



CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

IANNA SOARES MACHADO VIANA

**PERFIL DO EMPREENDEDOR DE STARTUP: UM ESTUDO DO
ECOSSISTEMA DE FORTALEZA (CE)**

FORTALEZA
2020

IANNA SOARES MACHADO VIANA

PERFIL DO EMPREENDEDOR DE STARTUP: UM ESTUDO DO
ECOSSISTEMA DE FORTALEZA (CE)

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao curso de Administração
do Centro Universitário Christus, como
requisito parcial para obtenção do título
de bacharel em Administração.

Orientadora: Prof. Dr.^a Zaila Maria de
Oliveira

FORTALEZA

2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Centro Universitário Christus - Unichristus
Gerada automaticamente pelo Sistema de Elaboração de Ficha Catalográfica do
Centro Universitário Christus - Unichristus, com dados fornecidos pelo(a) autor(a)

V614p Viana, Ianna.
PERFIL DO EMPREENDEDOR DE STARTUP : UM ESTUDO
DO ECOSSISTEMA DE FORTALEZA (CE) / Ianna Viana. - 2021.
51 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Centro
Universitário Christus - Unichristus, Especialização em , Fortaleza,
2021.

Orientação: Profa. Dra. Zaila Maria de Oliveira.

1. Startup. 2. Ecosistema de Startup. 3. Comunidade de
Startup. 4. Empreendedorismo. I. Título.

CDD

IANNA SOARES MACHADO VIANA

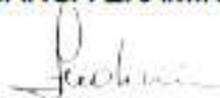
PERFIL DO EMPREENDEDOR DE STARTUP: UM ESTUDO DO
ECOSSISTEMA DE FORTALEZA (CE)

TCC apresentado ao curso de
Administração do Centro
Universitário Christus, como requisito
obrigatório para a obtenção do título
de bacharel em Administração.

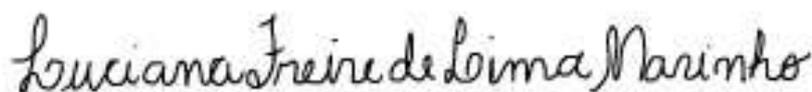
Orientadora: Prof. Dr.^a Zaila Maria
de Oliveira.

Aprovada em 11 / 01 / 2021

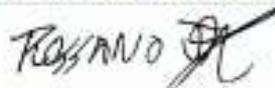
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr.^a Zaila Maria de Oliveira
Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS)



Prof. Dr.^a Luciana Freire de Lima Marinho
Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS)



Prof. Me. Paulo Rossano Freitas Nogueira Júnior
Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela possibilidade de alcançar esta conquista.

À minha família pelo apoio incondicional e por compreender todas as vezes que precisei está ausente para me dedicar a este trabalho.

Aos professores que me acompanharam durante toda a graduação, compartilhando seus conhecimentos e me instigando a sempre buscar mais.

E aos amigos Aleksandra Winkler, Abner Brito, José Matheus, Ionara Mendes, Artur Bruno, Deise Florêncio, Amanda Freitas e Maria Heloisa que estiveram sempre ao meu lado e que com um simples gesto ou palavra não me deixaram desistir no meio do caminho. A todos, o meu muito obrigado

RESUMO

A quarta revolução industrial é uma realidade e traz como principal mudança a forma como as pessoas vivem e se relacionam com a ajuda da tecnologia. Por meio das *startups*, o empreendedorismo apresenta um crescimento exponencialmente nos últimos anos e promove comodidade aos consumidores de seus produtos e serviços por serem empresas de inovação e disrupção que seguem um modelo ágil. As características comportamentais dos empreendedores se mostram relevantes para o sucesso dessas empresas. Diante do contexto, o objetivo geral desta monografia é identificar o perfil do empreendedor de *startup* no ecossistema de Fortaleza. Seus objetivos específicos buscam compreender a importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local, identificar os fatores de influência para o sucesso de uma *startup* na percepção dos empresários e verificar o impacto/influência da comunidade local no processo de criação de uma *startup*. A metodologia utilizada possui natureza quantitativa com objetivo exploratório através de pesquisa de campo. A coleta de dados se deu por meio de questionário com 18 empreendedores de Fortaleza. Com a análise dos resultados verificou-se a importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local na jornada empreendedora que apresenta um crescimento e que os benefícios oferecidos poderiam ser mais bem aproveitados. A comunidade local contribui para o desenvolvimento da *startup* e os empreendedores são ativos na comunidade, contribuindo para o seu crescimento.

Palavras-chave: Startup. Ecossistema de Startup. Comunidade de Startup. Empreendedorismo.

ABSTRACT

The fourth industrial revolution is a reality and brings as its main change the way people live and relate to the help of technology. Through the startups, entrepreneurship presents an exponential growth in recent years and promotes convenience to consumers of their products and services because they are companies of innovation and disruption that follow an agile model. The behavioral characteristics of entrepreneurs are relevant to the success of these companies. Facing the context, the general objective of this monograph is to identify the profile of the startup entrepreneur in the ecosystem of Fortaleza. Its specific objectives seek to understand the importance of the work developed by the local ecosystem, to identify the factors of influence for the success of a start-up in the perception of entrepreneurs and to verify the impact/influence of the local community in the process of creating a start-up. The methodology used has a quantitative nature with an exploratory objective through field research. The data collection was done through a questionnaire with 18 entrepreneurs from Fortaleza. With the analysis of the results it was verified the importance of the work developed by the local ecosystem in the entrepreneurial journey that presents a growth and that the benefits offered could be better used. The local community contributes to the development of the startup and the entrepreneurs are active in the community, contributing to its growth.

Key words: Startup. Startup ecosystem. Startup community. Entrepreneurship.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Chance de descontinuidade da startup por sócio.....	15
Figura 2 – Componentes presentes no ecossistema de <i>startups</i>	17
Figura 3 – Startups do Brasil e quanto tempo levou até que se tornassem unicórnios.....	18
Quadro 1 – Características das Revoluções Industriais.....	7
Quadro 2 – Objetivos da pesquisa e perguntas correspondentes.....	24
Quadro 3 – <i>Overview</i> das <i>Startups</i>	27

LISTRA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local na jornada empreendedora.....	28
Gráfico 2 – Crescimento/maturidade do ecossistema local.....	29
Gráfico 3 – Oferta/benefício ofertado pelo ecossistema e que não é aproveitado pelo empreendedor.....	29
Gráfico 4 – Principais características para que uma <i>startup</i> comece a tracionar e escalar.....	30
Gráfico 5 – Três principais <i>skills</i> que um empreendedor de <i>startup</i> deve ter/desenvolver.....	31
Gráfico 6 – Contribuição da comunidade local para o desenvolvimento do projeto.....	32
Gráfico 7 – Empreendedor ativo na comunidade local.....	32
Gráfico 8 – Comunidade local sendo determinante para a criação de uma <i>startup</i>	33

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	7
2.1 Quarta Revolução: Indústria 4.0	7
2.2 Startups.....	11
2.3 Comunidades e Ecossistemas.....	16
2.4 Empreendedorismo	20
3 METODOLOGIA	23
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	27
5 CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
REFERÊNCIAS.....	36
APÊNDICE A	41

1 INTRODUÇÃO

O atual momento econômico mundial traz muitas consequências para os trabalhadores brasileiros, o principal deles é o aumento do desemprego. Dados do (IBGE, 2020) apontam que 10,6% da população não possui carteira assinada, totalizando 11,6 milhões de desempregados. Esse é um dos principais motivos que levam ao crescimento do empreendedorismo.

Sabe-se que o acesso à educação hoje é democrático, impactando positivamente quanto no que se refere a qualificação da mão de obra, o que ocasiona uma grande competitividade no mercado de trabalho principalmente entre os jovens. Segundo o estudo feito com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) através da Carta de Conjuntura do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), verificou-se que, enquanto a taxa de desemprego de forma geral está em 11%, entre os jovens, a estatística sobe para 26%, mais que o dobro (IPEA, 2019).

Todavia, a Quarta Revolução Industrial (Revolução Tecnológica) está mudando aos poucos, mas, bem mais rápido, a forma que se vive, trabalha e como as pessoas se relacionam. Tecnologias como nanotecnologias, neuro tecnologias, robôs, inteligência artificial, biotecnologia, sistemas de armazenamento de energia, drones e impressoras 3D fazem parte da Revolução 4.0. Os benefícios advindos desta revolução são: otimização de processos, baixo custo operacional, crescimento mais rápido sem crescimento proporcional de investimento (INDUSTRIA 4.0, 2020).

Atualmente existem empresas que já nascem com esse perfil ágil, enxuto, inovador e tecnológico. São as chamadas Startups, que segundo a Associação Brasileira de Startup (ABSTARTUP, 2017), podem ser definidas como empresas em fase inicial que desenvolvem produtos ou serviços inovadores com potencial rápido de crescimento.

Durante algum tempo empreendedorismo por necessidade - empreendedor que abre seu próprio negócio por falta de emprego ou porque o salário que ganha não consegue sustentar a família - foi maior que o empreendedorismo por oportunidade - pessoas que mesmo possuindo outras oportunidades de emprego preferem construir o seu próprio negócio. Hoje, com o cenário atual econômico, acesso à educação e com a Revolução Tecnológica, a situação vem mudando.

Pesquisas apontam que 59,4% dos empreendedores iniciais empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade (IBPQ,2017).

Destacam-se duas características que conectam a revolução que se vive, o empreendedorismo por oportunidade em modelo de startup e inovação e disrupção. A primeira revela um novo jeito de fazer algum processo, produto ou serviço que já existe gerando valor, como é o caso dos aplicativos de táxis. Já a segunda aborda a criação de um novo produto ou serviço que cria um novo mercado e desestabiliza os concorrentes que antes o dominavam, como é o caso do Spotify e Netflix.

Em 2011, foi criada a ABStartup (Associação Brasileira de Startup) através da união de empreendedores, cujo objetivo era criar uma rede de conexões para aprendizado, fomento das startups e geração de oportunidades para os associados. Hoje a ABStartup existe para construir o ambiente para as startups transformarem o país, inspirando, capacitando, conectando e advogando pelas startups, porque acredita no papel da inovação como motor de transformação positiva para o país.

Segundo a ABStartup (2019), participam da comunidade de startup: empreendedores, imprensa, governo, investidores, empresas, universidades, mentores, comunidades, *coworkings*, aceleradoras e as próprias startups. Essa colaboração, os eventos criados, investimentos e *networking* são os principais fatores para a entrega de valor.

Existem vários fatores que fomentam o crescimento de startups e um deles que irá se destacar nesse estudo é o ecossistema local. Ecossistema, que é definido como um conjunto de comunidades que vivem em determinado local interagindo entre si e no mesmo ambiente para atingir um objetivo em comum.

Em se tratando de ecossistema de startup na cidade de Fortaleza, existe o Rapadura Valley, que é um grupo de pessoas e entidades que interagem com a comunidade e seus ambientes entregando valor a toda a cadeia, gerando novos negócios, empregos, faturamento, melhoria na economia e aprendizado para os envolvidos.

O fortalecimento do Rapadura Valley vem crescendo de forma colaborativa através de infraestrutura adequada na cidade, capacitação, eventos e compartilhamento de conhecimento, grupo de empreendedores e transações entre startups e a proximidade que a comunidade tem com o Governo.

Entretanto, distante dos grandes centros tecnológicos e comerciais do país, Fortaleza vem sendo vista como uma das capitais mais promissoras para o desenvolvimento de startup de acordo com levantamento feito pela ABStartup.

Mesmo com o cenário positivo para o crescimento de iniciativas e fomentos de *startups*, encontravam-se algumas barreiras, como por exemplo, encontrar investidores. Essa dificuldade vem sendo sanada através de editais do Governo do Estado, Governo Federal e de outras instituições. A barreira principal hoje é o empreendedor saber o momento correto para receber tal investimento.

No cenário fortalezense, fora os editais mencionados anteriormente temos doze redes de financiamento que conecta empreendedores a investidores segundo Mapeamento de Comunidades Emergentes Região Nordeste (2019) realizada pela ABStartup: Anjos do Brasil-CE, Cordel Ventures, EDB, Endeavor no Ceará, In3citi, Inova Mundo, Invest Up, One Sixty, Rapadura Angels, Wake Up, Ventures e Wave Ventures. Fortaleza concentra 14,1% de todas as startups do Nordeste, educação concentra a maior parte delas, com 15%, saúde e bem-estar (10,6%), varejo e atacado (10,6%), comunicação e marketing (6%), big data (6%), mobile (4,5%), games (3,9%) e moda e beleza (3%). Mercado alvo B2B é 50% do total.

Ainda de acordo com dados do mapeamento, o raio x da Capital mostra 81 startups ativas. Em relação da fase de desenvolvimento temos 43,3% em fase de operação 37,7% tração, 11,3% scale up. Com esses dados vê-se que o ecossistema local é bem organizado em relação a estrutura e suporte a eventos, mas ainda frágil em relação a financiamento e acesso a mercado. Todavia, quanto ao perfil do empreendedor de startup no âmbito nacional, das empresas cadastradas na base de dados da ABStartups, 72% são lideradas por jovens entre 25 e 40 anos de idade, 87,13% são comandadas por homens e 12,3% por mulheres.

Se antes para ser empreendedor eram necessárias características técnicas, hoje só elas não são o suficiente. Segundo o SEBRAE SC (2020), existem nove competências, hoje chamadas de *soft skills*, para que um empreendedor tenha sucesso: iniciativa, persistência, planejamento, autoconfiança, liderança, coragem, eficiência, visão empreendedora e capacitação.

A partir do cenário exposto, esta pesquisa tem a seguinte problemática: Qual é o perfil do empreendedor de startup do ecossistema de Fortaleza?

Dessa forma, o objetivo geral desta monografia é identificar o perfil dos empreendedores de startup na cidade de Fortaleza. Com isso, pretende-se como

objetivos específicos: identificar quais características empreendedoras os empresários de startup possuem; i) compreender a importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local; ii) identificar os fatores de influência para o sucesso de uma startup na percepção dos empresários; iii) verificar o impacto/influência da comunidade local no processo de criação de uma startup.

A relevância desta pesquisa se justifica pelo impacto econômico e cultural que as startups e o ecossistema local têm no empreendedorismo sustentável na cidade de Fortaleza. O estudo também contribui para um aprofundamento, no âmbito acadêmico, da discussão e da importância do empreendedorismo por oportunidade na área de tecnologia.

O presente trabalho está estruturado em cinco capítulos, sendo o primeiro capítulo composto por esta introdução, na qual é apresentada uma breve contextualização do tema, o problema de pesquisa, os objetivos do estudo, finalizando com a relevância e justificativa.

No segundo capítulo a revisão da literatura descreve a história das *startups*, desde o surgimento da Revolução 4.0; os conceitos; o ecossistema e a comunidade de *startup* na cidade de Fortaleza; e o perfil do empreendedor para esse novo conceito de empresa.

O terceiro capítulo aborda a metodologia adotada na pesquisa, descrevendo os métodos utilizados. Além disso, descreve-se nele o local, os participantes, a natureza e tipologia de pesquisa, o período de realização, o instrumento utilizado na coleta de dados, e como foram feitas as análises dos dados da pesquisa.

O quarto capítulo apresenta as análises e discussão dos resultados, com a finalidade de responder ao problema e os objetivos de pesquisa, com ênfase nas análises quantitativas. Por fim, o quinto capítulo apresenta a conclusão da análise do empreendedor da cidade de Fortaleza sobre a importância da comunidade e o ecossistema local no desenvolvimento das suas habilidades empreendedores e do seu projeto.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Quarta Revolução: Indústria 4.0

Nos primórdios da humanidade, as modificações que o homem produzia eram muito pequenas, antes mesmo das atividades agrícolas, com o crescimento da população e o desenvolvimento de novas tecnologias. No decorrer da história da humanidade, ocorreram três Revoluções Industriais. As revoluções ocorrem em períodos de grande desenvolvimento tecnológico principalmente na indústria.

Apesar de terem sua origem na Europa e nos Estados Unidos da América, as Revoluções espalharam-se por todo o mundo, consolidando o capitalismo. Nesse sentido, um marco na relação sociedade-natureza e no estabelecimento de novas formas de produção foi a Primeira Revolução Industrial. No Quadro 1, é apresentado um panorama referente as tecnologias de cada revolução e as mudanças provocadas pelas mesmas.

Quadro 1 – Características das Revoluções Industriais

Revoluções Industriais	Tecnologias	Mudanças
1° Revolução: 1760-1840 Inglaterra.	Máquinas à vapor.	Substituição da manufatura por mão de obra operária. Maior beneficiada foi a indústria têxtil.
2° Revolução: 1850 e 1950 Estados Unidos.	Mecanização elétrica.	Surgimento de empresas elétricas e químicas. Desvalorização da mão de obra e concentração de capital.
3° Revolução: 1969 – 2011 Estados Unidos.	Automação, informática, robô.	Globalização.
4° Revolução: 2011 – Até o momento Alemanha.	Internet das Coisas (IoT), Computação na Nuvem, Big Data, Inteligência Artificial (IA).	Está mudando a forma como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos.

Fonte: Adaptado de AIREs; MOREIRA; FREIRE (2017).

A Primeira Revolução, conforme Brito (2017), ocorreu entre 1760 e 1840, inicialmente na Inglaterra. Seu marco foi a substituição do trabalho artesanal pelo

trabalho industrial, onde o trabalhador deixou de ser artesão e virou operário, operacionalizando principalmente máquinas à vapor, tecnologia responsável pela revolução. Os impactos dessa transformação foram a mudança na forma de consumo da população e condições precárias na vida do trabalhador, uma vez que começaram a ser substituídos por máquinas e conseqüentemente baixa remuneração salarial, surgimento de indústrias têxteis.

A Segunda Revolução, conforme Borildo (2017), teve início nos Estados Unidos da América entre 1850 e 1950, e seu marco foi a mecanização elétrica. Essa revolução é a continuação da primeira, havendo aprimoramentos nas tecnologias utilizadas e o seu marco foi a mecanização elétrica através do aço, ferro e petróleo, condicionando o surgimento de empresas como as elétricas e químicas. A sua consequência foi uma maior desvalorização da mão de obra e concentração de capital.

Nos meados de 1969 nos Estados Unidos acontece a Terceira Revolução Industrial, que conforme Coelho (2016), as inovações dessa época foram a automação, informática e a robotização. Essa revolução não mudou só a indústria, mas também a forma como a sociedade se relacionava com o todo. As tecnologias dessa época permitiram que as informações circulassem de maneiras mais rápidas, rompendo barreira entre as pessoas, onde começam a ter contato com pessoas de outros países, com cultura, tradições e línguas diferentes. Foi o começo da globalização.

Segundo Schawab (2016, p. 1) “estamos no início de uma revolução que está mudando fundamentalmente a forma como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos um com o outro”. O autor se referia a Quarta Revolução Industrial, mais conhecida como Indústria 4.0 (I4.0) ou Revolução Tecnológica. O termo ficou conhecido em 2011, na Alemanha, durante a Feira de Hannover, quando empresas, governo e academia lançou um projeto orientado para o futuro com o objetivo de aumentar a competitividade da indústria alemã (GAUSEMEIRER & KLOCKE, 2016).

A Indústria 4.0 apresenta potencial para aumentar a qualidade e produtividade nos processos de produção, além da flexibilidade e agilidade. Não sendo por acaso que essa transformação vem sendo vista como revolução industrial (SCHAWAB, 2016). Diferentemente das revoluções passadas, que só foram nomeadas após terem acontecido, essa revolução foi nomeada e vem sendo discutida enquanto acontece.

A Revolução Tecnológica além de aumentar a eficiência de processos em empresas já existentes, possibilita o surgimento de novos mercados e empresas com potencial inovador. A revolução tem como base o desenvolvimento da área da tecnologia da informação (TI) e, segundo a Cisco, as principais tecnologias desenvolvidas nessa área que contemplam a revolução 4.0 são: a Internet das Coisas (IoT), Computação em Nuvem, Big Data e Inteligência Artificial (IA) (Startese, 2019).

O termo Internet das Coisas (IoT) tem sua origem no MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) em 1999 quando um grupo desenvolvia a tecnologia de RFID. IoT é a tecnologia que conecta itens utilizados no dia a dia à rede mundial de computadores (internet). Por exemplo, conecta máquinas, eletrodomésticos, veículos e até pessoas à internet. É utilizada em empresas, pelo governo e por pessoas físicas. (Startese, 2019).

Com o crescimento da Internet e o aumento do volume de dados e como os sistemas de *hardware* e *software* não suportavam o armazenamento local, nasceu a necessidade de armazenar esses dados na nuvem. Segundo a *Amazon Web Services* (2020), a computação na nuvem é utilizada como backup de dados, recuperação de desastres, e-mail, desktops virtuais, desenvolvimento de teste de *software*, análises de big data e aplicativos web voltados ao cliente como os aplicativos de celular.

Segundo Gartner (2001), Big Data, também chamado de *Big Data Analytics*, são dados com maior variedade que chegam em volumes crescentes e com velocidade cada vez maior. Isso é conhecido como os 3Vs, velocidade, variedade e volume de dados processados. O Big Data é utilizado para decisões estratégica negócios como desenvolvimento de produtos, manutenção preditiva e experiência do cliente.

Inteligência Artificial (IA) é o segmento da computação que viabiliza a simulação a capacidade humana de raciocinar, tomar decisões, resolver problemas através de softwares e robôs sem a necessidade de programação. É utilizada na identificação facial, de voz, veículos autônomos, prevenção de fraudes. Dentro da IA existe o *Machine Learning* e *Deep Learning*. No mercado, vemos a IA sendo utilizada no varejo, manufatura, esportes e operadoras de planos de saúde (SAS, 2020).

Segundo Melo (2018), que é Gerente da Unidade Setorial da Indústria do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará (Sebrae/CE), existem seis princípios da Indústria 4.0: interoperabilidade - comunicação entre sistemas, fábricas e pessoas através da internet – virtualização – rastreabilidade e monitoramento remoto através de sensores de dados através de sistemas de monitoração físicos e virtuais – descentralização – onde sistemas podem tomar decisões sem a interferência humana – orientação a serviços – serviços oferecidos por computação em nuvem – modularidade – produção de acordo com a demanda e flexível a mudanças.

Um dos resultados dos impactos da indústria 4.0 é a alta redução tanto nos postos de trabalho quanto em atividades que exige funções repetitivas e braçais, atingindo fortemente o setor da mão de obra. O chão de fábrica como chamamos hoje vai passar por mudanças e os colaboradores terão um papel mais estratégico e a atividade exercida tenderá a ficar mais flexível.

As profissões relacionadas à Indústria 4.0 estão sendo apontadas como as mais requisitadas do mercado. Essa revolução vem causando desemprego em diferentes áreas e trazendo uma grande dificuldade de alocação desses profissionais no mercado de trabalho. Os setores mais impactados pela alta tecnologia e onde mais têm ocorrido desemprego por conta da automação são: serviços, agricultura e indústria.

Empresas de diversos portes e segmentos têm diminuído suas equipes, recorrendo à tecnologia para automação das atividades tornando a volta ao mercado de trabalho um desafio. A indústria 4.0 vem revolucionando o mercado e por isso a busca por qualificação e adequação tem se tornado indispensável em frente aos novos desafios.

A implantação da Indústria 4.0 no cenário econômico brasileiro enfrenta alguns desafios como por exemplo: políticas estratégicas, incentivos governamentais, reunião de empresários e gestores com postura proativa e desenvolvimento tecnológico e formação de profissionais, próximos à indústria (FIRJAN, 2016).

2.2 Startups

Para falar de *startup* faz-se necessário uma contextualização de sua origem: Vale do Silício. Localizado no estado da Califórnia, no sul da Baía de São Francisco, o Vale tem sua origem por volta de 1950, quando o local era totalmente diferente do que é hoje. O termo *startup* não existia, não havia empresas de tecnologia, não havia investidores, não havia quase nenhum estrangeiro e também não havia pesquisadores em Stanford. (ENDEAVOR, 2015).

Tudo começou quando William Shockley, pesquisador da área de semicondutores (*chips*), resolveu fundar sua empresa lá. Outro nome fundamental para o Vale é o de Frederick Terman. Como reitor de Stanford, incentivou, nos anos 1940 e 1950, professores e alunos graduados a iniciarem suas próprias empresas (ENDEAVOR, 2015). A empresa de Shockley acabou falindo e embora desempregados, eles e seus sócios permaneceram no Vale do Silício.

Em 1957 fecharam um acordo com um investidor e fundaram a Fairchild Semiconductor (futuramente, dois dos pesquisadores da empresa, Robert Noyce e Gordon Moore, fundariam a Intel). Com nove mil empregados, a Fairchild Semiconductor existe até hoje, e seus oito empreendedores são considerados os fundadores do Vale do Silício. A Hewlett Packard (HP) e a Universidade de Stanford fundaram, em 1951, o primeiro parque industrial focado em tecnologia (REINALDO NORDMAN, 2015).

Ainda segundo Nordman (2015), nos anos 1990, essas empresas se tornariam mundialmente conhecidas e pouco entendida pela forma como empreendedores do Vale gerenciavam o lançamento de suas startups, que parecia mais com experiências científicas do que com negócios tradicionais. Culturalmente no Vale do Silício é preferível lançar produtos e serviços inacabados com base em informações e dados recolhidos do próprio dos consumidores, fazer adaptações com o intuito de provar hipóteses e corrigir os erros. É como se o produto evoluísse junto com os consumidores, por meio de tentativa e erro.

No decorrer do século XX, até a Terceira Revolução Industrial, a grande parte da tecnologia desenvolvida foi para médias e grandes empresas. Contudo, com o avanço da internet e da globalização em meados de 1990 e das tecnologias *mobile* nos anos 2000, a velocidade de criação de novas tecnologias avançaram ainda mais. Antes da era ponto com (.com), o desenvolvimento à comercialização de

novos produtos ou serviços demoravam entre 5 e 10 anos (REIS, 2011). Na era da internet esse processo pode ser reduzido em 1 ou 2 anos e em alguns casos, até em meses (BENKLER, 2006; GOLDMAN E GABRIEL, 2005).

Startup, em sua definição, é uma empresa jovem com um modelo de negócios repetível e escalável, em um cenário de incertezas e soluções a serem desenvolvidas. Embora não se limite apenas a negócios digitais, uma startup necessita de inovação para não ser considerada uma empresa de modelo tradicional (STARTESE, 2016). Para começar uma startup existem quatro fases: ideação, operação, tração e *scale-up* (ABSTARTUP, 2019).

A fase de ideação também é chamada de validação, pois é nessa fase que ocorre a confirmação que o problema de fato existe para a sociedade ou para um nicho de pessoas. Validação é comprovar que uma hipótese é verdadeira, é distanciar de achismos e ter provas concretas que esta dor/problema existe. A confirmação da dor sofrida é feita quando o perfil do cliente, persona, é traçado. Após essa definição é que se entende a real dor do cliente, do que ele realmente precisa, o que tornaria a vida dele mais fácil.

Nessa primeira fase é também onde os empreendedores criam o MVP – Mínimo Produto Viável – que ficou popular com o livro *Startup Enxuta*, de Eric Ries (2012). MVP é um conjunto de testes feitos para validar a viabilidade do negócio. É criado com o mínimo de recursos possíveis, precisando apresentar uma solução para o problema sofrido pelo cliente. A ideia do MVP é que você aprenda o mais rápido possível qual o produto ideal para seu cliente, onde é validado também se a solução entrega valor ou não.

Um exemplo de MVP foi criado por Tallis Gomes, fundador da Easy Táxi em 2011, onde as pessoas pediam um táxi pelo aplicativo, a solicitação caía no e-mail dos fundadores e eles ligavam para as cooperativas de táxis solicitando o serviço para o endereço informado pelo cliente. Nesse período de validação a *startup* já pode começar a faturar ou não. No caso da Easy Táxi eles não faturavam, era apenas a validação da dor.

Persona definida, modelo de negócio validado, chega a fase em que a *startup* começa a entrar em operação, é o período em que começa a gerar receita, ser lucrativa e estar pronta para comercializar. É a fase em que o empreendedor deve ir

atrás de clientes e demonstrar quais os benefícios que o produto ou serviço oferecido por ele podem proporcionar ao consumidor.

Segundo a InovAtiva (2020), programa de aceleração nacional, é nessa fase também que as *startups* começam a ir atrás de investidores anjos - investimento efetuado por pessoas físicas com capital próprio em empresas nascentes com alto potencial de crescimento (ANJOS DO BRASIL, 2020).

Tração é a fase em que atinge a maturidade da empresa. Os processos rodam sem problemas e ela está pronta para aumentar o número de clientes sem aumentar os custos de operação da mesma proporção, tornando-a escalável e mostrando que o seu modelo de negócios é rentável. Neste momento o objetivo passa a ser apenas o crescimento da startup sem perder sua essência. É nessa fase que acontecem as rodadas de investimentos de *Seed Capital* ou *Venture Capital* – *Seed Capital* é primeiro investimento após investimento anjo que varia entre R\$ 500mil a R\$ 2milhões e *Venture Capital* varia entre R\$ 2 milhões e R\$ 10 milhões (INVESTIDORES DO BRASIL, 2016).

Para atingir o estágio de *scale-up* a *startup* precisa apresentar um crescimento de 20% em receita ou número de colaboradores durante três anos consecutivos e estar com, no mínimo, 10 funcionários quando entrar neste período. Além disso, o negócio precisa ter um modelo sustentável, processos de implementação claros e resultados rápidos. No momento em que a empresa atinge a autossustentação (*scale-up*), ela se encontra no ápice do seu desenvolvimento, e, a partir desse momento, pode se tornar um unicórnio (termo criado em 2013 para empresas avaliadas em mais de R\$ 1 bilhão de dólares), empresa de capital aberto ou ser vendida.

Muito se fala em cultura de *startup*, onde as pessoas se sentem bem com o que fazem e muitas empresas tradicionais vem buscando implementar em seu ambiente essa cultura para uma maior agilidade, retenção de talentos e um ambiente mais agradável para seus colaboradores. De acordo com a Startse (2017), existem 6 princípios de ambiente nativo de *startup* que pode também ser implementado em empresas tradicionais.

O primeiro deles é o balanço da vida privada com o trabalho, sendo oferecido ao colaborador um horário de trabalho flexível, intervalos de acordo com a necessidade para que a criatividade e a entrega de resultados continuem em alta, pacotes de benefícios, ambiente de trabalho aberto e colaborativo, diversidade e

inclusão, inovação digital, valores bem definidos, não sendo impactados conforme o crescimento da empresa e se importar com a comunidade em que está inserido.

Existe também no ambiente de *startup* um manifesto que posteriormente deu origem a metodologias aplicadas para o desenvolvimento de toda a organização. O Manifesto Ágil foi criado em fevereiro de 2001 onde se reuniram 17 profissionais da área da tecnologia da informação onde foi abordado valores que todos esses profissionais acordaram em seguir e disseminar.

Alguns valores desse manifesto são que indivíduos e pessoas importam mais que processos e ferramentas pois todo desenvolvimento de *software* é uma atividade humana. *Software* em funcionamento é mais importante que documentação abrangente. Colaboração com o cliente mais que negociação de contrato, onde juntos buscam um só objetivo e responder às mudanças mais que seguir um plano (MÉTODO ÁGIL, 2017).

A vantagens de se trabalhar com métodos ágeis é um maior alinhamento entre time e cliente, redução de riscos e resultado final com maior qualidade, economia de recursos (tempo e dinheiro) e uma entrega mais assertiva, eficiência e agilidade na execução e conseqüentemente na entrega do projeto, abertura e flexibilidade para sugestões e melhorias e chegar a uma melhor resolução possível do problema (SAMBATECH, 2019). Alguns dos métodos ágeis mais utilizados são: *Scrum*, *Lean*, *Kanban* e método SMART.

Scrum é o método mais popular. Ele baseia-se em algumas características: flexibilidade dos resultados, flexibilidade dos prazos, times pequenos, revisões frequentes e colaboração. (SCHWABER, 1995). A utilização deste método pode gerar benefícios como: satisfação de clientes, melhoria na comunicação e aumento da colaboração entre envolvidos nos projetos, aumento do retorno do investimento, aumento da motivação da equipe e melhoria da qualidade do produto (MANN; MAURER, 2005; SALO; ABRAHAMSSON, 2002), (BERCZUK, 2007), (SULAIMAN; BARTON; BLACKBURN, 2006).

Já o *Lean* tem como principal objetivo alinhar a melhor sequência possível de trabalho a fim de agregar valor de forma eficaz aos produtos solicitados pelo cliente. O pensamento enxuto pode ser entendido como a forma de produzir cada vez mais com cada vez menos recursos e, ao mesmo tempo, aproximar-se dos clientes e oferecer aquilo que eles realmente almejam, tornando o trabalho mais satisfatório e

oferecendo retorno imediato sobre os esforços da transformação do desperdício em valor (TOLEDO, 2002).

O método *Kanban* é basicamente um quadro dividido em três colunas organizadas da seguinte forma: a fazer, fazendo, feito. A fazer contempla todas as atividades que precisam ser feitas durante um determinado período ou projeto, fazendo são as atividades que estão em execução e feito são as atividades já finalizadas. Aqui é determinado o máximo de atividade que pode ser executada concomitantemente (MARIOTTI, 2010).

SMART é uma ferramenta que auxilia na criação de métodos e objetivos atingíveis para o negócio. S (*specific*) a meta é clara e objetiva, M (*measurable*) sendo mensurável e quantificável, A (*attainable*) objetivos atingíveis mas desafiadores, R (*relevant*) pontos relevantes, que trazem valor e, por último, T (*time-related*) prazo para ser alcançado, evitando procrastinação e havendo ou não atingimento da meta (DRUCKER, 2011).

Em 2015 o Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral realizou uma pesquisa com 355 fundadores de *startups* para entender a causa da mortalidade das mesmas e verificou-se que 25% morrem com menos de 1 ano, 50% com menos de 4 anos e 75% com menos de 13 anos. Foi analisado também quais aspectos influenciam na mortalidade das *startups*.

Verificou-se que o número de sócios envolvidos é um fator determinante, a cada sócio a mais que trabalha *full time* na empresa no momento da sua fundação, a chance de descontinuidade aumenta em 1,24 vezes. A causa está relacionada a baixa capacidade de adaptação dos gestores às mudanças e necessidades do mercado e os problemas de relacionamento entre os sócios.

Figura 1 – Chance de descontinuidade da startup por sócio



Fonte: Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral, 2015.

O volume de capital investido antes de iniciar as suas vendas mostra-se também um fator que influencia na morte das *startups*. Quanto maior o período em que o capital investido cobre os custos operacionais da empresa, menor é a ocorrência de financiamento por capital próprio e aumentam as chances de investidores-anjos ou outras fontes de investimento.

O terceiro e último fator estudado foi o local de instalação das *startups*. Levando em consideração locais como home office, *coworking*, escritório virtual, aceleradora, incubadora, parque tecnológico, escritório próprio e loja/sala alugada, as *startups* sediadas em incubadoras e aceleradoras tem uma maior chance de sobrevivência.

Ainda de acordo com o estudo do Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral, na visão dos fundadores os fatores mais impactantes para a descontinuidade da empresa são: falta de comprometimento em tempo integral dos fundadores, não alinhamento de interesses pessoais e ou profissionais entre os sócios e a falta de capital para investir no negócio para que ele possa tracionar e se tornar atrativo para investidores.

2.3 Comunidades e Ecosystemas

As novas dinâmicas econômicas globais e sociais fortalecem o Ecosystema de *Startups*, que são empresas e órgãos que contribuem para empresas o desenvolvimento de novas empresas. Para o surgimento de uma *startup* é necessário funcionários capacitados (universidades), espaço físico (*coworkings*), conhecimento (aceleradoras e mentores), visibilidade (imprensa) e outros fatores que contribuem para o sucesso do novo empreendimento (ABSTARTUP, 2017).

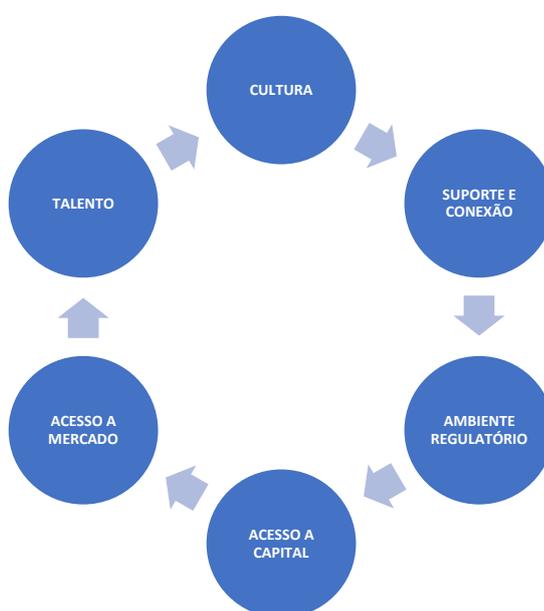
O termo ecosystema é originário da biologia e fazem parte dele seres vivos e o meio ambiente onde habitam. Adequando a definição ao Ecosystema de *Startups*, é possível defini-lo como um ambiente favorável a interação entre distintos atores, com objetivo ao desenvolvimento de novas *startups*. Cada ator integrante do Ecosystema possui relevante papel no desenvolvimento de ações que aumentem o desempenho nesse ambiente (TEIXEIRA; TRZECIAK; VARVAKIS, 2017).

Fazem parte do Ecosystema de *Startups*: imprensa, investidores, empresas, universidades, mentores, comunidades, *coworkings*, aceleradoras, as próprias *startups* e o Governo. O ecosystema brasileiro já se provou pois é o 3º maior criador de unicórnios (termo utilizado para *startups* avaliadas em mais de 1 bilhão de

dólares e surgiu em 2013, quando Aileen Lee, fundadora da Cowboy Ventures usou o termo pela primeira vez em um artigo), ficando atrás apenas dos Estados Unidos e China.

Segundo a ABStartup (2019) existem seis componentes que são a base do ecossistema e quando bem articulados criam uma comunidade madura. São eles: cultura, suporte e conexão, ambiente regulatório, acesso a capital, acesso a mercado e talento.

Figura 2 – Componentes presentes no ecossistema de *startups*



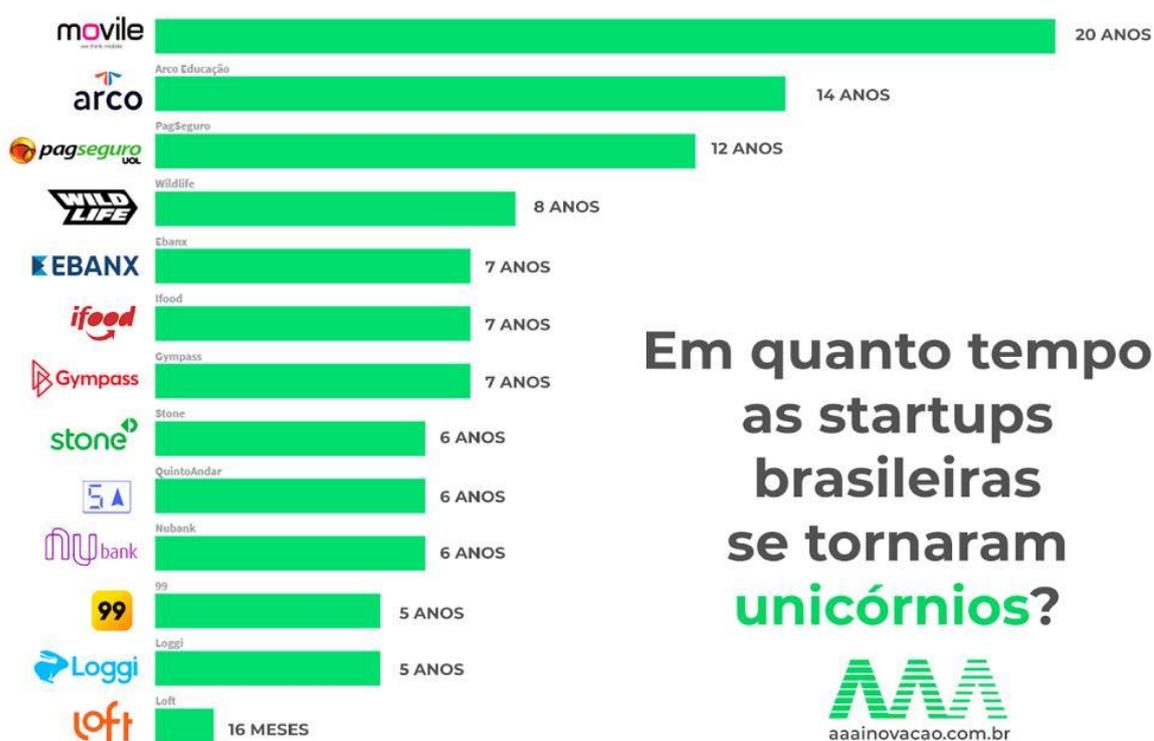
Fonte: Adaptado de ABStartup, 2019

De acordo com a Radiografia do Ecossistema Brasileiro de *Startup* (ABSTARTUP e ACCENTURE, 2017), os ecossistemas visam estimular o desenvolvimento e as habilidades do empreendedor, aumentar as colaborações no ambiente, fortalecer o suporte às *startups*, ampliar incentivos fiscais com a finalidade de atrair aceleradoras e investidores anjos, regulamentação flexível para fomentar a inovação e por fim, estimular novos polos de inovação.

Nos últimos anos as comunidades de *startups* vêm ganhando relevância tanto no âmbito acadêmico como de políticas públicas (como incentivos fiscais para investidores e facilidade na abertura de empresas desse segmento). Segundo a ABStartup (2019) o Brasil possui 77 comunidades ativas em diversos estágios de desenvolvimento. No Ceará temos duas comunidades, Rapadura Valley (sede em Fortaleza e atuação em todo o estado) e Kariri Valley (Juazeiro do Norte).

Hoje, o Brasil possui 13 unicórnios e começou a ganhá-los em 2017. Só no ano de 2019 foram 7 *startups* ganhando esse *status* e os unicórnios brasileiros variam entre os mais diversos segmentos, resolvendo problemas como mobilidade urbana (99 táxi), soluções de pagamento (pagseguro e Stone), software educacional (Arco Educação), delivery de comida (iFood), atividades físicas (Gympass), logística (Loggi), operadora de cartão de crédito (Nubank), aluguel de imóveis (Quinto Andar) entre outros.

Figura 3 – Startups do Brasil e quanto tempo levou até que se tornassem unicórnios



Fonte: AAAinovação, 2020.

Em Fortaleza há 79 *startups* mapeadas se tornando a 3º maior *startupbase* da região Nordeste, pertencendo a área de atuação da comunidade Rapadura Valley que estimula o empreendedorismo na região. O ecossistema é bem estruturado em relação a suporte, formação e eventos, mas frágil no que se refere a financiamento e acesso ao mercado (ABSTARTUP, 2019).

A cultura empreendedora é estimulada através de eventos que falam de *startups*, apresentem *case* de sucessos e eventos mais técnicos. Na categoria de eventos a cidade possui eventos que inspiram e recebem novos entrantes, como o

Startup Weekend, eventos mais técnicos onde há o compartilhamento de habilidades e conhecimentos, como o *Legal Hacker* Fortaleza e eventos internos para fomentar o empreendedorismo e a inovação como o *Start-Her-Up*.

Entre os *cases* de sucesso na cidade de Fortaleza estão a Agenda Edu, Chatbot Maker, Resolvvi, Trílogo, Mercadapp entre tantas outras que variam entre os seguimentos de educação, direito, *e-commerce*, TIC e telecom. Das 79 *startups* mapeadas 50% tem um modelo de negócio B2B (mercado-alvo são as empresas) e 42% tem modelo de negócio do tipo SaaS (*software* como serviço).

A cultura fortalezense de *startup* conta com o apoio de imprensa dos jornais de grande circulação como o O Povo e Diário do Nordeste, canais digitais com blogs, grupos de *facebook*, *newsletter* e *instagrams*, como os canais do Rapadura Valley, Q Jurídico e SWFortaleza e possuem líderes ativos na comunidade com o objetivo maior de disseminar a cultura de *startup*, nomes que se destacam são da Gabriella Purcaru, Camila Forte e Bruna Sousa.

A densidade de uma comunidade de *startup* é medida pela presença de locais onde os empreendedores e aspirantes possam se encontrar e compartilhar experiências, como os *coworkings*, apoio jurídico e contábil, incubadoras, aceleradoras, parques tecnológicos e programas de mentoria. No que tange o acesso a capital verifica-se se há a presença de investidores-anjos e fundos de investimentos (ABSTARTUP, 2019). A capital cearense conta com apenas um investidor-anjo, Igor Joaçaba, e possui alguns fundos de investimentos como a Cordel Ventures.

Se tratando de ambiente regulatório os governos assumem esse papel criando ambientes estáveis e seguros para os empreendedores. O ambiente regulatório de uma comunidade é observado através da facilidade de se abrir e fechar uma empresa, facilidades de financiamentos e apoio a pesquisa, inovação e desenvolvimento. Em Fortaleza há editais de fomento durante todo o ano e facilidades para abertura de empresas e inscrição estadual. Existem empresas que tem programa de *startup* e que se relacionam com a comunidade como a FÁrmacia Pague Menos, Instituto do Câncer do Ceará, Troller, O POVO, M. Dias Branco e FortBrasil.

2.4. Empreendedorismo

O empreendedorismo tem sua origem a partir de reflexões de pensadores econômicos do século XVIII e XIX apoiadores do liberalismo econômico e defendiam que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência. O empreendedorismo é visto como um direcionador à inovação e promove o desenvolvimento econômico (REYNOLDS, 1997; SCHUMPETER, 1934).

Segundo o dicionário Priberam, empreendedorismo é a “atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração.” Trazendo características como inovação e proatividade. Empreender está ligado a algo novo e colocar ideias em prática (SERASA EXPERIAN, 2018)

O economista austríaco Joseph A. Schumpeter (1942) no livro “Capitalismo, socialismo e democracia”, publicado em 1942, já associava o empreendedor ao desenvolvimento econômico (SEBRAE, 2019). Para o autor, o capitalismo traz como processo inerente a destruição do antigo para a criação do novo na busca de novos métodos, novos produtos e novos mercados.

A principal figura do empreendedorismo é o empreendedor. Empreendedor é a pessoa que sai da zona de conforto para realizar algo novo através da ação, realizando, colocando em prática novas ideias através da criatividade. Pode ser mudando radicalmente algo que existe, de forma incremental, como o Uber, ou realizando algo totalmente disruptivo e criando novos mercados, como fez a Apple com os computadores de uso doméstico.

Transformar crise em oportunidade é uma característica do brasileiro. O Relatório de Empreendedorismo no Brasil 2018 realizado pelo GEM aponta que houve um aumento no empreendedorismo por oportunidade, onde 61,8% dos empreendedores abriram o próprio negócio porque viram uma oportunidade. O relatório também mostra que o empreendedorismo por necessidade tem influenciado cada vez menos na decisão de empreender.

Atualmente é possível empreender de diversas maneiras, sem que seja necessária a abertura de uma empresa. Empreender através da criação de um novo método, de novos produtos ou a abertura de novos mercados. Alguns tipos de

empreendedorismo são: empreendedorismo nas empresas, empreendedorismo social, empreendedorismo digital e empreendedorismo em série.

O empreendedorismo nas empresas é o ato de inovar e criar projetos e pode ser chamado de intraempreendedorismo, empreendedorismo corporativo ou empreendedorismo interno. Esse tipo de iniciativa busca diversificar os negócios de uma empresa, introduzindo produtos inéditos ou novos métodos de trabalho que aumentem o faturamento e o lucro. Esse é o perfil dos intraempreendedores, colaboradores que buscam, criam e implementam ideias, possuem capacidade diferenciada de analisar cenários e de encontrar oportunidades (ENDEAVOR, 2017).

O empreendedorismo social ocorre quando o objetivo é levar melhorias para a sociedade. Algumas das áreas em que esse tipo de iniciativa pode ocorrer são a educação, a saúde e o meio ambiente. Diferente de uma Organização Não Governamental (ONG), o empreendedorismo social visa o lucro. Um exemplo seria uma marca que treina artesãos de uma comunidade e ajuda a comercializar os produtos fabricados por eles. Nesse caso, os artesãos e a comunidade saem ganhando ao mesmo tempo em que o projeto gera lucro (SERASA EXPERIAN, 2018).

O empreendedorismo digital consiste em criar um negócio na internet, comercializando serviços ou produtos *online*, sem necessidade de investir em espaços físicos (HOTMART, 2019). Alguns exemplos de negócios digitais são: cursos online, *e-commerces*, *blogs*, canais do YouTube e Instagram. Empresas também podem adotar o empreendedorismo digital quando saem do *offline* e entram no *online*.

O empreendedorismo em série é a capacidade de colocar em prática diversas ideias de negócio de forma bem-sucedida. Normalmente, o empreendedor serial (*serial entrepreneur*, em inglês) é alguém que já obteve sucesso no empreendedorismo e está constantemente procurando novas oportunidades para investir (SERASA EXPERIAN, 2018). Eles têm experiência com o sucesso e o fracasso e tendem a aprender com os dois.

Para que o empreendedor desempenhe as atividades de sua função com alta performance, ele deve possuir ou desenvolver algumas características como capacidade de realização, de relacionamento e de planejamento, elencadas como as três principais por Daniel Vasserman, Startup Hunter da ACE (2019). Segundo a

SBCOACHING (2018), as principais características são: criatividade, iniciativa, pensamento estratégico, autoconfiança, otimismo, resiliência, adaptação, autoconhecimento e desejo de protagonismo.

Desenvolver tais habilidades no intuito de ser um empreendedor melhor para sua empresa e comunidade é de grande importância para o crescimento da economia do país, desenvolvimento econômico-político, pessoal e para as regiões onde suas empresas operam.

3 METODOLOGIA

A finalidade deste capítulo é apresentar a metodologia utilizada na presente pesquisa para traçar o perfil empreendedor de *startup* na cidade de Fortaleza (CE).

Metodologia da pesquisa consiste na forma de fazer ciência através de métodos para se obter um resultado que é comprovado e testado e que surgiram através de deduções (SILVA, 2017). Segundo o autor, o objetivo da metodologia é estabelecer relações de causalidade ou efeito sobre o assunto ou estudo e desenvolver o espírito crítico.

De e acordo com Zanella (2013) por vezes o termo metodologia é empregado de forma equivocada e errônea, sendo compreendido como conjunto de regras que tratam da apresentação de um trabalho científico de acordo com forma e formato, envolvendo o tamanho da margem e do tipo de letra, espaço entrelinhas, numeração de páginas, entre outros.

Já Pradanov (2013) entende que metodologia é a diferenciação entre conhecimento popular e conhecimento científico, onde este último possui uma fundamentação e metodologias a serem seguidas sendo possível testá-lo e comprová-lo, diferenciando-se, assim, do conhecimento popular. Ainda segundo o autor o conhecimento científico é analítico, falível, contingente e real.

3.1 Ambiente e sujeitos da pesquisa

Ambiente de pesquisa entende-se por ser o local onde é realizado o experimento ou estudo (GIL, 2002), proporcionando condições necessárias para a manipulação das variáveis independentes e que seja possível testá-las.

Desta forma, este estudo foi aplicado em *startups* que fazem parte do ecossistema da cidade de Fortaleza onde existem 81 delas ativas, dividindo-se em 7,5% na fase de ideação, 43,4% na fase de operação, 37,7% na fase de tração e 11,3% na fase de *scale up* (ABSTARTUP, 2019).

Como técnica de amostragem foi utilizada a não probabilística por acessibilidade, que, segundo Vergara (2016), não possui procedimento estatístico e a seleção se dá pela facilidade de acesso e importância junto à pesquisa. Os sujeitos selecionados são 18 empreendedores das respectivas empresas.

3.2. Natureza da pesquisa

A natureza da pesquisa pode-se diferenciar entre qualitativa e quantitativa. Nas pesquisas quantitativas as variáveis devem ser rigorosamente determinadas e a mensuração deve ser pressuposta pelo próprio método sendo medida por algum critério matemático (APOLINÁRIO, 2004). Para essa natureza de pesquisa os conhecimentos estatísticos são importantes por parte do pesquisador.

A pesquisa quantitativa é aquela que, através dos números resultantes da pesquisa, traz opiniões e conhecimentos com o intuito de serem categorizadas e explorados. Neste tipo de pesquisa são aplicadas técnicas estatísticas (RODRIGUES, 2007). O presente estudo traz uma abordagem quantitativa para que os dados sejam analisados de forma objetiva.

A pesquisa quantitativa busca fazer uma medição sucinta de algo. Esse tipo de metodologia, geralmente utilizada na pesquisa em administração, mede comportamentos, conhecimentos, opiniões ou atitudes dos sujeitos que se correlacionam ao estudo. Tais maneiras contestam questões relacionadas a quanto, com que frequência, quando e quem (COOPER, 2016).

3.3 Tipo da pesquisa

O presente estudo tem objetivo exploratório por proporcionar uma familiaridade maior com o problema apresentado, com o intuito de torná-lo mais entendível e familiar. As pesquisas classificadas como exploratórias podem ser classificadas como bibliográfica e estudo de caso (GIL, 2002).

As pesquisas são classificadas, quanto aos fins, como exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista, e quanto aos meios como pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, ex post facto, participante, pesquisa-ação e estudo de caso (VERGARA, 2016).

Esta pesquisa se caracteriza quanto aos fins como exploratória, por se configurar como um tema pouco explorado com objetivo de obter uma visão geral acerca de determinados fatos (GIL, 2007). Essa tipologia tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema e busca maior compreensão acerca do mesmo.

3.4 Instrumento e coleta dos dados

O questionário é um instrumento de coleta de dados no campo, buscando interação através de uma série ordenada de questões sobre diversas variáveis e situações que o pesquisador deseja investigar. As questões são apresentadas a um respondente, por escrito, para que ele responda também de forma independente (VERGARA, 2016).

Neste trabalho a técnica utilizada para coleta de dados foi o questionário, elaborado com 13 perguntas, sendo 4 objetivas, 2 de múltiplas escolhas, 1 aberta e 6 em escala *likert* relacionadas ao perfil do empreendedor de *startup* respondente a perguntas pertinentes ao tema proposto (Apêndice A). A síntese dos objetivos de pesquisa e suas respectivas perguntas está apresentada no Quadro 2.

Quadro 2 – Objetivos da pesquisa e perguntas correspondentes

Objetivos da pesquisa	Perguntas da entrevista
Perfil das <i>Startups</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qual a cidade de fundação da sua <i>startup</i>? 2. Em qual fase a sua <i>Startup</i> se encontra? 3. Qual o mercado alvo da sua <i>startup</i>? 4. Qual o segmento de atuação da sua <i>startup</i>? (Edtech, mobile, beleza e bem estar etc) 5. Qual o modelo de negócio da sua <i>startup</i>?
Compreender a importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local	<ol style="list-style-type: none"> 6. Na sua percepção, qual a importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local na sua jornada empreendedor (a) de <i>startup</i>? 7. Como você vê o crescimento/maturidade do ecossistema local em todos os seus componentes? 8. Na sua opinião, existe alguma oferta/benefício que o ecossistema proporciona que não é aproveitado da melhor maneira por você empreendedor?
Identificar os fatores de influência para o sucesso de uma <i>startup</i> na percepção dos empresários	<ol style="list-style-type: none"> 9. Na sua opinião, qual características abaixo é mais importante para que uma <i>startup</i> comece a tracionar e escalar? 10. Escolhas as 3 principais skills que você considera que um empreendedor deve ter/desenvolver para o sucesso da <i>startup</i>?
Verificar a influência da comunidade local no processo de criação de uma <i>Startup</i>	<ol style="list-style-type: none"> 11. Você concorda que a comunidade local contribuiu para o desenvolvimento do seu projeto? 12. Você se considera ativo na comunidade local? 13. A comunidade local determinante para o processo de criação de uma <i>startup</i>?

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

3.5 Tratamento dos dados

Os resultados foram analisados pela técnica de distribuição de frequência com o auxílio do google *forms*, além de gráficos representativos, para que ao final seja possível descrever o perfil do empreendedor de *startup* no ecossistema de Fortaleza.

O questionário foi desenvolvido e aplicado através do *Google Forms*, sendo compartilhado através de redes sociais como o *Whatsapp* e *LinkedIn*. As perguntas foram aplicadas juntamente aos respondentes no período de setembro a outubro de 2020.

Após a coleta dos dados, foi realizada a sua tabulação, com análise de distribuição de frequência, com gráficos representativos, e ao final seja possível descrever o perfil desse empreendedor no ecossistema de Fortaleza-CE.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados, discutidos e analisados os resultados obtidos na pesquisa referente ao tema e aos objetivos propostos para o estudo. A análise é apresentada conforme as seções divididas no formulário de pesquisa.

4.1 Perfil da amostra

Referente ao perfil da amostra, o quadro 3 traz características das *startups* dos empreendedores respondentes, referente a sua fase, mercado alvo, segmento de atuação e modelo de negócio.

Quadro 3 – Overview das *Startups*

Variável	Número	Percentual
Fase da Startup		
Ideação	9	50%
Operação	4	22.2%
Tração	2	11.1%
Scale up	3	12.3%
Mercado alvo		
B2B	10	55.6%
B2C	6	33.3%
B2B2C	2	11.1%
Segmento de atuação		
EdTech	6	33.3%
Finanças	2	11.1%
E-commerce	2	11.1%
Modelo de Negócio		
SaaS	9	50%
Marketplace	5	27.8%

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

4.2 Ecossistema local

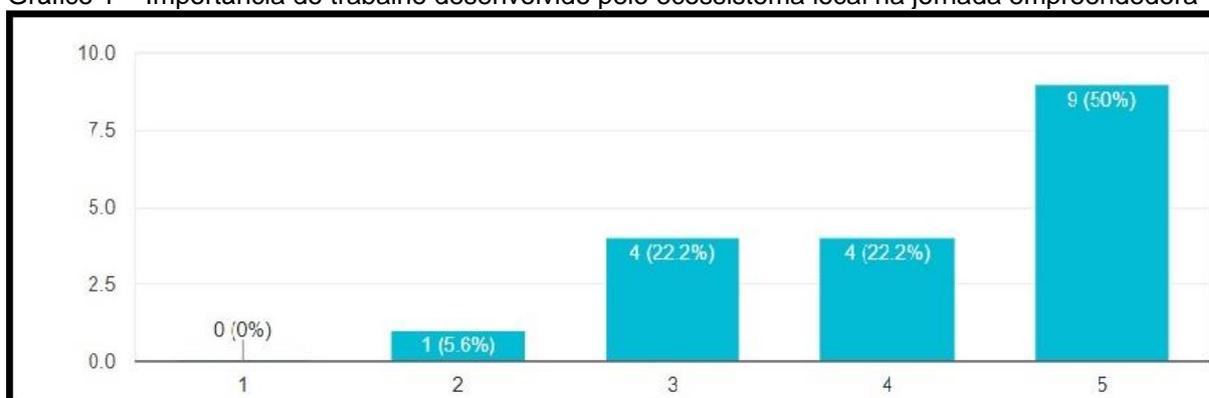
Esta seção apresenta os resultados referentes à compreensão sobre a importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local para com o desenvolvimento dos empreendedores de *startup* e da própria *startup*.

Foram abordados os seguintes tópicos: importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local na jornada empreendedora, qual a percepção do crescimento/maturidade desse ecossistema e se há alguma oferta ou benefício

ofertado pelo ecossistema que não é aproveitado da melhor maneira pelo empreendedor.

O Gráfico 1 mostra que o trabalho desenvolvido pelo ecossistema local de *startup* na jornada do empreendedor/a é considerado por 50% dos respondentes como muito importante, havendo um empate, de 22,2% entre importante e neutro. Como verificado na literatura, a densidade de um ecossistema de startup é medida pela presença de locais onde os empreendedores e aspirantes possam se encontrar e compartilhar experiências (ABSTARTUP, 2017).

Gráfico 1 – Importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local na jornada empreendedora

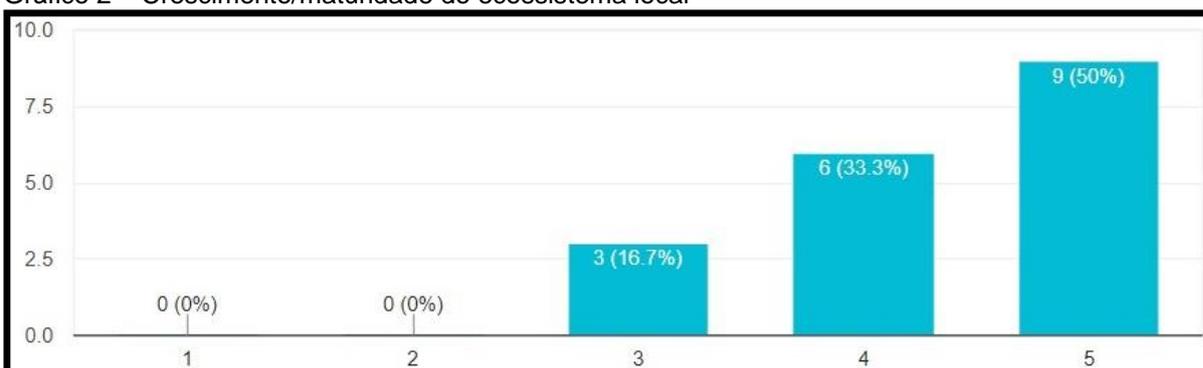


(1 – discordo totalmente; 2- discordo; 3 – neutro; 4 – concordo 5 – concordo totalmente)

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Como o gráfico 2 mostra, também 50% dos respondentes concorda que o ecossistema local está em crescimento, em todos os seus dez componentes: imprensa, investidores, empresas, universidades, mentores, comunidades, *coworkings*, aceleradoras, as próprias *startups* e o Governo. Nota-se também que ninguém respondeu que não está em crescimento. De acordo com o estudo do mapeamento feito pela ABStartup em 2019, foi verificado que o ecossistema local é ativo em seus componentes.

Gráfico 2 – Crescimento/maturidade do ecossistema local

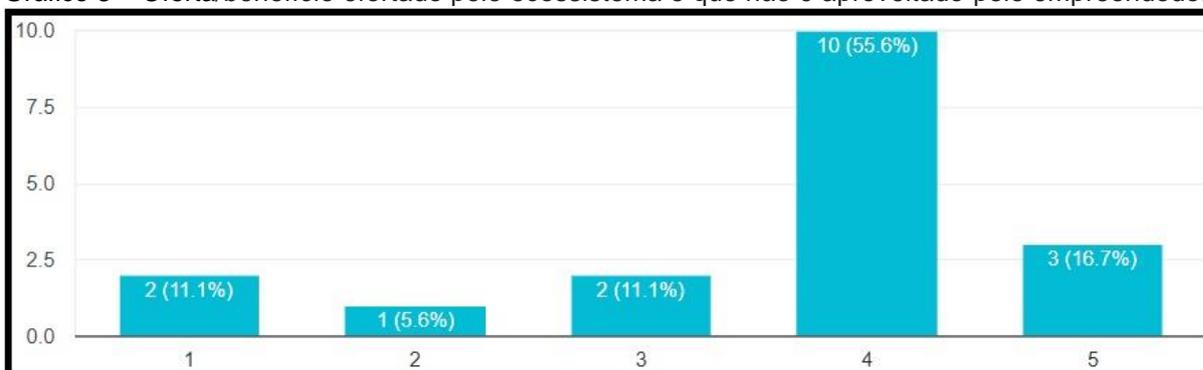


(1 – discordo totalmente; 2- discordo; 3 – neutro; 4 – concordo 5 – concordo totalmente)

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Pelos resultados do gráfico 3, 55,6% dos respondentes afirmam existir benefícios oferecidos pelo ecossistema de *startup* tanto para a própria *startup* como para o empreendedor em sua jornada que não são aproveitados da melhor maneira para ambos os crescimentos. Os componentes do ecossistema de *startup* são: cultura, suporte e conexão, ambiente regulatório, acesso a capital, acesso a mercado e talento (ABStartup, 2019).

Gráfico 3 – Oferta/benefício ofertado pelo ecossistema e que não é aproveitado pelo empreendedor



(1 – discordo totalmente; 2- discordo; 3 – neutro; 4 – concordo 5 – concordo totalmente)

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

4.3 Fatores de influência para o sucesso de uma *startup*

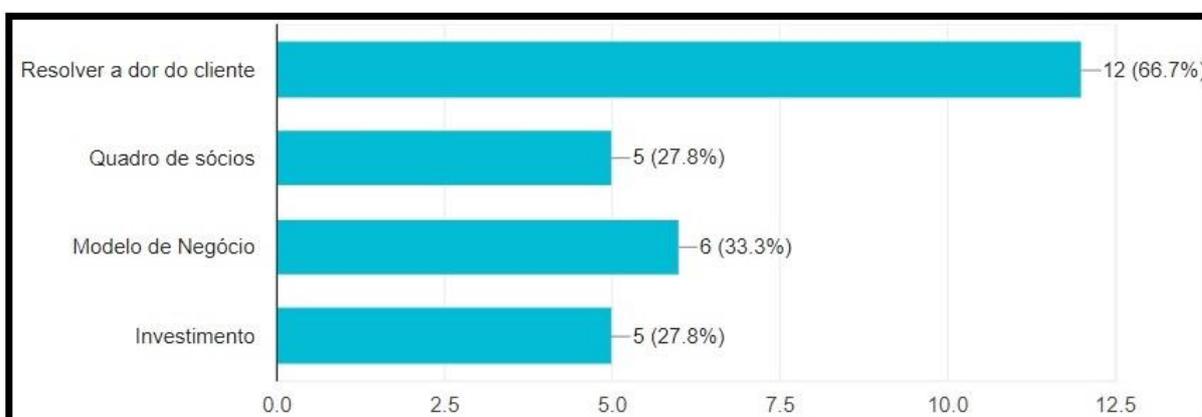
Com a finalidade de conhecer os fatores que podem influenciar para o sucesso de uma *startup* na visão do empreendedor, os gráficos 4, 5 e 6 discorrem sobre as características para tracionar e escalar uma *startup*, as *skills* consideradas chave para o empreendedor ter sucesso nesse ramo, e, por último, se a comunidade local teria contribuído para o desenvolvimento do projeto do empreendedor.

Quando perguntado aos empreendedores de *startup* quais características essas empresas deveriam ter para que começassem o processo de tração e *scale*

up, todas as características foram consideradas importantes, sendo a principal resolver a dor do cliente (66,7%), seguida por modelo de negócio (33,3%), e empatadas as características quadro de sócios e investimento, com 27,8% cada.

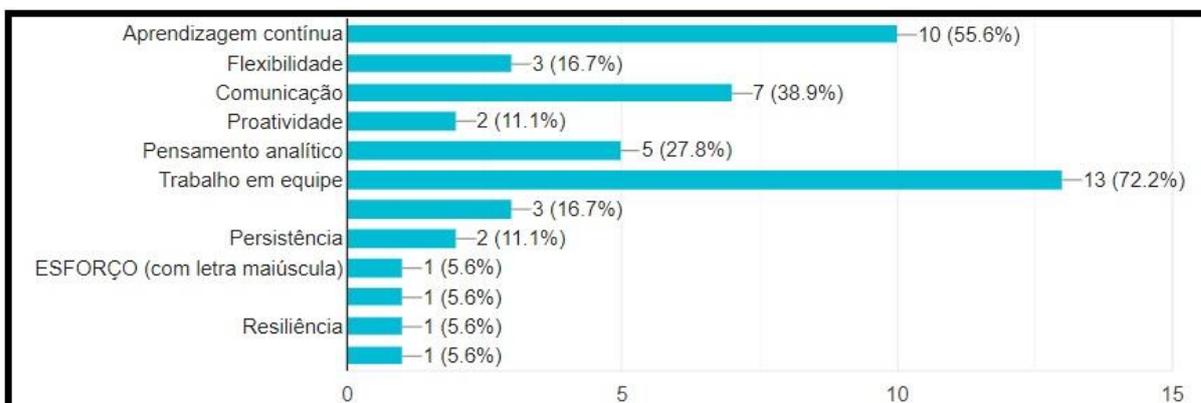
Tração é a fase em que se atinge a maturidade da empresa, para atingir o estágio de *scale-up* a *startup* precisa apresentar um crescimento de 20% em receita ou número de colaboradores durante três anos consecutivos e estar com, no mínimo, 10 funcionários quando entrar neste período (INVESTIDORES DO BRASIL, 2016).

Gráfico 4 – Principais características para que uma *startup* comece a tracionar e escalar



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Em relação ao gráfico 5, sobre as principais *skills* (características) que um empreendedor deve ter ou desenvolver para o sucesso da *startup*, a principal é o trabalho em equipe (72,2%), seguida por aprendizagem contínua (55,6%), e a terceira que teve mais destaque foi a comunicação (38,9%). O resultado obtido vai de acordo com as características empreendedoras apontadas pela SBCOACHING (2018). Verifica-se que as características sugeridas no referencial teórico e os obtidos na pesquisa são consideradas *soft skills*, ou seja, habilidades comportamentais.

Gráfico 5 – Três principais *skills* que um empreendedor de *startup* deve ter/desenvolver

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

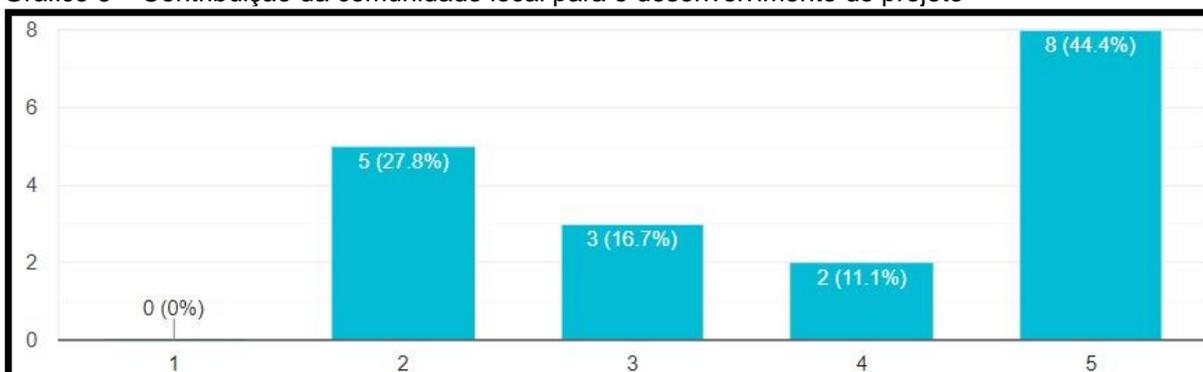
4.4 Influência da comunidade local

Nesta seção, serão apresentados os resultados obtidos, a partir da percepção dos empreendedores, a influência da comunidade local no seu processo de desenvolvimento, bem como o de sua *startup*.

São questionados se a comunidade contribuiu para o desenvolvimento do projeto, se o empreendedor se considera ativo na comunidade local e se ela foi determinante para que o projeto fosse colocado em prática.

Conforme o gráfico 6, quando questionados sobre se concordaria totalmente que a comunidade local contribuiu para o desenvolvimento da *startup*, 44,4% dos empreendedores respondentes indicaram que concordam totalmente, 16,7% foi neutro, mas ninguém respondeu que discordava totalmente. O resultado da pesquisa confirma o que afirma ABStartup (2019) que a comunidade de *startup* locais onde os empreendedores e aspirantes possam se encontrar e compartilhar experiências, como os *coworkings*, apoio jurídico e contábil, incubadoras, aceleradoras, parques tecnológicos e programas de mentoria.

Gráfico 6 – Contribuição da comunidade local para o desenvolvimento do projeto

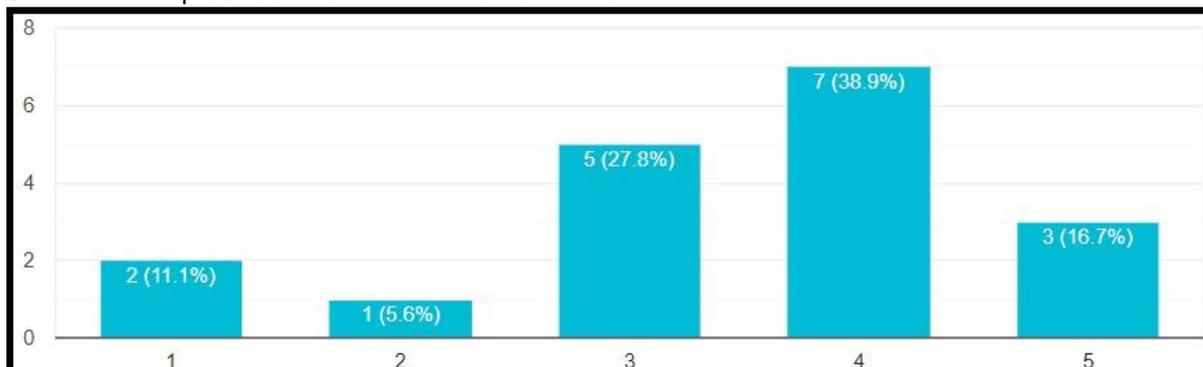


(1 – discordo totalmente; 2- discordo; 3 – neutro; 4 – concordo 5 – concordo totalmente)

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Quando questionados se se consideravam ativos na comunidade local, contribuindo com a mesma, 38,9% respondeu que parcialmente, 27,8% não tem certeza e 16,7% concorda que é totalmente engajado e comprometido com a mesma, contribuindo para o crescimento da comunidade.

Gráfico 7 – Empreendedor ativo na comunidade local

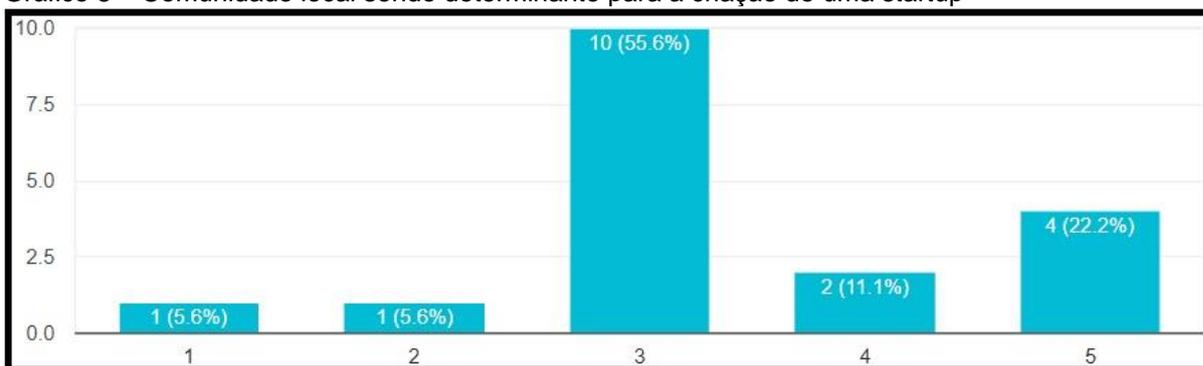


(1 – discordo totalmente; 2- discordo; 3 – neutro; 4 – concordo 5 – concordo totalmente)

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

No gráfico 8 mostra-se a percepção do empreendedor sobre a comunidade de *startup* ser um fator determinante para a criação das mesmas no ecossistema local. 55,6% dos empreendedores respondentes entende que a comunidade é neutra a esse processo, 22,2% entende que ela é determinante, e 11,1% entende que é importante, mas não determinante.

Gráfico 8 – Comunidade local sendo determinante para a criação de uma startup



(1 – discordo totalmente; 2- discordo; 3 – neutro; 4 – concordo 5 – concordo totalmente)

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

5 CONCLUSÃO

Esta monografia teve como objetivo identificar o perfil do empreendedor de *startup* do ecossistema de Fortaleza, sendo realizada uma pesquisa com 18 empreendedores desse segmento.

Este tema se mostra relevante uma vez que esse tipo de empresa, *startup*, vem para revolucionar o mundo empresarial como o conhecemos, trazendo em seu DNA inovação, disrupção e agilidade, crescendo exponencialmente suas operações e conseqüentemente valor de mercado.

Através dos resultados e da análise dos mesmos, compreende-se que a maioria das *startups* fortalezenses se encontram em sua fase inicial, que é a de ideação, onde ela está construindo o seu modelo de negócio para solucionar a “dor do seu cliente”, definindo a *persona*, descobrindo o seu propósito. O mercado onde a maioria dessas empresas se encontram é o mercado B2B, tendo a maioria delas EdTechs com segmento de atuação e o modelo de negócio predominante é o SaaS (*software as a servisse*).

O ecossistema local, Rapadura Valley, é visto como importante no desenvolvimento da jornada empreendedora do empreendedor de *startup* na visão dos empreendedores respondentes da pesquisa, pois o ecossistema é visto como um local onde as partes que o compõe possam compartilhar experiências e aprendizados.

Quanto ao crescimento e a maturidade desse ecossistema, é compreendido que o mesmo vem crescendo e atingindo maturidade em todos os seus componentes: cultura, suporte e conexão, ambiente regulatório, acesso a capital, acesso a mercado e talento. Há alguns componentes maiores e mais maduros que outros, mas todos eles vêm buscando se desenvolver cada vez mais para contribuir com o ambiente em que estão inseridos.

No que se refere aos fatores de influência para o sucesso de uma *startup*, as principais características apontadas para que isso aconteça são: resolver a dor do cliente, modelo de negócio, quadro de sócios e investimento. Oferecer um produto ou serviço que resolva a dor do cliente com um modelo de negócio onde seja viável a geração de receita é o que faz a *startup* sair da sua fase de ideação para a fase de

operação. O quadro de sócios, a relação entre eles, e a captação de investimento é o que fará a *startup* escalar, atingindo a sua maturidade.

Para a comunidade local a criação de uma *startup* é determinante. porém, os empreendedores abordados foram neutros, não considerando que a mesma seja determinante. Quanto à contribuição da comunidade local para o desenvolvimento do projeto de criação de uma *startup*, foi visto que o trabalho desenvolvido pela comunidade contribui para o desenvolvimento dos projetos, uma vez que os empreendedores e aspirantes tem locais para se reunirem e compartilharem suas experiências, como os *coworkings*, mentoria e apoio jurídico e contábil, incubadoras, aceleradoras, parques tecnológicos e programas de mentoria.

Como conclusão verifica-se que o empreendedor de *startup* deve desenvolver um perfil centrado em três características principais (*skills*), que são: trabalho em equipe, aprendizagem contínua e comunicação. Isto leva à reflexão sobre como as *soft skills*, que são as competências comportamentais, vem se destacando em relação às competências técnicas, *hard skills*.

Além do que, na sua atuação como membro da comunidade e do ecossistema local, os empreendedores se consideram ativos, engajados e comprometidos, como parte do processo de crescimento e maturidade dos componentes em que estão inseridos.

O período de aplicação da pesquisa ocorreu em meio a pandemia de Covid-19, no qual muitas das *startups* locais viram seu negócio começar a tracionar e escalar, algumas outras se viram no momento de pivotar (mudanças nos negócios) para se adaptarem às novas necessidades e continuarem ganhando mercado.

Diante do exposto, o problema da pesquisa foi respondido e os objetivos alcançados. Sugere-se, portanto, que pesquisas posteriores sejam realizadas sobre o tema, no intuito de acompanhar o crescimento da comunidade e do ecossistema local de *startup* em todos os seus componentes, dada a relevância do estudo desse tema para que se tenha um maior conhecimento sobre o comportamento dos mesmos na economia local e brasileira.

REFERÊNCIAS

ABRAHAMSSON, P. et al. **Agile software development methods** – review and analysis. Espoo: VTT Publications, 2002.

ABSTARTUP. **Ecosistema de startups!** O que é, como funciona, o que já sabemos sobre ele? Acesso em: 26/04/2020. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/ecossistema-de-startups-o-que-e-como-funciona-o-que-ja-sabemos-sobre-ele/>>

ABSTARTUP. **Fases de uma startup:** saiba tudo sobre cada etapa. Acesso em: 14/04/2020. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/fases-de-uma-startup-saiba-tudo-sobre-cada-etapa/>>

ABSTARTUP. **Mapeamento de Comunidades Emergentes Região Nordeste**, 2019.

ABSTARTUP. **Tudo que você precisa saber sobre startups**, jul. 2017. Acesso em: 08/03/2020. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>>.

ABSTARTUP; Acceventure. **Radiografia do Ecosistema Brasileiro de Startup**, 2017.

ACESTARTUP. **Quais as principais características do perfil empreendedor?** Acesso em: 13/10/2020. Disponível em: <<https://acestartups.com.br/principais-caracteristicas-perfil-empendedor/>>

ÁGIL, Método. **Manifesto Ágil, o que é e qual é a sua história**. Acesso em: 01/06/2020. Disponível em: <<http://www.metodoagil.com/manifesto-agil/>>

Anjos do Brasil. **O que é um investidor anjo?** Acesso em: 15/04/2020. Disponível em: <https://www.anjosdobrasil.net/o-que-e-um-investidor-anjo.html>

APOLLINÁRIO, F. **Dicionário de Metodologia Científica:** um guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo: Atlas, 2004.

AWS. **O que é computação em nuvem?** Acesso em: 05/04/2020. Disponível em: <<https://aws.amazon.com/pt/what-is-cloud-computing/>>.

BAPTISTA, Makilim Nunes. **Metodologias de pesquisa em ciências: análises quantitativa e qualitativa** – 2 ed. - [Reimpr.]. - Rio de Janeiro: LTC, 2018.

BENKLER, Y. **The Wealth of Networks:** How Social Production Transforms Markets and Freedom. Yale University Press, 2006.

BERCZUK, S. **Back to basics**: the role of agile principles in success with an distributed scrum team. In: AGILE CONFERENCE, 2007, Washington. Washington, 2007. p. 382-388.

BORLIDO, D. J. A. **Indústria 4.0** – Aplicação a Sistemas de Manutenção. Portugal: Universidade do Porto, 2017. Acesso em: 05/04/2020. Disponível em: <<https://repositorioaberto.up.pt/handle/10216/102740>>.

BRASIL, Investidores. **O que é seed, investidor anjo e venture capital?** Acesso em: 15/04/2020. Disponível em: <https://investidoresbrasil.com.br/o-que-e-seed-investidor-anjo-e-venture-capital/>

BRITO, Alexandra Antonia Freitas de. **A Quarta Revolução Industrial e as Perspectivas para o Brasil**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Acesso em: 05/04/2020. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/quarta-revolucaoindustrial#_ftn1>.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

COELHO, P. M. N. N. **Rumo à Indústria 4.0**. Coimbra, Portugal: Universidade de Coimbra: 2016. Acesso em: 05/04/2020. Disponível em: <<https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/36992>>

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Bookman, 2016

DRUCKER, P. **The best of Peter Drucker**. Nova York: Routledge, 2011. Acesso em: 01/11/2020. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/stevedenning/2014/07/29/the-best-of-peter-drucker/?sh=5ff2e7ac5a96>>.

ENDEAVOR. **Como o intraempreendedorismo pode impulsionar a inovação em sua empresa**. Acesso em: 04/05/2020. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/pessoas/intraempreendedorismo-inovacao-empresa/>>

ENDEAVOR. **Vale do Silício**. Acesso em: 14/04/2020. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/inovacao/vale-do-silicio/>>

FIRJAN. **Indústria 4.0: Panorama da Inovação**. 2016

FORBES. **Revolução tecnológica deve transformar a vida no mundo**. Acesso em: 05/04/2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/brand-voice/2019/08/revolucao-tecnologica-deve-transformar-a-vida-no-mundo/>>

- GAUSEMEIER, J., & Klocke, F. (2016). **Industrie 4.0, International Benchmark, options for the future and recommendations for manufacturing research**. Heinz Nixdorf Institut, Universität Paderbon; WZL, RWTH Aachen University; Acatech.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009;
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. Acesso em: 31/05/2020. Disponível em:
<http://www.urca.br/itec/images/pdfs/modulo%20v%20-%20como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf>
- GOLDMAN, R. e Gabriel, R. P. (2005). **Innovation Happens Elsewhere: Open Source as Business Strategy**. Morgan Kaufmann.
- HARTMANN, V. H. P **Startup: uma nova forma de empreender**. 2013. Brasília. 2013. P. 33. Administração. Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2013.
- HOTMART. **Empreendedorismo digital: o passo a passo para criar um negócio na internet**. Acesso em: 04/05/2020. Disponível em: <<https://blog.hotmart.com/pt-br/empreendedorismo-digital/>>.
- IBGE. **Desemprego**. Acesso em: 08/03/2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>>.
- IBQP, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. **GEM, Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo, 2017**.
- INOVATIVA. **Em que estágio de maturidade a sua startup está?** Acesso em: 15/04/2020. Disponível em: <https://www.inovativabrasil.com.br/em-que-estagio-de-maturidade-a-sua-startup-esta/>
- IPEA. **Mercado de Trabalho**. Acesso em: 08/03/2020 <<https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/2019/12/mercado-de-trabalho-15/>>
- MANN, C.; MAURER, F. **A Case study on the impact of Scrum on overtime and customer satisfaction**. In: AGILE DEVELOPMENT CONFERENCE, 2005. Proceedings... IEEE Computer Society, 2005. p. 70-79.
- MARIOTTI, S. Flavio. **Kanban: o ágil adaptativo**. Introduzindo Kanban na equipe ágil. 2010. Software Magazine ec 45. Acesso em: 01/11/2020. Disponível em:

<<http://www.garcia.pro.br/EngenhariadeSW/artigosMA/A6%20-%2045-6-%20Kanbam.pdf>>.

MAURYA, Ash. **Comece sua startup enxuta**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2018 p.16.

ORACLE. **A definição de Big Data**. Acesso em: 05/04/2020. Disponível em: <<https://www.oracle.com/br/big-data/guide/what-is-big-data.html>>

PRADANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do Trabalho Científico**. 2 ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIES, E. (2011). **The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses**. Crown Publishing Group.

SALO, O.; ABRAHAMSSON, P. **Agile methods in European embedded software development organisations**. IET Software, v. 2, n. 1, p. 58-64, 2008. Acesso em: 01/11/2020. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1049/iet-sen:20070038>>.

SAMBATECH. **Metodologias ágeis: o que são e quais os principais tipos**. Acesso em: 01/06/2020. Disponível em: <<https://sambatech.com/blog/insights/metodos-ageis/>>.

SAS. **Inteligência Artificial**. Acesso em: 06/04/2020. Disponível em: https://www.sas.com/pt_br/insights/analytics/inteligencia-artificial.html

SBCOACHING. **Empreendedorismo: tudo o que você precisa saber**. Acesso em: 15/10/2020. Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/blog/empreendedorismo-guia/>>

SCHWAB, Klaus. **The Fourth Industrial Revolution**. Genebra: World Economic Forum, 2016.

SCHWABER, K. **SCRUM Development process**. 1995. Acesso em: 01/11/2020. Disponível em: <<http://jeffsutherland.com/oopsla/schwapub.pdf>>.

SEBRAE. **Como ser um empreendedor de sucesso?** Acesso em: 08/03/2020. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedor-de-sucesso/>>.

SEBRAE. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** Acesso em: 02/05/2020. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/>>.

SEBRAE. **O que é ser empreendedor**. Acesso em: 02/05/2020. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD/>>.

SERASA EXPERIAN. **O que é ser empreendedorismo?** Definições e dicas para quem quer ser um! Acesso em: 02/05/2020. Disponível em:

<<https://empresas.serasaexperian.com.br/blog/o-que-e-empendedorismo-definicao-e-dicas-para-quem-quer-ser-um/>>.

SILVA Lediane Rodrigues Campêlo da, DAMACENO Ana Daniella, MARTINS Maria da Conceição Rodrigues, SOBRAL Karine Martins, FARIAS Isabel Maria Sabino de.

Pesquisa Documental: alternativa investigativa na formação docente. 2009

Acesso em: 31/05/2020. Disponível em: <

https://educere.bruc.com.br/arquivo/pdf2009/3124_1712.pdf>

STARTESE. **Afinal o que é uma startup?**. Acesso em: 14/04/2020. Disponível em:

<<https://www.startse.com/noticia/startups/afinal-o-que-e-uma-startup>>.

STARTESE. Cisco quer acelerar o uso de IoT na indústria. Acesso em: 14/10/2020.

Disponível em: <<https://www.startse.com/noticia/nova-economia/industria40-cisco-iot>>

SULAIMAN, T.; BARTON, B.; BLACKBURN, T. **AgileEVM - Earned Value**

Management in Scrum Projects. In: AGILE CONFERENCE - AGILE'06, 2006. p. 7-16.

TEIXEIRA, C. S.; TRZECIAK, D. S.; VARVAKIS, G. (Orgs.) **Ecosistema de**

inovação: Alinhamento conceitual. Florianópolis: Perse, 2017. Acesso em: 15/07/2020. Disponível em: <<http://via.ufsc.br/>>.

TOLEDO L. **Proposta de roteiro de implementação dos conceitos de**

manufatura enxuta baseado num modelo corporativo. Tese de M. Sc, Universidade Federal de Itajubá, Itajubá, Minas Gerais, Brasil, 2002.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.**

São Paulo: Atlas, 2016.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Pesquisa** – 2 ed. reimp –

Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2013.

Apêndice A

O presente questionário realiza-se no âmbito de uma monografia de graduação em Administração, pelo Centro Universitário Christus - UNICHRISTUS. O principal objetivo é entender o perfil do empreendedor de *startup*: um estudo do ecossistema de Fortaleza (CE). analisar o impacto da influência das mídias sociais no processo de vendas das empresas.

Parte I – Perfil das *startups*

Questionário:

1. Qual a cidade de fundação da sua *startup*?

2. Em qual fase a sua *startup* se encontra?

- () Ideação
- () Operação
- () Tração
- () Scale Up

Outro:

3. Qual o mercado alvo da sua *startup*?

- () B2B
- () B2C
- () B2B2C

Outro:

4. Qual o segmento de atuação da sua *startup*?

- () Edtech
- () Saúde e Bem Estar
- () Varejo/Atacado
- () Comunicação e Marketing
- () Finanças
- () E-commerce

Outro:

5. Qual o modelo de negócio da sua startup?

- () SaaS
 () Marketplace
 () Consumer
 () E-commerce
 () Licenciamento
 () Venda de dados

Outro:

Parte II – Comunidade local

6. Na sua percepção, qual a importância do trabalho desenvolvido pelo ecossistema local na sua jornada empreendedor (a) de *startup*? (1 = não é importante e 5 = muito importante).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7. Como você vê o crescimento/maturidade do ecossistema local em todos os seus componentes? (1 = não está crescendo e 5 = está em crescimento).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Na sua opinião, existe alguma oferta/benefício que o ecossistema proporciona que não é aproveitado da melhor maneira por você empreendedor? (1 = não existe e 5 = existe).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Parte III – Fatores de influência para o sucesso de uma *startup*

9. Na sua opinião, qual características abaixo é mais importante para que uma *startup* comece a tracionar e escalar?

() Resolver a dor do cliente

() Quadro de sócios

() Modelo de negócios

() Investimento

Outro:

10. Escolhas as 3 principais skills que você considera que um empreendedor deve ter/desenvolver para o sucesso da *startup*?

() Aprendizagem contínua

() Flexibilidade

() Comunicação

() Proatividade

() Pensamento analítico

() Trabalho em equipe

Outro:

Parte IV – Influência da comunidade local

11. Você concorda que a comunidade local contribuiu para o desenvolvimento do seu projeto? (1 = discordo totalmente e 5 = concordo totalmente).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

12. Você se considera ativo na comunidade local? (1 = discordo totalmente e 5 = concordo totalmente).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

13. A comunidade local determinante para o processo de criação de uma *startup*? (1 = discordo totalmente e 5 = concordo totalmente).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---