



FACULDADE

ViaSapiens

A IDENTIDADE DO CONHECIMENTO

**FACULDADE VIASAPIENS – FVS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

NARCELIA MARIA ATALIBA

Aspectos relacionados à Inovação e o começo das *Startups*

Tianguá – CE
Fevereiro/2024

NARCELIA MARIA ATALIBA

Aspectos relacionados à Inovação e o começo das *Startups*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora da Faculdade ViaSapiens, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof. Francisco Alves de Souza Neto, Me.

TIANGUÁ

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da Faculdade ViaSapiens
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

M333a Maria Ataliba, Narcelia .
Aspectos relacionados à Inovação e o começo das Startups: / Narcelia
Maria Ataliba - 2023.
25 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Faculdade ViaSapiens,
Bacharelado em Administração, Tianguá. 2023

Orientação: Prof(a) Me. Francisco Alves de Souza Neto

1. Inovação. 2. Startups.. 3. Ideias. I. Título.

CDD 342.81

ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos 11 dias do mês de janeiro de 2024, às 20:00 horas, em sessão pública no Auditório da Faculdade ViaSapiens, na presença da Banca Examinadora presidida pelo(a) Professor(a) Francisco Alves de Souza Neto composta pelos examinadores: Keila Costa de Souza e Antônio Manuel Filho o(a) aluno(a): Narcelia Maria Ataliba : apresentou o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: **ASPECTOS RELACIONADOS À INOVAÇÃO E O COMEÇO DAS STARTUPS**. como requisito parcial para a obtenção do título de

Após reunião em sessão reservada, a Banca Examinadora deliberou e decidiu pela aprovação do referido trabalho, divulgando o resultado formalmente ao aluno e aos demais presentes e eu, na qualidade de Presidente da Banca, lavrei a presente ata que será assinada por mim, pelos demais examinadores e pelo aluno.

F. Alves de Souza Neto

Presidente da Banca Examinadora
Francisco Alves de Souza Neto

Keila Costa de Souza

Examinador 1
Keila Costa de Souza

Antônio Manuel Filho

Examinador 2
Antônio Manuel filho

Narcelia Maria Ataliba

Narcelia Maria Ataliba
Aluna

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	08
2. REVISÃO LITERÁRIA	09
2.1- Conceito em Empreendedorismo e sua Aplicação no Brasil.....	10
2.2- Contextualizando as Startups.....	11
2.3- Inovação.....	13
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	15
3.1- Instrumentos da Pesquisa.....	15
3.2- Locais de Coleta.....	15
4. RESULTADOS.....	16
5. DISCUSSÃO.....	17
6. CONCLUSÃO.....	18
7. REFERÊNCIAS.....	19

Dedico esta monografia à minha família pela fé e confiança demonstrada.

Aos meus amigos, pelo apoio incondicional.

Aos professores, pelo simples fato de estarem dispostos a ensinar.

Ao meu orientador, pela paciência, demonstrada no decorrer deste trabalho.

Enfim, a todos, que de alguma forma tornaram este caminho mais fácil de ser percorrido.

AGRADECIMENTOS

A Deus, a quem agradeço pela vida, por toda a proteção e todas as graças concedidas diariamente. Por capacitar dia após dia para realizar meus projetos, e por não me deixar entregue aos obstáculos que surgem em nossos caminhos. E a Maria, por interceder junto a Deus e sempre passar à frente dos meus planos.

Agradeço ao meu esposo Klerton e aos meus filhos Lara e Arthur por compreenderem as várias horas em que estive ausente por causa do desenvolvimento deste trabalho.

Ao meu orientador Prof. Francisco Alves de Souza Neto, agradeço imensamente pela partilha de conhecimentos, pelas palavras de incentivo, pela paciência, e por sempre me propiciar meios para que cresça cada vez mais.

As professoras Prof. Keila Costa de Sousa e Prof. Antônio Manuel Cardoso Correia por aceitarem fazer parte da minha banca de defesa de TCC. É uma honra poder ter profissionais tão bem qualificados compondo minha banca.

A todos os professores que transmitiram o conhecimento necessário para minha formação acadêmica.

Aos meus amigos do coração que a administração me deu, Milena, Mariane e Larissa. Obrigada por toda a amizade, e pelo companheirismo durante esses 4 anos, vocês foram essenciais para tornar a rotina mais leve e engraçada.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

RESUMO

A partir de um cenário de negócios de contexto global as empresas vêm sendo induzidas frequentemente às mudanças tecnológicas, por intermédio de exigências maiores de consumidores e uma economia globalizada, torna o panorama cada vez mais incerto, complexo e competitivo, fazendo também com que as empresas busquem continuamente o desenvolvimento de tecnologias. Com isso, a ampliação de recursos tecnológicos faz com que as empresas busquem cada vez mais investimentos em pesquisa e desenvolvimento, para sobrevivência e manutenção no mercado. Assim surgem as *startups* que se caracterizam por desenvolver em suas estruturas a essência inovadora em condições de incerteza que requerem experimentos e validações constantes. Este artigo possui o objetivo geral de verificar o funcionamento de *startups* no país e os problemas enfrentados para inserir na prática as ideias no mercado. Como aspecto metodológico foi utilizado como método uma pesquisa de revisão bibliográfica, com intuito de compreender a relevância do tema apresentado a partir de livros, artigos, dissertações e outros materiais científicos disponíveis e publicados. Por se tratar de um assunto atual, devido ao crescimento de *startups* e de impulso empreendedor que surgem no Brasil.

Palavras-chave: Inovação. *Startups*. Ideias

ABSTRACT

From a business scenario with a global context, companies have often been caused by technological changes, through greater consumer criteria and a globalized economy, making the panorama increasingly uncertain, complex and competitive, also making companies continually seek the development of technologies. As a result, the expansion of technological resources causes companies to increasingly seek investment in research and development, for survival and maintenance in the market. This is how startups emerge that are characterized by developing an innovative essence in their structures under conditions of uncertainty that require constant experiments and validations. This article has the general objective of verifying the functioning of startups in the country and the problems faced in putting ideas into practice in the market. As a methodological aspect, a bibliographic review research was used as a method, with the aim of understanding the relevance of the topic presented from books, articles, dissertations and other available and published scientific materials. Because it is a current issue, due to the growth of startups and the entrepreneurial drive emerging in Brazil.

Keywords: Innovation. Startups. Ideas

1. INTRODUÇÃO

O ambiente em que os negócios atuam sofrem influências constantes em virtude de diversas mudanças tecnológicas ocorridas nas últimas décadas. Com consumidores cada vez mais exigentes e o impacto de uma economia globalizada, tornou o cenário ainda mais incerto, complexo e competitivo, fazendo com que as organizações se posicionem na busca contínua de desenvolvimento tecnológico.

As empresas buscam uma maior diferenciação na atuação de suas atividades para um melhor posicionamento no mercado, com a proposta a seus clientes de novos serviços ou produtos, e para que se mantenham ainda mais competitivas, e assim, dizer que afirmar acerca da evolução tecnológica sendo desenvolvida em sua rotina. Estas empresas não medem esforços com somas maiores de investimentos em ferramentas de desenvolvimento tecnológico.

Primo (2008) define e separa o desenvolvimento tecnológico em quatro fases, utilizando nomenclaturas em comparação ao ciclo de vida dos organismos vivos ou mercadológicos como: embrionária, crescimento, madura e envelhecimento. Avaliando desde o lançamento de muitos modelos de tecnologia até onde a tecnologia alcança uma fase onde não pode mais obter incrementos no seu desempenho.

Com isso, a evolução tecnológica faz com que as empresas busquem maiores investimentos em pesquisa e desenvolvimento, para acompanhar e sobreviver no mercado. Com perfil inovador os gestores e lideranças destas empresas buscam ferramentas criativas, mesmo com entraves ainda verificados de tomada de decisão e/ou dificuldades em permitir mudanças de paradigmas existentes.

Por intermédio de novos negócios com uma visão ligada aos aspectos inovadores com uso de novas tecnologias, tem-se no empreendedorismo a força para se tornar um assunto presente no ambiente organizacional.

Dornelas (2008) afirma que “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. Já Machado (2001), afirma que a definição de empreendedor evoluiu com o passar do tempo, devido às mudanças ocorridas na área econômica mundial tornando-se mais complexa.

Em cultura essencialmente inovadora surgem as *startups* que acordo com a Associação Brasileira de *Startups* (ABSTARTUP, 2021) consiste a uma empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente resolvendo um problema

real, do mundo real. Oferece uma solução escalável para o mercado e, para isso, usa tecnologia como ferramenta principal.

As *startups* se caracterizam pelo desenvolvimento de inovações em condições de incerteza que requerem experimentos e validações constantes, inclusive mediante comercialização experimental provisória, antes de procederem à comercialização plena e à obtenção de receita, de acordo com o art. 65-A § 2º da Lei complementar nº 167, de 24 de abril de 2019 (BRASIL, 2019).

Esses modelos de negócios e empresas são reconhecidos por atuarem no mercado com ideias e gestão inovadoras, com negócios, por vezes, anteriormente nunca idealizados, ao mesmo tempo em que há um enfrentamento de mercado volátil e cheio de incertezas, garantindo ações que foquem inteiramente em seu produto ou serviço.

Segundo a ABSTARTUP, no período de 2015 a 2019 houve um aumento de 207% na criação de novas *startups*. No Brasil é possível observar o crescimento mesmo com as restrições da COVID-19, com registros no ano de 2021 14.065 *startups* distribuídas nas diversas cidades brasileiras e em diferentes mercados de atuação.

Atualmente, mais de 40% das *startups*, são voltadas para o modelo de negócios SaaS (Software como Serviço) e em seguida com 19% são oferecidas como *marketplace*. Segundo Viana (2012), as empresas brasileiras de tecnologia possuem os quesitos necessários para expansão nacional e internacional, pois o Brasil é o país mais desenvolvido em tecnologia da América Latina.

A partir deste cenário, tem-se que este artigo possui como objetivo geral verificar o funcionamento de *startups* no país e os problemas enfrentados para inserir na prática as ideias no mercado e objetivos específicos a) analisar como a inovação está diretamente ligada ao começo das startups; b) avaliar quais caminhos usaram para que a ideia obtivesse êxito e se tornasse bem-sucedida.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Esta seção consiste em realizar o levantamento teórico e literário a partir de consultas públicas disponíveis em meios físicos e virtuais de livros, artigos, dissertações ou outros materiais científicos que tenham a abordagem dos temas mais relevantes para a constituição deste artigo.

2.1 Conceitos empreendedorismo e a sua aplicação no Brasil

A abordagem da temática de empreendedorismo teve o seu início por volta dos anos da década de 1970, praticamente junto com a criação da internet. No aspecto de contexto atual, o empreendedorismo possui elevadas taxas de crescimento principalmente para empresas que buscam novos modelos de negócio.

Assim, o empreendedorismo compreende a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas (SEBRAE, 2021).

O empreendedorismo no Brasil surgiu a partir de uma abertura da economia nos anos 90, mesmo com características de não ser suficiente para que conseguissem abrir e administrar o seu negócio. Assim, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) começou a auxiliar os pequenos empreendedores que surgiam no mercado.

Como características ele pode ser nato, ou seja, nasce para obter sucesso em seu negócio, ou pode ser influenciado pela sociedade em que vive. Independente, para que este profissional obtenha sucesso em seu negócio é importante estar atento aos desafios e ter características como: facilidade para lidar com diversas situações, racionalidade, equilíbrio e coragem.

Empreendedorismo para o SEBRAE (2021), a atividade empreendedora pode ser definida como uma ação humana que pode gerar valor através da identificação de novos produtos, processos e mercados, com a criação ou expansão da atividade econômica.

Segundo Vasconcelos (2020), o Brasil é um dos países em que sua população pode ser descrita como uma das mais empreendedoras do mundo. Em 2019, o país atingiu 23,3% de taxa de empreendedorismo inicial, a maior já alcançada. Ela também é a segunda em números de empreendedores, com 38,7% da população adulta, entre 18 e 64 anos.

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019) uma pesquisa que verifica a evolução do empreendedorismo no Brasil em relação ao mundo “inovou na avaliação de motivação para empreender, não restringindo mais as opções dos brasileiros, por “necessidade” e “oportunidade”, além dessas opções também pode-se encontrar os motivos como: ganhar a vida porque empregos são escassos, fazer a diferença no mundo, construir riqueza ou renda muito alta e continuar uma tradição familiar”.

Como ferramenta mais utilizada tem-se a elaboração e constituição do plano de negócios com aliado importante para o empreendedor. Dornelas (2005) diz que “para o início de uma *startup* a função do plano de negócios é primordial, pois promove ferramentas de gestão para o planejamento e desenvolvimento”. Assim, é importante que os empreendedores tenham o conhecimento para planejar suas ações e estratégias da empresa.

Outra forma de estímulo recentemente utilizada é a constituição da cultura empreendedora em diversos segmentos a partir dos Microempreendedores Individuais (MEI), que de acordo com Dourado (2021) o número cresceu no país ao longo de 2020. Do total de 3.359.750 empresas abertas no período, 2.663.309 eram MEIs, representando um crescimento de 8,4% em relação ao ano de 2019. Os dados são do Mapa de Empresas, do Ministério da Economia. De acordo com os números, no fim do terceiro quadrimestre de 2020, existiam, no Brasil, 11.262.383 MEIs ativos. Em março de 2021 eles já respondiam por 56,7% do total de negócios em funcionamento no país.

Como dificuldade encontrada para empreendedores no Brasil, consiste ainda na grande burocracia que precisa ser enfrentada, a falta de conhecimento a respeito de negócios e gestão, o descontrole de finanças e ausência de entendimento em processos capazes de otimizar a atividade principal.

2.2 Contextualizando as *Startups*

Destacam-se, cada vez mais, o número de indivíduos capazes de criar e gerenciar *startups*, ou seja, pessoas estimuladas pela inovação e criatividade, que conseguem reconhecer grandes oportunidades de negócios e torná-las um sucesso, contribuindo ainda com desenvolvimento social e econômico do país.

Para Galdino *et al.* (2014) a *startup* é começo de uma empresa que tem como característica operar em um mercado volátil e que através de oportunidades busca resolver problemas pertinentes a este mercado.

Paul Graham (2012) atribui outro conceito sobre *startup* em que afirma ser recém fundada, não caracteriza em si mesmo construir uma empresa *startup*. Nem é necessário para uma *startup* que se trabalhe com tecnologia, ou que se tome financiamentos de alto risco (...). A única coisa essencial é o crescimento. Todo o resto que associamos com *startups* decorre do crescimento.

As *startups*, segundo Christensen (2013) possuem vantagens, entre elas, agilidade e flexibilidade na tomada de decisões, mas ao mesmo tempo possuem também limitações. Decisões mal tomadas no mercado em que opera podem acarretar em graves consequências, ou até o fim da empresa.

A respeito das características de *startups* Giordino *et al.* (2014) aborda da seguinte forma, conforme Quadro 1:

Quadro 1: Características Startups

Característica	Descrição
Falta de recursos	Recursos econômicos e físicos extremamente limitados.
Alta reatividade	Capacidade de reação rápida às mudanças de mercado e de tecnologia
Inovação	Precisam se concentrar em explorar segmentos altamente inovadores do mercado.
Incerteza	Lidam com um ecossistema altamente incerto sob diversas perspectivas
Rápida evolução	Startups de sucesso têm como objetivo crescer e se expandir rapidamente
Pressão do tempo	O ambiente incerto muitas vezes as obriga a trabalhar sob pressão constante
Dependência de terceiros	Devido à falta de recursos, dependem fortemente de soluções externas, como softwares Open Source, outsourcing, etc.
Equipe pequena	Começam com um pequeno número de indivíduos
Um produto	Usualmente as atividades da empresa gravitam em torno de um produto/serviço.
Equipe com baixa experiência	Boa parte da equipe de desenvolvimento é formada por pessoas com menos de cinco anos de experiência e muitas vezes recém-formados.

Empresa nova	A criação da empresa foi recente.
Organização completa	São geralmente centradas no fundador e todos na empresa têm grandes responsabilidades, sem necessidade de uma gestão superior.
Alto risco	Taxa de falência de startups é elevada
Não autossustentável	Especialmente em sua fase inicial, precisam de financiamento externo para sustentar suas atividades
Pouca experiência de trabalho	A base de uma cultura organizacional não está presente inicialmente.

Fonte: Giardino *et al.* (2014)

Uma *startup* é reconhecida pelo seu modelo de negócio, pela maneira como gera valor, como é capaz de transformar o seu trabalho em dinheiro e retorno financeiro. Em que gera entrega e captura valor, ações que é, certamente, indispensável para o crescimento sustentável do negócio.

2.3 Inovação

Ao abordar a temática de empreendedorismo pode-se conectar, de forma direta ou indireta ao conceito de inovação pois, certamente, esta é uma peça importante para que o empreendedor tenha embasamento para criar e manter o negócio.

Bessant e Tidd (2019) afirma que a inovação é importante, mas não acontece automaticamente. Ela é movida e estimulado pelo empreendedorismo, uma mistura de visão, paixão, energia, entusiasmo, insight, bom senso e o bom e velho esforço, que permite que ideias se transformem em realidade. Os mesmos autores ainda citam que o poder por trás da modificação de produtos, processos e serviços vem dos indivíduos, estejam eles agindo sozinhos ou inseridos dentro de organizações.

Assim, utilizam a definição como um processo que pode ser organizado e gerenciado, seja ele em um empreendimento recém-fundado ou uma empresa centenária.

Silva *et al.* (2018) afirmam que um projeto inovador deve ter seu início a partir de pesquisa interna com intuito de reunir o que já se tem conhecimento e embasada em estudos anteriores para que, assim, não tenha a necessidade imediata de recorrer a pesquisas de mercado, feitas em âmbito externo à organização.

O mesmo autor ainda ressalta que a inovação requer que os clientes alterem pensamentos, hábitos e até mesmo comportamentos próprios. A ascensão dos meios de comunicação via internet e novas tecnologias corrobora com esse cenário, visto que uma parcela da população aprecia e pesquisa novidades trazidas por esses meios.

Utilizar-se de conceitos e ferramentas da inovação atualmente consiste em uma característica comum em empresas bem-sucedidas, estas que possuem em sua característica a visualização e valorização da criatividade do capital humano como principal instrumento para assertividade. Com a constante e dinâmica mudança no mercado, essas empresas possuem as maiores médias de crescimento comparadas a outras que não inovam, obtendo assim maior participação no mercado e mais lucro.

3. METODOLOGIA

Essa seção destina-se em relatar o percurso metodológico adotado para o atingimento dos objetivos propostos. Para se chegar aos resultados dessa lacuna foi utilizado como método uma pesquisa de revisão bibliográfica, com vistas a compreender a relevância do tema, dentro do contexto atual e o crescimento de *startups* e fomento ao empreendedorismo no Brasil.

3.1 Instrumentos da pesquisa

Após a definição da temática, realizou-se inicialmente um plano de investigação que teve como propósito a busca de artigos científicos, livros, dissertações de diversos autores que tenha a interligação aos temas estudados: empreendedorismo, inovação e *startups*.

A pesquisa se caracteriza como básica, de acordo com Gil (2017), a pesquisa científica básica deve ser motivada pela curiosidade e suas descobertas devem ser divulgadas para toda a comunidade, possibilitando assim a transmissão e debate do conhecimento.

Quanto aos objetivos a pesquisa possui caráter descritivo que conforme Gil (2008) descreve a característica de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

3.2 Locais de coleta

Foram visitados sites de busca acadêmica, como Google acadêmico e Scielo, assim como livros relevantes sobre *startups*, inovação e empreendedorismo em revistas acadêmicas. A pesquisa se deu também por intermédio de fontes indiretas sobre o tema. Foram utilizados como descritores de consulta: inovação, tecnologia, empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil e *startups*.

A partir daí se fez necessária a compilação e comparação entre os dados coletados com a realização de estudos dos artigos, dissertações e livros com a abordagem sobre o tema, com a finalidade de conseguir obter um melhor entendimento sobre o assunto.

4. RESULTADOS

Os resultados foram analisados de acordo com os estudos dos dados coletados a partir da busca de produção científica a respeito das temáticas de *startups* e seu crescimento, os conceitos de inovação e empreendedorismo de forma geral e no Brasil.

Faz importante o enfoque este artigo traz dados atualizados a respeito do crescimento de *startups* e a da cultura empreendedora no Brasil.

5. DISCUSSÃO

Assim, percebe-se que é possível analisar que a evolução tecnológica possui ligação direta com a criação a manutenção da cultura empreendedora que atribui características inovadoras na sua cultura empresarial no âmbito do modelo de negócios denominado *startups*. Para isso os empreendedores precisam ficar atentos as inovações e tendências de mercado.

Nota-se que a partir do surgimento do empreendedorismo no Brasil, e que com o auxílio do SEBRAE, junto aos microempreendedores as características e apoio são mais difundidas com a ideia incorporada à manutenção e sobrevivência de forma mais sustentável.

Interligado ao empreendedorismo a inovação foi apresentada com conceitos e compreendida como característica fundamental no processo de criação de novas *startups*, influenciando também no crescimento dessas organizações.

6. CONCLUSÃO

Este artigo apresentou, a partir de revisão bibliográfica, os conceitos a respeito da criação, manutenção e crescimento das *startups* no Brasil, uma vez que o objetivo verificar o funcionamento de *startups* no país e os problemas enfrentados para inserir na prática as ideias no mercado, sendo atingido com o uso do percurso metodológico.

Durante a pesquisa observou-se que no Brasil a cultura empreendedora tem sido trabalhada por diversas frentes de iniciativas para sua aplicação, desde a conscientização à preparação do indivíduo com sua qualificação. Percebeu-se também que eles encontram dificuldades na burocracia para conseguirem iniciar uma *startup*, com a demora legal até a documentação necessária bem como o cenário de incertezas e medo ao risco em abrir um novo negócio e a busca por investidores.

Para que as *startups* possam ter um melhor desenvolvimento e desempenho faz necessária a criação de um ecossistema mais consistente, em que estas organizações possuam maior auxílio, junto a fontes investidoras e que apoiem as ideias viáveis, pois a partir disso podem gerar valor para si e para as outras *startups* do país.

7. REFERÊNCIAS

ABSTARTUPS. **Associação Brasileira de Startups**. Disponível em: <http://www.abstartups.com.br>>; Acesso em: 15 jan. de 2022.

BESSANT, John. TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

BRASIL. **Lei complementar nº 167**, de 24 de abril de 2019. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/web/dou/-/lei-complementar-n%C2%BA-167-de-24-de-abril-de-2019-85051233#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20Empresa%20Simples,e%20instituir%20o%20Inova%20Simples.>> Acesso em 19 jan. 2022.

CHRISTENSEN, Clayton. **The innovator's dilemma**: when new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press, 2013.

DOURADO, Felipe Caian. **Empreendedorismo no Brasil cresce em meio à pandemia**. Disponível em: <<https://www.iesb.br/noticias/empreendedorismo-no-brasil-cresce-em-meio-a-pandemia/>>. Acesso em 21 jan. 2022.

GIARDINO, Carmine et al. **What do we know about software development in startups? Software, IEEE**, v. 31, n. 5, p. 28-32, 2014.

VIANA, R. B. C. **A estratégia na incerteza**: explorando cenários para empresas recém criadas no mercado brasileiro de tecnologia da informação. Reuna, v. 17, n. 3, p. 85–98, 2012.

GRAHAM, P., Startup = Growth, 2012. Disponível em <<http://www.paulgraham.com/growth.html>> Acesso em 19 jan. 2022.

SEBRAE. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** SEBRAE, Santa Catarina, 29 de jun. 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>> Acesso em 19 jan. 2022.

SILVA, Fabiane Padilha da Silva. *et. al.* **Gestão da inovação**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

VASCONCELOS, Esther. **Empreendedorismo**: Brasil é um dos países que mais abrem negócios no mundo. 16 jul. 2020. Disponível em:

<<https://www.jornalcontabil.com.br/brasilum-dos-paises-mais-abrem-negocios-no-mundo/>>.

Acesso em 20 jan. 2022

