

MOTIVAÇÕES E PERSPECTIVAS FUTURAS DE EMPREENDEDORES DE STARTUPS

ROBERTO FERREIRA LOPES FILHO

LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

TEREZA CRISTINA BATISTA DE LIMA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

MOTIVAÇÕES E PERSPECTIVAS FUTURAS DE EMPREENDEDORES DE *STARTUPS*

1 INTRODUÇÃO

Os gestores das empresas lidam com mercados e clientes em um ambiente competitivo e diversificado, tornando-se, então, necessário apresentar diferenciais que promovam mudanças inovadoras voltadas para o desenvolvimento econômico (BEAMISH; LUPTON, 2016). O empreendedorismo, processo de criação ou expansão de uma empresa, passa a exigir um ambiente de negócios estimulante, com a presença de empreendedores dinâmicos, criadores de produtos, serviços e processos inovadores (AGARWAL; SHAH, 2014).

Um novo modelo de negócios, baseado na escalabilidade e no ambiente de incerteza, destaca-se em meio às adversas economias do mundo, que se refere à força inovadora das novas empresas, intituladas *Startups* - crescente frente às faces políticas, acadêmicas e do mercado de investimento em empreendedorismo coletivo (ISIC, 2008). Tais empreendimentos desenvolvem seus produtos e/ou serviços e aquecem, conseqüentemente, a economia de diversos setores ligados à produção de bens manufaturados e serviços de tecnologia, gerando emprego e renda para a população (OECD, 2013; VENTURE PULSE, 2017).

Frente aos modelos de negócios como *Startups*, percebe-se um número crescente de indivíduos estimulados pela criatividade e inovação. Esses empreendedores assumem um papel essencial no cenário mercadológico, os quais contribuem diretamente para o desenvolvimento econômico e social do país, seja com a criação de empregos ou com o aumento da riqueza e a sua distribuição (CHAPMAN, 2006; ISIC, 2008; OECD, 2013, VENTURE PULSE, 2017).

Nessa perspectiva, Miranda, Santos Júnior e Dias (2014) sugerem que os modelos de negócios diferenciados conferem às *Startups* comportamentos organizacionais e estratégicos diferentes dos demais empreendimentos, necessitando de investigações mais específicas em relação às *Startups*. Tais empreendimentos têm características como a incerteza e a inovação, variáveis incorporadas em sua organização interna e na dinâmica da tomada de decisão.

Dettwiler, Lindelof e Lofsten (2006) afirmam que a necessidade de sobreviver e de perpetuar um modelo de negócio em um ambiente dinâmico torna os gestores das empresas a enfrentar significativos desafios, cuja superação é determinante para a sobrevivência do empreendimento. Segundo McAdam e McAdam (2008), os problemas ligados mortalidade, como o não retorno do capital investido, são significativos em todo o período de implementação de uma *Startup*, visto que esses negócios estão inseridos em um ambiente complexo e incerto.

As motivações para iniciar um negócio determinam os objetivos e as metas organizacionais, sendo pertinentes para a compreensão do empreendedorismo como um processo dinâmico, apresentando, assim, mudanças ao longo do tempo. A motivação empreendedora influencia a forma como os indivíduos vão procurar oportunidades, explorar recursos e conduzir seus empreendimentos (HESSELS; GELDEREN; TERIK, 2008; SHANE; LOCKE; COLLINS, 2003; SHANE, 2010).

Nessa perspectiva, surge o seguinte questionamento: *Quais as motivações e as perspectivas futuras dos empreendedores de Startups?* O estudo tem como objetivo geral, portanto, investigar as motivações e as perspectivas futuras dos empreendedores de *Startups*. Diante disso, foram delineados os seguintes objetivos específicos: (i) identificar as motivações para a idealização de um projeto de *Startup*; (ii) caracterizar os aspectos que podem facilitar e/ou dificultar o desenvolvimento de uma *Startup*; e (iii) identificar as perspectivas futuras na visão dos empreendedores de *Startups*.

Este estudo se torna pertinente por possibilitar um panorama geral sobre a idealização, o desenvolvimento e as expectativas futuras dos empreendedores de *Startups*, os quais são considerados dinâmicos, criativos, originais e, ainda, tomadores de decisões em ambientes incertos. Dessa forma, investigar esses empreendedores de *Startups*, além de contribuir para

uma melhor compreensão desse fenômeno, possibilita uma ampliação da literatura empírica e conceitual para esse tipo de empreendedorismo, sobretudo diante de suas motivações e perspectivas futuras.

2 MODELO DA PESQUISA

O modelo desta pesquisa considera as motivações para a idealização de um projeto de *Startup*, que apresentam diferenças intrínsecas com relação às outras empresas, pois os fatores velocidade de crescimento e escalabilidade são fundamentais, o que modela e define um perfil diferente para os empreendedores a frente desses negócios (ALENCAR et al., 2012). Além disso, abordam-se os aspectos que podem dificultar e/ou facilitar o desenvolvimento desses modelos de negócios, bem como as perspectivas futuras na visão desses empreendedores.

Destarte, o modelo está segmentado nos seguintes fatores:

Idealização: *Startups* enfrentam tentativas de adequações do projeto até o ajuste da combinação ideal entre o produto e o público, sendo a busca por um modelo repetível e escalável o principal objetivo em suas iniciativas. Os empreendedores de *Startups* têm motivações ligadas a fatores além das necessidades financeiras, como o desejo em promover ideias inovadoras, bem-estar social, entre outras. Empreendedores desses tipos de negócios são caracterizados por um maior grau de atividade voluntária em suas decisões considerando, então, a história anterior e as expectativas iniciais do empreendedor como influenciadoras nas motivações iniciais de seus projetos (KROPP; LIDSAY; SHOHAN, 2008; RIES, 2012).

- a) *História anterior:* Empreendimentos em fases iniciais podem incorporar variáveis ligadas à história empreendedores, tais como herança familiar e experiências anteriores. A decisão de se tornar empreendedor é uma combinação de fatores externos, ambientais, sociais e aptidões pessoais, podendo ser influenciada pela aquisição de habilidades relacionadas aos negócios, transmitidas entre as gerações, decorrentes do convívio com o cotidiano empresarial (AKHTAR et al., 2015; CARTER et al., 2003; CHRISMAN et al., 2012; HAMILTON, 2011). Ademais, os grupos sociais e os familiares podem impulsionar as *Startups* em seus momentos iniciais (SPENDER et al., 2017).
- b) *Expectativas iniciais:* Referem-se às primeiras expectativas que o indivíduo tem, as quais conduzem o seu empreendimento, possibilitando o envolvimento com o negócio (ECCLES; WILGFIELD, 2002). Hechavarria, Renko e Mattheus (2012) consideram que o planejamento do negócio permite uma maior realização face ao que foi proposto inicialmente. Cassar (2010) sugere que os empreendedores nascentes podem ser otimistas, tanto no que diz respeito ao sucesso de sua atividade empreendedora quanto ao desempenho real de seus projetos em fases operacionais.

Desenvolvimento: As características adversas das *Startups*, tais como a incerteza e o estímulo à inovação, conferem a esses negócios a formalização de responsabilidades diferenciadas de seus colaboradores e fundadores dos demais negócios. Contudo, uma série de fatores pode facilitar e/ou dificultar a implementação de um projeto de *Startup*, como a competitividade, recursos, políticas públicas e investidores (GAO; SUNG; ZHANG, 2013; KIM; VONORTAS, 2014, MIRANDA; SANTOS JÚNIOR; DIAS, 2014; RIES, 2012).

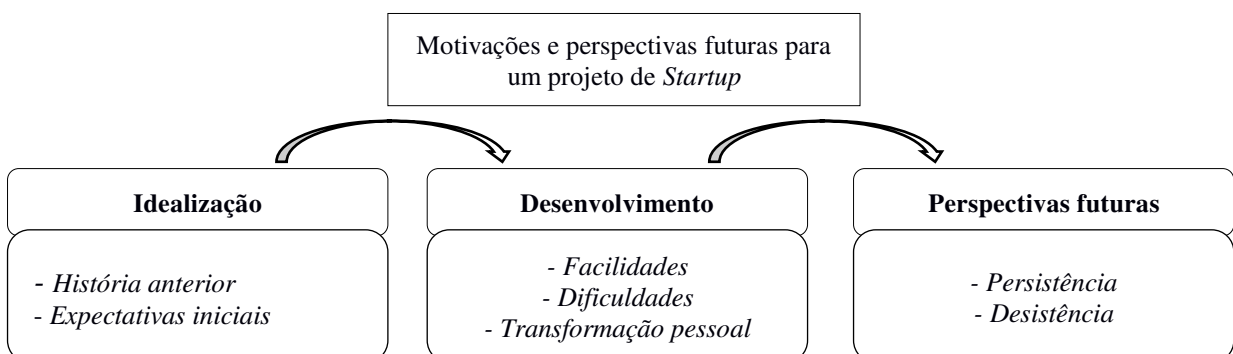
- a) *Facilidades:* Entre os fatores relevantes à sobrevivência das *Startups*, destaca-se a aceitação do produto comercializado pelo mercado, como um dos fatores mais importantes, além da sintonia entre os fundadores e a capacidade de adaptação dos gestores (ARRUDA et al., 2014). Para Kohler (2016), aceleradoras, incubadoras ou parques configuram uma menor descontinuidade de negócios de *Startups* em comparação às demais empresas. Usman e Vanhaverbeke (2017) ressaltam que as *Startups*, por serem incapazes de mobilizar os recursos suficientes, acabam optando pela abertura dos seus processos e pelo desenvolvimento de parcerias com outras empresas para a adoção de inovações abertas, diferenciando-se das demais organizações.

- b) *Dificuldades*: Entre as principais dificuldades enfrentadas por empreendedores de *Startups* estão àquelas relacionadas à menor produtividade e à competição com empresas já estabelecidas no mercado (MASON; BROWN, 2013). Um dos principais fatores limitantes ao crescimento das *Startups* no Brasil, além da escassez dos recursos da empresa (ESTEVE-PÉREZ, RODRÍGUEZ, 2013; TEECE, 2010), são as excessivas cargas tributárias, que comprometem os recursos iniciais de empresas menores (ARRUDA et al., 2014). Não obstante, as *Startups* também enfrentam limitações relacionadas a sua falta de experiência de mercado, enfatizando-se que as competências individuais dos empreendedores passam a ser essenciais para a continuidade do negócio (SIGMUND; SEMRAU; WEGNER, 2015).
- c) *Transformação pessoal*: O empreendedor, ao longo do negócio, incorpora traços comportamentais decorrentes da formulação de estratégias para desenvolvimento do empreendimento, como a liderança (PLANTE, 2012). O empreendedor, sobretudo o que busca inovação, adota comportamentos e competências voltadas ao sucesso, como a criatividade, a capacidade de lidar com novas tecnologias, o desenvolvimento de rede e de contatos (DYER; GREGERSEN; CHRISTENSEN, 2008).

Perspectivas futuras: Apesar das incertezas envolvidas, em determinada fase de sua trajetória, o empreendedor passa a considerar suas perspectivas futuras, focando na execução de estratégias (GARUD; GEHMAN; GIULIANI, 2014). Cassar (2010) destaca que é preciso ter cautela nas projeções financeiras e previsão de planos e cenários, visto que tais instrumentos podem fazer com que os indivíduos tenham previsões financeiras otimistas demais. Consideram-se, portanto, tanto as motivações para o empreendedor persistir no projeto, quanto às razões que o podem fazer desistir do projeto.

- a) *Persistência*: Os objetivos do empreendedor para a perpetuidade do negócio vêm sendo expressos no estudo da motivação (BAY; DANIEL, 2003; CASSAR, 2010; LOCKE; LATHAN, 2004). Para Carsrud e Brannback (2011), a mudança de objetivos, motivações e intenções configura uma maneira dos indivíduos se adaptarem a situações futuras adversas. A persistência dos indivíduos em seus empreendimentos pode estar inteiramente ligada à busca por novos desafios. A criatividade empreendedora e o reconhecimento de oportunidades aumentam a motivação dos empreendedores, satisfazendo necessidades de financiamento básico, de equilíbrio entre vida profissional, de reputação social e de conquista de carreira (CHEN; CHANG; WANG, 2017).
- b) *Desistência*: Além da perspectiva de continuidade do negócio, o empreendedor pode se deparar com situações que o motivem a desistir do seu projeto. Assim, o ambiente de incerteza das *Startups* (GAO; SUNG; ZHANG, 2013; KIM; VONORTAS, 2014; MIRANDA; SANTOS JÚNIOR; DIAS, 2014) e a necessidade de capital desses negócios podem fazer com que o negócio venha a falência (ESTEVE-PÉREZ; RODRÍGUEZ, 2013; TEECE, 2010).

Figura 1 – Síntese do modelo da pesquisa



Fonte: Elaborada pelos autores (2018).

3 MÉTODO DA PESQUISA

Esta pesquisa se caracteriza por sua natureza qualitativa, de caráter descritivo. O universo da pesquisa foi composto por empreendedores de *Startups* cujas empresas atuam na cidade de Fortaleza (CE) – cidade com ampla incidência e representatividade com relação ao número de empreendedores de *Startups*. A seleção dos entrevistados foi realizada com o método *snowball* (bola de neve), para que os primeiros contatados indicassem novos respondentes.

O total de doze empreendedores de *Startups* foram entrevistados, com idades entre 21 e 49 anos, com média de idade de 28 anos. A maioria dos entrevistados é empreendedor do sexo masculino, com grau de instrução de ensino superior completo. Todos identificados sob o título de “E”, seguido de uma numeração de 1 a 12. As entrevistas foram registradas mediante um gravador, o qual foi autorizado pelos entrevistados antes das entrevistas, momento em que também foram informados sobre a preservação da identidade. Tais entrevistas foram realizadas entre os meses de janeiro a maio de 2018, totalizando 7 horas, 8 minutos e 35 segundos.

O roteiro de perguntas dividiu-se em dois blocos: o primeiro compreendendo as perguntas relativas ao perfil sociodemográfico, como idade, especialidade, tempo de atuação, entre outras; e o segundo em consonância aos objetivos desta pesquisa: (i) colher informações para identificar as motivações para a idealização de um projeto de *Startup*; (ii) identificar percepções dos entrevistados sobre os aspectos que podem facilitar e dificultar o desenvolvimento de uma *Startup*; e (iii) coletar informações sobre as perspectivas futuras na visão dos empreendedores de *Startups*.

Para o tratamento dos dados, empregou-se o método de análise de conteúdo que tem como intenção a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (BARDIN, 2011). Ademais, foram definidas categorias de análise baseadas no modelo proposto para a pesquisa, fundamentando-se em Ries (2012), que considera: idealização, desenvolvimento e perspectivas futuras. Cada uma dessas categorias foi dividida em 7 unidades de contexto que, por sua vez, foram subdivididas em unidades de registro, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Categorias de análise, unidades de contexto e unidades de registro

CATEGORIAS DE ANÁLISE	UNIDADES DE CONTEXTO	UNIDADES DE REGISTRO
Idealização	História anterior	Inexperiência
		Oportunidade
		Grupos sociais
		Faculdade
		Baixa influência familiar
		Voluntariado
	Expectativas iniciais	Improbabilidade
		Planejamento
Desenvolvimento	Facilidades	Aceleração
		Inovação
		Altruísmo
		Independência
		Alto risco
		Disposição ao risco
	Dificuldades	Aversão ao reconhecimento
		Aceitação do produto
		Escassez de recursos
		Equipe
		Carga tributária
		Despreparo
		Imaturidade
	Transformação pessoal	Paixão
		Resiliência
		Crescimento
		Competências

		Insatisfação
Perspectivas futuras	Persistência	Estabilidade
		Expansão
		Solução
	Desistência	Insucesso financeiro
		Propósito

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

O *software* para a análise dos dados foi o Atlas.ti 7.5 – programa que possibilita codificar, classificar e gerenciar os dados oriundos das entrevistas semiestruturadas.

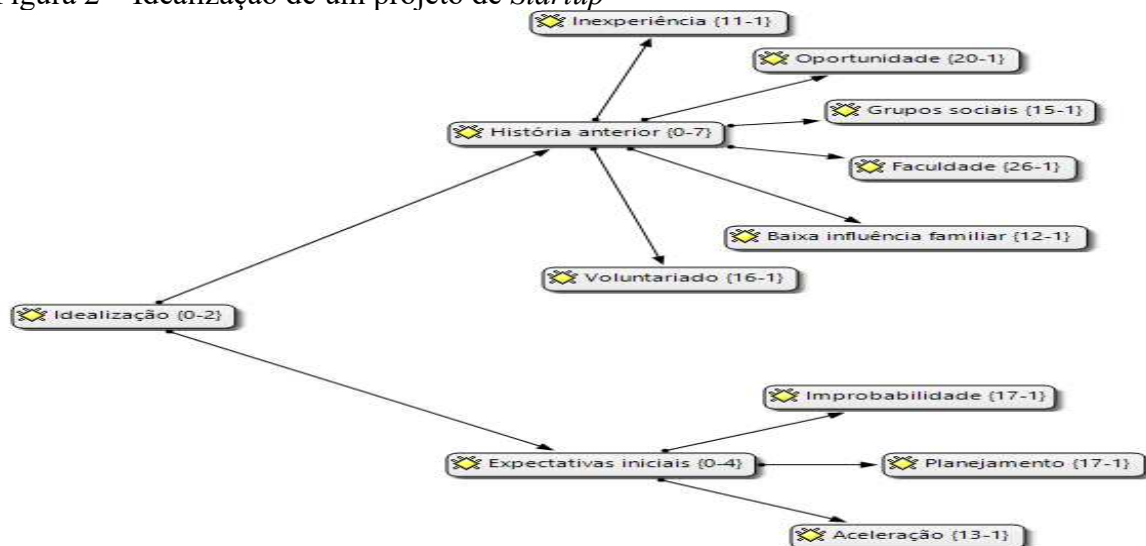
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados estão segmentados conforme as categorias de análise da pesquisa: idealização, desenvolvimento e perspectivas futuras.

4.1 Idealização

Essa categoria de análise contempla as motivações para a idealização de um projeto de *Startup*, considerando a história anterior e as expectativas iniciais dos empreendedores quanto aos seus projetos, de acordo com o primeiro objetivo específico do estudo.

Figura 2 – Idealização de um projeto de *Startup*



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A maioria dos entrevistados relatou *inexperiência* em suas trajetórias empreendedoras. Entre os entrevistados, onze estão em seu primeiro ou segundo empreendimento, conforme verifica-se em alguns depoimentos: “Esse é o meu primeiro empreendimento. Nunca havia empreendido antes” (E8). “Não estive envolvida em muita coisa. Tivemos uma empresa antes da atual, mas não durou muito tempo” (E9). Observou-se, ainda, que todas as empresas dos entrevistados são novas e foram constituídas nos últimos anos, conforme relato: “A empresa tem um ano agora, mas antes disso já vínhamos prospectando algo relacionado com o setor. Como iríamos atuar e qual produto iríamos oferecer ao mercado” (E7), e isto coincide com as ideias de Giardino, Underkalmsteiner e Paternoster (2014), que denotam que as *Startups*, geralmente, são empresas novas, caracterizadas por buscarem um modelo de negócio eficaz.

O reconhecimento de uma *oportunidade* foi uma motivação que surgiu no discurso dos entrevistados, tendo sido mencionada por todos e identificada em vinte menções: “Esse projeto está relacionado com um projeto anterior que me permitiu enxergar uma oportunidade de negócio e vê que isso poderia ser uma grande tendência, além de ajudar as pessoas” (E5). Para o entrevistado E2, foi identificada a oportunidade de inovar a frente do mercado: “[...] eu não estava encontrando nada no mercado daquela forma e aí, decidi pôr a minha ideia em prática”

(E2). No entanto, outro empreendedor considerou a oportunidade de trazer uma tecnologia nova, não conhecida ainda em nosso país: “Eu acredito muito que a tecnologia vai ser algo comum daqui há um tempo né. No Brasil, que tem um atraso meio grande na tecnologia principalmente” (E4). Em relação à transformação social, mostra-se: “Eu percebi que aquela era a oportunidade de mudar a vida das pessoas e transformar o mundo através da educação” (E1). A oportunidade é uma motivação na qual se configura a busca de empreendedores pela execução de novos produtos, serviços ou processos de produção, novas estratégias e formas de organização que antes não existiam ou eram pouco exploradas (BLOCK; SANDNER, 2009).

Foram identificadas, ainda, alianças pertinentes para abertura de seus empreendimentos, por meio da influência de *grupos sociais*. Todos os empreendedores citaram grupos sociais de influência ligados aos seus ciclos de amizades, por exemplo: “Conheci meu sócio através de redes de relacionamento em comum feitas através da faculdade” (E5). Os grupos sociais são apontados por Carter et al. (2003), Hamilton (2011), Chrisman et al. (2012) e Spender et al. (2017) como influenciadores na motivação inicial de um empreendimento. As redes de contatos, geradas por grupos sociais, facilitam o relacionamento com o ambiente externo da empresa, junto aos clientes, fornecedores e parceiros.

Quando questionados sobre como surgiu a vontade de empreender, observou-se que todos os entrevistados citaram a *faculdade* como responsável, mesmo que indiretamente. Em vinte e seis citações, os entrevistados relataram as redes de relacionamento que fizeram na faculdade e os incentivos gerados a partir desses ambientes para o despertar da trajetória empreendedora: “A decisão começou quando entrei na faculdade. Lá no ITA tem muito a cultura de empreender. [...] então meio que daí surgiu a vontade de empreender” (E6), e isto corrobora a Newbert, Tornikoski e Quigley (2013), quando destacam que é comum *Startups* surgirem em ambientes universitários, visto que o empreendedorismo nesses negócios costuma ser incentivado por meio de projetos institucionais que estimulam as iniciativas universitárias.

Os antecedentes familiares não foram identificados durante a maioria dos relatos dos entrevistados. O código *baixa influência familiar* foi apontado em doze citações; entre os empreendedores da amostra, oito afirmaram não ter histórico de empreendedorismo na família: “Na verdade, o lado da família queria que eu não fizesse isso. Então, toda a minha família não me influenciou a querer montar meu negócio. Ninguém é empreendedor” (E9).

Dentre os quatro que ressaltaram ter familiares empreendedores, três relatam que não consideram a influência destes para sua iniciativa empreendedora, conforme se verifica no relato de um destes empreendedores: “[...] minha mãe é empreendedora social e meu pai também é empreendedor, mas convencional. Então, isso era pra ser meio que um caminho natural para mim. Mas não é. São outras experiências. Não sinto que influencie. Na verdade, eu nem gostava da ideia até montar meu negócio” (E5). Os relatos apontam que os entrevistados que tem familiares empreendedores tinham uma visão negativa da atividade empreendedora até montarem suas iniciativas, ao contrário do que afirmam Carter et al. (2003), Hamilton (2011) e Chrisman et al. (2012), os quais ressaltam que a presença de familiares empreendedores confere uma motivação inicial para o empreendedorismo. Discordando da visão dos autores, percebeu-se que a presença dos familiares conferiu uma aversão dos mesmos à ideia de empreender.

Todos os doze empreendedores afirmaram já terem realizadas atividades voluntárias ao longo de seus projetos: “Eu participo de outras iniciativas sociais. Sempre que posso, eu contribuo para alguns projetos voluntários” (E5); “Participei de uma rede de voluntariado de estudantes e o trabalho em um diretório executivo também é um trabalho voluntário” (E6). Aparentemente, todos consideram a execução de atividades ligadas ao *voluntariado* importantes para a condução de seus empreendimentos: “Olha, a experiência como voluntário e bolsista no centro (de empreendedorismo de uma Universidade) foi muito boa e com certeza isso me incentivou e me influenciou, porque eu aprendi muito sobre a área de gestão e empreendedorismo que me só agregou, pois a minha formação é totalmente técnica” (E10).

É possível destacar que onze empreendedores consideram que seus negócios surgiram de forma inesperada em suas vidas, revelando menor grau de envolvimento anterior em sua trajetória empreendedora. O código *improbabilidade* foi identificado em dezessete trechos dos relatos dos entrevistados, que afirmaram que não esperavam que um dia se tornassem empreendedores: “Não (foi esperado). Acho que nunca é. Nunca foi minha expectativa. Eu queria ser professor universitário” (E7). Apesar de o empreendedorismo ter surgido de forma inesperada, todos os empreendedores afirmaram, ainda, que seus projetos estão sendo conduzidos de forma planejada. O código *planejamento* foi identificado em dezessete trechos das entrevistas: “Vem sendo planejado sim. [...] Tudo foi fruto de muito estudo e dedicação pra fazer isso aqui acontecer [...] a falta de planejamento não é bom e situação nenhuma” (E1).

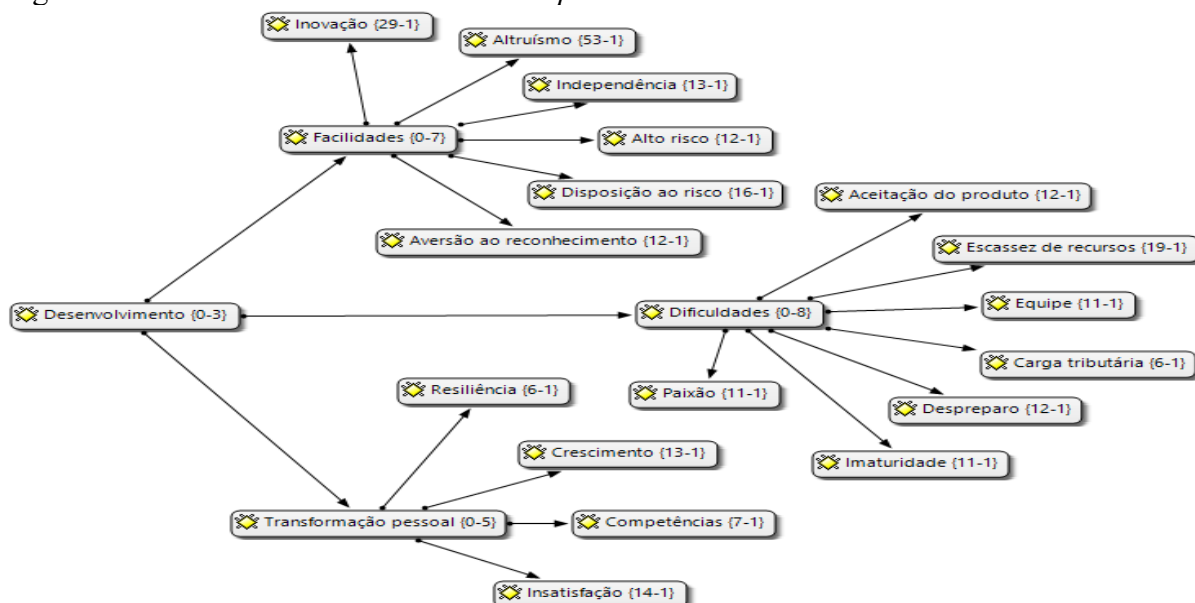
Os entrevistados revelaram os meios aos quais conduzem os planejamentos de seus projetos. Diante disso, E7 e E8 citaram o fato de estarem incubados: “De certa forma planejamos, pois estamos montando o negócio e sendo encubados” (E7); “[...] trabalhamos no planejamento e execução do nosso negócio, isso tudo nos levou a estar aqui (se referindo à incubadora)” (E8). O entrevistado E12 cita uma iniciativa da faculdade como responsável pelo planejamento em seu empreendimento: “Estamos juntos num projeto de um grupo da faculdade, responsáveis por formarem empreendedores e os auxiliarem” (E12).

O conceito de *aceleração*, que envolve o crescimento em um curto período, foi citado por oito entrevistados quando questionados a respeito de suas expectativas iniciais de negócios: “[...] naquele momento talvez a minha maior preocupação era sanar esses problemas para tentar poder acelerar como uma *Startup*” (E9). A aceleração é um conceito amplamente utilizado na literatura de *Startups*, indicando uma de suas principais características: o crescimento e expansão de forma rápida. Diante disso, as *Startups* apresentam diferenças intrínsecas com relação às outras empresas, pois os fatores velocidade de crescimento e escalabilidade são fundamentais, o que modela e define um perfil diferente para os empreendedores a frente desses negócios (ALENCAR et al., 2012).

4.2 Desenvolvimento

A segunda categoria de análise, em consonância com o segundo objetivo específico, considerou os aspectos que podem facilitar e dificultar o desenvolvimento de uma *Startup*. Nessa perspectiva, foi incorporada também a transformação pessoal, a qual o empreendedor passa no decorrer do andamento do seu negócio.

Figura 3 – Desenvolvimento de uma *Startup*



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Quando questionados a respeito das principais motivações para o projeto atual, todos os empreendedores citaram o fator *inovação* como uma motivação para o presente. Esse código foi identificado em vinte e nove trechos, a exemplo: “Quando eu estudei a ideia, vi que era uma oportunidade de levar para o mercado algo inovador” (E3). A inovação e a criatividade empreendedora são transformadores da sociedade, como retrata o discurso: “Nosso papel aqui é criar produtos que causem impactos e transformem a sociedade” (E6). Segundo Giacomini et al. (2011), Edelman et al. (2010) e Miller et al. (2012), um empreendimento pode ser movido pela motivação do empreendedor em atingir algo novo e desenvolver produtos/serviços. A inovação é um fator incorporado às *Startups*, para o desenvolvimento de soluções criativas (RIES, 2012). Filardi, Barros e Fischmann, (2014) abordam que a inovação é uma característica do empreendedor de *Startup*, o qual deve estar atento às mudanças do mercado.

Todos os entrevistados citaram o bem-estar social e ambiental como motivações para seus empreendimentos. O comportamento altruísta foi o mais incidente em decorrência da citação de termos ligados ao bem-estar social e ambiental: “[...] as pessoas ficam alegres ao saber do nosso projeto e ficam perguntando quando elas poderão ter isso. Você cria uma expectativa, podemos mudar a vida das pessoas, e isso nos traz essa responsabilidade” (E10), o que corrobora a Kropp, Lindsay e Shohan (2008), ao considerarem que empreendedores de *Startups* têm motivações ligadas ao desejo de promoção do bem-estar social.

Em relação à auto liderança, todos relataram encarar de forma positiva a *independência* gerada nessas relações: “Posso listar várias coisas nesse negócio, mas acho que uma delas foi a liberdade. Criar algo do jeito que eu acredito” (E11). Os entrevistados comentaram sobre ter que dividir o poder decisório em seus empreendimentos, já que todos os empreendedores tinham sócios: “[...] às vezes, quando a gente é sócio, não tem muita cobrança” (E1). Outro entrevistado percebe como positiva a relação de independência no projeto, mesmo com os sócios: “Eu não seria respeitado no meu universo se seu fosse para o mercado de trabalho. Não é que eu não seja valorizado, mas as pessoas, sabe, é diferente...” (E3). A independência é uma motivação empreendedora que se relaciona com o desejo do empreendedor em obter maior liberdade, controle e flexibilidade em suas decisões (CARTER et al., 2003; EDELMAN et al., 2010; GIACOMINI et al., 2011; HESSELS et al., 2008; SHANE; LOCKE; COLLINS, 2003).

Os empreendedores de *Startups* consideram seus empreendimentos de *alto risco*: “Risco? 100%. Além de ser uma empresa é uma *Startup* né, cara? Então o risco é maior ainda, mas faz parte” (E8). Além de reconhecerem o risco existente em seus empreendimentos, alguns empreendedores chegaram a citar o risco ligado ao retorno do capital investido: “[...] os investidores investem em 10 *Startups* para se tirar uma pequena porcentagem de sucesso. Então já se tem muita ciência de que, por exemplo, a cada 10 negócios, 8 vão morrer” (E10). McAdam e McAdam (2008) afirmam que o empreendedorismo de *Startups* diverge do empreendedorismo das demais empresas, pois estes negócios estão em fase de desenvolvimento em um ambiente de incerteza e risco. Nessa perspectiva, Giardino, Unterkalmsteiner e Paternoster (2014) corroboram com tal assertiva ao ressaltarem que o risco é uma das características principais em empreendimentos constituídos na forma de *Startups*.

Cientes dos riscos presentes em suas iniciativas, todos os empreendedores consideraram os riscos de seus empreendimentos como positivos e necessários para seus projetos. O código *disposição ao risco* foi identificado: “O que eu aprendi é que podemos arriscar de forma consciente. [...] Então, eu já sei quais os passos que eu tenho que dar para não sofrer. Se não se arrisca é porque tem medo. Eu gosto sim de me arriscar” (E7), e isto corrobora a Schmidt e Bohnenberger (2009) e Filardi, Barros e Fishmann (2014), que consideram que a disposição ao risco é uma das características marcantes do empreendedor.

Ao encararem a positividade do risco em seus empreendimentos, identificou-se que é preciso ter cautela para assumir riscos calculados: “Eu gosto dessa sensação de não saber o que vai acontecer, mas ao mesmo tempo, eu ser muito responsável pelo o que vai acontecer, porque

mesmo assumindo risco, eu sei o que estou fazendo” (E11). Apesar de parte dos entrevistados apontarem como existente em seus negócios, todos confirmaram que o reconhecimento não os confere motivação para empreender: “[...] não faço o meu trabalho por reconhecimento” (E4).

Parte dos entrevistados demonstrou aversão e desconforto ao tocarem no assunto reconhecimento, sendo identificado pelo código *aversão ao reconhecimento*, em doze trechos das entrevistas: “Não faço questão. Também não é algo motivador. Não faço questão disso. Isso é a última coisa que me passa pela cabeça” (E2). O reconhecimento é uma motivação empreendedora amplamente citada na literatura como o interesse do empreendedor por obtenção de *status* e aprovação pelas outras pessoas (CARTER et al., 2003; EDELMAN et al., 2010; RAHMAN; RAHMAN, 2011; GIACOMIN et al., 2011; MILLER et al., 2012).

A *aceitação do produto*, inicialmente associada a uma facilidade ligada as *Startups*, foi citada como uma dificuldade por sete empreendedores: “A maior dificuldade é você convencer as pessoas que a ideia é legal e muitas ficam em dúvida e desistem” (E6). Por outro lado, uma das dificuldades relatadas pelos empreendedores é uma das características mais marcantes da *Startups*, segundo Giardino, Unterkalmsteiner e Paternoster (2014), a *escassez de recursos*. Quando questionados, seis empreendedores relataram a falta de recursos como uma dificuldade diante do desenvolvimento das *Startups*: “Tem que ganhar dinheiro, pois é ele é necessário para seguir em frente e produzir mais produtos” (E7). Segundo Teece (2010) e Esteve-Pérez e Rodrigues (2013), a escassez de recursos é um fator limitante para o crescimento das *Startups*, visto que para o devido acesso de recursos adequados, os gestores organizacionais buscam parceiros externos para o desenvolvimento e a comercialização de seus produtos, o que acaba por gerar dependência: “[...] é muito difícil construir algo sem ter dinheiro. Foi um grande desafio que a gente enfrentou. A gente criou relacionamentos de rede com quem a gente pudesse ter algum investimento. Para crescer rápido é necessário dinheiro” (E5).

Outro entrevistado citou o apoio financeiro dos pais: “[...] como tenho ultrapassado esse obstáculo? Pedindo emprestado [...] porque o meu dinheiro acabou e hoje eu peço ao meu pai” (E2). Já o entrevistado E3 afirma que vem buscando financiamento junto a instituições de fomento, queixando-se da dificuldade em relação a esses investimentos. Enquanto isso: “Você passa a correr atrás de possuir mentores e caras que lhe ajudem” (E4), elucidando-se assim a necessidade de capital junto aos sócios. Segundo Conti, Thursby e Rothaermel (2013), é comum os investimentos de empresas como *Startups* serem aportados por família, amigos e fundadores.

Ainda como dificuldade, seis empreendedores relataram a formação de uma *equipe* como uma barreira significativa no desenvolvimento de seus empreendimentos, conforme as afirmações dos entrevistados E8 e E11: “[...] é ter um bom time. Ter sócios que te complementem. Uma *Startup* só dá certo por causa do time” (E8). “A equipe é muito importante. O caminho é pelas pessoas. Pessoas que compartilham do propósito e que trazem um conhecimento e contribuição para o negócio” (E11). Tais relatos corroboram a Giardino, Unterkalmsteiner e Paternoster (2014), que reiteram que é comum *Startups* começarem com um número pequeno de indivíduos. Contudo, a importância da equipe se dá porque estas têm grandes responsabilidades dentro do negócio, sendo essenciais para o seu funcionamento.

Outra dificuldade citada pelos empreendedores no desenvolvimento de suas *Startups* é o excesso de *carga tributária*. Para cinco entrevistados, o esforço do governo em facilitar o desenvolvimento das *Startups* ainda é pouco: “[...] você percebe que a carga tributária é um elemento muito impactante para a sobrevivência do negócio. Você nem começa a faturar e já começa a pagar imposto (E11). Os relatos vão de encontro ao que afirmam Arruda et al. (2014), que consideram que o principal fator contribuinte para a mortalidade das *Startups* no Brasil ainda são os excessos de tributos cobrados por parte do governo, além da falta de esforços destes para perpetuidade de negócios como *Startups*.

Questionados a respeito dos obstáculos encontrados ao longo da trajetória empreendedora, todos entrevistados mencionaram desconhecer das dificuldades as quais

citaram, relatando *despreparo* para enfrentar esses obstáculos, conforme se verifica no relato disposto a seguir: “Falando por mim, eu não estava (preparado). Muita coisa eu sabia, mas muita coisa, eu não acreditava que passaria” (E12). Mesmo relatando despreparo inicial na condução de seus negócios, todos afirmaram que continuariam com o projeto atual caso soubessem das dificuldades a serem enfrentadas: “Claro que se eu tivesse o conhecimento que tenho hoje faria coisas diferentes” (E5).

A *imaturidade* também é uma dificuldade encarada pelos empreendedores de *Startups*, sendo citada por cinco deles: “Eu acho que ainda não tenho maturidade e essa coragem de arriscar em fazer isso só sem ter alguém para dividir os fracassos e o fardo. Um dos problemas que nós tínhamos era a falta de maturidade, que só vamos adquirir com o tempo” (E12). Esses relatos retomam os resultados da pesquisa de Giardino, Unterkalmsteiner e Paternoster (2014), os quais afirmam que *Startups* enfrentam limitações ligadas a pouca experiência de trabalho. Os empreendedores desses negócios podem demonstrar níveis de imaturidade e despreparo ligados a base da cultura organizacional que ainda não está presente.

Quando questionados a respeito do enfrentamento das dificuldades, curiosamente, todos os entrevistados citaram o fator motivacional *paixão* como necessário para superação das adversidades: “A dificuldade não significa que você vai desistir. Acho que não há obstáculo maior que a sua vontade. Você sempre tem que olhar para o obstáculo acima do que ele é. É ter paixão pelo que faz” (E3). Por sua vez, Shane, Locke e Collins (2003) e Miller et al. (2012) afirmam que a paixão é uma motivação empreendedora a qual os indivíduos criam gosto pela criação de uma organização. Os empreendedores sentem paixão por servir aos colaboradores e à sociedade, superando adversidades que podem surgir, como a falta de recursos.

Dentro da transformação pessoal percebida, ao longo do desenvolvimento de seus empreendimentos, sete entrevistados citaram a capacidade de superar as adversidades, a *resiliência*, como uma característica adquirida: “Hoje, como dona do meu negócio eu tenho a capacidade de ver o melhor das coisas, entendeu? Aprendi a superar as dificuldades do passado, de forma que desenvolvi a minha capacidade de me adaptar a diferentes situações” (E9).

O *crescimento* pessoal também foi uma transformação percebida por parte dos empreendedores. Ao todo, seis entrevistados relataram, conforme se verifica em: “Para mim, a principal mudança foi o crescimento pessoal porque você precisa estar evoluindo todos os dias, emocionalmente todos os dias, socialmente todos os dias” (E5). O empreendedor pode incorporar traços comportamentais decorrentes da formulação de estratégias para desenvolvimento do empreendimento, como a liderança (PLANTE, 2012). O crescimento pessoal é um traço significativo na figura do empreendedor moderno, que deve ser capaz de lidar com constantes desafios (FILARDI; BARROS; FISHMANN, 2014).

O desenvolvimento de *competências* foi citado por sete empreendedores como principal transformação pessoal: “Você cria um sentimento de desenvolver algo que você não tem: competências” (E10). A principal competência desenvolvida citada pelos entrevistados foi a habilidade de lidar com o tempo, seja dentro da empresa, seja nas relações com a família: “[...] o relacionamento interpessoal, o relacionamento com a família e da sua visão de como se relacionar com as pessoas, tendo tempo pra isso tudo (risos)” (E5). Esse relato corrobora a Dyer, Gregersen e Christensen (2008), que explicam que o empreendedor, sobretudo o que busca inovação, adota certos comportamentos e competências necessários para levá-lo ao sucesso.

A capacidade de lidar com o tempo, competência citada pela maioria dos empreendedores, pode ser explicada por Giardino, Unterkalmsteiner e Paternoster (2014) pelo ambiente de incertezas na qual se inserem as *Startups*, o que obriga os empreendedores desses negócios a trabalharem sob constante pressão de tempo. Segundo Filardi, Barros e Fishmann (2014), é uma característica do empreendedor contemporâneo ter competências interpessoais e sociais focadas nas demandas do ambiente interno, que podem ser exemplificadas como participação, exigência, comprometimento com a agregação de valor social e ambiental.

Empresas como *Startups* enfrentam limitações relacionadas a sua falta de experiência: a limitação de serem recém-entrantes no mercado e de terem empreendedores com pouca idade. Nesse caso, as competências individuais dos empreendedores passam a ser relevantes para a continuidade do negócio (SIGMUND; SEMRAU; WEGNER, 2015).

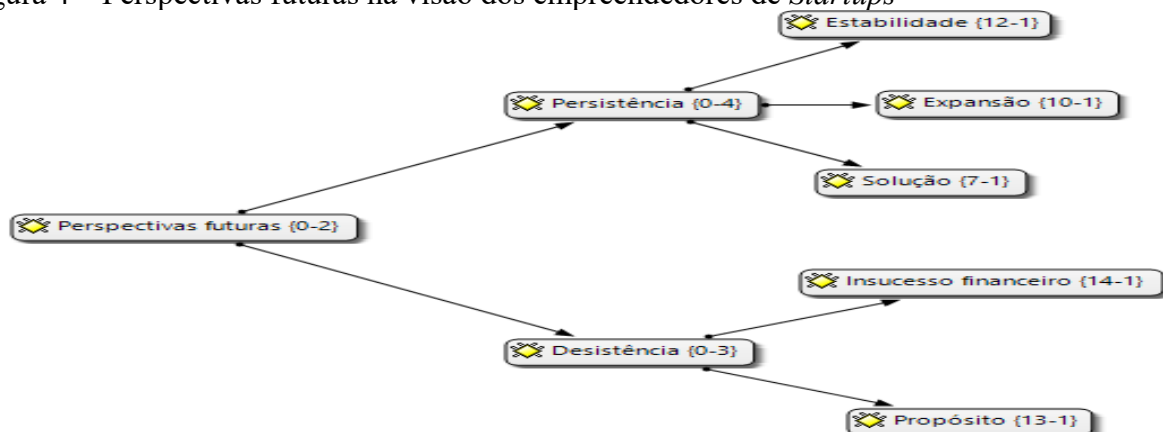
Quando questionados a respeito da realização pessoal gerada pelos seus projetos, todos os empreendedores demonstraram *insatisfação*, alegando que ainda esperam crescer mais e que não se sentem inteiramente realizados: “Não sinto uma pessoa realizada [...] Realizado eu nunca vou me sentir porque sempre que eu atinjo um novo objetivo, defini uma meta e consigo essa meta, meu pensamento vem sempre querendo saber qual é o meu próximo passo” (E5).

Além disso, nove destes alegaram que suas realizações estão inteiramente ligadas ao sucesso de seus projetos: “Eu não sei quanto, mas a minha realização depende inteiramente do projeto e do que a gente faz aqui” (E11). Consoante Schmidt e Bohnenberger (2009), a realização movimenta o empreendedor, estando diretamente relacionada ao desempenho de seus negócios, na medida em que incorpora valores atitudinais ligados a novas oportunidades de mercado e controle sobre os fatores de sucesso. A insatisfação é a capacidade de o empreendedor enxergar seus objetivos diante das oportunidades identificadas.

4.3 Perspectivas futuras

Considerando o último objetivo específico da pesquisa – identificar as perspectivas futuras na visão dos empreendedores de *Startups*, surgem alguns questionamentos, embasados na literatura. Dessa forma, os empreendedores foram questionados sobre as motivações futuras e fatores que poderiam levá-los à desistência de seus projetos.

Figura 4 – Perspectivas futuras na visão dos empreendedores de *Startups*



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Questionados a respeito na mudança das motivações ao longo do período, nove empreendedores, em doze trechos das entrevistas, relataram que, inicialmente, a motivação era a busca pela *estabilidade* em seus projetos: “Antes a motivação era voltada para o estabelecimento da empresa, não vou mentir que até você encaixar os processos direitinhos é muito trabalhoso” (E4). Alguns relataram que a estabilidade é a motivação atual de suas *Startups*, como demonstrado nos relatos de E2 e E3: “Hoje eu penso em estabilização do meu negócio. É meu maior desejo” (E2); “Ainda queremos superar algumas dificuldades, fechar parcerias, normalizar o negócio” (E3). A busca pela estabilidade é comum em *Startups*, pois estas estão inseridas em um ambiente de incerteza, que as confere fragilidades em seus processos (GAO; SUNG; ZHANG, 2013; KIM; VONORTAS, 2014).

A principal mudança na motivação ao longo do projeto, percebido pelos empreendedores, listada por seis deles e identificada ao longo de dez citações, é que a expansão passou a ser objetivo de seus negócios, atualmente: “Estamos aptos a expandir o nosso negócio” (E6). “Hoje eu quero que meu produto alcance um maior nível de pessoas” (E8). Além disso,

verificou-se o desejo de expandir o negócio: “[...] procuro manter o meu negócio saudável, para que ele possa prosperar no futuro, buscando novos horizontes” (E12).

Quando questionados sobre a figura de um empreendedor bem-sucedido, os entrevistados afirmaram que um indivíduo bem-sucedido é aquele que consegue aplicar suas soluções propostas para a sociedade “[...] se for para o bem para as pessoas, então me considero bem-sucedido. [...] Saber que a causa que luto, que a minha ideia e solução está sendo aplicada de forma em que eu possa ajudar as pessoas. Isso é ser bem-sucedido também” (E6). Mais da metade dos empreendedores reforçou que a questão financeira não é o principal fator ligado ao um ser bem-sucedido: “Olha, a sociedade prega que o conceito de bem-sucedido é muito ligado ao financeiro. Para mim, o conceito vai muito além disso mesmo” (E11). “Ser bem-sucedido é bem mais do que financeiro” (E12).

Em relação aos fatores que poderiam levá-los a desistir de seus projetos no futuro, mais da metade dos empreendedores citaram o *insucesso financeiro* como fator determinante para desistência em suas *Startups*: “Acho que o que levaria mesmo nós a desistirmos do projeto é o financeiro, porque se o financeiro não ajudar não anda você ficar batendo cabeça naquele ponto porque o projeto não anda. Ele vai exigir capital em certo ponto” (E9), e isto coincide com Teece, Esteve-Perez e Rodriguez (2013), que afirmam que a necessidade de capital e a posterior situação de falência financeira são determinantes para o futuro das *Startups*.

As *Startups* necessitam de capital e segurança financeira, visto que seus recursos são escassos e podem comprometer o andamento do negócio. Considerando-se, ainda, os fatores que poderiam levar o empreendedor de *Startup* a desistir de seus projetos, todos os entrevistados citaram que abandonariam suas *Startups* se percebessem que elas não tivessem mais o sentido proposto inicialmente: “Se nosso propósito ou ideia não fosse mais o mesmo. Se não perpetuássemos a nossa ideia proposta inicialmente da mesma forma. Se isso se desvirtuasse de alguma forma do que eu pensava inicialmente, isso me faria pular fora” (E8).

A questão do *propósito* no que fazem prevalece até sobre questões financeiras, conforme o relato do entrevistado E1: “Questões estruturais do negócio vão mudando conforme a fase em que ele se encontra, mas acho que a cultura e o propósito. (expressão de negação)” (E1). O entrevistado E10 completa: “Você pode mudar modelo de negócio, aspecto de produto, time, talvez você mude até quadro societário, mas o propósito ele permanece no dia a dia. Do dia 1 até o dia que a gente deixar de existir” (E10).

O Quadro 2 sumariza, portanto, os resultados evidenciados na pesquisa, podendo-se verificar as categorias de análise, alinhadas aos objetivos específicos e às unidades de contexto. Quadro 2 – Síntese dos principais resultados da pesquisa

Categorias de Análise	Unidades de Contexto	Principais Resultados
Idealização	História anterior	Foi evidenciada a inexperiência e poucas iniciativas anteriores por parte dos empreendedores de <i>Startups</i> . Destacou-se, ainda, a participação desses empreendedores em atividades voluntárias, de modo a influenciar no desempenho e condução de seus projetos. Os empreendedores são motivados por oportunidades, grupos sociais, compostos por amigos ou pessoas próximas, além de iniciativas da faculdade. A influência familiar não constitui uma motivação inicial.
	Expectativas iniciais	A ideia de empreender surgiu de forma inesperada, porém planejam bem os detalhes dos seus projetos. Ainda, observou-se que a principal expectativa por parte dos empreendedores de <i>Startups</i> é acelerar seus negócios de modo a crescer rapidamente. Notou-se ainda que os indivíduos a frente de <i>Startups</i> apresentam um comportamento altruísta, possuindo aversão ao reconhecimento como motivação.
Desenvolvimento	Facilidades	A inovação e a independência são motivações empreendedoras presentes no desenvolvimento das <i>Startups</i> , facilitando a condução desses empreendimentos. Identificou-se, ainda, a relação positiva do alto risco do negócio, percebida pelos empreendedores de <i>Startups</i> ,

		vista como positiva e necessária pela maioria desses indivíduos.
	Dificuldades	Notou-se que a aceitação do produto, a escassez de recursos, a formação de uma equipe e a excessiva carga tributária foram os aspectos mais citados como dificuldades pelos empreendedores de <i>Startups</i> . Esses indivíduos ainda relataram despreparo e imaturidade ao lidarem com esses problemas, citando a motivação empreendedora paixão como essencial para superação de tais adversidades.
	Transformação pessoal	Notou-se a citação da resiliência, do crescimento pessoal e do desenvolvimento de competências como mudanças notadas ao longo de suas trajetórias empreendedoras. Observou-se também certa insatisfação ao comentarem a respeito de suas realizações pessoais.
Perspectivas futuras	Persistência	Percebeu-se a mudança no discurso ao considerar que seus esforços iniciais ligados a estabilização passaram a ser de expansão de seus empreendimentos. Os empreendedores de <i>Startups</i> relataram suas perspectivas a respeito da figura de um ser bem-sucedido, afirmando a ideia de que a solução proposta em suas iniciativas prevalece sobre a questão financeira de seus empreendimentos.
	Desistência	Quanto aos fatores que influenciariam a desistência de seus projetos no futuro, foram citadas questões como o insucesso financeiro e a mudança do propósito inicial de seus projetos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como principal diretriz investigar as motivações e as perspectivas futuras dos empreendedores de *Startups*. A metodologia aplicada mostrou-se pertinente para os objetivos propostos, fundamentando-se em Ries (2012), de modo a considerar idealização, desenvolvimento e perspectivas futuras para os empreendedores de *Startups*. Os resultados apontaram que esses empreendedores são motivados por oportunidades, grupos sociais e iniciativas da faculdade. Por outro lado, o contexto familiar não teve influência na motivação inicial para empreendedores de *Startups*.

A inovação e a independência são motivações empreendedoras presentes no desenvolvimento desses negócios, facilitando a condução desses empreendimentos. Verificou-se relação positiva do alto risco do negócio, percebida pelos empreendedores de *Startups*, vista como positiva e necessária. Quanto às dificuldades percebidas durante o desenvolvimento dos negócios, notou-se que a aceitação do produto, a escassez de recursos, a formação de uma equipe e a excessiva carga tributária foram os aspectos mais recorrentes pelos empreendedores de *Startups*. Esses indivíduos relataram despreparo e imaturidade ao lidarem com esses problemas, citando a paixão como a motivação empreendedora essencial para superar as adversidades.

Os empreendedores de *Startups* relataram, ainda, suas perspectivas a respeito da figura de um ser bem-sucedido, afirmando a ideia de que a solução proposta em suas iniciativas prevalece sobre a questão financeira de seus empreendimentos. Quanto aos fatores que influenciariam a desistência de seus projetos no futuro, foram citadas questões como o insucesso financeiro e a mudança do propósito inicial de seus projetos.

Diante disso, esta pesquisa buscou contribuir para ampliar a compreensão acerca das motivações e perspectivas futuras dos empreendedores de *Startups*, grupo ainda pouco estudado por pesquisadores da área das ciências sociais aplicadas, no Brasil. Ademais, contribuiu para uma melhor percepção acerca desses profissionais e das particularidades desse nicho, uma vez que foi investigado um fenômeno relativamente recente no campo dos estudos do empreendedorismo e que ainda tem muito a ser explorado.

Uma das limitações da pesquisa foi a dificuldade de acesso aos empreendedores de *Startups*, visto que são profissionais com pouco tempo disponível, que conduzem seus negócios à beira de informalidade; além disso, pode-se destacar a investigação realizada com

empreendedores de uma única cidade brasileira. Como sugestões para pesquisas futuras, de modo a suplantarem algumas limitações, recomendam-se: investigar quais seriam os prejuízos da profissão, visto que esta pesquisa investigou a transformação pessoal percebida por tais indivíduos; e ampliar o escopo deste estudo para atingir outros empreendedores de *Startups*, de outras cidades e estados brasileiros.

REFERÊNCIAS

- AGARWAL, R.; SHAH, S. K. Knowledge sources of entrepreneurship: firm formation by academic, user and employee innovators. **Research Policy**, v. 43, n. 7, p. 1109-1133, 2014.
- AKHTAR, C. S.; ISMAIL, K.; HUSSAIN, J.; UMAIR-UR-REHMAN, M. Investigating the moderating effect of family on the relationship between entrepreneurial orientation and success of enterprise: case of Pakistani manufacturing SMEs. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 26, n. 2, p. 233-247, 2015.
- ALENCAR, P. L. C.; MORAES, R. R.; CAVALCANTE, H. CAVALCANTE, H. S.; BRASIL, A. T.; BOTELHO, M. A. S. Empreendedorismo Start Up: um Estudo de Caso em uma Empresa de Tecnologia no Estado do Pará. IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, **Anais...** Resende, 2012.
- ARRUDA, C.; NOGUEIRA, V.; COZZI, A.; COSTA, V. **Causas da mortalidade de Startups brasileiras: O que fazer para aumentar as chances de sobrevivência no mercado.** Núcleo de Inovação e Empreendedorismo: Fundação Dom Cabral, 2014.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** 3. reimp. Lisboa: Edições, v. 70, 2011.
- BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: Uma Análise Empírica. **Revista de Administração Contemporânea.** v. 12, n. 4, p. 975-993, 2008.
- BAY, D.; DANIEL, H. The Theory of Trying and Goal-Directed Behavior: The Effect and Moving Up the Hierarchy of Goals. **Psychology and Marketing**, v. 20, n. 8, p. 669-684, 2003.
- BEAMISH, P. W.; LUPTON, N. C. (2016). Cooperative strategies in international business and management: Reflections on the past 50 years and future directions. **Journal of World Business**, v. 51, n. 1, p. 163-175, 2016.
- BLOCK, J.; SANDNER, P. Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. **Journal of Industry, Competition and Trade**, v. 9, n. 2, p. 117-137, 2009.
- CARSRUD, A.; BRANNBACK, M. Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? **Journal of Small Business Management**, v. 49, n. 1, p. 9-26, 2011.
- CARTER, N. M.; GARTNER, W. B.; SHAVER, K. G.; GATEWOOD, E. J. The career reasons of nascent entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n. 1, p. 13-39, 2003.
- CASSAR, G. Are individuals entering self-employment overly optimistic? An empirical test of plans and projections on nascent entrepreneur expectations. **Strategic Management Journal**, v. 31, n. 8, p. 822-840, 2010.
- CHAPMAN, M. Building an innovative organization: consistent business and technology integration, **Strategy & Leadership**, v. 34, n. 4, p. 32-38, 2006.
- CHEN, M.; CHANG, Y.; WANG, H. Understanding Creative Entrepreneurs' Intention to Quit: The Role of Entrepreneurial Motivation, Creativity and Opportunity. **Entrepreneurship Research Journal**, v. 7, n. 3, 2017.
- CHRISMAN, J. J.; CHUA, J. H.; PEARSON, A. W.; BARNETT, T. Family Involvement, Family Influence, and Family-Centered Non-Economic Goals in Small Firms. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 36, n. 2, p. 267-293, 2012.

DETTWILER, P.; LINDELVF, P.; LVFSTEN, H. Utility of location: a comparative survey between small new technology-based firms located on and off Science Parks: implications for facilities management. **Technovation**, v. 26, n. 4, p. 506-517, 2006.

DYER, J. H.; GREGERSEN, H. B.; CHRISTENSEN, C. Opportunities, Organizations, and Entrepreneurship: Empirical Implications and Application. **Strategic Entrepreneurship Journal** v. 2, n. 4, p. 317-338, 2008.

ECCLES, J. S.; WIGIFIELD, A. Motivational, beliefs, values, and goals, **Annual Review of Psychology**, v. 35, p. 109-132, 2002.

EDELMAN, L. F.; BRUSH, C. G.; MANOLOVA, T.S.; GREENE, P. G. Start-up Motivations and Growth Intentions of Minority Nascent Entrepreneurs. **Journal of Small Business Management**, v. 48, n. 2, p. 174-196, 2010.

ESTEVE-PÉREZ, S.; RODRÍGUEZ, D. The dynamics of exports and R&D in SMEs. **Small Business Economics**, v. 41, n. 1, p. 219-240, 2013.

FILARDI, F.; BARROS, F. D.; FISCHMANN, A. A. Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, p. 123-140, 2014.

GAO, S. S.; SUNG, M. C.; ZHANG, J. Risk management capability building in SMEs: A social capital perspective. **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, v. 31, n. 6, p. 677-700, 2013.

GARUD, R.; GEHMAN, J.; GIULIANI, A. Contextualizing entrepreneurial innovation: A narrative perspective. **Research Policy**, v. 43, n. 7, p. 80-102, 2014.

GIACOMIN, O.; JANSSEN, F.; PRUETT, M.; SHINNAR, R.; LLOPIS, F.; TONEY, B. Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: Differences among American, Asian and European students. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 7, n. 2, p. 219-238, 2011.

GIARDINO, C.; UNTERKALMSTEINER, M.; PATERNOSTER, N. What do you know about software development in *Startups*? **Software IEE**, v. 31, n. 5, p. 28-32, 2014.

HAMILTON, E. Entrepreneurial learning in family business. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 18, n. 1, p. 8-26, 2011.

HECHAVARRIA, D.; RENKO, M.; MATTHEWS, C. The nascent entrepreneurship hub: goals, entrepreneurial self-efficacy and start-up outcomes. **Small Business Economics**, v. 39, n. 3, p. 685-701, 2012.

HESSELS, J.; VAN GELDEREN, M.; THURIK, R. Entrepreneurial motivations, aspirations and their drivers. **Small Business Economics**, v. 31, n. 3, p. 323-339, 2008.

KIM, Y.; VONORTAS, N.S. Managing risk in the formative years: Evidence from young enterprises in Europe. **Technovation**, v. 34, n. 8, p. 454-465, 2014.

ISIC - **International Standard Industrial Classification of All Economic Activities**. United Nations. Statistical Papers, series m, n.4, rev.4, 2008. Disponível em: <https://www.bundesbank.de/Redaktion/EN/Downloads/Service/Meldewesen/Bankenstatistik/Kundensystematik/isic_rev_4.pdf?__blob=publicationFile>. Acesso em: 15 jul 2017.

KOHLER, T. Corporate accelerators: Building bridges between corporations and *Startups*. **Business Horizons**. v. 59, n. 3, p. 347-357, 2016.

KROPP, F.; LINDSAY, N. J.; SHOHAN, A. Entrepreneurial orientation and international entrepreneurial business venture startup. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 14, n. 2, p. 102-117, 2008.

LOCKE, E. A.; LATHAM, P. L. What Should We Do about Motivation Theory? Six Recommendations for the Twenty-First Century. **Academy of Management Review**, v. 29, n. 3, p. 88-403, 2004.

MCADAM, M.; MCADAM, R. High tech start-ups in university science park incubators: The relationship between the start-up's lifecycle progression and use of the incubator's resources. **Technovation**, v. 28, n. 5, p. 277-290, 2008.

MILLER, T.; GRIMES, M.; MCMULLEN, J.; VOGUS, T. Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 4, p. 616-640, 2012.

MIRANDA, J. Q.; SANTOS JUNIOR, C. D.; DIAS, A. T. A influência das variáveis ambientais e organizacionais no desempenho de *Startups*. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 5, n. 1, p. 28-65, 2016.

NEWBERT, S. L.; TORNIKOSKI, E. T.; QUIGLEY, N. R. Exploring the evolution of supporter networks in the creation of new organizations. **Journal of Business Venturing**, v. 28, n. 2, p. 281-298, 2013.

OECD - OECD Science. **Technology and Industry Scorebord 2013**, OECD Publishing, 2013. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2013-en>. Acesso em 10 ago. 2017.

PLANTE, L. A Guide for Entrepreneurs Who Lead and Manage Change. **Technology Innovation Management Review**, v. 2, n. 3, p. 27-31, 2012.

RAHMAN, K.; RAHMAN, S. Entrepreneurship needs and achievement motivations of descendant Latin-Japanese entrepreneurs in Japan. **International Journal of Entrepreneurship**, v. 15, p. 99-119, 2011.

RIES, E. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

TEECE, D. J. Business model, business strategy and innovation. **Long Range Planning**, v. 43, n. 2-3, p. 172-194, 2010.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SHANE, S. Reflections on the 2010 AMR decade Award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 1, p. 10-20, 2012.

SHANE, S.; LOCKE, E. A.; COLLINS, C. Entrepreneurial motivation. **Human Resource Management Review**, v. 13, n. 2, p. 257-279, 2003.

SIGMUND, S.; SEMRAU, T.; WEGNER, D. Networking Ability and the Financial Performance of New Ventures: Moderating Effects of Venture Size, Institutional Environment, and their Interaction. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 1, p. 266-283, 2015.

SPENDER, J.; CORVELLO, V.; GRIMALDI, M.; RIPPA, P. *Startups* and open innovation: a review of the literature. **European Journal of Innovation Management**, v. 20 n. 1, p. 4-30, 2017.

USMAN, M.; VANHAVERBEKE, W. How *Startups* successfully organize and manage open innovation with large companies. **European Journal of Innovation Management**, v. 20, n. 1, p. 171-186, 2017.

VENTURE PULSE Q2 2017: **Global analysis of venture funding**. KPMG Enterprise, 2017. Disponível em: <<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/07/venture-pulse-report-q2-2017.pdf>>. Acesso em: 20 set 2017.