



Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

A Falência Precoce das Startups no Brasil

Isabela Gênova dos Santos¹

João Victor Silva Almeida¹

Nicolly Cubas de Souza¹

Vitoria Regina dos Santos Gonçalves¹

Sérgio Montagner²

Paulo Vinícius Farina Machado³

startupsgrupo6@gmail.com

¹Alunos do Curso de Administração, Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi; Unidade Atibaia

²Professor Orientador Sérgio Montagner, Curso de Administração, Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi; Unidade Atibaia

³Professor co-Orientador Paulo Vinícius Farina Machado, Curso de Administração, Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi; Unidade Atibaia

Resumo: Startup é um termo designado às novas empresas que surgem com o propósito de promover inovação e qualidade, com recursos limitados e por meio da tecnologia. Eric Ries define uma Startup como “uma instituição humana concebida para criar um novo produto ou serviço em condições de extrema incerteza”. Diante do atual cenário brasileiro, tem-se que a falência precoce das Startups vem se tornando agravante. Problemas como má gestão, ausência de planejamento, insuficiências financeiras e qualificação profissional desencadeiam a desproporção entre o número de Startups cadastradas e quantas dessas prosseguem com o negócio. O presente artigo tem como objetivo central realizar estudos e pesquisas embasados em dados efetivos e, assim, sugerir uma nova visão de negócio direcionada a novos empreendedores, para que a problemática seja solucionada.

Palavras-chave: Inovação. Gestão. Empreendedorismo.

1. Introdução

Com a expansão das ferramentas tecnológicas, as empresas foram submetidas a novos meios de empreender. A inovação tem seu marco inicial no século XVIII, com a Revolução Industrial e em 1969, com a criação da internet. De 1990 aos anos atuais, mediante à inovação, surgiram novos produtos e novas formas de realizar as atividades. Inovação é:

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

“Introdução no mercado de produtos, processos, métodos ou sistemas não existentes anteriormente, ou com alguma característica nova e diferente daquela até então em vigor, com fortes repercussões socioeconômicas” LEITÃO; MELO (2010),

O termo “Startups” designa às empresas que têm como foco principal a inovação, ou seja, empresas que passam diariamente por estes avanços tecnológicos. O objetivo central desse modelo de empresa, é criar um negócio próspero e capaz de mudar o mundo (RIES, 2011).

Suas atividades são direcionadas ao público-alvo que pode ser classificado como B2B (negócios para negócios), B2B2C (negócios para negócios e consumidores) e B2C (negócios para o consumidor).

Inovação, incerteza, escalabilidade, rentabilidade e flexibilidade são os tópicos centrais que devem ser levados em conta quando se fala sobre Startups. São empresas que não utilizam uma “fórmula do sucesso” e apostam no diferencial, por isso são denominadas como inovadoras, porém, pelo mesmo motivo, são empresas com grandes incertezas. São rentáveis e flexíveis, pois seu trabalho pode ser repetido em escala e ajustado conforme as necessidades de cada cliente.

Seu processo de criação e desenvolvimento se baseiam na tecnologia e no uso limitado de recursos. De maneira que empresas como essas têm ênfase no ramo digital, a priori, seus investidores buscam um modelo de empresa escalável, em que o faturamento deve ser mais relevante do que sua infraestrutura. A função de uma Startup é *“a receita crescer mais do que as despesas”*. (João Kepler, 2023)

Existem Startups denominadas como Unicórnios, que são empresas privadas raras no mercado, capazes de expandir rapidamente com alto capital. Relacionado a isso, existem os investidores-anjo, ou *business angel*, pessoas que dispõem recursos financeiros a negócios que estão na fase inicial, mas que possuem grande potencial no mercado.

O ciclo de vida de uma Startup é determinado por preceitos, com o intuito de prevenir futuras falências, já que estas empresas apresentam um índice maior de falirem nos cinco primeiros meses de atuação.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

Diante disso, é crucial ferramentas estratégicas de planejamento e gestão, aplicadas durante todo o processo de crescimento do negócio. Entretanto, a maioria dos empreendedores iniciais não tem ciência dos processos e estratégias pelos quais uma empresa é submetida a passar. Este, dentre outros, é um ponto que leva à falência precoce das Startups.

1.1 Contexto Histórico

As empresas do segmento Startups foram descobertas no Vale do Silício, uma região localizada no Estado da Califórnia (Estados Unidos), tendo como bandeirantes William Shockley e Frederick Terman. William Shockley fundou a sua empresa no local, a “Shockley Semiconductor Laboratories”. E Frederick Terman, durante 1940 e 1950, incentivou alunos e professores a fundarem suas próprias empresas.

A localidade é conhecida por ter abrigado empresas bem-sucedidas como Google, Apple, Microsoft e Facebook, e estes grupos comerciais são exemplos de Startups que, em seu primórdio, surgiram com ideias inovadoras e poucos recursos financeiros.

O Vale do Silício surge em 1950, entretanto, o termo Startup populariza-se na década de 90 com a chamada “bolha da internet”, onde vários empreendedores tinham ideias inovadoras que, em sua grande maioria, estavam relacionadas à tecnologia.

Em terras brasileiras, as Startups surgem durante o século XXI, desenvolvendo-se mediante o avanço da tecnologia e informação, alavancando a expansão deste setor a partir de 2010.

Uma das Startups pioneiras fundada no Brasil é a empresa F2B, inaugurada no ano 2000, que oferecia prestação de serviços financeiros on-line. A empresa foi fundada por norte-americanos que atuavam no desenvolvimento de soluções de pagamento e serviços financeiros online.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

1.2 Cenário Brasileiro

No Brasil, o conceito de Startups vem se popularizando cada vez mais, com nomes como iFood, Nubank e PagSeguro. Segundo a Associação Brasileira de Startups (Abstartups), o número de Startups cadastradas aumentou de 4.100 para 12.700 nos anos de 2015 a 2019.

No presente momento, o Brasil possui cerca de 14 mil Startups cadastradas e, de acordo com um Mapeamento do Ecosistema Brasileiro efetuado em 2021, pôde ser observado que 51,1% das Startups estão localizadas na região sudeste, sendo 32,5% no estado de São Paulo. Além disso, é notório um cenário restringido, onde 73,8% das empresas foram fundadas por homens e 69% por pessoas brancas.

Das Startups brasileiras, 9% são voltadas para a educação, 6% para finanças, 5% para saúde e bem-estar e 7% é direcionada para outros serviços. Destas empresas, 41% são SaaS (Software como Serviço) e 19% são Marketplace – espaço online de compra e venda.

Mesmo após a pandemia da COVID-19 em que muitas empresas foram prejudicadas e muitos empreendedores desestimulados, o ramo de Startups continuou crescendo. Afinal, foi uma vivência prática do modelo de Startup: investir com poucos recursos e através da tecnologia.

Durante esse período incerto, entrou em vigor o Marco Legal das Startups e do empreendedorismo inovador (nome dado à Lei Complementar nº 182, sancionada em 2021), em que se busca criar e oferecer um ambiente favorável para as empresas inovadoras.

Porém, em um país em que se busca estabilidade financeira, um empreendimento incerto causa questionamentos. Investir em Startups tem se tornado um processo mais complexo, pela exigência dos acionistas, decorrentes da normalização de políticas monetárias e dos conflitos geopolíticos. Essa problemática se torna ainda mais agravante quando empresas desse ramo não conseguem prosseguir com o negócio.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

Segundo a Abstartups, existem cerca de 14 mil Startups cadastradas. Todavia, fontes como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) afirmam que cerca de 90% dessas empresas vão a falência. Diante das problemáticas levantadas, tem-se a construção de um material de caráter informativo.

O conteúdo do E-book abordará conceitos auxiliares para o crescimento de uma Startup e uma gestão eficiente, que se desenvolve com o propósito de direcionar e auxiliar empreendedores em seu estágio inicial e para aqueles ativos na área, mas que almejam consolidar sua empresa.

A estrutura do material informativo será elaborada dentre dez capítulos, nos quais serão abordados tópicos como o conceito de uma Startup, suas incertezas, o Modelo Startup Enxuta, táticas de gestão e marketing e plano de negócio. Contendo conceitos e estratégias, tendo como público-alvo gestores e empreendedores que buscam criar um negócio próspero e capaz de mudar o mundo.

2. Desenvolvimento

Seguindo a ideologia de Aldous Huxley, filósofo inglês, “os fatos não deixam de existir só porque são ignorados”, a problemática encontrada não poderia ser desconsiderada e deveria ser solucionada.

A elaboração do projeto deu-se início após uma reunião com o co-orientador. De imediato, o tema idealizado se baseava na fuga das Startups para o exterior. Quando mencionada a ideia proposta, outro tema tornou-se mais agravante: A falência precoce das Startups no Brasil.

Diante disso, iniciou-se o processo de estudo e pesquisa. Em primeiro plano, foi realizada a fase de pesquisa exploratória, com intuito de validação das hipóteses levantadas, formalizando a justificativa do projeto. Por conseguinte, métodos de pesquisa bibliográficos se fizeram presente, por meio dos fichamentos e plano de pesquisa. E, por último, a pesquisa explicativa que identificou os fenômenos causadores da falência precoce de uma Startup.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

2.1 O ato de empreender

No atual sistema capitalista, existem quatro formas de gerar lucros que, segundo Kiyosaki (2001), são: sendo empregado, sendo autônomo, sendo o dono ou sendo investidor. No atual contexto, será estudado sobre a terceira forma.

Segundo José Dornelas (2005) – um dos maiores especialistas brasileiros em empreendedorismo –, “empreender tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e começa algo novo”. Seguindo essa ideologia, o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, juntando-se, levam à transformação de ideias em oportunidades.

Além do mais, é um tema que vem se tornando ainda mais corriqueiro. Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), projeto de pesquisa e divulgação de informações relacionadas a empreendedorismo, o Brasil possui a terceira maior população empreendedora dentre os 54 países analisados. Portanto, pode-se o investimento em pessoas empreendedoras.

De acordo com o SEBRAE (2010), as dez características empreendedoras são: busca de oportunidades e iniciativa, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, persistência, comprometimento, busca de informações, planejamento e monitoramento, persuasão e rede de contatos e, por último, independência e autoconfiança.

A partir disso, é frequente a confusão entre empreendedor e administrador. “O trabalho do administrador ou a arte de administrar concentra-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar” (DORNELAS, 2005), ou seja, os administradores de diferem em dois aspectos: nível hierárquico e conhecimento. A maior diferença está no fato dos empreendedores serem mais visionários do que os administradores.

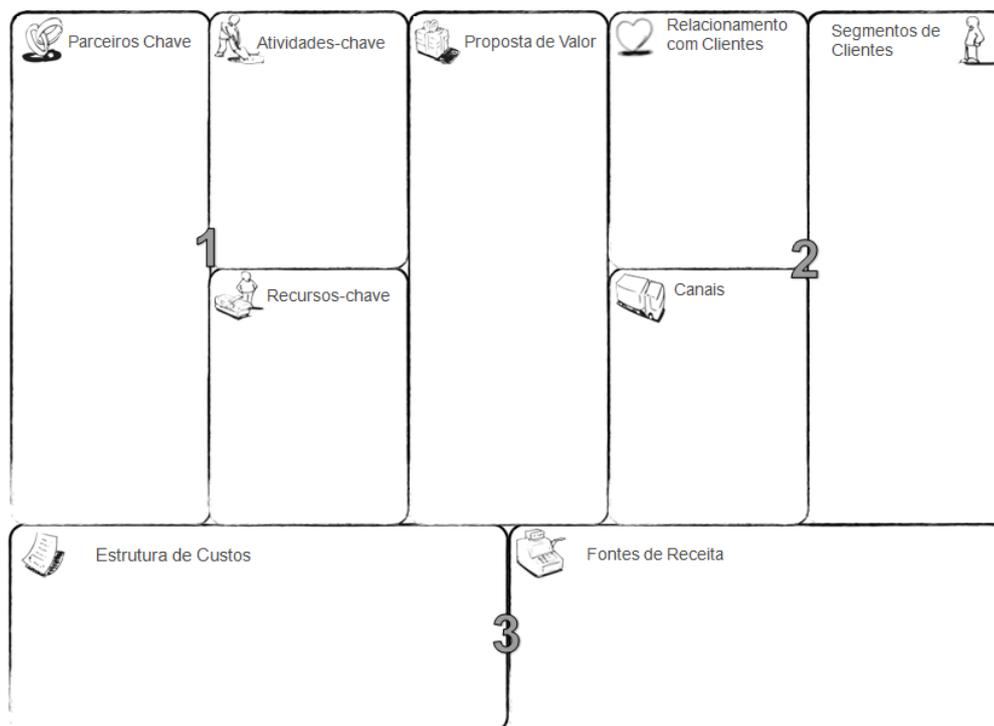
2.2 Método Canva

Um outro caminho ao tradicional plano de negócios, é o *Business Model Canvas*, ou apenas *Canvas*, elaborado por Alexander Osterwalder. Tal modelo tem

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

Como função demonstrar se uma Startup está evoluindo ou não, através da aprendizagem validada – “aprendizagem embasada em dados empíricos coletados de clientes reais” (RIES 2011).

Figura 1 – Business Model Canvas.



Fonte: Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation. Inovação em Modelos de Negócios. Rio de Janeiro: Alta Books.

Na figura 1, é demonstrado o modelo Canvas. Seguindo esse pensamento, esse modelo é dividido em nove blocos: segmentos de clientes, proposta de valor, canais, relacionamento com os clientes, fontes de receita, principais recursos, atividades chave, principais parceiros e estrutura de custo. Todos esses campos abrangem as quatro áreas necessárias para um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e finanças.

Os autores utilizaram ideologias do Design Thinking, que é frequente na elaboração de produtos. A abordagem de se “pensar como um design”, estimula a

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

criatividade, curiosidade, validações interativas e o foco no cliente. Com ênfase no último tópico, para que as evoluções da empresa estejam sempre ligadas a ele.

Osterwalder e Pigneur (2011) defendem que os modelos de negócio podem ser descritos com mais clareza. A partir disso, esta é uma ferramenta simples e visual que mostra como a empresa cria, entrega e captura valor (produto/serviço), identificando forças externas como concorrentes, clientes, governo, economia e política.

2.3 Modelo Startup Enxuta

O método *Lean* surgiu diante de uma evolução das necessidades industriais de acordo com as variáveis de cada ambiente. Tem como um de seus pilares o método JIT (*Just in Time*), criado por Taiichi Ohnu, vice-presidente da multinacional Toyota. Tal método visa a produção por demanda. Visto isso, o método *Lean Startup* também é uma evolução, porém relacionada com o gerenciamento das Startups.

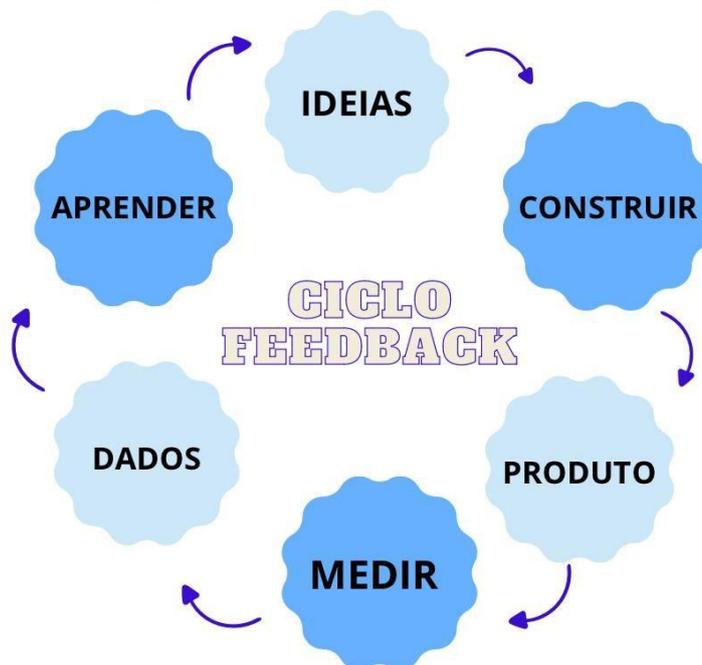
A Startup Enxuta ou *Lean Startup* visa evoluir processos gerenciais e elaborar um produto de grande demanda, que deve ser explorada, através de pesquisas de campo e, principalmente de conhecimento do mercado. Ambos com ênfase no reconhecimento de fraquezas, forças, oportunidades e ameaças.

O método fundado por Eric Ries tem como desígnio a elaboração de uma estrutura enxuta, buscando a prevenção de possíveis desperdícios, em que, caso ocorra falhas, os prejuízos são menores para as organizações. Segundo Paiva (2012a), é preciso levantar hipóteses de problema e de solução, para não criar um produto para variação.

Em sua essência, Startups são canalizadoras que moldam ideias e as transformam em produtos. De acordo com o autor do livro, produtos são experimentos. Mediante à interação dos clientes com os produtos, feedbacks de cunho qualitativo ou quantitativo passam a existir. É possível visualizar um ciclo de feedback que consiste em construir, medir e aprender.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

Figura 2 – Ciclo de Feedback.



Fonte: RIES, Eric. 2011.

Na Figura 2, o início do processo vem a partir da ideia do empreendedor. Em seguida, ocorre o processo de construção até chegar no produto idealizado. Seguindo a ordem apresentada, o próximo passo é medir, onde se é realizada as fases de teste, em que os gastos e despesas são colocados em xeque, questionando se valem a pena ou não, desencadeando o próximo tópico: feedback – momento em que elogios, críticas e sugestões serão coletados. E, por fim, a fase de aprendizagem que deve realizar as filtragens dos dados coletados no tópico anterior, buscando sempre melhorar o seu produto.

As Startups devem avaliar precisamente o cenário em que se encontram, possibilitando a adaptação rápida e segura, evitando possíveis atritos na empresa. É necessário testar os produtos repetidamente, até aqueles que não alcançaram o sucesso, afinal de contas, um produto pode funcionalidade, porém pode não ter um público-alvo específico. Essa vertente possibilita ao empreendedor enxergar seu objetivo de maneira clara.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

Em seus conformes, é necessário levantar alguns questionamentos como quais atividades geram valor e quais geram desperdício constantemente, pois, com isso, é possível iniciar os métodos de uma Startup Enxuta, com o intuito de dissolver o desperdício de materiais, tempo e dinheiro.

2.5 Proposta de Solução: “Das Incertezas ao Sucesso”

Visto que um E-book é uma ferramenta adaptável e de rápido e fácil acesso, este formato foi designado à proposta de solução, visando alcançar o maior número de empreendedores, sejam eles iniciais ou prósperos.

Gráfico 3 – E-bbok: “Das Incertezas ao Sucesso”



Fonte: Do Próprio Autor, 2023.

O E-book nomeado como “Das Incertezas ao Sucesso”, leva esse nome por definir a essência de uma Startup. Dentre as inúmeras mentes empreendedoras, muitos não possuem conhecimento acerca de como iniciar o seu negócio. A partir disso, essa ferramenta servirá como um material de auxílio a essas pessoas.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

A partir do segundo capítulo, dá-se início às explanações teóricas. Neste mesmo capítulo, é abordado o conceito de Startup e os tópicos relacionados à ela – incertezas, estilo de negócio, estrutura. Sua importância se dá, pelo fato de que muitos empreendedores almejam entrar nesse ramo, mas desconsideram suas características básicas. O terceiro capítulo dá continuidade ao segundo, já que apresenta o conceito de uma Startup Unicórnio, outra vertente desse ramo de empresas.

No quarto capítulo, é apresentado o processo de criação. Nele, os empreendedores ficam cientes de como colocar sua Startup no mercado e identificar em qual fase ela se encontra. Seguido a isso, está o quinto capítulo, onde se encontram dez dicas para prosperar a empresa.

Como sequência do sexto capítulo sobre a importância do tema, vem o sétimo capítulo, falando sobre o modelo Startup enxuta. Esse método é uma ferramenta essencial para qualquer tipo de empresa, pois visa o uso daquilo que realmente é eficiente, evitando desperdícios.

Os capítulos oito e nove apresentam conceitos fundamentais sobre investimentos e concorrência. A partir deles, é possível identificar o tipo de mercado que a empresa estará localizada, identificando possíveis problemas e soluções.

No décimo capítulo, são expostas táticas de gestão, que são fundamentais para todos os tipos de empresa, pois, para se ter uma equipe eficiente, a gestão deve ser a base. Segundo Sun Tzu (500 a.C.), “aquele que os domina, vence; aquele que não os domina, sai derrotado”.

O marketing é o foco do décimo primeiro capítulo, isso porque uma das falhas das Startups está relacionada ao tema. Além do mais, o marketing é essencial para qualquer ramo, pois é o que define um profissional e o seu trabalho.

No décimo segundo capítulo, é apresentado um modelo de plano de negócios, denominado como Modelo Canvas, que serve como um guia para o gestor e, sem ele, os riscos de falhar aumentam.

Todos os capítulos com o principal intuito: unir conceitos – de autores que são referência na área – para servir como um guia aqueles que querem começar algo ou para aqueles que querem aprimorar seus conhecimentos.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

3. Resultados e Análise de Pesquisa

O presente artigo tem como resultado esperado a mudança de estratégias antes utilizadas pelas Startups e, conseqüentemente, a diminuição da porcentagem de falência precoce que existe nesse ramo.

Além da falta da diversidade nos times das Startups, pôde-se também observar outro ponto que se sobressai: a sua falência precoce. A partir do problema levantado, pesquisas quantitativas foram feitas, através do central das Startups - Abstartups, a fim de justificar os motivos pelos quais esse tipo de empresa fale no cenário brasileiro.

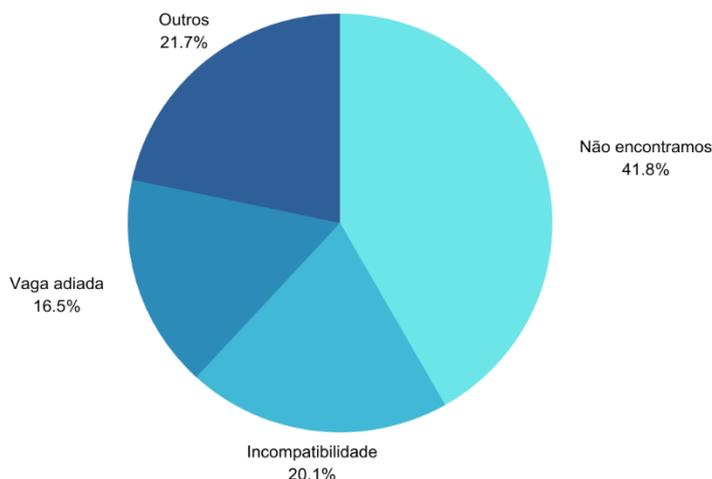
3.1 Causas da falência precoce das Startups no Brasil

Como principais motivos para a falência precoce das empresas desse ramo, tem-se: estratégias de marketing defasadas, planejamento estratégico inadequado, escassez de recursos financeiros, ausência de organização, falta de equipe qualificada, gestão ineficaz, recusa de investimentos e despesas desorganizadas.

A maioria das Startups tem uma teoria sólida, mas não consegue concretizar a prática. Ter uma ideia inovadora e não saber aplicá-la, é o mesmo do que não saber empreender. Por isso a importância de métodos de planejamento estratégico como o modelo Canvas.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

Gráfico 1 – Motivo da Não Realização das Contratações Necessárias.



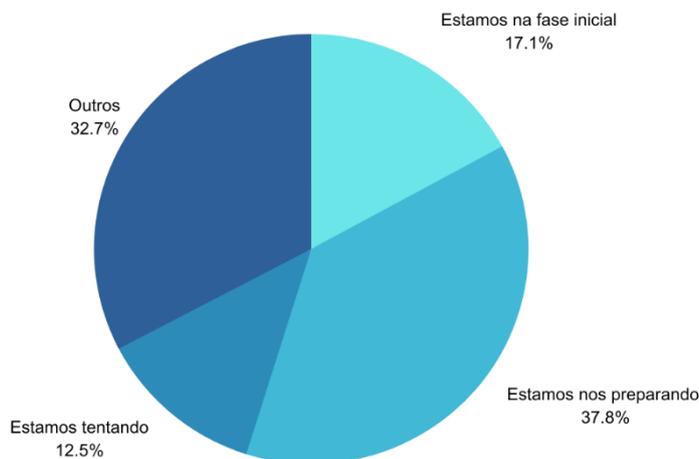
Fonte: Abstartups, 2023.

Para um planejamento estratégico eficiente, se faz necessária uma equipe de gestores e funcionários engajados. No gráfico 1, é possível observar que uma das principais justificativas para não se realizar contratações necessárias, é por não encontrar funcionários que se encaixem nesse perfil. Ali se faz presente a necessidade de os gestores manterem esse critério, para que não haja prejuízos futuros. E, pelo lado dos funcionários, é preciso se qualificar e se adequar aos níveis exigidos. Para isso a necessidade da criação de ferramentas que auxiliem ambos.

A falta de capital nos primeiros anos de elaboração e atuação das empresas é algo que, de certa forma, desmotiva a equipe. Muitas empresas recebem investimentos de suas famílias e amigos para começar. Por outro lado, algumas Startups preferem não receber tal ajuda e arcar com seus erros, o que pode prejudicar seu futuro.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

Gráfico 2 – Motivos de Não Receber Investimento.

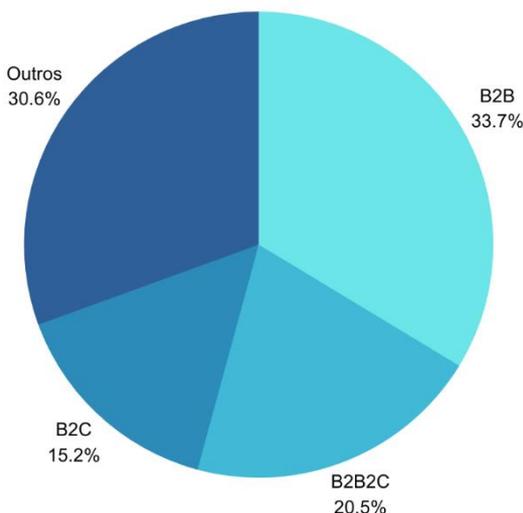


Fonte: Abstartups, 2023.

O gráfico 2 relata o motivo de uma Startup não receber investimentos. A resposta mais agravante foi a de estarem se preparando para começar. É importante e necessário que haja preparação antes do negócio alavancar, mas investimentos são essenciais, pois eles fortalecem a empresa. Por isso, fazer essa escolha gera possíveis falências. Conseqüentemente, sem investimentos, não é possível atender por completo o seu público-alvo.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

Gráfico 3 – Startups por Público-alvo.

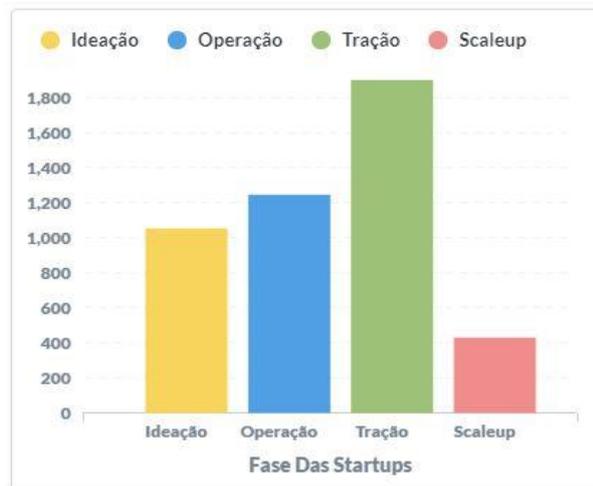


Fonte: Abstartups, 2023.

O terceiro gráfico mostra os principais tipos de público-alvo das Startups. Em primeiro lugar, está o B2B (Business to Business), em que os serviços acontecem de empresas para empresas. Em seguida, está o B2B2C (Business to Business to Consumer), que acontece entre Empresas e, depois entre consumidores. E, em terceiro, está o B2C (Business to Consumer), com a relação entre empresas e consumidores. Esses dados servem como referências para decifrar o tipo de público-alvo das Startups - no caso, o B2B. Um erro das Startups no geral é não saber avaliar e trabalhar com o público que as torna fortes.

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

Gráfico 4 – Fase Das Startups.



Fonte: Abstartups, 2023.

O quarto gráfico mostra em que fase as Startups estão. Em primeiro lugar, vem a fase de tração – momento em que se tem foco no crescimento e na escalabilidade. Em seguida, está a fase de operação – construção da base de clientes. Em terceiro lugar, vem a fase da ideação – validação do negócio e teste da hipótese. E, por último, a fase Scaleup – depois do crescimento, com foco em investimentos. Aqui se faz importante o entendimento de cada fase, para que as Startups não pulem nem se quer uma etapa, para que assim haja sucesso.

4. Considerações Finais

Por intermédio deste Trabalho de Conclusão de Curso, foi possível observar que a carência de planejamento estratégico é um agravante para a falência precoce das Startups no Brasil. Atualmente, novos empreendimentos surgem deliberadamente, entretanto, a maioria não vinga e acaba falindo.

Saber prosperar um negócio tem se tornado cada vez mais complexo. Empreendedores desse ramo têm foco no lucro futuro, porém não se dedicam e aplicam suas táticas no presente. Por trás de suas ideias inovadoras, existem

Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

empecilhos que fazem com que a falência precoce se torne cada vez mais frequente.

No entanto, agregado às pesquisas exploratórias e bibliográficas, obtiveram-se as causas da mortalidade precoce destas empresas, e fora identificado um auxiliador para resolução da problemática: a ferramenta chamada “Das Incertezas ao Sucesso”, elaborada em formato de um E-book e destinada aos empreendedores que almejam maior consolidação da sua empresa.

Ao compreender as razões por trás da falência, alguns métodos de organização e estruturação foram estudados minuciosamente, a fim de idealizar - de forma cronológica - os tópicos necessários por parte dos gestores.

Assim, os fatos não serão ignorados e poderão ser amenizados.

Referências Bibliográficas

ALVES, T. R.; DUARTE, J.C. **A utilização do modelo de negócios e plano de negócios pelas Startups**. Caderno PAIC, [S.l.], v. 17, n. 1, p. 117-130, 2016. Disponível em: <<https://cadernopaic.fae.edu/cadernopaic/article/view/207>>. Acessado em: 06 mar.2023.

GALDINO, Rafael. **O que é e como montar um plano de gestão empresarial**. Disponível em: <<https://meusocialpost.com.br/blog/o-que-e-plano-de-gestao-empresarial/>>. Acessado em: 06 mar.2023.

GDOOR. **Gestão empresarial: como elaborar um plano de negócios**. Disponível em: <<https://gdoor.com.br/gestao-empresarial-plano-de-negocios/>>. Acessado em: 06 mar.2023.

KEPLER, João. **O grande negócio por trás das Startups**. Disponível em: <<https://youtu.be/3Vvkg9ZmpfY>>. Acessado em: 01 mar.2023.



Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

NOGUEIRA, Vanessa; ARRUDA, Carlos. **Causas da mortalidade das Startups brasileiras**. Disponível em: < https://www.fdc.org.br/conhecimento-site/blog-fdc-site/Documents/Causas_da_mortalidade_das_startups_brasileiras.pdf >. Acessado em: 28 fev.2023.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas** / Eric Ries; [tradução Texto Editores] – São Paulo: Lua de Papel, 2012.

RISCHIONI, G. A; NUNES, J. J. S; BATISTA, L. F; LUCINDO, V. M. de B. **Startup: tendência de negócio no Brasil**. Refas - Revista Fatec Zona Sul, 7(1), 19–36. Disponível em: <<https://www.revistarefas.com.br/RevFATECZS/article/view/44>>. Acessado em: 16 jun.2023.

ROCHA, Ronalty. **Estratégias de Inovação para Startups**. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/8672/2/RONALTY_OLIVEIRA_ROCHA.pdf>. Acessado em: 16 jun.2023.

PINTO, R.S.; ROSA, F.N.; ARAÚJO, M.B.; JUNGER, A.P. **Lean Startup: O método de gestão das Startups**. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/casoseconsultoria/article/view/22670/13232>>. Acessado em: 06 mar.2023.

POVO, Gazeta do. **Falência das Startups: Quais são os gargalos que impedem o crescimento de boas ideias**. Disponível em: < <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/gazzconecta-colab/falencia-das-startups-gargalos-impedem-crescimento-boas-ideias//>> >. Acessado em: 28 fev.2023.



Escola Técnica Prof. Carmine Biagio Tundisi

SARFATI, Gilberto. **O segredo do sucesso das Startups**. Disponível em: <https://youtu.be/_QAP5n6KC_o>. Acessado em: 28 fev.2023.

SILVA, Aline; LACERDA, Carla; SOARES, Giovana; APAZA, Limbert; SANTANA, Lohana; SIQUEIRA, Maykon. **Startup**. Disponível em: <http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/11754/1/administracao_2022_2_alinerosadasilva_startup.pdf>. Acessado em: 16 jun.2023.