



VII Congresso de Pesquisa e Extensão da FSG
V Salão de Extensão

<http://ojs.fsg.br/index.php/pesquisaextensao>

ISSN 2318-8014



O PERFIL DO EMPREENDEDOR NAS *STARTUPS*

Daiana Furquim Soares^a, Francine Xavier Margarin^b, Kevin Barcarol^c, Maria de Lourdes Terribile Rossi^d, Saionara Dalzotto^e, Fernanda Prux Susin^{d*}

Informações de Submissão

*Autor correspondente (Orientador)
Fernanda Prux Susin, endereço: Rua Os
Dezoito do Forte, 2366 - Caxias do Sul - RS -
CEP: 95020-472

Palavras-chave:

Startups. Empreendedorismo. Inovação.

Resumo

Devido ao grande crescimento do empreendedorismo no mundo todo, em especial nas *Startups*, a pesquisa versa sobre questões pertinentes a este mercado crescente na atualidade. Em um mundo onde talvez o maior inimigo de todos seja a incerteza, é extremamente arriscado investir em algo inovador no mercado de trabalho. Em função dos possíveis resultados negativos e da imprevisibilidade que envolve qualquer investimento, algumas pessoas ficam à mercê da insegurança e de diversas dúvidas. Cada indivíduo é um ser único, com características, pensamentos e comportamentos diferentes, mas para almejar o sucesso e conseguir resultados benéficos em relação ao empreendedorismo nas *Startups*, alguns requisitos não podem ser ignorados. O presente artigo trata-se de uma revisão bibliográfica, com o objetivo de identificar o perfil do empreendedor nas *Startups*. Como resultado pode-se perceber que existem características que são específicas de Empreendedores *Startups* quando comparadas a Empreendedores Tradicionais. Estes empreendedores se caracterizam por ser pessoas jovens, que sentem a necessidade de estudo e aperfeiçoamento constantes. Apresentam uma personalidade arrojada e estão dispostos a correr riscos limitados, além de demonstrarem preocupação com a excelência no trabalho e a satisfação do cliente. Uma das limitações observadas neste estudo é a escassez de literatura, principalmente no que tange às *Startups*. Por isso, observa-se a importância da produção de estudos que compreendam as características do perfil empreendedor nas *Startups*.

1 INTRODUÇÃO

Com o objetivo de abordar um tema contemporâneo e crescente no mundo corporativo, foi pensado um referencial teórico que elucidasse questões relativas ao perfil do empreendedor, principalmente nas empresas conhecidas como *Startups*. O presente trabalho intitulado “O Perfil do Empreendedor nas *Startups*” tem como objetivo geral pesquisar o crescimento do empreendedorismo e o surgimento das *Startups*. A pesquisa tem como objetivos específicos, investigar quais as premissas para que uma *Startup* sobreviva ao mercado corporativo, analisar quais as características desejáveis para um empreendedor de *Startup* e verificar como o perfil do empreendedor influencia no êxito das *Startups*. A problematização diz respeito ao modo como o

perfil do empreendedor pode colaborar para o êxito das *Startups*. Este trabalho justifica-se por ser um tema que vem conquistando relevância e notoriedade no universo organizacional. A escolha deste tema deu-se pelo interesse dos pesquisadores em aprofundar-se no assunto.

Vive-se num mundo onde a todo momento são criadas novas necessidades de consumo, e o que até pouco tempo não existia, passa a ser uma exigência ímpar desfrutar de tal benefício. É neste cenário que as empresas *Startups* originam-se a fim de suprir uma necessidade potencial do mercado, no qual ideias inovadoras geram imposições capitais, seja no tocante à comunicação, tecnologia ou prestação de serviços. Fato é que tais inovações revolucionam o estilo de vida das pessoas (MESQUITA, 2017).

Grandes ideias surgem em meio às crises. É preciso, pois, reinventar-se. No cenário de dificuldades econômicas e altas taxas de desemprego vivido na década de 90, surgem novas alternativas de empreendimentos no mercado de trabalho. Foi neste período que o empreendedorismo ganhou maior visibilidade no Brasil em função da abertura do mercado interno para as importações. As empresas depararam-se com a necessidade de investir em modernização e inovação. Com alguns ajustes na economia a inflação foi controlada e o Brasil ganhou estabilidade (MORAES *et al*, 2018).

Devido aos motivos elencados acima, tais como alta taxa de desemprego, mudanças no mercado de trabalho e a necessidade premente de criação de novos produtos e serviços que agilizem a vida, num mundo onde tempo e rapidez precisam andar juntos, surge o Microempreendedor Individual (MEI), que é um programa criado por meio da Lei Complementar número 128/2008 para motivar a formalização dos trabalhadores autônomos que não estão inseridos no trabalho formal. Esta lei é conhecida como Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (MORAES *et al*, 2018). Uma grande fonte de apoio aos MEI é o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas), que fornece suporte aos pequenos empresários brasileiros para a abertura de novas empresas (MORAES *et al*, 2018). O MEI, perfil característico da pessoa jovem, criativa, inovadora e conectada às necessidades do mercado, facilmente pode aliar-se a investidores de risco e lançar novos produtos e serviços, tal como o recente aplicativo *Uber eats*, inovando totalmente o modelo de acessar as refeições. Geralmente as *Startups* têm início por meio de um MEI, pois esta é a exigência para ingressar no mundo corporativo de forma individual, condição que está a um passo de tornar-se uma *Startup*, podendo contar com o apoio de alguma universidade local ou de investidores que acreditam na ideia lançada pelo MEI.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 SURGIMENTO DAS *STARTUPS*

Na década de 90 surgem, nos Estados Unidos, pequenas empresas com elevado potencial inovador a fim de desenvolver novas tecnologias, as *Startups*. O termo *Startup* foi cunhado no final do século XX, por ocasião do fenômeno conhecido como “bolha da internet”. Este acontecimento deu o *start* para a mudança e o desenvolvimento nas áreas da tecnologia, informática e investimentos. O uso do silício como material semicondutor, juntamente com o transistor, permitiu o desenvolvimento do rádio como o primeiro sistema global de comunicação. A tecnologia seguiu avançando, resultando no surgimento das redes sociais e aplicativos disponíveis na atualidade. O Vale do Silício, devido ao seu rico ecossistema, atrai empreendedores e investidores de capital de risco, contando com apoio de universidades, governo e centros de pesquisa, que incentivam o contínuo surgimento destas empresas. Para tanto, contam com políticas que incentivam a redução de impostos sobre os lucros, bem como iniciativas para reduzir os custos. Estes são alguns dos programas de suporte financeiro e de gestão que estimulam a continuidade de tais empreendimentos. Dentre as *Startups* surgidas nesta região figuram a Microsoft, Apple, Hotmail, Google, Youtube, Facebook e Uber. Estas empresas recebem continuamente bases científicas e tecnológicas das Universidades de Stanford e UC Berkeley (DULLIUS, 2016).

Uma *Startup* caracteriza-se por emergir num cenário de incerteza, posto que não há garantias de que esta venha a tornar-se sustentável. Entretanto, em muitas ocasiões, tal empreendimento é passível de tornar-se repetível (franquias), reproduzindo a mesma ideia em escala ilimitada (MOREIRA *et al*, 2017). Nem todas as *Startups* pertencem ao ramo de inovação tecnológica. A Uber e a AIRBnb (aplicativo que liga o indivíduo a pessoas que desejam alugar quartos em sua residência ou toda a residência), distanciam-se deste perfil tecnológico (MAIA, 2016).

Para tornar-se um empreendedor de Alto Impacto é necessário dispor de algumas características, tais como ambição, criatividade, paixão pelo trabalho que realiza, inovação, capacidade de executar com excelência, além de ética e profissionalismo. Compreende também liderança, organização e bom relacionamento. A empresa Endeavor Insight/Brasil realizou entrevistas com cinquenta e cinco empreendedores de Alto Impacto em onze países. Com base nestes estudos, sugere cinco passos essenciais como premissas para alcançar o sucesso. São eles:

1. Começar com o que se conhece - é importante ter conhecimento e domínio do negócio que se deseja empreender no mercado.

2. Começar pequeno, porém sonhar grande - avaliar de que forma pode-se ter um impacto mundial, afinal deve-se pensar em escala global uma vez que é deste modo que o ecossistema do mercado funciona atualmente.

3. Não se prender ao plano de negócio (missão, visão, estratégias, objetivos e táticas) - empreendedores renomados enfatizam a necessidade de ser flexível, visto que “um plano de negócios sufoca a flexibilidade do empreendedor, o que torna difícil a adaptação aos desafios e o aproveitamento de novas oportunidades” (ENDEAVOR, 2018, p. 13). É necessário preparar-se para ser oportunista, pois tudo muda rapidamente no mundo dos negócios.

4. Procurar investimentos e ganhar conselhos - este estudo revela que “empreendedores não conseguem fazer tudo sozinhos: pesquisas comprovam que atrair investidores de risco e conselheiros talentosos ajuda a evitar riscos para seus negócios” (ENDEAVOR, 2018, p. 17).

5. A experiência leva mais longe – empreendedores icônicos descobriram que com um pouco de experiência é possível rumar a grandes negócios. O empreendedor serial já provou, via de regra, o sabor do sucesso bem como a decepção na carreira, mas persistiu e venceu.

2.3 PERSPECTIVAS TEÓRICAS SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR

Existem duas correntes de estudo que fundamentam a análise do perfil empreendedor, os neo-schumpeterianos e os behavioristas. A primeira corrente diz respeito a um grupo de pesquisadores economistas que consideram o empreendedor como sendo um sujeito inovador, que identifica oportunidades, corre os riscos, busca lucro e produz o desenvolvimento econômico. Já os comportamentalistas acreditam que o empreendedor dispõe de uma capacidade criativa e intuitiva, possuidor de um dom, uma liderança nata, que conquista e envolve outras pessoas (MESQUITA, 2017 e RODRIGUES, 2016).

Para este estudo será abordado o empreendedor pelo ponto de vista comportamental, visto que a maior parte dos estudos já desenvolvidos têm como base esta perspectiva. Esta abordagem é considerada recente, pois, anteriormente, o empreendedorismo estava ligado apenas ao fenômeno da criação de empresas. Hoje, sabe-se da efetivação de projetos organizacionais independentes ou não da organização até então existente.

Na figura 01, abaixo, serão apresentadas as principais definições desenvolvidas para caracterizar o perfil empreendedor:

PRINCIPAIS DEFINIÇÕES DO PERFIL EMPREENDEDOR	
Autor	Base conceitual
McClelland (1987)	1) Conjunto de Realização: Busca de oportunidades e iniciativa; Persistência; Correr riscos calculados; Exigência de qualidade e eficiência; Comprometimento; 2) Conjunto de Planejamento: Busca de informações; Estabelecimento de metas; Planejamento e monitoramento sistemáticos; 3) Conjunto de Poder: Persuasão e rede de contatos; Independência e autoconfiança.
Schmidt e Bohnenberger (2009)	1) Auto eficaz; 2) Assume riscos calculados; 3) Planejador; 4) Detecta oportunidades; 5) Persistente; 6) Sociável; 7) Inovador; 8) Líder.
Filion (2000)	1) Comuns: Apresentam tenacidade; Possuem capacidade de tolerar ambiguidade e incerteza; Fazem bom uso de recursos; Correm riscos moderados; São imaginativos; Voltam-se para resultados. 2) Bem-sucedidos: Valores e cultura de empreendedorismo adquiridos por meio de contato com, pelo menos, um modelo empreendedor durante a sua juventude; Experiência em negócios; Diferenciação; Intuição; Envolvimento; Trabalhadores incansáveis; Sonhadores realistas (visionários); Líderes; Trabalham em rede com moderação; Têm o seu próprio sistema de relações com os empregados; Aprendizagem dos seus próprios padrões.
Carland, Carland	1) Traços de personalidade: a) <i>Criatividade</i> : criatividade; habilidade para conduzir situações; capacidade de aprendizagem; originalidade; necessidade de realização. b) <i>Confiança</i> : autoconsciência; sensibilidade a outros; confiança. 2) Tendência à inovação: Iniciativa; Inovação; Liderança; Otimismo; Flexibilidade. 3) Propensão ao risco: Tolerância à ambiguidade e à incerteza; Tendência a risco; Orientação para resultado. 4) Postura estratégica: Envolvimento em longo prazo.

Figura 01

Fonte: Adaptado de Mesquita (2017).

Identifica-se que em todas as principais definições já desenvolvidas para caracterizar o perfil empreendedor estão associadas a traços da personalidade dos indivíduos. Além disto, algumas características são bem próximas e poderiam ser abordadas de maneira semelhante.

2.3 PERFIL EMPREENDEDOR SEGUNDO MCCLELLAND

De acordo com Mesquita (2017), David McClelland foi um dos estudiosos comportamentais que se propôs a ampliar esta perspectiva considerando o perfil do empreendedor um dos aspectos mais importantes e que influenciam positiva ou negativamente as ações do empreendedor. Para ele, a motivação humana está relacionada a três fatores dominantes: Poder, Afiliação e Realização. A necessidade de Poder diz respeito a vontade de exercer autoridade sobre os outros e executar ações com este poder. Com relação à necessidade de Afiliação, o sujeito possui uma determinada preocupação em estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas no seu contexto. Já a necessidade de Realização significa que o indivíduo tem que testar seus limites, realizando um bom trabalho e que promova a realização pessoal. “Pessoas com alta necessidade de realização estabelecem metas realistas e alcançáveis e buscam ser competitivas” (MCCLELLAND, 1961 *apud* MESQUITA, 2017, p. 29). Esta necessidade de realização é almejada pela maioria dos empreendedores, sendo uma das motivações para iniciar um negócio.

Atualmente, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), assim como o Sebrae, utiliza um modelo para programas de capacitação de empreendedores tendo como base os três fatores dominantes de McClelland. Este modelo auxilia no processo de identificação do perfil empreendedor. Os conjuntos propostos neste modelo tratam dos seguintes aspectos observados no empreendedor:

- 1) Conjunto de Realização descreve a busca pelas oportunidades e iniciativas, ou seja, o empreendedor realiza as tarefas antes de ser solicitado ou forçado pelas circunstâncias, atua para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços e aproveita qualquer tipo de oportunidade para começar um negócio. Inclusive, corre riscos calculados, avaliando as alternativas, reduzindo os riscos, controlando os resultados e colocando-se em situações que implicam resultados. Percebe-se uma exigência de qualidade e eficiência, procurando formas de realizar as coisas mais rápido, melhor e/ou barato, excedendo padrões de excelência e desenvolvendo procedimentos que assegurem o prazo determinado. No que diz respeito à persistência, o empreendedor não mede esforços para agir diante de um obstáculo a fim de superá-lo e assume responsabilidade pelo desempenho necessário para atingir metas. Por fim, há um enorme comprometimento deste indivíduo perante o seu negócio fazendo sacrifícios pessoais ou despendendo um esforço extraordinário para concluir uma tarefa, colabora com os empregados e esforça-se para manter os clientes satisfeitos (SANCHES *et al*, 2017).

2) Conjunto de Planejamento apresenta a busca de informações como uma estratégia de conhecer melhor o cliente, fornecedor e até mesmo concorrentes, além de compreender a fabricação de um produto ou o fornecimento de um serviço e consulta uma assessoria técnica ou comercial, se necessário. O estabelecimento de metas é essencial em um negócio, pois dá visibilidade ao que deve ser alcançado e quais os prazos para isto. Planejar e monitorar sistematicamente o seu negócio é um processo que auxilia na delegação de tarefas, na revisão dos planos, levando em conta os resultados obtidos e mantendo os registros financeiros para utilizá-los para tomar decisões futuras (SANCHES *et al*, 2017).

3) Conjunto de Poder estabelece a persuasão e rede de contatos como forma de influenciar os demais, utilizando pessoas chaves como agentes para atingir seus objetivos e desenvolvendo relações comerciais. Outro aspecto importante deste conjunto é a independência e autoconfiança que possibilitam a busca pela autonomia em relação a normas e controles, mantém seus pontos de vista em meio a resultados iniciais não tão animadores, transmite confiança da sua própria capacidade em enfrentar um desafio (SANCHES *et al*, 2017).

Neste sentido, nota-se a importância de compreender as competências dos empreendedores bem sucedidos ou aqueles que pretendem iniciar seu negócio. Estes conjuntos de competências somados à inovação e criatividade, características identificadas em Empreendedores *Startups*, podem ser a garantia de um negócio bem sucedido.

3 METODOLOGIA

O presente artigo é resultado de uma revisão bibliográfica. Este tipo de pesquisa caracteriza-se por utilizar “material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos” (GIL, 2010, p. 29). Além das características acima citadas, esta pesquisa também assume o caráter de qualitativa, que “...aborda o objeto de pesquisa sem a preocupação de medir ou qualificar os dados coletados” (COSTA *et al*, 2006, p. 16). O material bibliográfico está restrito aos últimos 06 anos (2013 a 2018). A pesquisa foi desenvolvida utilizando-se os descritores “*Startups*, empreendedorismo, inovação” e foram realizadas buscas nas bases de dados SciELO, Lilacs e Google Acadêmico.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir de alguns estudos analisados, observou-se que existem características que são exclusivas de Empreendedores *Startups*, comparadas a Empreendedores Tradicionais. Assim, serão apresentadas por categorias de Idade, Grau de Escolaridade, Renda Média Pessoal, Estado Civil, Sexo e Características Empreendedoras Auto Percebidas. Todos os entrevistados nos estudos são Empreendedores *Startups*.

Idade

De acordo com Mesquita (2017), todos os empreendedores entrevistados apresentam idade superior a 30 anos. Para Felizola e Gomes (2017), os 59% dos pesquisados são considerados adultos jovens com faixa etária entre 26 e 35 anos, 27% de meia idade – entre 36 e 40 anos e nenhum acima de 40 anos. Silva *et al* (2017), em seus estudos, entrevistaram 5 jovens empreendedores de *Startups*, destes apenas 01 tinha 20 anos, 02 tinham 23 e os outros dois 25 anos. Outra pesquisa demonstrou que a média geral de idade desses empreendedores é de 31 anos, sendo que mais da metade deles, ou seja, 53% possuem até 30 anos, e que a minoria (apenas 4%) possui mais de 45 anos (SANCHES *et al*, 2017). Moreira *et al* (2017) aponta que a idade média é de 20,5 anos, ocorrendo com maior frequência respondentes de 26 anos de idade. Hartmann (2013) destaca que 84,2% tem entre 22 e 29 anos, 10,5% apresentam idade entre 30 e 37 anos e apenas 5,3% entre 46 e 54 anos. Nesta perspectiva, as pesquisas demonstram que a grande maioria dos Empreendedores *Startups* podem ser considerados adultos jovens.

Grau de Escolaridade

Com relação ao grau de escolaridade, Mesquita (2017) descreve que todos possuem nível superior. Além do nível superior, nos estudos de Felizola e Gomes (2017) observou-se que todos os entrevistados, possuem ou o nível superior completo ou em curso, sendo que 26% possuem ainda pelo menos um curso de pós-graduação. Foi constatado, também, na pesquisa de Sanches *et al* (2017) que 41% são pós-graduados, 35% tem graduação, 20% estão cursando uma graduação e somente 4% tem escolaridade até o ensino médio. Já na pesquisa de Moreira *et al* (2017), a maioria dos entrevistados (74%) possuem apenas o ensino médio completo, 12% ensino superior e somente 3,3% com pós-graduação. No estudo de Hartmann (2013), 57,9% dos entrevistados possuem superior completo e 15,8% pós-graduação.

Renda Média Pessoal

Nesta categoria, apenas dois estudos mostraram a renda média pessoal dos Empreendedores *Startups* já em atividade. O primeiro, Felizola e Gomes (2017) pesquisaram *Startups* Sergipanas, 52,4% de seus Empreendedores ganham entre 3 e 8 salários mínimos, equivalente a um ganho entre R\$2.172,00 e R\$ 5.792,00 reais, 28,6% dos entrevistados faturam mais de oito salários mínimos por mês, 9,5% afirmam não ter renda própria, ou seja, são sustentados por algum familiar e estão apostando seu futuro na operação da *Startup*. Apenas 15% dos entrevistados trabalham apenas em sua operação *Startup*. Outros 14% afirmam que seus recursos financeiros provêm totalmente da operação e 86% possuem outras atividades profissionais para manter a sua renda. Já na pesquisa de Moreira *et al* (2017), a grande maioria não possui renda equivalente a 46,7%, 16% até 1 salário mínimo, 22% acima de 1 até 3 salários, 3,3% acima de 3 até 5 salários e 12% acima de 5 até 10 salários.

Estado Civil

A respeito do estado civil dos entrevistados, Felizola e Gomes (2017) verificaram que 55% destes são solteiros e 45% são casados. Já na pesquisa de Moreira *et al* (2017), 98,7% se declararam solteiros e apenas 1,3% casados.

Sexo

A categoria 'sexo' nos estudos de Felizola e Gomes (2017) mostraram que apenas 5% dos entrevistados são do sexo feminino. Assim como na pesquisa de Silva *et al* (2017), na qual revelam que dos 5 entrevistados, 04 são homens e apenas 01 mulher. Para Sanches *et al* (2017) 84% são do sexo masculino e 16% do sexo feminino. Moreira *et al* (2017) descrevem que 59,3% dos participantes da pesquisa são do sexo masculino. Outro estudo que confirma esta diferença de gênero é o de Hartmann (2013), sendo 89% homens e apenas 11% mulheres.

Características empreendedoras auto percebidas

Com base no perfil empreendedor segundo McClelland, na pesquisa de Mesquita (2017), quanto ao conjunto de realização, os entrevistados consideram-se indivíduos que correm riscos calculados, são comprometidos com seus negócios, atentos para a qualidade de seus produtos e serviços, assim como para as novas oportunidades. No que se refere ao conjunto de planejamento, estes destacam-se por buscar informações, além de estabelecer metas para seus negócios, porém planejam pouco. Em relação ao conjunto de poder, se percebem com um pequeno destaque para independentes e autoconfiantes.

No estudo de Silva *et al* (2017), pode-se observar algumas características auto percebidas dos empreendedores *Startups* entrevistados. O grau de importância estabeleceu-se da seguinte

maneira: 1º Obsessão pelas oportunidades; 2º Criatividade; 3º Autoconfiança e habilidade de adaptação; 4º Comprometimento e determinação; 5º Motivação e superação; 6º Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas, e por último a liderança. Vale ressaltar que a característica ‘liderança’ foi considerada a última em grau de importância, pois a grande maioria dos entrevistados tendem a trabalhar sozinhos ou com uma equipe reduzida.

Moreira *et al* (2017) destacam características significativas do perfil do empreendedor *Startup*, sendo elas: comprometimento, liderança, preocupação em atender e satisfazer as necessidades de seus clientes, organização e foco no trabalho. Já no estudo de Hartmann (2013), a persistência destacou-se como uma característica empreendedora mais presente nos entrevistados. Em seguida 15,47% correm riscos calculados e 15,17% buscam oportunidades e iniciativas.

Há um consenso entre os autores com relação ao perfil do aspirante a empreendedor, especialmente no que se refere às *Startups*. Caracterizam-se por ser pessoas jovens, beirando a faixa dos trinta anos. Sentem a necessidade de estudo e aperfeiçoamento constantes. São detentores de uma personalidade arrojada e estão dispostos a correr riscos limitados, além de demonstrarem preocupação com a excelência no trabalho e a satisfação do cliente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Startup é um modo revolucionário de empreender onde seus criadores devem ter, acima de tudo, criatividade, capacidade de aprendizagem, comportamentos flexíveis, habilidade de interpretar e conduzir escolhas que melhor condizem com a situação do momento presente. Também contam para o êxito, a confiança no que exercem, motivação, tolerância ao risco e muito amor pelo que fazem.

As empresas *Startups* diferenciam-se de outros empreendimentos tradicionais por originarem-se de ideias inovadoras, aplicação de tecnologia e *know how* especializado. Além disto, seus idealizadores detêm um perfil dinâmico e arrojado e, frequentemente, contam com o respaldo da comunidade acadêmico-científica para proporcionar toda a pesquisa necessária ao êxito do projeto. Desta forma, entende-se que o empreendedorismo é capaz de “transformar uma oportunidade em um novo negócio”, enquanto que a “*Startup* é uma nova forma de empreender, é fazer algo acontecer usando o mínimo de recursos, é uma resposta ao mercado extremamente agitado que cobra inovação, produtividade e lucratividade” (SILVEIRA *et al*, 2017, p. 320).

No entanto, muitas empresas não conseguem sobreviver no mercado corporativo “devido à falta de planejamento estratégico, investimentos de marketing errados ou alocação de recursos ineficientes” (D’AVINO, 2015, p. 1). Algumas estratégias assertivas para alcançar êxito no universo *Startup* incluem, manter a empresa com visibilidade no mercado de investidores e aderir a métodos de publicidade que atinjam o público alvo que esta deseja conquistar.

As pesquisas ainda são muito limitadas nesta área do conhecimento. Há uma escassez de literatura, principalmente no que tange às *Startups*. Acredita-se que as universidades sentirão a necessidade de investir mais em pesquisas desta natureza, devido à expansão de tal empreendimento no mundo globalizado. As instituições de ensino superior não podem ficar à margem deste desenvolvimento tecnológico, uma vez que as “*Startups* podem ser definidas como pequenos projetos empresariais ligados à pesquisa, à investigação e ao desenvolvimento de ideias inovadoras” (SILVA *et al*, 2013 apud MOREIRA *et al*, 2017, p.52). Afinal, tais ideias vêm de encontro à missão, formação de profissionais e consciência investigativa que caracterizam o meio acadêmico.

6 REFERÊNCIAS

COSTA, M. A.; FINDLAY, E. A. G.; GUEDES, S. P. L. C. **Guia para elaboração de projetos de pesquisa**. 2 ed. Joinville: UNIVILLE, 2006.

D’AVINO, M.; SIMONE, V. de.; IANNUCCI, M.; SCHIRALDI, M. M. Guidelines for e-startup promotion strategy. **Journal of Technology Management & Innovation**, v.10, n.1, p.3-16, 2015.

DULLIUS, A. C. **As capacidades de inovação em startups**: um estudo no Vale do Silício. Porto Alegre: UFRGS, 2016. Dissertação (Mestrado em Administração) Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.

ENDEAVOR BRASIL. **5 conselhos valiosos para se tornar um empreendedor de alto impacto**. Disponível em: <https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F6588%2F1425317797Endeavor-5_Conselhos_para_se_tornar_um_Empreendedor_de_Alto_Impacto.pdf>. Acesso em: 02 set. 2018.

FELIZOLA, M. P. M.; GOMES, I. M. de. A. O perfil dos empreendedores das startups sergipanas – o caso do Caju Valley. SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA – SIMTEC, VIII, 2017, Sergipe. **8th International Symposium on the Technological Innovation**. Sergipe: 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HARTMANN, V. H. P. **Startup**: uma nova forma de empreender. Brasília: UniCEUB, 2013. Trabalho de Conclusão de Curso.

MAIA, M. M. **Como nascem as startups? Uma análise microssociológica das performances e estratégias discursivas dos empreendedores à procura de capital.** São Paulo: USP, 2016. Dissertação (Mestrado em Sociologia) Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2016.

MESQUITA, R. F. de. **O perfil empreendedor em startups no modelo born global de internacionalização:** uma abordagem qualitativa. Fortaleza: UFC, 2017. Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará, 2017.

MORAES, E. S.; OLIVEIRA, M. L. de. M.; BORBA, M. C.; LIMA, T. L. de. A.; FILHO, R. A. de. M. Microempreendedor individual: caracterização do perfil dos empreendedores no Brasil. **Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v.4, n.1, p.179-197, 2018.

MOREIRA, A. M.; PIURCOSKY, F. P.; SILVA, S. V.; JUNIOR, E. de. S. G.; CALEGARIO, C. L. L. O perfil do empreendedor: uma análise baseada em eventos de startups durante o ano de 2016 no sul de Minas Gerais. **Revista Ciências Humanas – Educação e Desenvolvimento Humano**, v.10, p. 50-62, 2017.

RODRIGUES, P. L. **Empreendedorismo no Brasil:** um olhar sobre as startups. Porto Alegre: UFRGS, 2016. Trabalho de Conclusão de Curso.

SANCHES, E. C.; PICANÇO, F. C. de. A.; PERIOTTO, T. R. C. **A dinâmica do ecossistema de inovação e o perfil dos empreendedores de startups de Maringá.** 21 ed. Paraná: Revista Empreendedorismo e Inovação, 2017.

SILVA, I. S. da.; OLIVEIRA, R. P. de.; SANTOS, D. S.; MELO, A. N. Perfil dos jovens empreendedores de startups da cidade de Parnaíba-PI. ENCONTRO NACIONAL DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO- ENANGRAD, XXVIII, 2017, Brasília. **Anais do XXVIII Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração.** Brasília: 2017.

SILVEIRA, T. S.; PASSOS, D. F. O.; MARTINS, I. Empreendedorismo x startup: um comparativo bibliométrico de 1990 a 2016. **Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v.3, n.2, p.304-322, 2017.