



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FATECS
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: EMPREENDEDORISMO
ÁREA: STARTUP

VICTOR HUGO PEREIRA HARTMANN
RA: 20962401

STARTUP: UMA NOVA FORMA DE EMPREENDER

Brasília
2013

VICTOR HUGO PEREIRA HARTMANN

STARTUP: UMA NOVA FORMA DE EMPREENDER

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Profa. Erika Lisboa

Brasília

2013

VICTOR HUGO PEREIRA HARTMANN

STARTUP: A NOVA FORMA DE EMPREENDER

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Profa. Erika Lisboa

Brasília, ____ de _____ de 2013.

Banca Examinadora

Professora Erika Lisboa
Orientadora

Professor (a):
Examinador (a)

Professor (a):
Examinador (a)

STARTUP: A NOVA FORMA DE EMPREENDER

Victor Hugo Pereira Hartmann
Erika Lisboa

RESUMO

Pela significativa mudança na forma de abrir, gerir e conduzir uma empresa no âmbito nacional e internacional, surgiu a proposta de fazer o presente estudo que apresenta o empreendedorismo e suas novas tendências. O movimento de startup mostra-se como uma tendência em grande crescimento, principalmente pelo empreendedor iniciante. Por esse motivo tem-se como objetivo principal apontar o perfil dos empreendedores de startup. E como objetivos específicos: identificar quais características empreendedoras os empresários de startup possuem; reconhecer qual a importância os entrevistados dão para o administrador e suas competências em uma startup; e por último apontar quais fatores são mais importantes para uma startup de sucesso segundo os empresários de startups. Para atingir os objetivos em questão, foi aplicado um questionário com perguntas abertas e fechadas durante um evento de startup ocorrido no mês de abril de 2013, em Brasília-DF. Com os resultados foi possível responder a pergunta de pesquisa, juntamente com o objetivo geral e os objetivos específicos e correspondeu a expectativa da pesquisa e de alicerce para trabalhos futuros.

Palavras-chave: empreendedorismo; empreendedor; startup; perfil; características.

1. INTRODUÇÃO

No Brasil tem sido notado um aumento do empreendedorismo nos últimos anos, principalmente em razão do bom momento econômico atual (GEM, 2012). O empreendedorismo por oportunidade é o tipo de empreendedorismo que mais cresce, enquanto o empreendedorismo por necessidade diminui. Isso é um fator positivo ao país, pois o Brasil otimiza o crescimento do empreendedorismo de qualidade, de oportunidade, e se aproxima de índices de países desenvolvidos (GEM 2012).

No começo dos anos 2000 houve uma explosão das empresas pontocom no Brasil (DORNELAS, 2005). A partir desse episódio o empreendedorismo começou a ser tratado com mais seriedade pelo governo brasileiro, seguindo o exemplo dos Estados Unidos, onde os empreendedores são os grandes propulsores da economia (DORNELAS, 2005).

Nos finais dos anos 90 e início dos anos 2000 ocorreram mudanças que impactaram e transformaram a rotina das pessoas com novos produtos e tecnologias como: computador pessoal, telefonia móvel e internet, somadas a corridas dos governos mundiais para o desenvolvimento de um ecossistema compatível aos diversos negócios, contribuíram para o empreendedorismo encabeçar uma mudança global (PEZZONI, 2013).

Em 2013, percebe-se mudanças constantes provenientes de novos conceitos criados a menos de 20 anos. Porém uma revolução que teve na indústria nos anos 50 e até hoje norteia várias teorias e formas de administrar é o Sistema de Produção Toyota que atende por seu nome original em japonês de “Genchi Gembutsu” (RIES,

2012). Este princípio de manufatura enxuta, é uma das raízes da Startup Enxuta ou “Lean Startup”.

Startup é um novo conceito de empreendedorismo que preza pelo feedback contínuo (RIES, 2012). Diferentemente de uma empresa tradicional que é recomendado fazer um plano detalhado para que depois vá ao mercado, nas startups recomenda-se validar a ideia para que se constate se tem mercado, se tem pessoas que consomem o produto (CARVALHO; ALBERONE; KICORVE, 2012). É um feedback constante tanto quantitativo como qualitativo e esse ciclo pode ser resumido em construir, medir e aprender (RIES, 2012).

A partir do cenário exposto, é possível chegar a seguinte indagação: Qual a visão que os empresários de startups têm sobre o empreendedorismo?

Dessa forma, tem como objetivo geral desse artigo apontar o perfil dos empreendedores de startup. Com isso, pretende-se como objetivos específicos: identificar quais características empreendedoras os empresários de startup possuem; reconhecer qual a importância os entrevistados dão para o administrador e suas competências em uma startup; apontar quais fatores são mais importantes para uma startup de sucesso segundo os empresários de startups”.

Como referencial teórico será abordado: a evolução do conceito de empreendedorismo, as definições atuais sobre o tema, as características empreendedoras que são recomendadas a um empreendedor possuir. No Brasil, quais os fatores influenciam a mentalidade dos empreendedores brasileiros, os fatores favoráveis e limitantes que afetam o país, as taxas de empreendedores por oportunidade e necessidade e o perfil sócio-demográfico dos empreendedores iniciais. Será apresentada a relação entre empreendedor e administrador juntamente com as semelhanças e diferenças sobre os dois temas. Abordar-se-á novo modelo de empresa definida como startup, suas características, modelo de negócio e suas diferenças de uma empresa tradicional. A metodologia utilizada pode ser caracterizada como exploratória sendo quantitativa e qualitativa. Para a coleta de dados, baseou-se em questionários de perguntas fechadas e abertas. Para a análise de dados foi utilizado o Microsoft Excel.

2.JUSTIFICATIVA

O presente artigo justifica-se no âmbito acadêmico, pelo fato de ser um tema recente, com pouquíssima literatura acerca do assunto apresentado. O assunto em questão tem ganhado grande destaque no mercado de trabalho. De acordo com Gomes (2013), as startups começam a apoiar no programa de trainee para suprir a carência de profissionais de tecnologia e disseminar a cultura empreendedora que não é encontrado nas universidades brasileiras como opção para o começo de uma carreira. O Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação lançou em abril de 2013 o Programa Start-up Brasil que tem por objetivo apoiar projetos de tecnologia e software (GRESPLAN, 2013).

A relevância aplicada socialmente é que quase metade da população tem o sonho de ter um negócio próprio e é bem maior que a vontade de construir a carreira em uma empresa, aumento do número de empreendedores no Brasil sendo que em 2012 esse número deve chegar a 36 milhões, aumento dos números de empreendedores por oportunidade em relação aos por necessidade, principalmente entre os jovens (GEM, 2012).

A relevância gerencial do artigo é com o intuito de mostrar as mudanças ocorridas na forma de gerir uma empresa, quebra de paradigmas e surgimento de novos conceitos para que a empresa nova ou já estabelecida seja competitiva. Segundo Ries (2012), durante muito tempo os empreendedores e seus problemas destoaram na administração tradicional. Em consequência desse fato muitos adotam a filosofia de “simplesmente faça” e evitam qualquer forma de gestão, disciplina e processo. Pelas estatísticas, esse método conduz com muito mais frequência ao fracasso do que ao êxito.

Segundo Dornelas (2005),

é no momento de gerenciar a empresa e colocar as ações em prática que surge a maior parte dos problemas e, para que isso não ocorra, é necessário que sejam reconhecidas as limitações do empreendedor, que deve recrutar uma boa equipe de profissionais para gerenciar cada setor e minimizar os problemas, através da identificação das prioridades da empresa.

Dessa forma essa pesquisa é necessária para detalhar as mudanças do empreendedorismo e a visão que as pessoas envolvidas nesse processo têm acerca das novas formas de administrar, conduzir e expandir uma empresa.

3. Referencial Teórico

3.1 Empreendedorismo

No capitalismo do século XXI, existem basicamente quatro formas de uma pessoa gerar rendimentos. Essas quatro formas, segundo Kiyosaki (2001), são: sendo empregado onde, ganha-se dinheiro mantendo um emprego, trabalhando para terceiros ou para uma empresa. Outra forma é ser autônomo, ganha-se dinheiro trabalhando para si. Outra maneira é ser o dono, ter uma empresa que gera dinheiro e pessoas trabalhando para si. E por fim, ser investidor ganha-se dinheiro com, vários investimentos. Neste estudo, abordou-se a 3ª (terceira) forma (dono). Toda pessoa que começou um negócio próprio é um empreendedor. Segundo Dornelas (2005) “empreendedor (entrepeneur) tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e começa algo novo”. O primeiro uso do termo empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. O aventureiro empreendedor correu todos os riscos físicos e emocionais. Apesar da evolução do conceito de empreendedorismo no ano de 2013, ainda muito se confunde empreendedor com administrador, pois todo empreendedor deve ser um bom administrador, entretanto, nem todo bom administrador é empreendedor.

No mundo acadêmico, são vistas várias definições de empreendedorismo, “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (Schumpeter 1949, apud Dornelas, 2005, p.39). Já Hirish e Peters (2004) conceitua empreendedorismo como o processo de criar algo novo e assumir os riscos e as recompensas.

De acordo com Ronstadt (1984, apud Hirish e Peters, 2004, p.29), o empreendedorismo é definido como

o processo dinâmico de criar riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que proveem valor para algum produto ou serviço. O produto ou serviço pode, ou não, ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários.

Já para Dornelas (2005) o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, juntando-se, levam à transformação de ideias em oportunidades.

Outro autor mostra diferentes definições que cada grupo de pessoas tem sobre empreendedor. Vesper (1980, apud HIRISH; PETERS, 2004, p.29) expõe que, para os economistas é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo, tal pessoa é geralmente impulsionada por certas forças – a necessidade de obter algo, experimentar, realizar ou talvez escapar a autoridade de outros. Para alguns homens de negócios, um empreendedor aparece como uma ameaça, um concorrente agressivo, enquanto para outros, o mesmo empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que cria riqueza para outros, assim como encontra melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir o desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir.

Diante dessas definições englobando diferentes características, órgãos competentes ligados ao governo, ou não, apresentam características de definição do empreendedor.

O Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2011), projeto de pesquisa sem fins lucrativos que tem por objetivo a geração e divulgação de informações sobre o empreendedorismo em âmbito mundial, define empreendedorismo como:

um processo que compreende as diferentes fases de desenvolvimento dos empreendimentos, desde a intenção de iniciar um negócio, passando pelo processo de efetivamente iniciá-lo (empreendedores de negócios nascentes com até três meses) e chegando ao estágio de administrar esse negócio seja num momento ainda inicial (empreendedores de negócios novos com até 42 meses) ou já estabelecido (empreendedores de negócios estabelecidos).

A United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD, 2008) estudou o perfil do empreendedor que alcança o sucesso e disponibilizou os dados, no Brasil, ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE. Com essas informações é possível encontrar junto ao SEBRAE (2010), que se caracteriza por ser uma empresa privada sem fins lucrativos, a metodologia do Empretec, um programa de capacitação integrada, que trabalha e desenvolve características comportamentais dos participantes. Tem o objetivo de mostrar as

características de um empreendedor e que o participante as desenvolva na sua vivência para maximizar o seu sucesso como empreendedor.

Segundo o SEBRAE (2010) as dez características empreendedoras são:

- Busca de oportunidade e iniciativa - se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócios;
- Correr riscos calculados - assumir desafios ou riscos moderados e responder pessoalmente por eles;
- Exigência de qualidade e eficiência - decisão de atingir sempre as expectativas, prazos e padrões de qualidade;
- Persistência - enfrentar os obstáculos decididamente;
- Comprometimento - com o cliente e com o próprio empresário;
- Busca de informações - busca individual através de pesquisas e consulta a especialistas; Estabelecimento de metas - estabelece metas de longo e curto prazo mensuráveis;
- Planejamento e monitoramento sistemáticos - planeja e aprende a acompanhá-lo sistematicamente a fim de atingir as metas a que se propôs;
- Persuasão e rede de contatos - saber persuadir e utilizar sua rede de contatos atuando para desenvolver e manter relações comerciais;
- Independência e autoconfiança - busca autonomia em relação a normas e procedimentos para alcançar o sucesso.

3.2 Empreendedorismo no Brasil

Segundo o GEM (2011), o Brasil possui a 3ª maior população empreendedora em números absolutos dentre os 54 países analisados no estudo.

Diante desse cenário, é relevante a um país acompanhar a mentalidade empreendedora de sua população. Quando os indivíduos reconhecem as oportunidades presentes no ambiente em que atuam e percebem que possuem capacidade de tirar proveito dessas oportunidades, toda a sociedade é beneficiada, seja na geração de empregos, seja no aumento de riqueza do país GEM (2011).

Os fatores que influenciam a mentalidade dos empreendedores brasileiros podem ser vistos nesta tabela: Tabela 1: Mentalidade Empreendedora: proporções¹ – Brasil e Regiões 2012.

Afirmações da população adulta brasileira	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos	33,7*	35,7	35,2	32,3	32,5	32,8
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem	50,2	48,7	52,8	50,5	50,3	48,9
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio	54,0	55,9	54,4	53,0	51,5	55,3
Afirmam que o medo de fracassar impediria que começassem um novo negócio	35,5	31,1	33,0	39,8	37,0	36,5
Afirmam que no país, a maioria das pessoas gostaria que todos tivessem um padrão de vida parecido	83,0	80,3	81,3	86,0	86,5	81,1
Afirmam que no país, a maioria das pessoas considera o início de um novo negócio como uma opção desejável de carreira	88,1	85,2	88,0	92,2	87,4	87,7
Afirmam que no país, aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio tem status e respeito perante a sociedade	84,8	83,0	83,1	88,7	83,8	85,5
Afirmam que no país, se vê frequentemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos	85,0	86,7	82,1	87,2	87,7	81,6

Fonte: GEM Brasil 2012

Nota: As questões foram respondidas por todos os entrevistados (empreendedores e não empreendedores)

* As proporções significam o percentual em que a afirmação foi citada.

* Exemplo: 33,7% da população de 18 a 64 anos do Brasil afirma conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos dois anos.

Com os dados apresentados na tabela 1, pode se constatar que:

- Seis em cada sete empreendedores têm uma boa percepção de iniciar um novo negócio como opção de carreira;
- Os empreendedores têm boa percepção sobre o status e o respeito dos empreendedores que alcançam o sucesso;
- Apenas um em cada três empreendedores tem o medo de fracassar quando se inicia um novo negócio.

Com posse desses números é visto uma mentalidade positiva que o brasileiro possui em relação ao empreendedorismo, apesar de não existir um perfil empresarial. Segundo Hirish e Peters (2004), os empreendedores proveem de diversas situações: familiares, experiências educacionais e profissionais vivenciadas. Qualquer pessoa pode ser empreendedora, não importando gênero, idade, nacionalidade ou ambiente.

O Brasil, em comparação com outros países, se difere no que diz respeito às condições que favorecem o empreendedorismo segundo a população de cada país (GEM, 2011).

Algumas condições favoráveis e desfavoráveis variam de acordo com a região brasileira analisada e outras já são as mesmas. Desta maneira são apresentados os fatores favoráveis e limitantes ao empreendedorismo na ótica da população empreendedora:

Tabela 2: Condições que afetam o empreendedorismo: proporções¹ relativas a fatores limitantes e favoráveis segundo a percepção dos especialistas – Brasil² e regiões³ – 2012

Fatores	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Fatores Favoráveis						
EFC 11: Clima econômico	62,1	60,0	25,0	46,2	66,7	50,0
EFC 9: Normas Culturais e Sociais	41,4	53,3	41,7	30,8	60,0	37,5
EFC 6: Infraestrutura Comercial e Profissional	26,4	26,7	16,7	7,7	26,7	12,5
Fatores Limitantes						
EFC 2: Políticas Governamentais	77,0	73,3	91,7	53,8	80,0	50,0
EFC 1: Apoio Financeiro	59,8	66,7	50,0	53,8	48,4	68,8
EFC 4: Educação e Capacitação	39,1	26,7	25,0	46,2	33,3	31,3

Fonte: GEM Brasil 2012

¹ As proporções significam o percentual em que o fator foi citado em relação ao total de especialistas.

² Brasil: Todos entrevistados do Brasil avaliando Brasil.

³ Regiões: Entrevistados da Região avaliando região.

Com os dados apresentados na tabela 2, pode se constatar:

- A maioria dos entrevistados concorda que o clima econômico é um fator favorável para o Brasil como um todo, mas os entrevistados da região Centro-Oeste e, principalmente Nordeste, acham desfavorável quando analisado apenas a região;
- A infraestrutura comercial e profissional, tanto no Brasil, como em cada uma das cinco regiões, é um ponto desfavorável;
- As políticas governamentais são os principais fatores limitantes do Brasil e das regiões brasileiras com exceção do Sul, que é o apoio financeiro;
- A educação e a capacitação não são consideradas um fator limitante no Brasil e em nenhuma região.

Outro fator importante a se avaliar são os tipos de empreendedorismo e segundo o GEM (apud DORNELAS, 2005, p.28) existem basicamente dois tipos.

A primeira seria o empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a

empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riqueza. Está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico, com forte correlação entre os dois fatores. A segunda definição seria o empreendedor de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho.

“Com essas duas definições, mais importante que ter um grande número de empreendedores é buscar a otimização do empreendedorismo de oportunidade” (DORNELAS, 2005).

O que é visto no Brasil nas regiões brasileiras, a motivação para empreendedorismo por oportunidade e necessidade, segundo o GEM (2012), é:

Tabela 3 - Empreendedores iniciais segundo motivação: taxas¹, proporções² e razões³ – Brasil e Regiões – 2012

Motivação	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
Taxa de empreendedorismo por oportunidade (%)	10,7*	10,1	10,3	13,9	10,4	11,2
Taxa de empreendedorismo por necessidade (%)	4,7	7,7	6,6	2,5	3,6	3,8
Oportunidade como percentual da TEA	69,2*	56,0	60,4	84,0	73,9	74,1
Razão oportunidade/necessidade	2,3*	1,3	1,6	5,5	2,9	3,0

Fonte: GEM 2012

¹ As taxas significam o percentual de empreendedores identificados segundo a motivação, em relação a população de 18 a 64 anos por região.

² As proporções significam o percentual de empreendedores iniciais que empreenderam por oportunidade, em relação ao total de empreendedores por região.

³ As razões significam quantos empreendedores por oportunidade temos para cada um por necessidade.

* Exemplo taxa: 10,7% da população de 18 a 64 anos do Brasil são empreendedores iniciais por oportunidade.

* Exemplo percentual: 69,2% dos empreendedores iniciais do Brasil são por oportunidade.

* Exemplo razão: Dos empreendedores iniciais no Brasil existe 2,3 por oportunidade para cada empreendedor por necessidade.

De acordo com esses dados, pode-se constatar que:

- A proporção da taxa de empreendedorismo por oportunidade é maior que a taxa por necessidade em todo o Brasil e em todas as regiões especificamente;
- A Região Centro-Oeste se destaca na razão oportunidade/necessidade com a razão de 5,5.

Segundo o GEM (2012), a razão constatada na região Centro-Oeste é equivalente a de países desenvolvidos. A razão que há 10 anos atrás era próxima

de um, agora se assemelha a de países desenvolvidos, GEM (2011), é reflexo do dinamismo da economia brasileira GEM (2012).

Dados demográficos são importantes também para mapear como é o escopo do empreendedorismo de um lugar. A idade empresarial, idade do empreendedor refletida na experiência é um desses dados. Segundo HIRISH e PETERS (2004), a experiência profissional é um dos principais indicadores para prever o sucesso, especialmente quando o novo empreendimento é na mesma área que o empreendedor teve experiência anteriormente. A grande parcela dos empreendedores inicia seu negócio entre 22 e 45 anos (HIRISH; PETERS, 2004).

Levando-se em conta o gênero, os homens tendem a começar seu primeiro empreendimento no início dos 30 anos e as mulheres por volta dos 35 anos. As características empreendedoras de homens e mulheres são muito parecidas, mas se diferem em relação a motivação, histórico profissional, habilidades empresariais e em relação ao processo inicial a fontes de recursos, problemas e sistemas de apoio (CARSUD; KENNETH, 1986, apud HIRISH, PETERS, 2004, p.85).

Os dados demográficos do empreendedorismo no Brasil podem ser vistos na pesquisa do GEM (2012).

Tabela 4: Perfil de empreendedores iniciais (TEA) segundo características demográficas: proporções¹ – Brasil e regiões 2012

Características Demográficas	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Gênero						
Masculino	50,4*	50,9	48,2	52,3	52,8	48,2
Feminino	49,6	49,1	51,8	47,7	47,2	51,8
Faixa etária						
18-24 anos	18,3	17,6	13,4	22,2	20,8	18,0
25-34 anos	33,8	29,8	34,8	37,2	32,0	35,1
35-44 anos	26,6	28,7	28,9	23,7	27,5	23,9
45-54 anos	14,4	15,9	17,0	9,8	12,7	16,1
55-64 anos	7,0	8,0	6,0	7,1	7,0	6,9
Grau de escolaridade						
Nenhuma educação formal	1,7	4,5	1,8	0,9	0,0	0,7
Primeiro grau incompleto	18,8	19,6	27,5	18,8	15,1	11,8
Primeiro grau completo	10,1	11,4	8,7	9,8	8,8	11,8
Segundo grau incompleto	8,3	8,8	6,9	9,8	7,0	8,9
Segundo grau completo	36,9	37,5	36,7	31,7	43,0	36,1
Curso superior incompleto	10,3	9,7	7,2	12,0	8,8	14,1
Curso superior completo	11,5	6,8	9,3	14,2	15,1	13,1
Pós-graduação incompleta	1,0	0,9	0,9	0,9	1,1	1,3
Pós-graduação completa	1,4	0,9	1,2	1,8	1,1	2,3
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	47,1	40,0	47,4	49,8	49,3	50,0
3 a 6 salários mínimos	47,9	51,0	47,7	47,0	46,4	47,0
6 a 9 salários mínimos	3,2	4,3	3,3	2,2	3,6	2,6
Mais de 9 salários mínimos	1,7	4,6	1,5	0,9	0,7	0,3

Fonte: GEM Brasil 2012

* As proporções significam o percentual de empreendedores iniciais em cada classe, por região, em relação ao total de empreendedores do mesmo estágio.

* Exemplo gênero: 50,4% dos empreendedores iniciais do Brasil são masculinos.

Com esses dados, pode-se verificar que:

- Existe um grande equilíbrio entre o número de empreendedores e empreendedoras;
- A faixa etária que possui o maior número de empreendedores é entre 25-34 anos;
- O segundo grau completo é a faixa de escolaridade que possui mais empreendedores, com destaque para o Sudeste que possui 43% do total de empreendedores dessa região nessa faixa.

3.3 Empreendedor x Administrador

É muito comum que se confunda ainda os papéis de empreendedor e administrador. “O trabalho dos administradores se assemelha ao dos empreendedores, já que compartilham de três características principais: demandas, restrições e alternativas”. (STEWART 1982, apud DORNELAS, 2005, p.31).

Já em outras abordagens, como a abordagem clássica, “o trabalho do administrador ou a arte de administrar concentra-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar” (DORNELAS, 2005). De acordo com as informações que o administrador possui e sua posição na empresa ele se diferencia dos demais administradores. “Os administradores diferem em dois aspectos: o nível que eles ocupam na hierarquia, que define como os processos administrativos são alcançados, e o conhecimento que detêm, segundo o qual são funcionais ou gerais” (HAMPTON, 1991, apud DORNELAS, 2005, p.31).

Essa última visão apresentada, em relação ao papel dos gerentes eficientes, tem algumas semelhanças com o que Dornelas (2005) define empreendedor. Empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador e alguns atributos pessoais que, somados, permitem o nascimento de uma empresa. As características extras podem ser definidas como:

- São visionários
- sabem tomar decisões
- são indivíduos que fazem a diferença
- sabem explorar ao máximo as oportunidades
- são determinados e dinâmicos
- são dedicados
- são otimistas e apaixonados pelo que fazem
- são independentes e constroem o próprio destino
- ficam ricos
- são líderes e formadores de equipes
- são bem relacionados
- são organizados
- planejam
- possuem conhecimento
- assumem riscos calculados
- criam valor para a sociedade

Quando analisado o perfil, as características e ações, é notável que existem muitos pontos em comum entre o administrador e empreendedor. O empreendedor é um administrador, mas com diferenças consideráveis em comparação a gerentes e executivos. A maior diferença é que empreendedores são mais visionários que os gerentes Dornelas (2005).

Na era da internet novas formas de empreender e novos conceitos surgem a cada momento. Segundo Victorino (2013), uma dessas formas é o Lean Startup que testa soluções e ideias antes de você colocá-lo no mercado.

A relação empreendedor e administrador em novos modelos de negócio como Lean Startup pode ser definida como

empreender é administrar. Uma startup é uma instituição, não um produto, assim, requer um tipo de gestão, especificamente construída para seu contexto de extrema incerteza. [...] acredito que “empreendedor” deveria ser considerado um cargo em todas as empresas modernas que dependem da inovação para seu crescimento futuro (RIES; ERIC, 2012).

A falta de percepção da importância da administração desses novos modelos de negócios por parte dos empreendedores é uma das principais causas do fracasso do negócio. Segundo Ries (2012) muitos empreendedores adotam o lema “just do it”, simplesmente faça, e não utilizam as informações que a administração propõe. Pressupõem que a gestão é o problema e caos é a solução. Grande parte desses tipos de empreendedores têm uma visão errônea das startups ao pensar que esses modelos de negócio estão em um ambiente inovador, disruptivo e caótico e portanto não deva ser gerenciado (RIES, 2012).

3.4 Startup

As mudanças que ocorrem no Brasil e no mundo sejam elas sociais, ambientais, ou tecnológicas fazem com que novas formas de gerir uma organização sejam necessárias para o surgimento ou manutenção de uma empresa devido a esse cenário de grande incerteza (Predebon e Souza; s/d).

No ano de 2013, é visto um crescimento acelerado de novas empresas no modelo startup e diante disso o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) lançou o Programa Start-Up Brasil que tem como objetivo “apoiar as empresas nascentes de base tecnológica e sua ligação a aceleradoras. Agregará o conjunto de atores e instituições e seus respectivos programas e ações” (MCTI, 2013).

Segundo o SEBRAE (2011) a definição de 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. Por ser jovem e estar implantando uma ideia no mercado, outra característica das startups é

possuir risco envolvido no negócio. Mas, apesar disso, são empreendimentos com baixos custos iniciais e são altamente escaláveis.

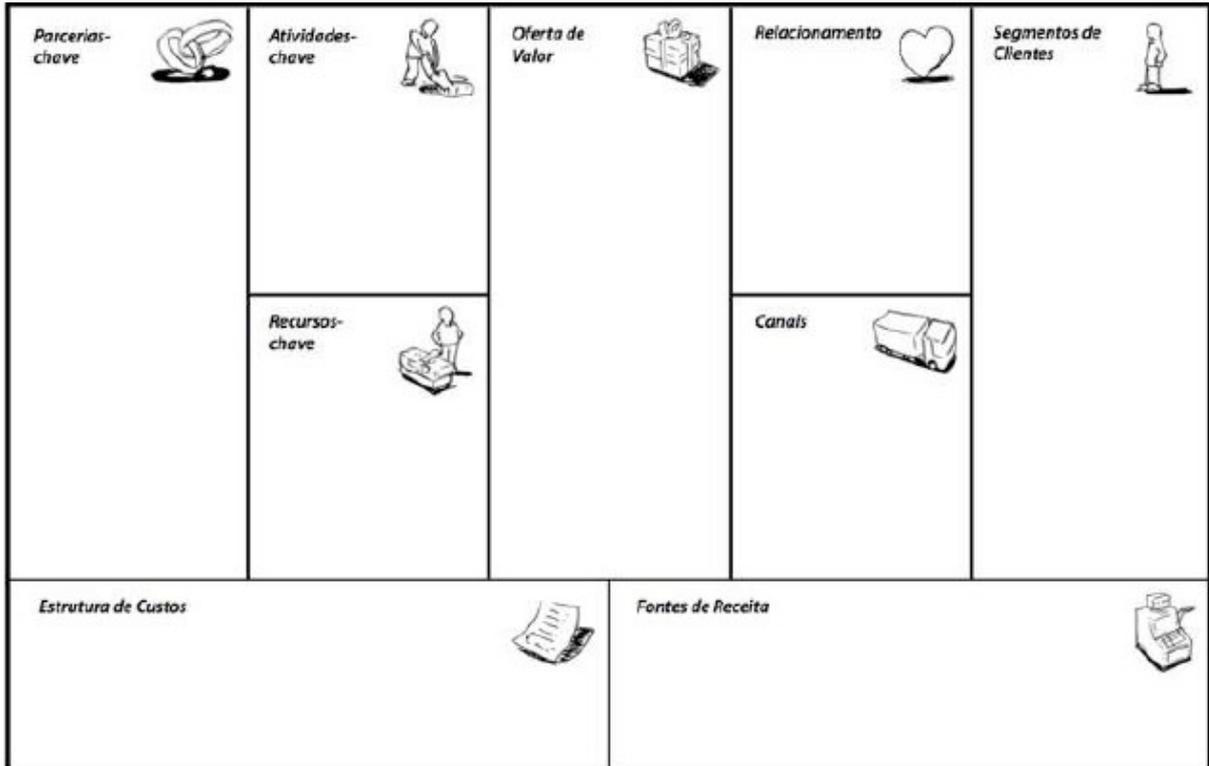
Como citado anteriormente, o momento em que o Brasil e o mundo vivenciam a definição de Ries (2012) sobre startup vem de encontro com o cenário visto mundialmente “uma startup é uma instituição humana desenhada para criar um novo produto ou serviço em condições de extrema incerteza”.

O que pode se comentar dessa definição é que ela não é focada nas pessoas e sim no produto ou serviço. Outro ponto que também pode ser questionado dessa definição é o termo “extrema”. É claro que é de incerteza, mas não de incerteza extrema (TORRES, 2012). A definição de startup que ele define é: “uma startup é uma organização desenhada para criar uma solução para um problema de um conjunto de pessoas” (TORRES,2012).

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)

Uma alternativa ao tradicional plano de negócios é o Business Model Canvas, Geração de Modelo de Negócios, ou apenas Canvas desenvolvido por Alexander Osterwalder e mais 200 consultores durante sua tese de doutorado (LUZ GERAÇÃO EMPREENDEDORA; s/d).

Figura 1: Business Model Canvas



Com esse modelo, uma maneira de mensurar se uma startup está evoluindo ou não é através da aprendizagem validada. Segundo Ries (2012), a aprendizagem validada é

um método rigoroso para demonstrar o progresso quando uma pessoa está pisando no solo da extrema incerteza no qual as startups crescem. A aprendizagem validada é o processo de demonstrar empiricamente que uma equipe descobriu verdades valiosas acerca das perspectivas de negócio presentes e futuras de uma startup. Ela é mais concreta, mais exata e mais rápida do que prognósticos de mercado ou o clássico planejamento empresarial. É o antídoto principal contra o problema fatal de alcançar o fracasso: executar com sucesso um plano que não leva a lugar nenhum.

De acordo com Ries (2012), diferentemente de uma empresa tradicional, uma startup baseia-se no feedback constante na construção do seu plano de negócios. O autor caracteriza uma startup como

uma catalisadora que transforma ideias em produtos. À medida que os clientes interagem com os produtos, geram feedback e dados. O feedback é tanto qualitativo (por exemplo, o que gostam ou não) como quantitativo (por

exemplo, quantas pessoas utilizam o produto e consideram que ele tem valor).

Com essa definição de Ries (2012) tem se as ideias que constroem o produto que vai medir a validação deste através dos dados, tem se a aprendizagem e este ciclo se repete.

4. Metodologia

Neste trabalho, o modelo utilizado para a realização da pesquisa foi a exploratória. Foi escolhido esse modelo, pelo fato das startups serem um movimento recente na abertura de novos negócios, principalmente no Brasil. Dessa forma esse tema ainda é pouco explorado e não se conhece bem as variáveis envolvidas no fenômeno das startups. “O objetivo da pesquisa exploratória é explorar ou examinar um problema ou situação para se obter conhecimento e compreensão”. (MALHOTRA, 2010). Segundo Gil (2002), seu planejamento é bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Diante desse cenário, essa pesquisa foi um trabalho para servir de ponto de partida para outras pesquisas. “A pesquisa exploratória é conduzida em uma amostra pequena e não representativa, portanto os resultados devem ser considerados a serem utilizados como ponto de partida para uma pesquisa adicional.” (MALHOTRA, 2010).

Afim da resolução do problema apresentado e de se alcançar os objetivos propostos, foi utilizado uma abordagem qualitativa e quantitativa. A qualitativa é um tipo de abordagem que tem como objetivo compreender e descrever o contexto do problema, explorar significados, características e processos de construção de sentido. A quantitativa tem como objetivo descrever, explicar e prever o fenômeno estudado. Tem como características dados traduzidos em números. (GIL, 1999).

O instrumento utilizado para a coleta dos dados foi o questionário que segundo Marconi e Lakatos (2008, p.86), “ é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito”. O pesquisador desenvolveu o questionário com o objetivo de colher dados

que ajudassem a responder a pergunta, alcançar o objetivo geral e os específicos, e poder traçar um perfil do empreendedor de startup.

A pesquisa quantitativa foi realizada no evento BRAPPS que ocorreu em Brasília e a coleta foi realizada nos dias 26 e 27 de abril de 2013. Foram selecionados de forma não probabilística por julgamento, o pesquisador selecionou membros da população que sejam bons fornecedores de informações precisas, conforme descreve Kotles e Keller (2005).

Foram abordadas cinquenta e três pessoas que possuem startup, sendo elas expositoras ou visitantes ao evento, para responderem ao questionário. Foi aplicado um questionário com duas perguntas fechadas a respeito dos dados sócio-demográficos dos participantes. Depois seguiu-se com oito perguntas fechadas acerca do nível de importância do dinheiro, tecnologia, a ideia, pessoas, processos, administração, Vale do Silício e empresa tradicional na visão do entrevistado. Posteriormente, o questionário possuía quatro questões fechadas com a opção de “sim” ou “não” e espaço para o entrevistado expor os motivos da escolha caracterizando quatro perguntas abertas. Estas perguntas abordaram o Brasil; competências, habilidades e atitudes de um empreendedor; experiência e planejamento. Em seguida, no questionário havia as dez características empreendedoras segundo o SEBRAE (2010) e o entrevistado deveria atribuir uma numeração de 1 a 3 dentre as que menos possui e as que mais possui. Por último foram coletados dados pessoais como: gênero, idade, grau de escolaridade, função que exerce na startup e área de atuação da startup. Cada respondente do questionário levou em média dez minutos para respondê-lo.

Com as respostas obtidas nos questionários foi possível traçar um perfil das pessoas envolvidas no movimento de startup e a visão que elas possuem do empreendedorismo.

Para a tabulação dos dados dos questionários foi utilizado o Microsoft Excel. Foram revisados os resultados e foram colocadas as informações mais relevantes em forma de gráfico para melhor visualização dos resultados encontrados. Para essa análise foram buscadas respostas relacionadas com os objetivos do artigo.

5. Apresentação e discussão dos resultados

Este tópico será dedicado a demonstrar os resultados coletados na aplicação dos questionários aos entrevistados. Conforme foi citado no tópico anterior o questionário foi aplicado a 53 pessoas que possuem startup e estavam presentes no evento BRAPPS. Primeiramente vão ser expostos em forma de tabela os dados pessoais dos entrevistados que serão: sexo, idade, grau de escolaridade e quanto tempo possui uma startup.

Tabela 1: Gênero

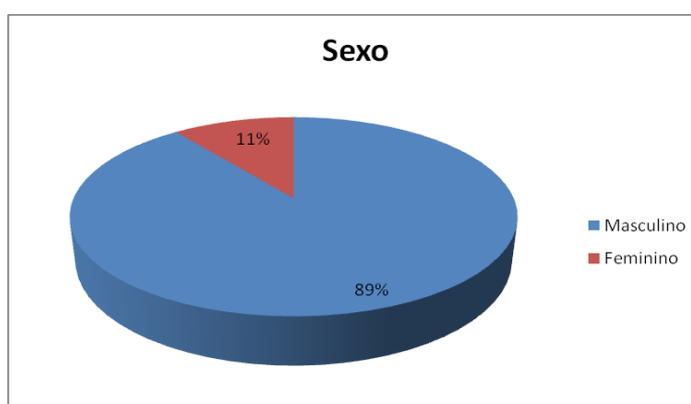


Tabela 2: Idade

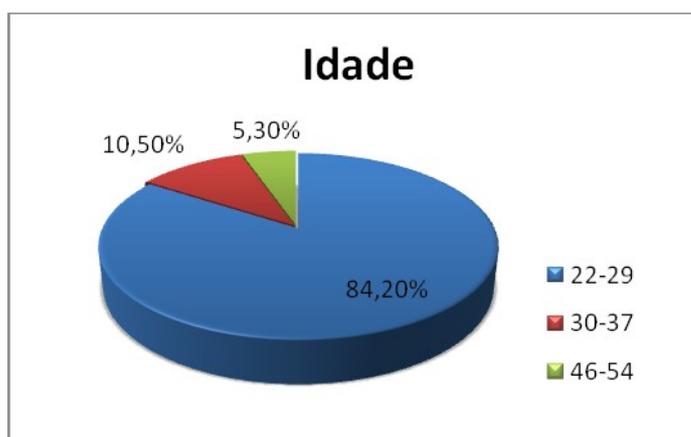


Tabela 3: Grau de escolaridade

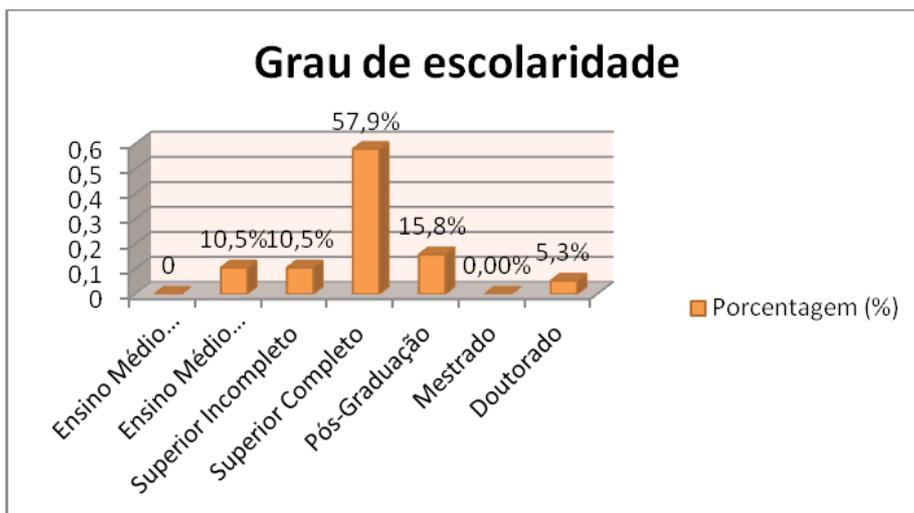
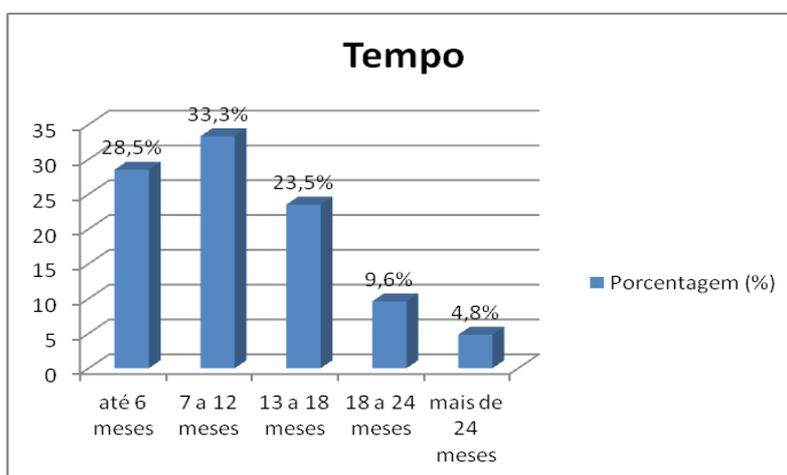


Tabela 4: Tempo que possui a startup



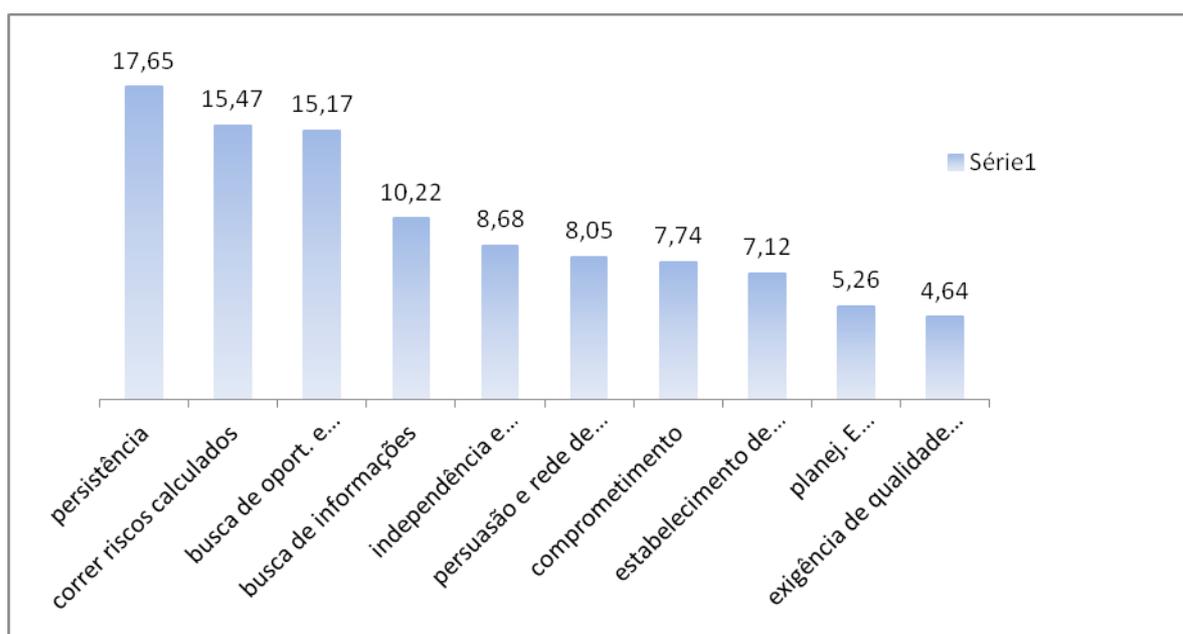
No primeiro dado pessoal, observou-se que nove entre cada dez entrevistados eram homens (89,5%). Esse resultado diverge do apontado pelo GEM (2012) que aponta que a razão entre empreendedores e empreendedoras é praticamente 1, estudo este que não foi pesquisado empreendedores de startups. Porém esse resultado vai de encontro ao que é visto no mercado de tecnologia. Segundo Olhar Digital (2013) o mercado de tecnologia e ciências exatas é predominantemente de homens.

Quando analisada a idade nota-se que seis em cada sete entrevistados têm menos de 30 anos. Hisrich e Peters (2004) afirmam que a maior parte dos empreendedores começa seu primeiro grande negócio até os 30 anos de idade. O perfil das pessoas envolvidas com startups está ligado a juventude. A geração que

nasceu entre os anos 80 e 90 tem mais vivência com áreas de tecnologia e internet. (Carlomagno, 2013).

Observados os dados de grau de instrução dos entrevistados, mais da metade possuem o nível superior completo, seguido por pós-graduação (15,8%). Esse resultado não se assemelha ao grau de escolaridade da maioria dos entrevistados do GEM (2012) que grande parte da amostra se encontra com o segundo grau completo (36,9%). Em contrapartida Gomes (2013) relata que as startups começam a apostar em programas de trainee, pois estas tem carência de profissionais de tecnologia e cultura empreendedora. Esse é um dos acontecimentos que pode explicar a predominância de pessoas formadas sendo proprietárias de startup segundo as entrevistas aplicadas pelo pesquisador.

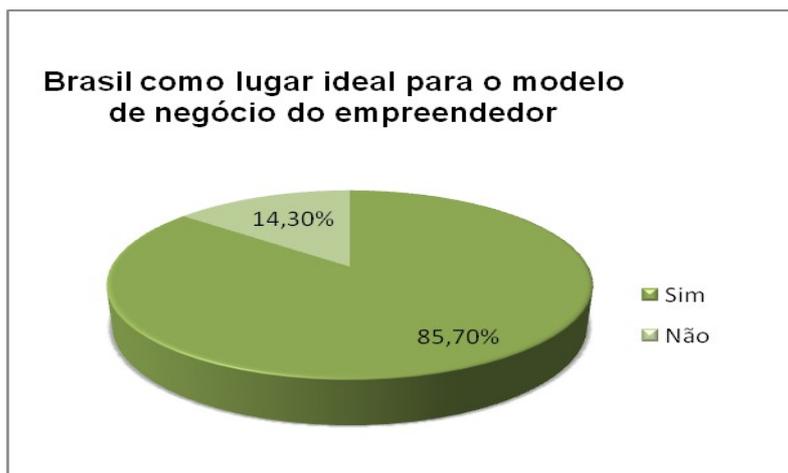
Tabela 5: Características Empreendedoras



Na Tabela 5 é possível notar que a característica empreendedora mais presente nos entrevistados é a persistência. Essa característica vai de acordo com alguém que espera obter sucesso em uma startup, segundo a definição de Ries(2012) sobre startup que é uma instituição humana pra criar um novo produto em um cenário de incerteza. Já Moreira (2013), menciona que persistência é uma

das 4 características da startup enxuta. Com uma porcentagem significativa segue correr riscos calculados (15,47%) e busca de oportunidades e iniciativa (15,17%), onde o empreendedor de startup busca investigação e pesquisas de ideias inovadoras SEBRAE (2011) e procura a aprendizagem validada que defende a minimização dos riscos de insucesso de uma empresa, através da experimentação da hipótese de negócio no mercado.

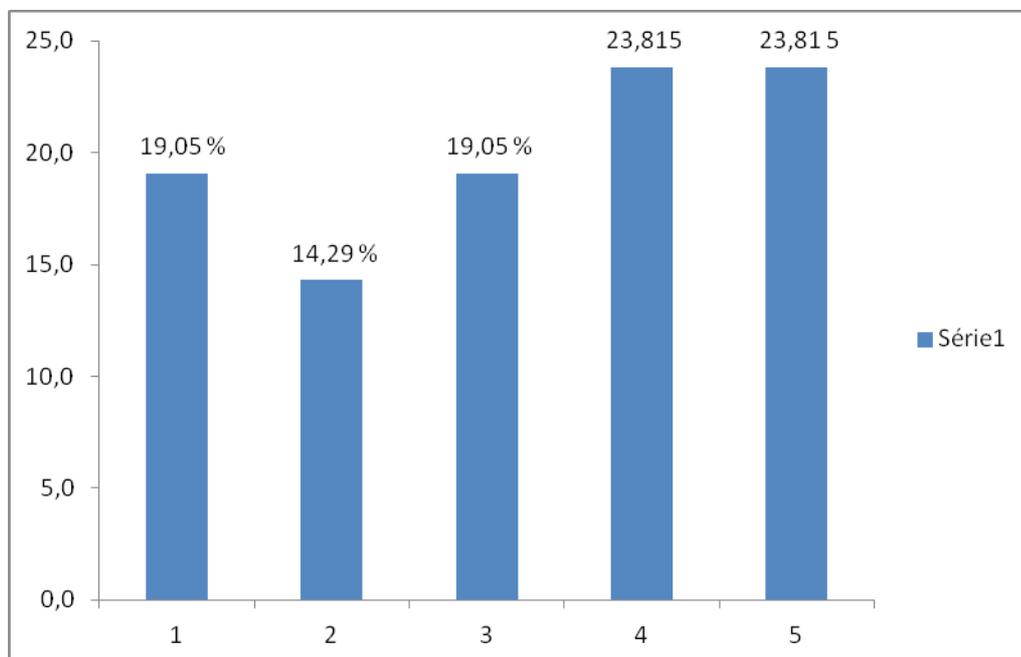
Tabela 6: Brasil como lugar ideal para o modelo de negócio do empreendedor



Na Tabela 6, nota-se a aprovação dos entrevistados no que diz respeito ao Brasil ser o lugar ideal para o modelo de negócios. Essa visão otimista da população é acompanhada pelo governo e pode ser evidenciada através de programas criados. Recentemente teve um investimento do governo no Brasil para o movimento de startup. O Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação lançou o edital para qualquer startup que tenha interesse se candidatar e serão investidos nos anos de 2013 e 2014 um total de 14 milhões de reais. (GRESPLAN,2013).

Quando se deu espaço para os entrevistados relatarem o motivo da escolha, eles disseram que o fato de o mercado ser ainda pouco explorado e o grande potencial do momento vivido pelo Brasil economicamente são os principais motivos para julgarem o país como ideal para seu negócio. Essas respostas vêm de encontro ao que o GEM (2012) afirma que o crescimento do empreendedorismo por oportunidade vem crescendo a cada ano pelo momento econômico do Brasil. As poucas escolhas negativas relataram altos impostos, burocracia e falta de investidores se comparados a outros países como os Estados Unidos. Políticas Governamentais e Apoio Financeiro são os principais fatores limitantes que afetam o empreendedorismo segundo a percepção dos especialistas (GEM, 2012).

Tabela 7: A importância de um especialista em Administração para o sucesso de uma startup



Apesar de a maioria ter concordado com a importância de um especialista em Administração para o sucesso de uma startup uma grande parcela não considera importante que uma pessoa tenha o domínio de Administração. Conforme Ries (2012), um das principais causas de fracasso das startups é pensar que administração e empreendedorismo são práticas que não andam juntas.

Tabela 8: Atividade além da Startup

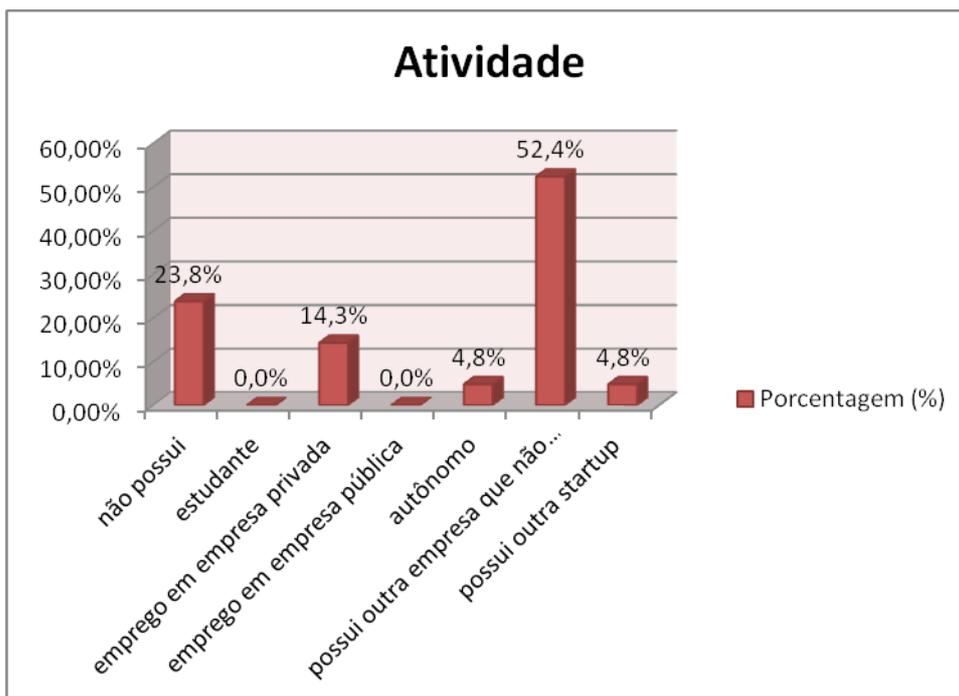
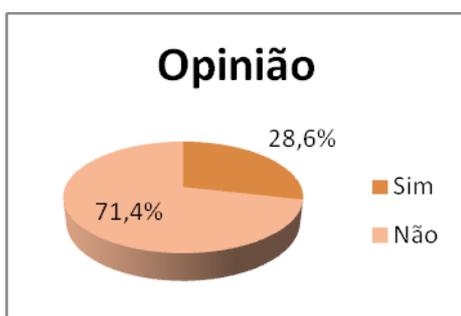


Tabela 9: As competências, habilidades e atitudes do empreendedor tem que ser a mesma que em uma empresa tradicional



As tabelas 8 e 9 demonstram que mais da metade dos entrevistados possuem outra empresa que não seja startup e a grande maioria compreende que as competências, habilidades e atitudes tem que ser diferentes para uma startup. A pergunta para as respostas presentes na tabela 9 tiveram abertura para o entrevistado expor o motivo de ter escolhido sim ou não. Os entrevistados que discordaram da afirmação citaram engessamentos das empresas tradicionais e características de agilidade, inovação e cenário que as startups possuem e que diferem das empresas tradicionais. Os entrevistados que concordaram com a afirmação justificaram o motivo da escolha apenas com características comportamentais que o empreendedor deve ter tanto em uma empresa tradicional como em uma startup. Conforme Ries (2012), as formas de mensurar se uma

empresa tradicional está evoluindo são diferentes de uma startup, onde nesta se analisa o aprendizado validado, o ciclo de feedback deve ser altamente rápido e instalar uma contabilidade para inovação e na tradicional é basicamente se a empresa está tendo lucro ou prejuízo.

Nesta última questão foi avaliado qual o nível de importância, sendo que 1 é pouco importante e 5 é muito importante que os entrevistados julgam para que uma startup tenha sucesso. Os itens foram: dinheiro, tecnologia, a ideia, pessoas e processo.

Tabela 10: Dinheiro

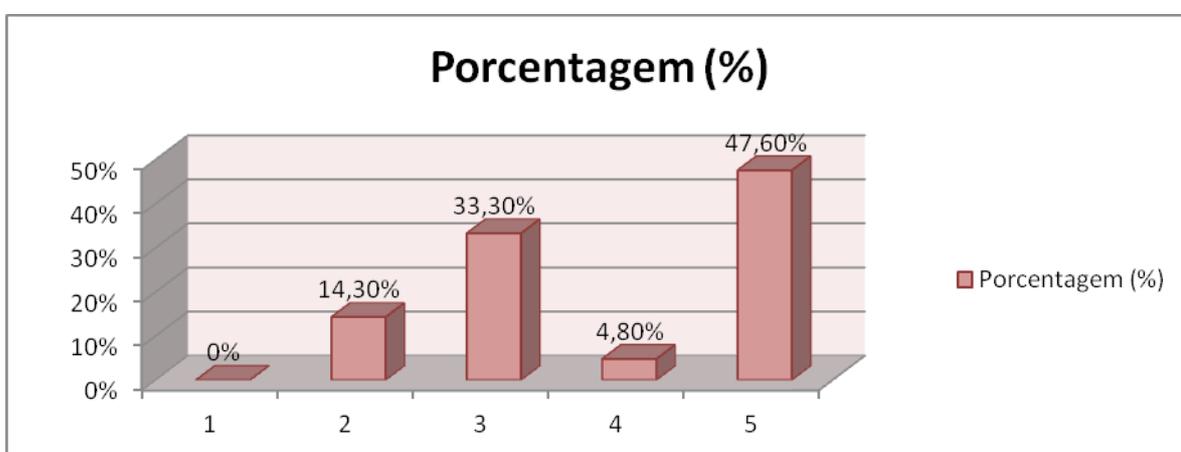


Tabela 11: Tecnologia

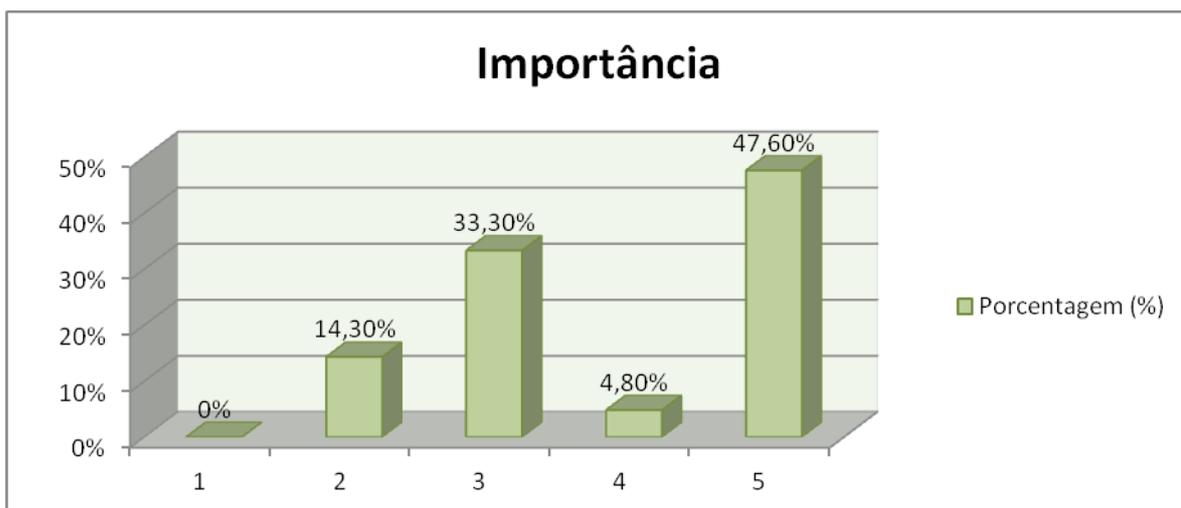


Tabela 12: A ideia

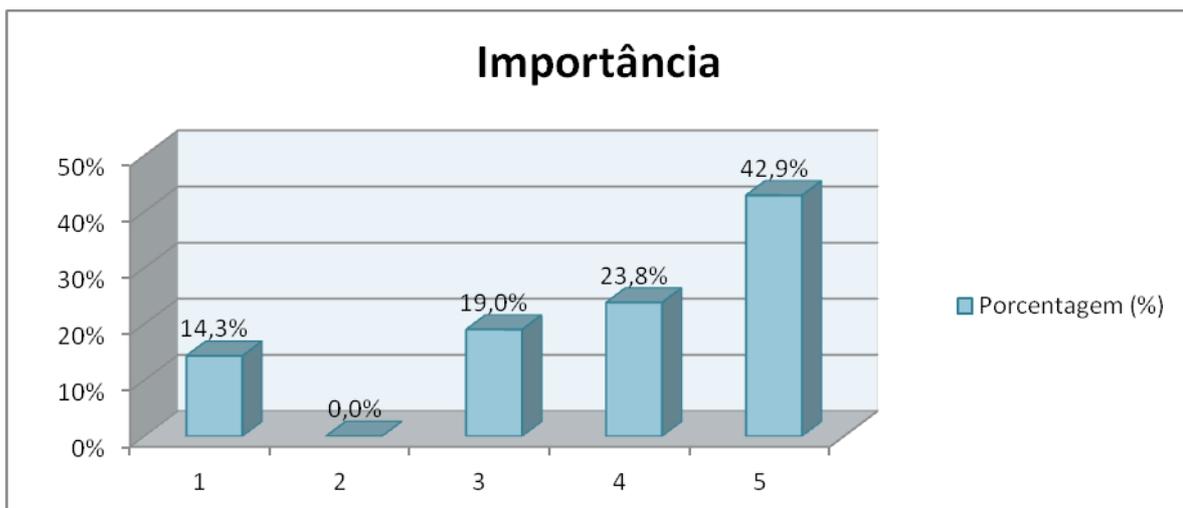


Tabela 13: Pessoas

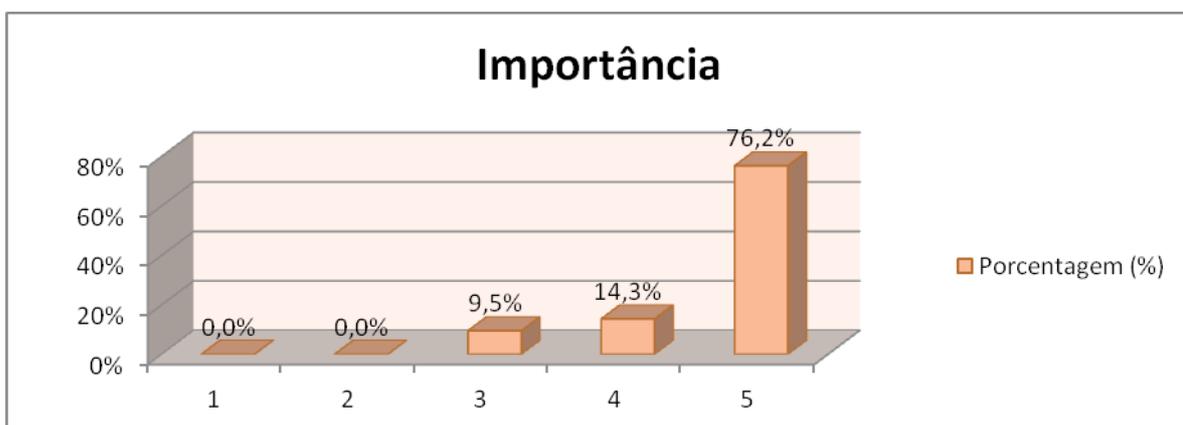
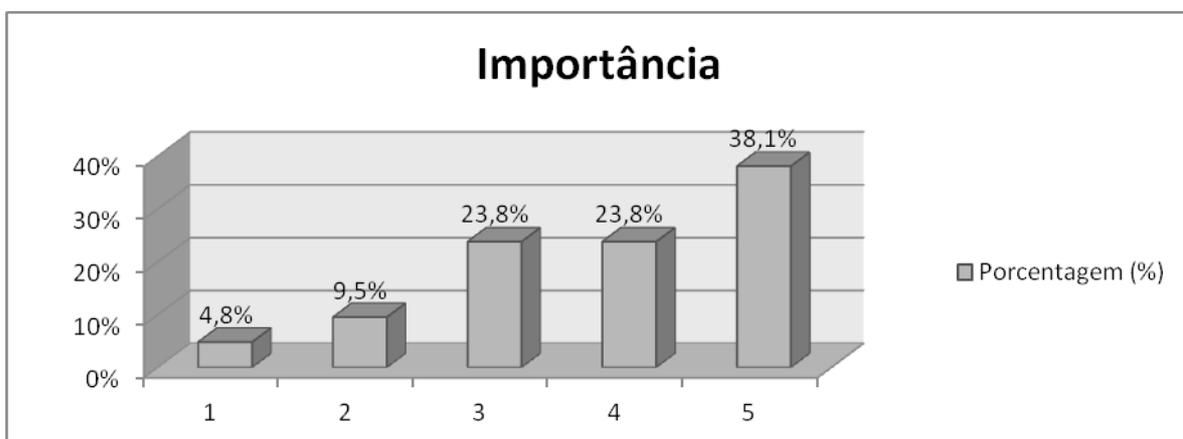


Tabela 14: Processos



Com esses dados, pode-se destacar o item dinheiro que mostrou ser o item menos importante, no qual a maioria colocando no nível 3 e 2 de importância e o

item pessoas mostrou-se como o mais importante, em que três em cada quatro entrevistados atribuíram o nível 5 de importância. Segundo a GRC Management (2012) uma das principais diferenças entre as startups e as empresas tradicionais é que os empreendedores da startup tem pouco dinheiro para investir no empreendimento. Cada startup precisa de um time diferente de habilidades e atitudes. A equipe é fundamental não só para fabricar o produto, mas também para conseguir investimento.

6. Conclusão

Este artigo procurou apontar qual é o perfil dos empreendedores nas empresas startups, questionando também qual a visão que os empresários desse tipo de empresa tem sobre empreendedorismo, sendo que esses empreendedores estão em um cenário que tem-se que avaliar as variáveis presentes no Brasil e no exterior, sendo capazes de unir os conhecimentos adquiridos em benefício do sucesso da sua empresa.

Assim, o objetivo geral desse estudo foi apontar o perfil dos empreendedores nas empresas startups. Os resultados indicam que o perfil pode ser definido como: gênero masculino (89,5%), faixa etária entre 20 e 29 anos (84,2%), nível de escolaridade como superior completo (57,9%) e possuem, além da startup, outra empresa que não seja startup (52,8%). Dessa forma foi possível identificar que os empresários de startups já possuem familiaridade com o empreendedorismo e enxergam na nova tendência de empresas startups a possibilidade de construir a própria carreira abrindo seu próprio negócio depois que conclui sua graduação.

Os resultados obtidos nesse artigo podem contribuir para programas futuros do governo de incentivo ao empreendedorismo de modo geral e às startups, empresas startups que desejam contratar funcionários para a organização, população que deseja empreender e colher informações sobre o movimento de startup.

No decorrer da pesquisa foram encontrados alguns fatores limitantes como: a falta de bibliografia em livros para startups por ser um tema muito recente e a verdadeira vontade dos entrevistados em responder os questionários da forma mais fidedigna possível.

Esse artigo abre prerrogativa para novos estudos sobre o empreendedorismo como um todo, e principalmente para o movimento de startups e a transformação que este movimento tem feito no âmbito nacional e internacional.

REFERÊNCIAS

Alberone, M. Carvalho, R. Kircove, B. **Sua ideia ainda não vale nada – O guia prático para começar a validar seu negócio**. Rio de Janeiro, 2012.

CARLOMAGNO, Belo. Startups: a onda de jovens empreendedores. Disponível em <http://www.diarioweb.com.br/novoportal/Noticias/Economia/133497,,A+onda+de+jovens+empreenderores+e+compartilhar+conhecimento.aspx>

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2ª Ed. Rio de Janeiro:

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Helton Simões. Startups começam a apostar em programas de trainee. Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/startup/platb/2013/04/22/startups-comecam-a-apostar-em-programas-de-trainee/>

GRC Management. A escalada das startups. Disponível em <http://www.modulo.com.br/comunidade/noticias/2423-a-escalada-das-startups-carreira>

GRESPLAN, Isadora. Governo publica editais do Start-up Brasil. Disponível em <http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/346210.html>

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

IBQP, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. GEM, Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo, 2011.

IBQP, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. GEM, Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo, 2012.

KOTLER, Philip.; KELLER, Kevin. **Administração de Marketing**. 12ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

Kiyosaki, Robert. **Independência Financeira**. 42ª edição. Rio de Janeiro, Campus 2000.

LUZ GERÇAÇÃO EMPREENDEDORA. O Analista de Modelo de Negócios. Disponível em <http://startupmt.com.br/docs/OAnalistaDeModelosDeNegocios.pdf>

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing: foco na decisão**. 3ª ed. São Paulo:

Pearson, 2010.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MCTI. Startup Brasil Programa O que é. Disponível em <http://startupbrasil.mcti.gov.br/programa/o-que-e/>

MOREIRA, Daniela. 4 características de uma startup enxuta. Disponível em <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI330668-17180,00.html>

OLHAR DIGITAL. As mulheres nas empresas de tecnologia. Disponível em http://olhardigital.uol.com.br/negocios/central_de_videos/as-mulheres-nas-empresas-de-tecnologia

Pezzonni, Carolina. Após o fim do evento, discussões e projetos apresentados no Congresso Global do Empreendedorismo dão início às ações para aprimorar o ambiente empreendedor no Brasil. Disponível em <http://gec2013rio.blogspot.com.br/2013/04/apos-o-fim-do-evento-discussoes-e.html>

TORRES, Joaquim. O que é uma startup. Disponível em <http://www.guiadastartup.com.br/o-que-e-uma-startup/>

VICTORINO, Vinícius. Por que o empreendedor deve ser “louco”. Disponível em http://www.endeavor.org.br/endeavor_mag/start-up/aprendendo-a-ser-empreendedor/por-que-o-empreendedor-deve-ser-louco