos e serviços inovadores (DORNELAS, 2009).

Cardoso e Zilber (2017) atribuem a origem do sentido atual do conceito de inovação a Schumpeter (1982), pois foi ele quem fez a distinção conceitual entre invenção e inovação e propôs o conceito de ‘destruição criativa’, o que permite novas tecnologias serem lançadas no mercado. A lei federal nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016, define inovação como sendo a “introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo e social que resulte em novos produtos, serviços ou processos ou que compreenda a agregação de novas funcionalidades ou características a produto, serviço ou processo já existente que possa resultar em melhorias e em efetivo ganho de qualidade ou desempenho” (BRASIL, 2016).

No Brasil, a implementação de políticas eficazes de estímulo à inovação tecnológica ganhou projeção principalmente a partir de 2001, quando foi realizada a Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (PLONSKI, 2005). Tendo isto em vista, a inovação não só se faz importante ao empreendedorismo individual, mas também no crescimento econômico nacional. Para William Baumol, “praticamente todo o

crescimento econômico que ocorreu desde o século XVIII pode ser atribuído à inovação” (TIDD, 2015 p. 5) e para que as empresas se habituem em ambientes dinâmicos e criem uma flexibilidade estratégica, torna-se primordial que busquem por inovação (GONZALEZ; MELO, 2018).

A partir da busca por produtos e serviços inovadores entrelaçada à preocupação em gerar empreendimentos por meio da identificação de oportunidades, é que cresce a competitividade inovadora e aumentam projetos tais como as (inicialmente) *startups* *Paypal*, *Facebook*, *Linkedin* e *Twitter* que obtiveram grande retorno em relação ao capital de risco investido se tornando líderes do mercado mundial (SÁ, 2017). As *startups* apresentam importância no mercado por tratar de áreas do conhecimento e atuação com foco no desenvolvimento tecnológico e econômico de forma escalável e mais acelerada que as tradicionais, impulsionando a economia da região ou país (SILVA, 2017).

## 2.2 Startups e o novo conceito de negócio

*Startup* pode ser definida como uma organização temporária constituída para buscar por respostas que levarão a um modelo de negócio recorrente e escalável Blank; Dorf (2014) e visa entregar um novo produto ou serviço sob condições de extrema incerteza Ries (2012), sendo sua criação geralmente embasadas em uma ideia ou oportunidade. Muitas *startups* iniciam-se apenas com uma ideia de projeção escalável e mão de obra própria dos idealizadores, e, a partir daí, começam a busca incessante por investidores de capital de risco (SILVA, 2016). Várias são as modalidades para os investimentos de riscos, sendo assim, Sá (2017) expõe as mais comuns:

*Venture Capital*: Representa um modelo temporário em que um ou mais investidores privados disponibilizam capital em troca de participação acionária até o desenvolvimento da *startup* e, por consequência, valorização das ações para posterior saída do projeto (SÁ, 2017). De acordo com Cavalheiro (2015), também é chamado de “capital empreendedor” e pode ser usado para todas as classes de investidores de risco uma vez que estão sujeitos ao mesmo ambiente (de risco e incerteza).

Por outro lado, tem-se o *crowdfunding*, que se define por interesse coletivo. São várias fontes de financiamento de grupos de interessados no projeto (SÁ, 2017). Cardoso e Zilber (2017) complementam como sendo uma forma coletiva e aberta de arrecadar fundos para um projeto.

No que se refere ao investidor singular, é citado o investidor-anjo, que trata de investidores privados, ou seja, utilizam de capital próprio para financiamento do projeto e tem como objetivo o retorno exponencial do valor investido, podendo ainda contribuir com orientação ou mentoria (SÁ, 2017). Cavalheiro (2015) argumenta que um investimento-anjo varia, em média, entre R\$50 mil à R\$ 1 milhão, sendo mais comum oscilar na faixa de R\$250 mil à R\$ 500 mil com expectativa de retorno entre 10 a 20 vezes o valor investido, além de possuir participação na sociedade do projeto, porém, nem sempre estando associado diretamente à gestão.

Se tratando de apoio ao desenvolvimento geral do projeto de empreendimento, é mencionado o investimento denominado *seed* ou ‘semente’, que tem por objetivo auxiliar na fase de implementação e organização do fluxo operacional, além da gerência e saúde financeira do projeto (SÁ, 2017). A opinião de Moraes (2008) sugere que,

normalmente, esse tipo de empreendimento encontra-se em incubadoras, parques tecnológicos e universidades. Na mesma linha, tem-se as incubadoras que objetivam moldar microempresas e seus projetos para o mercado de forma a apoiá-las nos mais diversos aspectos, como financiamento, estruturação e planejamentos estratégicos e operacionais (SÁ, 2017). Também provêm espaço físico, além de *network* e consultorias, e são, geralmente, apoiadas por capital governamental, sem fins lucrativos (CAVALHEIRO, 2015). Há também as aceleradoras, similares às incubadoras, estas utilizam de capital próprio (de risco, claro) almejando retorno escalonado a partir dos resultados da *startup* e assume apoio financeiro e consultivo, trabalhando além disso, o lançamento do projeto no mercado por meio de eventos como seminários e *workshops* (SÁ, 2017; CAVALHEIRO, 2015).

O levantamento demográfico e a distribuição dos perfis dentro do ecossistema que envolvem *startups* são importantes para entender o ambiente em que o projeto está sendo lançado. Em São Paulo por exemplo, maior densidade de *startup* do Brasil, a maioria do ecossistema é formado por homens (83%), tendo a maior parte dos investidores (56%) com alta escolaridade tais como pós-graduação, *mba*, mestrado ou doutorado; ainda, 63% dos envolvidos estão entre 25 e 44 anos. Sobre o perfil, há uma certa fuga do conservadorismo, predominando em sua maioria características de empreendedores e investidores moderados e arrojados. Os investidores avaliam ao aplicar seus recursos o perfil dos empreendedores, o comprometimento, ideia inovadora e a escolha da equipe adequadamente, além disto, tanto os investidores quanto os empreendedores/criadores consideram importantes a multidisciplinaridade e engajamento da equipe. Tem-se como maiores dificuldades enfrentadas pelas *startups* o modelo de negócios, as finanças e os recursos humanos (SEBRAE, 2015).

Os motivos de insucesso de empreendimentos do tipo *startups* podem estar relacionados a fatores pessoais ou externos. Como fatores pessoais, destacam-se o planejamento e gerenciamento do negócio e a gestão administrativa e financeira; como fatores externos, o apoio técnico, financeiro, tributos e burocracias (CARVALHO; RIBEIRO; CUNHA, 2015). Em contrapartida, Arruda et al. (2014) citam que o insucesso das *startups* estão mais relacionados a fatores ocasionados pelo ambiente em que a empresa está inserida e à estrutura planejada no momento de sua concepção, do que com as características pessoais do empreendedor. Ainda destacam que o número de sócios envolvidos, o volume de capital que irá investir e o local onde a empresa será instalada, são fatores principais que devem ser considerados no momento de concepção da empresa. Sob a perspectiva dos fatores de sucesso, Cavaler; Bertinato e Machado (2017) consideram que o capital intelectual, composto por: capital humano, capital estrutural e capital relacional, são fatores que contribuem para o desenvolvimento de uma *startup* incubada. O capital humano foi considerado o mais importante quando comparado aos outros capitais.

### 3 Metodologia

#### 3.1 Tipos de pesquisa

Para Vergara (2016), as pesquisas são definidas por dois critérios básicos: quanto aos fins e quanto aos meios. Desta forma, este estudo adotou quanto aos fins pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória por se tratar de um assunto ainda pouco abordado no âmbito brasileiro e por ser uma ramificação de negócios deficiente de apoio literário e norteamento prático objetivo. Gil (2008, p.27) expõe que a pesquisa exploratória possui como finalidade “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias [...]”. Em relação a pesquisa descritiva, visou captar opiniões e visões dos envolvidos no

desenvolvimento do projeto de uma *startup*, como dos investidores/apoiadores e empreendedores criadores dos projetos. Além disso, pretendeu-se analisar erros cometidos na fase inicial do projeto a fim de auxiliar novas *startups*.

Quanto aos meios, atribuiu-se à pesquisa de campo. A pesquisa de campo teve como objetivo coletar dados primários das aceleradoras, incubadoras, investidores e criadores das *startups*, sendo esta coleta realizada por meio de questionário. Lakatos e Marconi (2009) definem a pesquisa de campo como aquela utilizada para alcançar conhecimento sobre um problema ou hipótese, a qual se procura uma resposta ou caso queira descobrir novas relações entre os mesmos.

### 3.2 Universo e amostra

O universo da pesquisa teve como fonte o banco de dados da *StartSE* e *San Pedro Valley*, tendo como amplitude de pesquisa a cidade de Belo Horizonte em Minas Gerais (Brasil), contemplando 328 *startups* e 18 investidores/apoiadores cadastrados nas plataformas, sendo ainda os investidores divididos em 9 grupos: aceleradoras, comunidades de *startups*, consultorias de inovação, *coworking*, entidades de apoio, fundos de investimentos, incubadoras, parques tecnológicos e *venture builder*. Para a definição da amostra, utilizou-se do raciocínio de Vergara (2016), em que a mesma propõe a existência de dois tipos de amostras, sendo elas, probabilísticas, baseadas em métodos estatísticos, ou não-probabilísticas. No que diz respeito ao presente estudo, a amostra capturada foi não-probabilística e por acessibilidade, sendo extraída a partir das respostas obtidas no universo, sendo representada por 22 *startups* (criadores/fundadores) e 10 investidores/apoiadores.

### 3.3 Técnicas para coleta de dados e informações

A técnica para a coleta dos dados deu-se por meio de um questionário estruturado aplicado entre julho e setembro de 2018, composto por quatro seções. Na primeira seção buscou-se realizar o levantamento das variáveis demográficas e a relação dos respondentes com o ecossistema de empreendedorismo e inovação; na segunda seção objetivou-se classificar, por relevância, parâmetros utilizados pelos investidores no processo de seleção de uma *startup* para receber investimentos. Na terceira seção foram classificados, também por relevância, processos realizados no desenvolvimento de projetos de uma *startup*. Destaca-se que, tanto na segunda quanto na terceira seções as 20 (dez) questões foram estruturadas por indicadores distribuídos em uma escala de concordância do tipo Likert de cinco categorias. Por fim, na quarta seção, pretendeu-se identificar e classificar erros cometidos pelas *startups* no desenvolvimento dos projetos e as questões desta seção foram tratadas em uma escala de apenas três categorias.

### 3.4 Análise dos dados

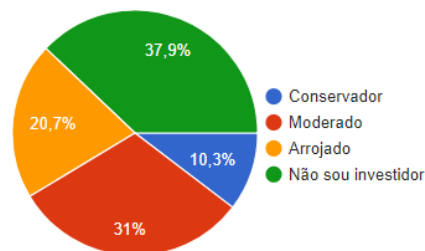
De acordo com Minayo (2011), as pesquisas quali-quantitativas possuem naturezas distintas que se completam em prática. Entretanto, enquanto o método qualitativo possui análise que leva em consideração as relações sociais, comportamentais e variações de informações descritivas de forma abstrata possuindo interpretação dos dados de forma não equacional; o quantitativo percorre caminhos de natureza mais quantificáveis, palpáveis e que podem ser visivelmente observados. Destarte, a análise dos dados foi realizada por meio de uma abordagem quali-quantitativa. Os dados quantitativos analisados estatisticamente e representados por meio de tabelas, e a abordagem qualitativa representada por meio de comentários, explanações e análises conclusivas sobre o ecossistema estudado.

#### 4 Resultados e discussão

A favor de uma análise mais objetiva, as partes integrantes do grupo de interesse da pesquisa foram sintetizadas em apenas duas, sendo elas: os criadores/fundadores que serão chamados de *startups* e os 9 grupos de investidores que foram unificados em apenas investidores.

Executou-se a análise de perfil e dados demográficos em busca de um melhor entendimento do comportamento das variáveis estudadas e também do mercado em si. A análise permitiu aferir um baixo percentual no perfil declarado conservador do ecossistema (apenas 10,3%) contrapondo a maioria de 51,7% que se declararam moderado ou arrojado (31% e 20,7%, respectivamente) conforme demonstrado no gráfico 1.

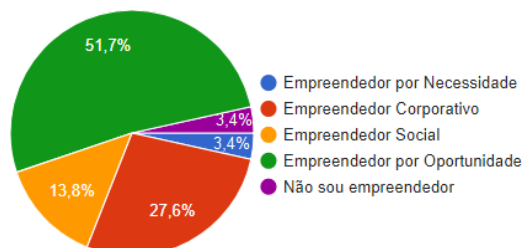
**Gráfico 1 – Perfil dos investidores**



Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Apoiando a análise dos perfis, os investidores e empreendedores que se declararam por oportunidade alcançaram a maioria da amostra com 51,7% dos questionados contra apenas 3,4% que se consideram por necessidade, de acordo com o gráfico 2.

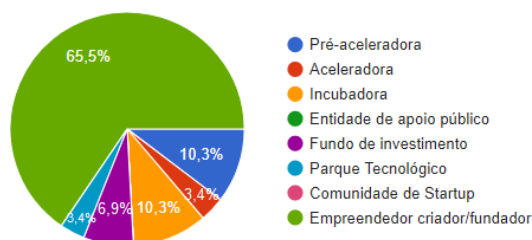
**Gráfico 2 – Tipos de empreendedores**



Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Tais resultados ressaltam tendências promissoras frente a política de estímulo à inovação tecnológica exposta em Plonski, (2005) tanto quanto justifica, de certa forma, parte do aumento da densidade de *startups*, com reduzido perfil conservador apresentado nos gráficos 1 e 2, vai ao encontro do perfil deste modelo de negócios que é o de risco. Para complementar a visualização do ecossistema, o gráfico 3 apresentou o posicionamento de cada grupo.

**Gráfico 3 – Posicionamento dos grupos participantes do estudo no ecossistema de empreendedorismo e inovação**



Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Quanto aos dados demográficos, notou-se uma discrepância entre os gêneros masculino e feminino (86,2% e 13,8%, respectivamente) e em relação a faixa etária, notou-se que o maior núcleo de criação e lançamento encontra-se entre os 30 e 39 anos (51,7%), seguido por um empate no percentual dos intervalos de idade precedente (20 a 39 anos) e subseqüente (40 a 49 anos) com 20,7%. Por meio da análise de escolaridade foi possível apurar que para a amostra estudada, o ingresso em curso superior se fez muito relevante, contemplando 100% da amostra, sendo ainda, o maior percentual participante especializado, mestre ou doutor, aproximando-se da configuração apontada por pesquisa realizada pelo Sebrae (2015) no estado de São Paulo.

A tabela 1 apresenta os fatores considerados mais relevantes para os investidores ao escolher uma *startup* para aplicar seus recursos, não apenas na visão destes, mas também na visão das *startups*.

**Tabela 1 - Classificação de parâmetros utilizados no processo de seleção de uma *startup* para receber investimentos**

Itens	Investidor				
	1	2	3	4	5
Ideia inovadora	0,00%	10,00%	0,00%	30,00%	60,00%
Experiências e resultados anteriores dos criadores/fundadores	10,00%	30,00%	10,00%	20,00%	30,00%
Localidade de origem	50,00%	10,00%	30,00%	0,00%	10,00%
Ideia acompanhada de planejamento	10,00%	10,00%	20,00%	30,00%	30,00%
Mercado de atuação inexplorado	0,00%	10,00%	50,00%	10,00%	30,00%
Formação multidisciplinar da equipe	0,00%	10,00%	10,00%	10,00%	70,00%
Marketing estruturado	10,00%	20,00%	40,00%	10,00%	20,00%
Estágio em que a <i>startup</i> se encontra (inicial, desenvolvimento...)	10,00%	0,00%	30,00%	50,00%	10,00%
Segmento da <i>startup</i>	20,00%	20,00%	30,00%	20,00%	10,00%
Tecnologia disponível	10,00%	0,00%	10,00%	40,00%	40,00%

Itens	Criador/Fundador				
	1	2	3	4	5
Ideia inovadora	0,00%	0,00%	31,58%	31,58%	36,84%
Experiências e resultados anteriores dos criadores/fundadores	5,26%	5,26%	10,53%	31,58%	47,37%
Localidade de origem	36,84%	26,32%	26,32%	5,26%	5,26%
Ideia acompanhada de planejamento	0,00%	0,00%	26,32%	15,79%	57,89%
Mercado de atuação inexplorado	0,00%	5,26%	47,37%	36,84%	10,53%
Formação multidisciplinar da equipe	0,00%	5,26%	5,26%	10,53%	78,95%
Marketing estruturado	5,26%	21,05%	31,58%	21,05%	21,05%
Estágio em que a <i>startup</i> se encontra (inicial, desenvolvimento...)	0,00%	15,79%	26,32%	31,58%	26,32%
Segmento da <i>startup</i>	0,00%	5,26%	36,84%	26,32%	31,58%
Tecnologia disponível	0,00%	10,53%	42,11%	26,32%	21,05%

Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Adotou-se para análise a escala Likert considerando como relevante os graus 4 e 5, e entre eles uma prioridade do grau mais alto. Por conseguinte, os itens que se fizeram de maior relevância para o apoio de um investidor aos projetos *startups* foram ideias inovadoras, seguidas de formação multidisciplinar da equipe e a tecnologia disponível. As *startups* e os investidores possuem pensamentos alinhados em relação à formação multidisciplinar da equipe, o que apresenta-se de acordo às premissas do capital humano que compõe o capital intelectual apresentado em Cavaler; Bertinato e Machado (2017); enquanto, em desalinhamento, as experiências e resultados anteriores dos criadores dos



projetos. A pesquisa apontou irrelevância parcial ou completa para os investidores no que diz respeito ao segmento da *startup*, o quanto o mercado foi explorado e a existência de um marketing estruturado (o que pode ser explicado pelo fato do investimento ser aplicado com a *startup* ainda em desenvolvimento). Também notou-se irrelevância parcial ou completa o local de origem do projeto e as experiências anteriores dos criadores.

A tabela 2 objetivou analisar os fatores mais relevantes durante o desenvolvimento de uma *startup* conforme a percepção de ambos os grupos de interesse. Considerou-se fatores muito relevantes os de escala 5 que alcançaram valores acima de 50% em cada grupo separadamente, configurando assim uma maioria, e entre eles uma prioridade do grau mais alto; enquanto o contrário considerou-se irrelevante total ou parcial escalas 1, 2 e 3, tendendo a maior irrelevância entre eles o de grau mais baixo. Desta forma, foi possível interpretar um comparativo entre a visão das duas partes, fazendo-se necessário este método de análise para primeiramente indicar as relevâncias e, posteriormente, entender dentro das relevâncias, quais fatores priorizar.

**Tabela 2 - Classificação dos processos realizados no desenvolvimento dos projetos**

Investidor					
Itens	1	2	3	4	5
Planejamento	0,00%	10,00%	10,00%	50,00%	30,00%
Participação em programas de aceleração ou incubação	30,00%	30,00%	20,00%	10,00%	10,00%
Conhecimento do investidor na área de atuação da startup	0,00%	0,00%	0,00%	60,00%	40,00%
Conhecimento do empreendedor criador na área de atuação da startup	0,00%	20,00%	10,00%	0,00%	70,00%
Definição clara do objetivo, público, missão e visão	0,00%	20,00%	10,00%	50,00%	20,00%
Grau de inovação, escalabilidade e diferenciais competitivos	0,00%	0,00%	30,00%	20,00%	50,00%
Expertise da equipe na área de atuação do projeto	0,00%	10,00%	0,00%	0,00%	90,00%
Contratação da equipe adequada para o projeto	0,00%	10,00%	10,00%	10,00%	70,00%
Mínimo Produto Viável (Protótipo)	0,00%	10,00%	30,00%	40,00%	20,00%
Marketing	0,00%	10,00%	10,00%	50,00%	30,00%

Criador/Fundador					
Itens	1	2	3	4	5
Planejamento	0,00%	0,00%	10,53%	36,84%	52,63%
Participação em programas de aceleração ou incubação	5,26%	21,05%	47,37%	15,79%	10,53%
Conhecimento do investidor na área de atuação da startup	0,00%	10,53%	26,32%	36,84%	26,32%
Conhecimento do empreendedor criador na área de atuação da startup	0,00%	0,00%	10,53%	36,84%	52,63%
Definição clara do objetivo, público, missão e visão	0,00%	5,26%	31,58%	15,79%	47,37%
Grau de inovação, escalabilidade e diferenciais competitivos	0,00%	0,00%	5,26%	52,63%	42,11%
Expertise da equipe na área de atuação do projeto	0,00%	0,00%	5,26%	36,84%	57,89%
Contratação da equipe adequada para o projeto	0,00%	5,26%	15,79%	26,32%	52,63%
Mínimo Produto Viável (Protótipo)	5,26%	5,26%	10,53%	42,11%	36,84%
Marketing	5,26%	5,26%	36,84%	36,84%	15,79%

Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Assim, ao analisar a tabela 2, tem-se que os itens relevantes de prioridade para os investidores são a expertise da equipe na área de atuação do projeto, contratação da equipe adequada, conhecimento na área de atuação da *startup* e o grau de inovação e escalabilidade, respectivamente. Para as *startups*, as relevâncias de prioridade divergem apenas no grau de inovação e escalabilidade, que, apesar de ser apontado como relevante, a maioria não o consideraram como prioritário, dando lugar ao planejamento. Os itens da escala 4 foram classificados como relevantes, mas não prioritários como o caso do planejamento para os investidores e o grau de escalabilidade para as *startups*, sendo os demais considerados não relevantes totais ou parciais.

Considerando que os fatores com prioridades tangenciais nos dois grupos gerem uma maior possibilidade de continuidade do projeto, tal resultado aponta uma certa divergência da conclusão apontada por Arruda et al. (2014), em que o número de sócios envolvidos, volume de capital e até mesmo o local onde a empresa será instalada devem

ser considerados prioritariamente. Desta forma, ao analisar criticamente, tanto as relevâncias quanto as prioridades, entende-se que os pensamentos entre as duas categorias analisadas estão bem alinhados, separados por leves discordâncias de prioridades, porém com suas devidas atenções às relevâncias. Por outro lado, as discordâncias identificadas foram o marketing e o protótipo.

Como elencando ao longo da pesquisa, durante o amadurecimento dos projetos vários testes, decisões e processos são executados, e obviamente, nem todos serão plenos, exatos ou mesmo corretos. Salienta-se que, por questões de viabilidade de análise, subjetividade e particularidade de cada projeto, os fatores analisados e apresentados na tabela 3 não projetam todas as incertezas contidas no percurso de cada *startup*. Logo, a tabela 3 evidência, dentre os fatores propostos embasados em pesquisas similares para outras regiões, quais são erros e a ordem de gravidade na visão de ambas as categorias pesquisadas.

**Tabela 3 – Classificação dos erros cometidos no desenvolvimento dos projetos**

Investidor			
Itens	1	2	3
Lançamento do produto em momento inoportuno	10,00%	20,00%	70,00%
Falta de clareza em relação a definição do público alvo	0,00%	20,00%	80,00%
Pouco conhecimento dos aspectos legais que envolvem o negócio	10,00%	30,00%	60,00%
Tratamento equivocado dos feedbacks recebidos	10,00%	20,00%	70,00%
Busca de investidores inadequados	20,00%	50,00%	30,00%
Nome e logo da startup mal desenvolvidos	30,00%	50,00%	20,00%
Investimento inapropriado em marketing	50,00%	40,00%	10,00%
Planejamento mal estruturado	40,00%	20,00%	40,00%
O objetivo da startup não condiz com uma necessidade do mercado	20,00%	10,00%	70,00%
Escolha dos integrantes da equipe de forma inadequada (não multidisciplinar ou incapaz)	0,00%	30,00%	70,00%
adequada (não multidisciplinar ou incapaz)			
Criador/Fundador			
Itens	1	2	3
Lançamento do produto em momento inoportuno	21,05%	47,37%	31,58%
Falta de clareza em relação a definição do público alvo	15,79%	15,79%	68,42%
Pouco conhecimento dos aspectos legais que envolvem o negócio	10,53%	47,37%	42,11%
Tratamento equivocado dos feedbacks recebidos	0,00%	26,32%	73,68%
Busca de investidores inadequados	10,53%	42,11%	47,37%
Nome e logo da startup mal desenvolvidos	31,58%	52,63%	15,79%
Investimento inapropriado em marketing	10,53%	63,16%	26,32%
Planejamento mal estruturado	0,00%	57,89%	42,11%
O objetivo da startup não condiz com uma necessidade do mercado	5,26%	21,05%	73,68%
Escolha dos integrantes da equipe de forma inadequada (não multidisciplinar ou incapaz)	0,00%	47,37%	52,63%

Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Considerou-se conclusivo apenas os fatores cuja maioria é tangencial, ou seja, quando ambos os grupos atingirem acima de 50% em um mesmo fator, logo, verifica-se que os erros graves de máximo impacto (escala 3) cometidos pelas *startups* no decorrer do projeto, são, respectivamente, o tratamento equivocado dos *feedbacks* recebidos, a falta de clareza em relação a definição do público alvo, o objetivo da *startup* não condizer com uma necessidade do mercado e a escolha dos integrantes da equipe ocorrer de forma inadequada (não multidisciplinar ou incapaz). Deve-se uma grande atenção no lançamento do produto em momento inoportuno e também no pouco conhecimento dos aspectos legais que envolvem o projeto, pois ambos os fatores foram marcados como erro de extremo impacto apenas pelos investidores questionados. Nome e logomarca das *startups* mal desenvolvidos foram considerados erros mais simples ou reversíveis (escala 2) pela maioria. Demais fatores não tiveram pontos percentuais em comum e foram considerados como pontos a serem discutidos entre as duas partes durante o desenvolvimento do projeto.

## 5 Conclusão

Esse estudo se propôs em analisar os fatores que podem influenciar no desenvolvimento de uma *startup*, levando em consideração o ponto de vista dos investidores/apoiadores e empreendedores criadores dos projetos, especificamente os que atuam na cidade de Belo Horizonte em Minas Gerais, em uma linha similar aos estudos realizados por Cavalheiro (2015), além de outras referências utilizadas. Os subtópicos analisados foram os fatores relevantes para que os investidores decidam aplicar seus recursos nos projetos; o que cada grupo de interesse pesquisado considera como alta ou baixa relevância no decorrer dos projetos; e por último, os erros comuns e de extremo impacto cometidos pelas *startups* durante o desenvolvimento destes projetos, de acordo com a percepção do grupo pesquisado.

Os resultados obtidos demonstraram um bom alinhamento entre as ideias que ambos os grupos têm a respeito dos fatores abordados nessa pesquisa. Entretanto, alguns fatores considerados relevantes para ambos os grupos, foram identificados com prioridades diferentes, podendo, dependendo da quantidade de recursos investidos em tal atividade, impactar negativamente no desempenho e continuação do projeto. Pôde-se verificar também a tendência de crescimento do mercado para esse modelo de negócios, que, somado às orientações aqui apresentadas pelos grupos já envolvidos no ecossistema de inovação, permitiu um norteamento teórico auxiliado pelas experiências dos participantes do estudo. Para tal amostra, foi possível atestar que, em concordância com Cavalier; Bertinato e Machado (2017), o capital humano e intelectual se fizeram mais relevantes tanto no desenvolvimento dos projetos quanto na influência da decisão dos investidores em aplicar recursos nas *startups*.

Acredita-se que esta pesquisa possa auxiliar as *startups* do mercado, principalmente as que atuam em Belo Horizonte, assim como contribuir para aumento do apoio teórico-científico direcionado ao desenvolvimento dos projetos de *startups* no mercado brasileiro, o que se faz importante tendo em vista o aumento da densidade deste modelo de negócios possuindo em contrapartida alto percentual de mortalidade em seus primeiros anos de desenvolvimento.

Cabe ressaltar que, por ser uma pesquisa por acessibilidade, a amostra participante deu-se pela cooperação das *startups* que aceitaram responder o questionário de forma anônima, não representando assim a totalidade do ponto de vista das *startups* atuantes na amplitude pesquisada. Salienta-se ainda que, por questões de subjetividade e particularidade de cada projeto, os resultados demonstrados na pesquisa não projetam todas certezas e incertezas contidas no percurso de cada *startup* singularmente, entretanto, foram considerados vários estudos e *cases* como Cavalier; Bertinato e Machado (2017), Carvalho; Ribeiro; Cunha (2015), Arruda et al. (2014), Cavalheiro (2015), além de Sebrae (2015), selecionando fatores que podem influenciar no desenvolvimento de *startups* em geral. Sugere-se também que este trabalho sirva de suporte a pesquisas futuras na identificação dos fatores em *startups* mais segmentadas a fim de diminuir as incertezas, subjetividades e filtrar os fatores mais impactantes para cada segmentação como *fintechs*, *high techs*, *healt techs*... ou mesmo a influência de cada segmento no universo regional.

**Referências bibliográficas**

ABSTARTUP. (Brasil). **Tudo que você precisa saber sobre startups**, jul. 2017. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/2017/07/05/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 14 maio 2018.

ARRUDA, Carlos et al. Causas da mortalidade de startups brasileiras: o que fazer para aumentar as chances de sobrevivência no mercado. **Núcleo de Inovação e Empreendedorismo: Fundação Dom Cabral**, 2014.

BLANK, Steve; DORF, Bob. **Startup: manual do empreendedor: o guia passo a passo para construir uma grande empresa**. Alta Books Editora, 2014.

BRASIL. (11 de jan de 2016). LEI Nº 13.243, DE 11 DE JANEIRO DE 2016. **Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2016/lei/L13243.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13243.htm)>. Acesso em: 19 abr. 2018.

CAPELAS, Bruno. Minas Gerais supera Rio e vira celeiro de novas Startups. **O ESTADO DE S. PAULO**, ago. de 2017. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/inovacao,minas-supera-rio-e-vira-celeiro-de-novas-startups,70001943014>>. Acesso em 12 abr. 2018.

CARDOSO, Luciano Santos; ZILBER, Moisés Ari. Crowdfunding e inovação: um estudo sobre startups no Brasil. **Observatorio de La Economía Latinoamericana**, out. 2017. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/17/estudo-startups-brasil.html>>. Acesso em: 05 abr. 2018.

CARVALHO, Antonio Oliveira de; RIBEIRO, Ivano; CUNHA, Saionara de Andrade da. Viabilidade de startups: uma proposta de construção de uma escala de fatores dificultadores. **Ágora: revista de divulgação científica**, v. 20, n. 1, p. 131-153, 2015.

CAVALER, Micael Raul; BERTINATO, Felipe; MACHADO, Elizandra. Fatores que influenciam no desenvolvimento de startups incubadas: um estudo de caso nos municípios de dois vizinhos e Pato Branco. **International Congress of Knowledge and Innovation - Ciki**, [S.l.], v. 1, n. 1, set. 2017. ISSN 2318-5376. Available at: <<http://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/101>>. Acesso em: 29 de maio

de 2018.

CAVALHEIRO, Cristian Mairesse. **Fatores determinantes para o sucesso de startups de TI no Brasil: uma avaliação crítica**. 2015. 198 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão e Negócio, Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-graduação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos, Porto Alegre.

CHESBROUGH, Henry. Business model innovation: opportunities and barriers. **Long range planning**, v. 43, n. 2-3, p. 354-363, 2010.

CUSTÓDIO, Telma Padilha; TÓFOLI, Eduardo Teraoka; NOGUEIRA, Ana Beatriz. Empreendedorismo: um Estudo sobre a Importância do Empreendedorismo como Estratégia de Negócios na Empresa Fênix Locações e Eventos. **Revista Científica do Unisalesiano**, v. 4, p. 36-44, 2011.

DAVID, Denise Elizabeth Hey. **Intraempreendedorismo Social: Perspectivas para o Desenvolvimento Social nas Organizações**. 2004. 204p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Elsevier Brasil, 2008.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. Elsevier Brasil, 2009.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

GEM, Empreendedorismo no Brasil : 2016 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2017. 208 p. : il.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas S.A, 2008.

GONZALEZ, Rodrigo Valio Dominguez; MELO, Tatiana Massaroli de. Inovação por exploração e exploração do conhecimento: um estudo empírico do setor automobilístico. **Gest. Prod.**, São Carlos , v. 25, n. 1, p. 1-15, Mar. 2018 .

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 4.

ed. Atlas, 2009.

MATOS, Felipe. Qual a região campeã em densidade de startups no Brasil? Você vai se surpreender. **O ESTADO DE S. PAULO**, out. de 2017. Disponível em: <http://link.estadao.com.br/blogs/felipe-matos/qual-a-regiao-campea-em-densidade-de-startups-no-brasil-voce-vai-se-surpreender/>. Acesso em 12 abr. 2018.

MELLO, Cristiane Marques de. et al. Do Que Estamos Falando Quando Falamos Empreendedorismo no Brasil?. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 8, n. 3, 2010.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; GOMES, Suely Ferreira Deslandes Romeu (Org.). **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade**. 34. ed. Editora Vozes Limitada, 2011. 114 p.

MORAIS, José Mauro de. Uma avaliação de programas de apoio financeiro à inovação tecnológica com base nos Fundos Setoriais e na Lei de Inovação. **Políticas de incentivo à inovação tecnológica no Brasil. Brasília: Ipea**, p. 68-105, 2008.

NARDES, Felipe Bruno Souza; MIRANDA, Roberto Campos da Rocha. Lean Startup e Canvas: uma proposta de metodologia para startups. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 5, n. 3, p. 252-272, 2014.

PEGN. **Investimento anjo cresce 9% no Brasil e chega a R\$ 851 milhões**, jun. de 2017. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2017/06/investimento-anjo-cresce-9-no-brasil-e-chega-r-851-milhoes.html>. Acesso em: 12 abr. 2018.

PLONSKI, Guilherme Ary. Bases para um movimento pela inovação tecnológica no Brasil. **São Paulo em perspectiva**, v. 19, n. 1, p. 25-33, 2005.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. Leya, 2012.

SÁ, Miller Gazolla Correa de. O capital de risco aplicado em start-ups no Brasil: uma reflexão sobre o ecossistema dos empreendimentos inovadores a partir da visão do investidor. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 7, n. 1, p. 97-120, 2017.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro eo ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pesquisa**

**Lado/A, Lado/B Startups**, 2015. Disponível em:

<[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/lado\\_A\\_B\\_startups.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/lado_A_B_startups.pdf)>. Acesso em: 29 de maio de 2018.

SHANE, Scott; VENKATARAMAN, Sankaran. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SILVA, Anna Camila Lima e. **Determinantes do desempenho das startups brasileiras**. 2017. 97 f. Dissertação (Pós-Graduação em Engenharia de Produção)- Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte, 2017.

SILVA, Fábio Rodrigues da. **Fatores críticos de sucesso de empresas startup no cenário empreendedor brasileiro**. 136 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão e Tecnologia em Sistemas Produtivos) - Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, São Paulo, 2016.

TIDD, Joe; BESSANT, Joe. **Gestão da inovação**. 5. ed. Bookman Editora, 2015.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.



O trabalho NAUS – **Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais** está licenciado com uma Licença [Creative Commons - Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).