

Empreendedorismo Start Up: um Estudo de Caso em uma Empresa de Tecnologia no Estado do Pará

Polyana Luna Cunha Alencar

FCAT

RINALDO RIBEIRO MORAES

rinaldomoraes@yahoo.com.br

UNIV ESTÁCIO-FAP

HIEGLIS DE SOUZA CAVALCANTE

FCAT

ALEXANDRA TEIXEIRA BRASIL

FCAT

MARIO AUGUSTO DA SILVA BOTELHO

FACI

Resumo: O artigo tem como objetivo analisar o significado prático do empreendedorismo start up tendo como ponto de partida o pensamento de inovação Schumpeteriano. O estudo de caso foi realizado em uma start up de origem paraense chamada Stoodos, com o intuito de mostrar que o empreendedorismo start up apesar de ser inovador no Brasil, já é uma realidade que vem ganhando mercado devido o desenvolvimento econômico pelo qual passa atualmente o Brasil. A pesquisa utilizada neste estudo é do tipo exploratória bibliográfica. A pesquisa exploratória segundo Gil (2008) tem como objetivo fazer com que o pesquisador tenha uma proximidade com um assunto ainda pouco conhecido e pouco explorado – e daqui o nosso propósito, também, de avançar para um estudo de caso. Os resultados mostram que a empresa em questão, ainda que esteja na sua fase inicial de operação, já apresenta um alinhamento com o espírito empreendedor tão necessário aos empresários de hoje.

Palavras Chave: START UP - EMPREENDEDORISMO - INOVAÇÃO - -

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem causando grandes discussões em todo o mundo, por ser responsável pelo desenvolvimento econômico dos países desenvolvidos e subdesenvolvidos. Idéias e projetos empreendedores elevam a competitividade no ambiente de negócios, por encontrar-se cada vez mais exigente e seguir padrões globalizados. Essa competitividade surge do perfil empreendedor, através da sua conquista profissional e de resultados empresariais que refletem diretamente no desenvolvimento econômico e social.

O empreendedorismo é estimulado pela criatividade e inovação. Na atual sociedade está marcado pelo acréscimo da competitividade e pelo desenvolvimento tecnológico, assumindo um papel de destaque por ser capaz de impulsionar a criação de empresas de caráter inovador; surgindo da necessidade que se tem, em implantar novos negócios.

No Brasil o empreendedorismo se popularizou a partir da década de 90, mas o empreendedorismo *start up* só passou a ser conhecido no país e executado por empreendedores brasileiros nos anos de 1999 a 2001, quando surgiu a bolha da internet, segundo o especialista em *start up* GITAHY (2011).

O real objetivo deste trabalho é analisar por meio de pesquisas, como as empresas de tecnologias inovadoras podem se tornar atrativas aos investidores anjos, partindo da condição do empreendedorismo *start up*, o qual será baseado no estudo de caso da *start up* paraense Stoodos. Inicialmente serão ressaltados conceitos e definições de diversos estudiosos do empreendedorismo corporativo, empreendedorismo *start up*, investidores anjos e de metodologia do trabalho científico, que foram utilizadas para melhorar compreensão desta pesquisa como: CASTRO (2005); DEGEN (1989); DORNELAS (2008); DRUCKER (1987); JOHNSON (2001); KAWASAKI (2011); GITAHY (2011); SPINA (2012); LAKATOS (2009); SCHUMPETER (1961); SEIFFERT (2005); SOUZA (1997); TACHIZAWA e FARIA (2002) e outros.

Depois de discutida a base teórica que constitui a resolução da problemática de pesquisa. Assim, uma vez apresentadas, segue-se para a análise dos resultados as questões norteadoras sobre o empreendedorismo *start up* relacionadas ao objeto de estudo, com o intuito de analisar o empreendedorismo *start up* na empresa Stoodos; relacionar o empreendedorismo corporativo e o *start up* e analisar a importância da contribuição do investidor *angel* para a *start up*, comparando-os com aqueles previamente obtidos pelos estudos citados na revisão bibliográfica, que nos leva a conhecer e identificar o empreendedorismo *start up* através dos conceitos citados no decorrer do trabalho .

Por fim, apresenta-se a conclusão com os principais indicativos evidenciados no decorrer da entrevista com o CEO/Founder Tiago Batista Butzke, servindo como referência para a resposta do problema.

2 EMPREENDEDORISMO – DAS QUESTÕES TRADICIONAIS À POSIÇÃO START UP

2.1 O Empreendedorismo e a visão Schumpeteriana

De acordo com a visão Schumpeteriana, o desenvolvimento econômico processa-se auxiliado por três fatores fundamentais: as inovações tecnológicas, o crédito bancário e o empresário inovador (SOUZA, 1997). Schumpeter (1961) ressalta esses três fatores, por eles serem os indicadores de desenvolvimento mais importantes para a economia de um país; quando os três passam a trabalhar juntos fazem com que o empresário torne-se empreendedor, pois empreender é conseguir identificar e utilizar esses fatores no processo produtivo com eficiência e eficácia.

Na visão de Schumpeter, “o empresário nunca é aquele que corre risco”; o risco é assumido por quem concede o crédito — o capitalista. (SCHUMPETER, 1982, p. 92). No empreendedorismo *start up*, o risco ressaltado por Schumpeter (1982) consegue ser ainda maior pela dificuldade que o empreendedor *start up* têm, em criar um modelo de negócios com riscos calculados; desta forma dependendo de como seja o negócio, o risco poder ser o grande atrativo, por ele pode ser reembolsado milhões de vezes a mais; caso contrário o modelo de negócio não seja consistente o capitalista de risco, pode vim a perder todo seu investimento, o que é muito comum no empreendedorismo *start up*.

Schumpeter(1961) chama atenção em sua análise para as economias monetizadas de crédito, ressaltando que a maioria dos novos empreendedores, não possuem os meios de produção, capital fixo e nem capital de giro para custear a fundação de uma empresa; tendo que recorrer à credores (bancos, *angels*), muitas vezes sem ter o que oferecer como garantia. Na visão schumpeteriana, é a necessidade de financiar a inovação que tornam o negócio atraente aos investidores. No Brasil, o empreendedorismo ainda é uma novidade, que vem atraindo investidores de risco por toda parte do mundo, trata-se de uma mudança de paradigma de gestão dos negócios,

“... que envolve processos organizacionais que permitem à empresa toda trabalhar em busca de um objetivo comum, que é a identificação de novas oportunidades de negócios, através da sistematização de ações internas focadas na inovação”. (DORNELAS,2008, p.9).

Segundo Spina (2012), o empreendedorismo vem crescendo significativamente nos últimos anos, por está ocorrendo mudanças importantes em seu perfil; a qual o número de empreendedores “por oportunidade” vem se destacando com relação os empreendedores “por necessidade”. Conforme demonstrado no Gráfico 1.





FIGURA 1: Porcentagem sobre a população entre 18 e 64 anos

FONTE: Spina (2012, p.24)

Podemos observar neste gráfico não só um deslocamento entre o grupo de empreendedores por oportunidade *versus* o grupo de empreendedores por necessidade, mas também um crescimento acentuado do primeiro grupo, devido o crescimento econômico do Brasil nos últimos anos, que criou novas oportunidades de emprego, levando os empreendedores por necessidade a se recolocarem no mercado de trabalho, enquanto que os empreendedores por oportunidade enxergaram o crescimento econômico como uma oportunidade para realizarem o sonho de empreender.

Atualmente o empresário pratica suas atividades nas condições ambientais em que vive e trabalha, ou seja, no ambiente sociocultural a qual está inserido no sistema. Para o empresário atuar como empreendedor, realizar sua função e impulsionar o desenvolvimento econômico, é necessário duas coisas:

1. ...de um pacote de inovações tecnológicas ainda não utilizadas e aptas a serem postas em prática; e, 2. de linhas de crédito de curto e longo prazo, para que possa transformar capital em meios de produção, adotar novos métodos e gerar novos produtos. (SOUZA, 1999, p. 179).

Diante dessas exigências, o empreendedor vem quebrar paradigmas que diferencia os domínios do empreendedor, dos domínios do administrador. Tornando predominante a visão Schumpeteriana. Dornelas (2008) refere-se ao empreendedor como o agente responsável pelo crescimento econômico, através da sua habilidade de visão de futuro, inovação, das suas tomadas de decisões, do seu dinamismo, conhecimento, dedicação, trabalho em equipe e principalmente ao valor que o mesmo cria para a sociedade.

Para Degen (1989, p.10) “ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, por em prática idéias próprias, característica de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de se encontrar”. Diante das palavras de Degen (1989), recrutar empreendedores é uma tarefa muito difícil, por esse perfil depender do ambiente sociocultural a qual o indivíduo está inserido.

Para Drucker (1987, p.36) o empreendedor “é aquele que sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade”. Significa dizer que o empreendedor é um desafiador, que está em constante fase de mutação e adaptação, com isso o processo de empreender torna-se infinito às transformações do mercado.

Drucker (1987) atribui ainda, o conceito de empreendedor ao papel de transferir recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade



mais elevada e de maior rendimento, possibilitando, uma maior eficiência e eficácia à economia, alcançando, sobretudo, o equilíbrio financeiro da sua empresa e o máximo de lucros e de vendas. Conforme citado por Drucker (1987), empreendedor é aquele que faz um investimento relativamente baixo em um produto ou serviço, e conseguiu alocar uma margem de lucro alta ao seu negócio.

2.2 O Empreendedorismo *Start up*

Segundo Gitahy (2011) o empreendedorismo *start up* se popularizou na década de 90, quando surgiu a bolha da internet nos Estados Unidos, mas só passou a ser conhecido no Brasil nos anos de 1999 a 2001, quando as empresas (.com) passaram a atuar no mercado eletrônico.

Atualmente o termo *start up* tem sido muito utilizado pelos empreendedores, mas, poucos sabem o real sentido de seu significado; “start” significa “iniciar”, e “up”, significa “para cima”. A seguir; o empreendedorismo *start up* será explanado detalhadamente através de definições e argumentos de especialistas sobre o assunto. A palavra *start up* está ligada diretamente ao empreendedorismo e inovação, recordando as empresas como: Apple, Google, Facebook, Yahoo, e outras, que cresceram positivamente no mercado em que atuam e que estão em posição de liderança.

Segundo Johnson (2001) a arte de empreender requer dedicação e foco no tange o seu negócio; é ter iniciativa; assumir responsabilidade e fazer as coisas acontecerem através da criatividade; da administração dos riscos inerentes ao processo; e da habilidade de enxergar o futuro como uma oportunidade de negócios inovadores, até mesmo quando enfrenta obstáculos e dificuldades. Assim, entende-se que o empreendedor *start up* vê a organização como algo que é dele, a qual ele se dedica intensamente em busca do seu objetivo, sem impor limites e barreiras ao processo de empreender seu modelo de negócio.

Dornelas (2003) ressalta que o motivo do empreendedorismo ter se intensificado só agora, foi o avanço tecnológico que requer um número maior de empreendedores. Diante disso, este avanço e esta fase de mutação, força novos empresários e empresas a adotarem paradigmas diferentes, atuando em novos mercados através do empreendedorismo *start up*.

Existem diversas conceituações para o que seja uma empresa *start up*.

Segundo o consultor do Sebrae Hermanson (2011) *start up* são as empresas de pequeno porte, recém-criadas ou ainda em fase de constituição, com atividades ligadas à pesquisa e desenvolvimento de idéias inovadoras, cujos custos de manutenção sejam baixos e ofereçam a possibilidade de rápida e consistente geração de lucros.

Hermanson (2011) chama atenção, ressaltando que uma *start up* não venha à ser necessariamente somente empresas de tecnologia, pelo contrário, é toda e qualquer empresa em fase de constituição. Este tipo de empreendedorismo acontece mais na área da tecnologia porque os custos são mais baixos para criar uma empresa de software do que uma indústria.

Para o especialista em *start up* Gitahy (2011), “*start-up* é um modelo de empresa jovem ou embrionária em fase de construção de seus projetos, que esta atrelada fortemente à



pesquisa, investigação e desenvolvimento de idéias inovadoras”. E complementa que “*start up* é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza”. Seguindo este pensamento, o empreendimento será denominado uma *start up*, desde que se comprove que o seu modelo de negócios é receptível e escalável, apesar de atuar em um cenário de incerteza; este cenário funciona como se fosse a taxa de juros do investimento, que torna o negócio atraente aos investidores.

O termo receptível e escalável citado por Gitahy (2011), significa ser capaz de produzir um mesmo produto ou um serviço em grande escala, sem que o mesmo sofra adaptações para cada tipo de cliente e que o negócio possa fazer crescer sua receita, sem que os custos acompanhe esse crescimento, ou seja, os custos devem crescer mais lentamente.

Start up são pequenas empresas montadas em casa ou em faculdades e que recebem pequenos aportes de capital. Elas exploram áreas inovadoras de determinado setor (mais comumente a de tecnologia), possuindo uma aceleração de crescimento muito alta já nos primeiros meses de existência em virtude de investimentos feitos por fundos de investimento especializados (LONGHI, 2011, p.1).

A definição de Longhi (2011), é a que se chega mais próxima à realidade desses empreendedores, porque realmente é muito comum esses empreendimentos começarem em casa, ou até mesmo na garagem. Este é um tipo de empreendimento que começa com custos muito baixos e os mesmo se mantêm mesmo que a empresa esteja consolidada no mercado.

Para Hermanson (2011), o empreendedorismo de *start up* difere-se do empreendedorismo corporativo, porque são negócios recém-criados, que estão em fase de desenvolvimento e pesquisa de mercado que possui alto risco envolvido no negócio; além de serem empreendimentos com baixos custos iniciais e serem altamente escaláveis. Este tipo de empreendedorismo caracteriza-se pela: criação de riqueza; busca de investimento junto a capitalistas de risco (angels); cria estratégias e culturas organizacionais; não seguem regras; atuam no horizonte de curto prazo; e possuem passos rápidos (caos controlado).

Segundo Dornelas (2008) o empreendedor de *start up*, assim como o empreendedor Corporativo, também é apaixonado pelo o que faz, mas ambos possuem o grau de paixão diferente, porque é exagero admitir que o empreendedor corporativo veja a organização como algo que é dele, a não ser que, seja oferecida a possibilidade de retornos pelos riscos assumidos (não só financeiros, mas reconhecimento, promoção, premiação etc); já o empreendedor de *start up* sente prazer em fazer acontecer, é apaixonado pela sua idéia; por isso corre altos riscos ao defendê-la.

Segundo Kawasaky (2011), uma *start up* possui um número ilimitado de metas, a qual algumas destacam-se por se tratar de pontos de referência da empresa – delimitam um progresso importante ao longo da estrada para o sucesso. Entre essas metas, há sete pontos nos quais toda empresa deve se concentrar:

1. Comprovar a concepção da idéia.
2. Gerar especificações completas de projeto.
3. Concluir um protótipo.
4. Levantar capital.
5. Levar aos consumidores uma versão que possa ser testada.
6. Levar aos consumidores uma versão final.
7. Equilibrar receita e despesa.



Como mostra a figura abaixo:

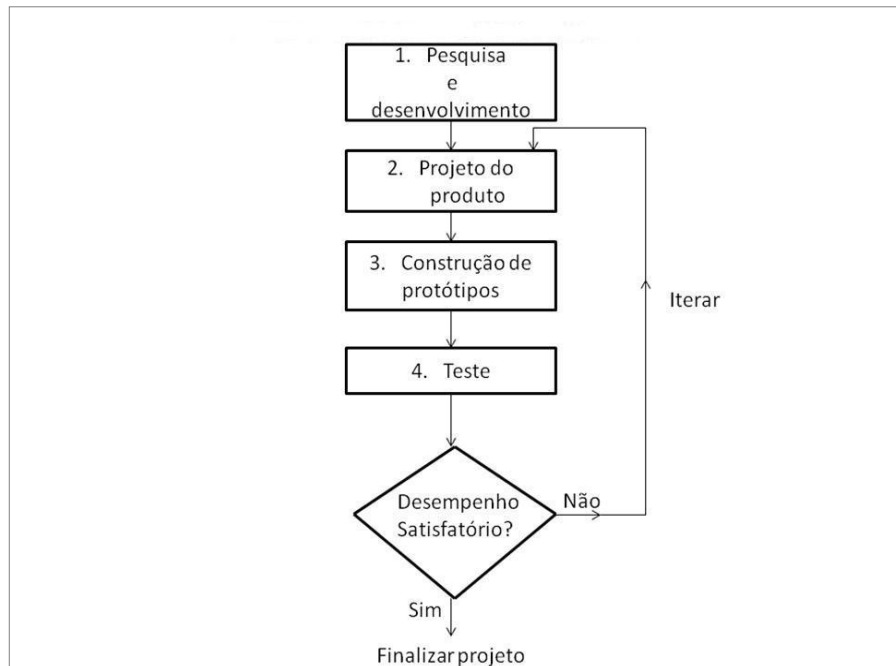


FIGURA 2: Processo de desenvolvimento global
FONTE: <http://valorinovacao.files.wordpress.com>

Um exemplo prático citado por Kawasaki (2011, p.28) é o de uma escola quando nova, a mesma pode comprovar sua concepção vendo se dois professores, trabalhando juntos, utilizando um novo currículo, podem oferecer mais instrução em nível individualizado e melhorar o nível de aprendizado em uma classe experimental. Com essa comprovação da concepção, a escola pode então terminar de projetar seu currículo, levantar fundos, gerar um protótipo e começar a dar aulas.

Para Dornelas (2008, p.167) os principais estágios de investimento de risco em empresas, desde sua concepção, são:

- 1- **Fase inicial ou da idéia:** o capital inicial surge do próprio empreendedor, de amigos, *angels*, etc.
- 2- **Fase inicial (*start up*):** A empresa já está constituída e geralmente tem menos de 1 ano de vida; o produto está sendo melhorado e sua aceitação está sendo analisada. Nessa fase talvez o capitalista de risco invista na empresa, mas é muito difícil, devido o alto risco do negócio. Geralmente o *seed money* (dinheiro semente inicial) virá de *Angels*.
- 3- **Fase de expansão:** nesta fase a empresa está se desenvolvendo e precisa de mais capital para financiar seu rápido crescimento, geralmente estará com dois a três anos de existência. Esse capital necessário é maior que o *seed money* (semente inicial) e virá da primeira rodada de investimento de capital de risco, o *first round*. As negociações com o capitalista de risco são muito importantes nessa fase, pois as cobranças por resultados serão muito



grandes.

4- Consolidação e saída dos angels e capitalistas de risco: nesta fase a empresa busca uma expansão ainda maior, negocia uma aquisição, parcerias, outras rodadas de investimentos com outros fundos etc., e começa a gerar os resultados almejados pelos investidores iniciais que realizam seu lucro, saindo da empresa. Começa um novo ciclo na empresa, com a consolidação do negócio e a possibilidade de abrir o capital na bolsa de valores.

O gráfico apresentado a seguir, mostra o ciclo de vida de uma *start up* através dos estágios de investimentos de risco, desde sua fase inicial à sua fase de consolidação, conforme citado por (DORNELAS 2008, p.167).

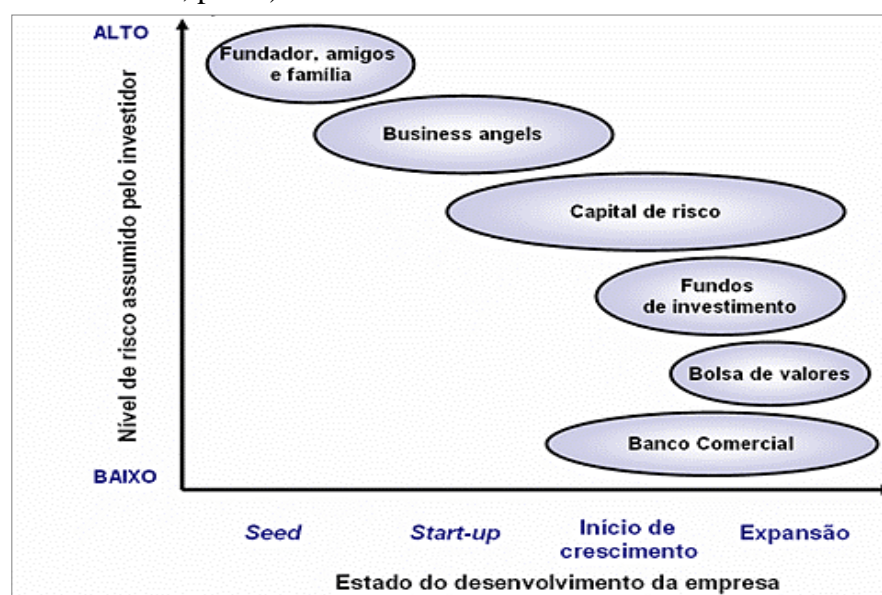


FIGURA 3: Estágios de investimentos de risco

FONTE: <http://www.ciespcampinas.org.br/img/img-tec-inov02.gif>

3 METODOLOGIA

3.1. TIPO DE PESQUISA

A pesquisa utilizada neste estudo é do tipo exploratória bibliográfica. A pesquisa exploratória segundo Gil (2008) tem como objetivo fazer com que o pesquisador tenha uma proximidade com um assunto ainda pouco conhecido e pouco explorado; constitui o primeiro estágio de toda pesquisa científica, proporcionando uma maior identificação do pesquisador com problema, na qual se faz necessária a pesquisa bibliográfica ou entrevista do estudo de caso.

Para Gil (2007, p.44) “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, e constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Vergara (2005, p. 48), complementa que “a pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base



em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral”.

Conforme Gil (2007) e Vergara (2005), toda pesquisa depende de uma pesquisa bibliográfica, pois mesmo que o tema a ser pesquisado tenha sido pouco explorado e possua poucas referências até o momento, sempre haverá alguma obra, ou entrevista com pessoas que tiveram experiências práticas com problemas semelhantes ou exemplos que possam vim incitar a abrangência do tema abordado.

A abordagem adotada na pesquisa é do tipo qualitativa. Strauss e Corbin (2008) conceituam pesquisa qualitativa como:

... qualquer tipo de pesquisa que produz descobertas não obtidas por procedimentos estatísticos ou por meio de quantificação. Pode se referir a pesquisa sobre a vida das pessoas, experiências vividas, comportamento, emoções, sentimentos, assim como funcionamento organizacional, fenômenos culturais e interpretações entre nações (...) e a parte principal da análise é interpretativa.

(STRAUSS E CORBIN 2008, p. 23)

3.2. População e Amostra

Quanto a amostra, é uma pesquisa que compreende uma entrevista estruturada com um único gestor, a qual tem como CEO/Founder Tiago Batista Butzke, um jovem formado em Tecnologia de Sistemas pra Internet; que se tornou um empreendedor ao visualizar uma oportunidade, colocando-a em prática, trazendo benefícios aos usuários distintos aos dos concorrentes, devido aos preços acessíveis e à eficácia na comunicação entre a empresa Stoodos e os clientes em potencial, que estão na faixa-etária de 18 à 45 anos de idade.

A empresa Stoodos é uma plataforma voltada para educação à distância em tempo real, onde o usuário do serviço poderá se cadastrar e ensinar através de aulas o assunto que desejar, para todos os públicos em qualquer parte do mundo com a comodidade que só a internet oferece. A idéia à princípio surgiu da criação de um curso presencial, na parceria de dois amigos, que ao avaliarem o negócio de um âmbito geral, sentiram muita dificuldade em criá-lo. Daí surgiu a idéia de implementar um negócio na web. Em novembro de 2010 a idéia foi implementada, e em abril de 2011 a primeira versão da plataforma passou à estar disponível na internet.

A Stoodos atualmente oferece duas versões de cursos: os gratuitos e os pagos. Sendo que nos cursos pagos, o instrutor cobra pelo seu curso e a Stoodos fica com um pequeno percentual por aluno matriculado. O número de alunos por turma fica a critério do instrutor quando se trata de cursos pagos, já nos cursos gratuitos é a Stoodos quem especifica o número de alunos, com uma média de 50 alunos por turma.

Por exemplo, se o valor da matrícula de um curso pago custar R\$ 100,00 e a Stoodos descontar 15% em cima do valor pago por cada aluno, ao final, o instrutor receberá R\$ 85,00 por cada aluno matriculado e a Stoodos R\$ 15,00 por aluno.

A cobrança funciona desta forma:



FIGURA 4: Modelo de cobrança

FONTE: www.stoodos.com

- Até 20 horas de aula, 15% de desconto por aluno;
- Até 30 horas de aula, 20% de desconto por aluno;
- Acima de 30 horas de aula, 30% de desconto por aluno.

Ou seja, quanto maior for a carga horária do curso, maior será o valor descontado pela Stoodos referente a cada aluno matriculado. A plataforma é uma ferramenta que foi criada para vender o espaço aos instrutores interessados em compartilhar seu conhecimento, sendo de total responsabilidade dos instrutores oferecer certificados ou não sobre a conclusão dos cursos.

O serviço prestado pela Stoodos é através da tecnologia Streaming de um servidor no Texas EUA. A tecnologia foi desenvolvida para contornar as limitações da largura de banda da internet. Ela permite que o usuário desfrute da informação em tempo real, tornando a navegação mais dinâmica. A divulgação é por conta da parceria com a empresa de gerenciamento de mídia sociais SB Virtual, que possui a margem de 30% sobre o lucro da Stoodos, oferecendo os serviços nas redes sociais como: Facebook e Twitter.

A Stoodos é uma *start up* que ultrapassa as fronteiras nacionais por ser (.com) e não (.com.br), proporcionando aos seus usuários grandes vantagens como: a abstração do risco na relação do negócio; a facilidade de acesso à plataforma e a oportunidade de melhorar e aprimorar o conhecimento através da comunicação em tempo real, com pessoas de toda parte do mundo. O novo projeto da Stoodos é implementar em sua plataforma cursos privados, a qual será vendido o ambiente para empresas, onde será cobrado o valor de R\$ 2,50 x a hora aula x o número de alunos.



FIGURA 5: Layout da web site Stoodos.com

FONTE: <http://www.designerd.com.br>

3.3. Coleta de Dados

Para a coleta de dados, foram utilizadas: as técnicas de entrevista, da observação direta e análise de conteúdo. Lakatos e Marconi (1993, p. 196-201) ressaltam que na entrevista a relação que se cria é de interação, havendo uma atmosfera de influência recíproca entre quem pergunta e quem responde.

O método de entrevista utilizado neste trabalho representa um dos instrumentos fundamentais para a coleta de dados, dentro da perspectiva da pesquisa qualitativa. A mesma tem como finalidade a obtenção de informações do entrevistado, sobre a vivência no decorrer da fase inicial da *start up Stoodos.com*.

Gil (1987,p.113) afirma que “o pesquisador pode formular perguntas ao entrevistado com o objetivo de obter dados que interessam à investigação e que a entrevista é uma forma de interação social e uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação”.

Durante a entrevista foram realizadas 17 perguntas na qual foram explanados vários requisitos para a contribuição deste trabalho sobre a empresa Stoodos. O estudo ainda irá contemplar a técnica de observação direta. De acordo com Lakatos e Markoni (2001) a pesquisa de observação direta é recomendada no levantamento de dados de diversas fontes, seja no uso de métodos ou técnicas utilizadas.

Segundo Lakatos e Markoni (2001), o método de observação direta consiste no levantamento de dados no próprio local onde os fatos ocorrem. Essa técnica envolve a observação, em ouvir o entrevistado, e examinar minuciosamente os fenômenos que se desejam pesquisar no estudo de caso; além da metodologia auxiliar o pesquisador na identificação e a obtenção de provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos desejam alcançar.



As vantagens em utilizar o método da observação direta está em possibilitar os dados para delimitação de problemas, no favorecimento da construção de hipóteses e apresentar meios diretos e satisfatórios para estudar os fenômenos em que possam surgir durante a pesquisa. Para o tratamento do conteúdo da entrevista utilizou-se ainda a técnica de análise de conteúdo. Para Bardin (1977, p.31), a Análise de Conteúdo não é apenas um instrumento, mas um “leque de apetrechos; ou, com maior rigor, um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações”.

4 RESULTADOS E ANÁLISE

4.1 O empreendedorismo *start up* na empresa Stoodos

A Stoodos é uma empresa de tecnologia que está em fase inicial, que possui um modelo de negócio receptível e escalável, conforme citado por Gitahy (2011). Receptível, devido o seu serviço poder ser oferecido em grande escala e sem diferenciação, sem que o mesmo sofra adaptações para cada tipo de cliente, ou seja, é um modelo único para todos os tipos de clientes, sejam eles instrutores interessados em postar seus cursos, ou usuários interessados em buscar conhecimento. Escalável, por ter a possibilidade de torna sua receita extremamente alta, sem que os custos acompanhem esse crescimento, fazendo com que os mesmos cresçam mais lentamente.

Não diferentemente dos outros tipos de empreendedorismo, o empreendedorismo *start up* baseado na visão shumpeteriana, é constituído por pessoas que fazem a diferença, realizam e fazem acontecer, segundo TACHIZAWA E FARIA (2002). Seguindo este pensamento, empreender é muito mais que ter uma excelente idéia, é colocá-la em prática o quanto antes, podendo vim à ser melhorada com o passar do tempo.

Este foi um fator relevante adotado pelo gestor da Stoodos. Na iniciação do seu projeto Tiago Butzke teve como adotantes prematuros programadores, que possibilitaram a melhora do projeto, através de dicas e críticas que o fizeram avançar cada vez mais em seu negócio.

A empresa Stoodos possui o perfil e as características de uma *start up* em sua fase inicial, conforme citado por Longhi (2011), pois atualmente a *start up* Stoodos tem como sede a residência de Tiago Butzke, tornando seus custos mínimos até então, onde o mesmo relatou na entrevista que seus custos no momento são apenas os de hospedagem do site e a parceria com a empresa de gerenciamento de mídia social SB Virtual.

4.2 Relacionar empreendedorismo corporativo e empreendedorismo *start up*.

Os dois tipos de empreendedorismo estão ligados à inovação, porém ambos possuem distinções que os diferem um do outro. Dornelas (2008) ressalta que o empreendedorismo corporativo refere-se a inovação com a implementação de negócios corporativos em empresas já existentes, através do perfil empreendedor de de funcionários e executivos que normalmente são estimulados através de treinamentos, palestras, seminários, workshops e consultorias.

Diferentemente do empreendedorismo corporativo o empreendedorismo *start up*,



procura trabalhar com potenciais empreendedores e empresas inovadoras em estágio inicial de desenvolvimento; através de palestras e consultorias sobre empreendedorismo, plano de negócios, inovação e capital de risco.

Conforme Drucker (1987) Tiago Butzke possui características de empreendedor por ser visionário e inovador, aproveitando a oportunidade de mercado para criar uma plataforma de cursos online, ministrados em tempo real.

Tachizawa e Faria (2002) complementam que o empreendedor é conhecido como criador de novos negócios, são indivíduos que fazem a diferença e que conseguem desenvolver a capacidade de ultrapassar obstáculos. Tiago Butzke é um jovem desenvolvedor que possui todas essas características empreendedoras, por criar um projeto inovador que possui um diferencial competitivo sobre os seus concorrentes, por oferecer linhas diferentes de serviços.

4.3 Demonstrar a importância da contribuição do investidor *angel* para a *start up*.

Atualmente a empresa Stoodos trabalha com capital próprio de Tiago Butzke, em sociedade com seu pai Clodovil da Silva Butzke, possuindo o percentual de participação de 5% nos investimentos da empresa. Assim que a idéia de Tiago Butzke foi implementada, surgiram duas oportunidades de investidores anjos, mais a empresa por está em sua fase inicial encontrou dificuldades em fechar negócio, devido não ter um plano de negócio bem elaborado.

Tiago relatou na entrevista que sua primeira grande oportunidade surgiu, quando o Vice-Presidente do website Mercado Livre entrou em contato solicitando um plano de negócios e a Stoodos ainda não estava organizada devidamente para atender as necessidades do mercado. A segunda oportunidade surgiu de um investidor brasileiro que atualmente reside nos Estados Unidos; o mesmo estaria retornando ao Brasil com um investidor americano que vinha com o intuito de prospectar uma *start up* brasileira para investir. Ao chegarem ao Brasil, os investidores entraram em contato para marcar uma reunião no Rio de Janeiro, mais Tiago Butzke deparou-se com o fato de não está no pólo comercial do país, como os estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Norte onde o empreendedorismo *start up* é estimulado pelos governos e investidores anjos; levando os possíveis investidores à deixarem a entrevista para uma próxima oportunidade.

Com um pouco mais de um ano de vida da empresa Stoodos; a captura por investidores de risco, passa a ser fundamental para o desenvolvimento do negócio; principalmente nesse momento em que a empresa encontra-se com o projeto mais sólido; pois Spina (2012) ressalta que o investidor anjo além de dispor de recursos financeiros, poderá beneficiar a empresa com suas experiências e com sua rede de relacionamento, aumentando significamente as chances de sucesso da empresa através da agregação do seu conhecimento; acelerando o negócio tanto no aspecto financeiro quanto no intelectual.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho tem o objetivo de responder, como uma empresa de tecnologia que se encontra na fase inicial de desenvolvimento (*start up*) pode se tornar atrativa aos investidores anjos. O estudo de caso escolhido é uma *start up* que está em sua fase inicial, que ainda usufrui de capital próprio.

Tiago Butzke ao ser entrevistado relatou as oportunidades de investimentos que lhes escapou por não está preparado naquele momento, porém ressaltou que pretende captar investimento de terceiros, pois entende que será importante para o desenvolvimento do seu negócio.

Dentre os capitalistas de risco citados por Schumpeter(1961), o mais interessante para a empresa Stoodos será o investidor anjo; a parceria entre eles não será apenas pelo investimento de recursos financeiros, mais sim; pelos valores agregados, as redes de relacionamentos e o conhecimento agregado através da sua experiência profissional.

O investidor anjo entrega muito mais que somente dinheiro, sua participação mesmo que minoritária traz uma vantagem competitiva para a empresa, posicionando-se como um mentor que identifica problemas no projeto e pode vim à ajudar a buscar soluções para o mesmo.

A sinceridade, transparência e compatibilidade com o investidor são fundamentais para que o negócio seja vantajoso para ambas as partes. Um fato não revelado como um problema grave com o negócio, deve ser resolvido antes de ser apresentado ao investidor, ou o problema deve ser esclarecido logo no início, para que não possa vim afetar negativamente a sociedade com o investidor no futuro.

Nesse tipo de empreendedorismo como os demais, é importante que o empreendedor conheça bem o seu negócio, os seus clientes e desenvolva um modelo de negócios; tendo que estudar, projetar, planejar e criar um protótipo que facilite mais ainda a captação de recursos. Pois quanto melhor estiver estruturado o negócio, mais chances o empreendedor terá de captar recursos e menos o empreendedor terá que ceder de participação da sociedade com o investidor.

Depois de cumprida essas etapas o negócio está pronto para ser apresentado e pedir investimento do anjo. Para começar a busca por investidores existem vários caminhos; um deles é a internet por ser uma excelente fonte de informação, aonde os investidores buscam repassar o maior número de informações possível, para que o empreendedor saiba quais passos devam seguir.

Usar as redes de relacionamento que o empreendedor fez na faculdade; amigos da família que possam indicá-lo também é muito importante, pois ter uma referência nesse momento pode vim à ajudar bastante na hora de fechar uma parceria. Podendo também participar de associações como a Gávia Angels no Rio de Janeiro; São Paulo Anjos em São Paulo e Anjos do Brasil que são pequenos grupos que estão se formando para aproximar empreendedores e investidores. Além de participar do Circuito Start up, que realiza eventos espalhados por todo o Brasil como o Sebrae Start up Day , o StartUp MeetUp , e outros eventos como Startup Weekend, Idéias na Laje em São Paulo – SP, Demo Day da Start up Farm em São Paulo – SP e a Semana Global do Empreendedorismo que envolve mais de 120 países com o objetivo de capacitar e conectar empreendedores e investidores em todo o

mundo.

Enfim, ao analisar as oportunidades de investimentos perdidos e as oportunidades que podem vir a acontecer, o mais viável será o empreendedor estar aonde as redes de relacionamentos sejam mais intensas ao mercado em que deseja atuar, por isso é importante o empreendedor estudar, participar de palestras e consultorias relacionadas ao empreendedorismo para se relacionar e atrair investidores anjos para contribuir com o negócio.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRESSAN, Flávio. **O Método do estudo de caso**. Fundação Escola do Comércio Álvares Penteado- FECAP. V.1, jan-fev-mar/2000. Disponível em: <http://www.fecap.br/adm_online/art11/flavio.htm> .Acessado em: 21/04/2012 às 00:05

CALVOSA, Marcelo; FREITAS, Jefferson. **ANGEL INVESTOR: Empreendedorismo fomentado através de uma nova modalidade de investidor**. Revista Caderno de Administração ano 01, vol.1, n° 02, jul-dez/2008. Disponível em:<<http://www.ead.fea.usp.br/eadonline/grupodepesquisa/publica%C3%A7%C3%B5es/marcello/9.pdf>> Acessado em 06/02/2012 às 15:00

CASTRO, Ana Célia et al. **Brasil em desenvolvimento: economia, tecnologia e competitividade**. V.1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

DEGEN, R. **O Empreendedor: Fundamentos da Iniciativa Empresarial**. 8.ed. São Paulo, Makron Books, 1989.

DELLAGNELO, E. H. L., & SILVA, R. C. (2005). **Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração**. In M. M. F. Vieira & D. M. Zovain (Orgs.), Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática (pp. 97-118). São Paulo: FGV. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/rac/v15n4/a10v15n4.pdf>. Acessado em: 08/05/2012 às 23:42

DORNELAS, José Carlos Assis, 1971. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios** / José Carlos Assis Dornelas. – 3.ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. – 3 reimpressão.e

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis, 1971. **Empreendedorismo corporativo** / José Carlos Assis Dornelas. – 2.ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008 – 2 reimpressão.

DORNELAS, José Carlos Assis, 1971. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso** / José Carlos Assis Dornelas. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. – 2 reimpressão.

DORNELAS, José Carlos Assis, 1971. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas** / José Carlos Assis Dornelas. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. – 9 reimpressão.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.



IX SEG T 2012

**SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM
GESTÃO E TECNOLOGIA**

Tema: Gestão, Inovação e Tecnologia para a Sustentabilidade

GREVE, F. **Negociação com empreendedores e due diligence**. WORKSHOP PARA ANJOS (FINEP), 1. São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.stratmarket.com.br/publicacoes/ArtigoAltec_83314_Stratmkt.pdf>. Acessado em: 02/05/2012 às 23:53

GITAHY, Yuri. **O que é uma start up?**. [Empendedor Online – Empreendedorismo na Internet e negócios online, 2011](http://www.empendedoronline.net.br/o-que-e-uma-startup/). Disponível em: <<http://www.empendedoronline.net.br/o-que-e-uma-startup/>>. Acessado em 06/02/2012 às 14:30

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

HERMANSON, Boris. **O que é uma start up?** São Paulo: Mundo Sebrae, 2011. Disponível em: <<http://www.mundosebrae.com.br/2011/01/o-que-e-uma-startup/>> Acessado em 17/04/2012

JOHNSON, D. **What is innovation and entrepreneurship?** Lessons for larger Organizations. Industrial and Commercial Training. Press, v. 33, n. 4, 2001.

KAWASAKI, Guy, 1954. **A arte do começo** / Guy Kawasaki; tradução: Celina Cavalcante Falck-Cook. - 4 ed. - Rio de Janeiro: Best Seller, 2011.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos**. Pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos / Marina de Andrade Marconi; Eva Maria Lakatos.- 7.ed.- 4.reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

LAKATOS, E. M. & MARCONI, A M. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. Versão ampliada. São Paulo: Atlas, 2001.

LAKATOS, E. M. & MARCONI, A M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1993.

Artigo I. LONGHI, Fúlvio. **A história da revolução das startups**. Imasters, 2011. Disponível em: <<http://imasters.com.br/artigo/20027/mercado/a-historia-da-revolucao-das-startups>>. Acessado em: 27/04/2012 às 15:29

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Editora Fundo de Cultura, Rio de Janeiro, 1961.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEIFFERT, Peter Quadros. **Empreendendo novos negócios em corporações**. 2a ed. São Paulo: Atlas, 2005.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. 2. ed. Porto Alegre: ARTMED e BOOKMAQN, 2008. Tradução de Luciane de Oliveira da Rocha.

STOODOS.COM. Disponível em: <<http://stoodos.com/>> Acessado em 09/02/2012 às 14:30

TACHIZAWA, T; FARIA, M. **Criação de Novos Negócios**. São Paulo. FGV, 2002.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.