

**STARTUPS DE BRASILEIROS: UMA VISÃO DE EFFECTUATION E STARTUP ENXUTA**

**FABIANA VIEIRA AFFONSO**

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PETRÓPOLIS (UCP)

**BERNARDO SILVA-RÊGO**

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PETRÓPOLIS (UCP)

## **STARTUPS DE BRASILEIROS: UMA VISÃO DE EFFECTUATION E STARTUP ENXUTA**

### **Introdução**

O ecossistema de inovação brasileiro cresce a cada ano. Somente no ano de 2019, as startups brasileiras acumularam US\$ 2,7 bilhões em investimento. (Distrito, 2019). Existem cerca de 13.453 startups espalhadas por todo o país, segundo a Associação Brasileira de Startups (2020). Esse contexto tem se refletido também nas motivações dos empreendedores brasileiros, que passaram a empreender não apenas pela falta de emprego, mas também pela vontade de fazer a diferença (Onozato et al., 2020).

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Embora existam diversos estudos acerca de empreendedorismo no Brasil, há uma carência em pesquisas sobre as startups. Este trabalho busca entender como as estratégias adotadas por empreendedores brasileiros de startups são desenvolvidas em seus estágios iniciais de introdução ao mercado. Para isso, foi desenvolvido um estudo de caso, no qual foram entrevistados quatro fundadores de startups para entender como acontecem os processos de desenvolvimento dos seus produtos ou serviços, modelo de negócios e estratégias de marketing.

### **Fundamentação Teórica**

Para atingir os objetivos propostos, foram examinadas as relações entre os conceitos da teoria de Effectuation (Sarasvathy, 2001) e Startup Enxuta (Ries, 2011). Essas duas teorias propõem uma inversão do pensamento tradicional de desenvolvimento de negócios, propondo uma visão pautada no feedback e interação frequente com os clientes, incentivando, sempre que necessário, alterações de rumo, também chamadas de pivotagens. Essas teorias se mostraram presentes no contexto das startups entrevistadas nesse estudo.

### **Metodologia**

A metodologia escolhida foi o estudo de caso, por ser o método ideal para fomentar novas proposições teóricas e contribuir para novos estudos. Foram entrevistados quatro fundadores de Startups, três delas localizadas no Brasil e uma em Portugal, para entender como acontecem os processos de desenvolvimento das suas estratégias. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, no período de março a abril de 2021. O conteúdo foi gravado e transcrito para compor esse estudo. Também foram usadas informações públicas das startups, permitindo uma triangulação de informações.

### **Análise dos Resultados**

Com o embasamento da teoria de Effectuation, surgiram 5 categorias de análise que foram utilizadas para agrupar os dados colhidos nas entrevistas, sendo elas: surgimento do negócio, investimento, parcerias, estratégias de marketing e controle. A partir dessas análises, surgiram proposições que compuseram um framework de um modelo de desenvolvimento de startup e a evolução de suas estratégias. Esse modelo reflete uma espécie de evolução de uma abordagem de Effectuation para uma abordagem causal, conforme a startup evolui em cada uma das etapas.

### **Conclusão**

As principais conclusões deste trabalho foram relacionadas a ineficiência de Plano de Negócios nos estágios iniciais de uma startup, a importância de apoio e recursos financeiros para o empreendedor, a relevância de clusters e aglomerações de qualidade para o desenvolvimento das startups, a relação negativa entre as estratégias tradicionais de marketing e o desenvolvimento do produto das startups e a importância de um método contínuo e flexível para o controle das estratégias.

### **Referências Bibliográficas**

Associação Brasileira de Startups. (2020). Estatísticas. <https://startupbase.com.br/home/stats> Distrito. (2019). Inside Venture Capital Brasil. <https://materiais.distrito.me/dataminer-rodadas-de-investimento-2019> Onozato, E., Bastos Junior, P. A., Greco, S. M., & Souza, V. (2020). Empreendedorismo no Brasil 2019. IBQP. Ries, E. (2011). The Lean Startup. Crown Business. Sarasvathy, S. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical

Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), 243-263.