

ANÁLISE DAS MOTIVAÇÕES E PERSPECTIVAS DE UM CASE DE *STARTUP* DO SEGMENTO DE *DELIVERY*

Victória Pinheiro Barbosa¹ Francisca Joselânia da Silva Bento² José Guilherme Moraes de Sousa³
Geison Calyo Varela de Melo⁴ Edivaldo Rabelo de Menezes⁵

¹Curso de Administração - CAD

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN – Pau dos Ferros/RN – Brasil
victoriapinho@alu.uern.br

²Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública e Gestão de Pessoas
Núcleo de Estudos Organizacionais do Alto Oeste Potiguar – NEOP – Pau dos Ferros/RN – Brasil
joselaniabento@gmail.com

³Curso de Administração - CAD
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN – Pau dos Ferros/RN – Brasil
joseguilherme@alu.uern.br

⁴Curso de Administração - CAD
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN – Pau dos Ferros/RN – Brasil
geisoncalyo@uern.br

⁵Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual - PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – Aracaju/SE – Brasil
professordivaldorabelo@gmail.com

Resumo

Nas últimas décadas, diversas mudanças foram visualizadas no mercado como um todo, surgindo novos modelos de negócios, entre eles, as Startups. Dessa forma, o objetivo do estudo consiste em identificar as motivações e perspectivas de um empreendedor de uma Startup do segmento de logística e mobilidade urbana. E para tanto, realizou-se um estudo descritivo, qualitativo e de levantamento, por meio de uma entrevista semiestruturada, com base nas dimensões de Idealização, Desenvolvimento e Perspectivas, com um empreendedor de uma startup do segmento de logística e mobilidade urbana (delivery), localizada na cidade de Mossoró/RN. Os resultados apontam que as startups compreendem tipos de negócios de incertezas e alto risco, mas para o caso específico, tornou-se um negócio promissor e em constante expansão. Além disso, as principais motivações percebidas compreendem as influências recebidas, insatisfação com o mercado, busca pelo bem-estar pessoal e profissional, impacto que causou na sociedade, reconhecimento, amadurecimento e realização pessoal e profissional. Já em relação as perspectivas, percebe-se que apesar das mudanças e desafios, as conquistas e superações estão sempre presentes, mostrando uma tendência de crescimento da startup.

Palavras-chave: startups; motivações; perspectivas.

1 Introdução

Nos últimos anos, as mudanças ocorridas na sociedade têm causado um novo delineamento dos mercados e o sistema capitalista no qual o mundo é envolvido atualmente, necessita de um fator básico de desenvolvimento e esse fator é o empreendedorismo, que segundo Schumpeter (1942), esse sistema possui em si um processo de destruição criativa, onde sempre está em constante desenvolvimento, surgindo novos métodos e produtos, trocando o velho pelo novo.

O campo de atuação dos empreendedores se concentra em zonas de riscos cada vez maiores, provocando o desenvolvimento de um novo modelo de negócios, conhecido por *Startups* e mesmo em um ambiente de incerteza que torna-se propício a abraçar as oportunidades, desenvolvem seus produtos e/ou serviços com o intuito de suprir as necessidades do mercado, aquecer a economia de diversos setores ligados a produção de bens manufaturados e serviços de tecnologia, gerando emprego e renda para população (OECD, 2013; VENTURE PULSE, 2017).

Dessa forma, essas mudanças evidenciam as diferenças existentes entre o novo perfil de empresas e negócios ditos como convencionais, ou seja, aqueles que não envolvem a criação de novas ideias e soluções, tendo como resultado um crescimento menor, pois encaram menos riscos e maior concorrência. Com isso, a motivação para o empreendedorismo de *startups* corre ao contrário ao tradicionalismo mercadológico, da inerte mobilidade e da segurança da zona de conforto, com vistas as perspectivas de continuidade (MCADAM; MCADAM, 2008; RIES, 2012).

Com base na contextualização exposta, o desenvolvimento do estudo busca responder ao seguinte questionamento: **Quais as motivações e perspectivas de um empreendedor de uma Startup do segmento de logística e mobilidade urbana?** E para tanto, o objetivo da pesquisa consiste em identificar as motivações e perspectivas de um empreendedor de uma *Startup* do segmento de logística e mobilidade urbana. Assim, a ideia relacionada aos principais aspectos ligados as motivações e perspectivas de uma *startup*, se concentra numa visão voltada para a criação e continuidade de um negócio dessa natureza.

Assim sendo, o desenvolvimento da pesquisa justifica-se pela necessidade de incrementar as discussões acerca dos estudos de *startups*, empreendedorismo e os novos modelos de negócios, com vistas a identificação dos principais aspectos relacionados, como motivações e perspectivas, abordadas no presente estudo. Verifica-se ainda que, a abordagem da motivação no contexto dos negócios, estão cada vez mais sendo debatidos e levados em consideração no que diz respeito a prosperidade dos empreendimentos, bem como norteadores para novas perspectivas.

No que diz respeito a estruturação do artigo, além desta introdução, o estudo apresenta uma discussão bibliográfica sobre os principais aspectos, motivações e perspectivas das *startups*, seguida de uma seção com as principais abordagens metodológicas e dos resultados encontrados no estudo, bem como as considerações finais e por fim, as referências utilizadas na pesquisa.

2 Startups: principais aspectos, motivações e perspectivas

De acordo com Blank (2010) *startup* é considerada como um negócio de modelo escalável e repetível. Nessa perspectiva, são projeções humanas idealizadas para produzir produtos ou serviços inovadores, em circunstâncias de extrema incerteza (RIES, 2012). A Associação Brasileira de *Startups* (ABSTARTUPS, 2017) enfatiza a utilização da tecnologia como principal ferramenta dessas organizações, destacando a característica de solucionar problemas do cotidiano e gerar valor aos seus clientes.

Dessa forma, as *startups* são categorizadas a partir do seu público alvo e por fases, como descritas no Quadro 1, que facilitam a identificação do estágio de maturidade desses negócios.

Quadro 1 – Público alvo e Fases de uma *Startup*

PÚBLICO ALVO	B2B	<i>Business to Business</i> : Consistem em negócios que se propõem a atender outras empresas.
	B2C	<i>Business to Consumer</i> : Possui foco voltado para os consumidores finais.
	B2G	<i>Business to Government</i> : Estabelecem relações comerciais com o governo.
FASES	Ideação	A validação do negócio: testar hipóteses, analisar e avaliar a aceitação do seu produto ou serviço.
	Operação	Expandir o alcance: o produto/serviço disponível no mercado, buscar clientes, investidores e programas de aceleração e incubação.
	Tração	Escalabilidade: expandir e amadurecer no mercado, mantendo a essência do negócio.
	<i>Scale-Up</i>	Topo da cadeia: a empresa obtém crescimento de 20% em três anos consecutivos.

Fonte: Adaptado de Morais (2020) e Carrilo (2020).

O desenvolvimento de uma *startup* depende de alguns pilares estruturais, tais quais: fontes de capital; talento e mão de obra qualificada; cultura empreendedora; densidade de ambientes de inovação, como aceleradoras e incubadoras; ambientes regulatórios, ágeis e modernos; acesso ao mercado e diversidade como fonte criativa. Assim, quando agrupados e desenvolvidos em conjunto formam uma espécie de ciclo, denominado de ecossistema de empreendedorismo inovador, que funciona como uma estratégia para obtenção de melhores resultados (MATOS; RADAELLI, 2020).

No Brasil, o número de *startups* cresce gradativamente, no mapeamento realizado em 2015, haviam 4.451 *startups* registradas no país e em 2019, esse número subiu para 12.727, equivalente a um aumento de 207% (CARRILO, 2020). Nesse sentido, diversos programas de incentivo foram criados, entre esses o Start-Up Brasil, elaborado pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), juntamente com a Associação para Promoção da Excelência do *Software* Brasileiro (SOFTEX) e em parceria com as aceleradoras, com o propósito de impulsionar o desenvolvimento dessas empresas, através de capacitações, investimentos, parcerias e outros benefícios (GOVERNO DO BRASIL, 2013).

O processo de empreendedorismo nasce do desejo de independência e autonomia ao abrir seu próprio negócio, tradicionalmente ligado as motivações financeiras ou pelo desejo de acumular riqueza. Nessa perspectiva, as motivações que levam os profissionais a abandonar o seu emprego atual e se tornar um empreendedor, está muito além das necessidades financeiras ou de uma simples oportunidade de negócio, trazendo como principais motivações a insatisfação no trabalho por diversos motivos, destacando-se entre eles, a promoção da inovação e o bem-estar social, a falta de reconhecimento, liderança incompatível com ideais próprios, questões salariais e ausência de meritocracia (BARROCA, 2012; VALE *et al.*, 2014).

Dentre as formas de empreender, as *startups* surgem do desejo de pessoas em empreender a partir de projetos e um dos seus pilares é a inovação, que se faz presente em todo o processo de criação, abertura e desenvolvimento do negócio (BARROCA, 2012). O ambiente das *startups* é de incerteza e alto risco, características de um crescimento acelerado e objetivam construir um modelo repetível e escalável, enfrentando tentativas de adequações do projeto até o ajuste da combinação ideal entre o produto e o público (KROPP *et al.*, 2008).

3 Aspectos metodológicos

Quanto aos objetivos, a pesquisa se caracteriza como descritiva por descrever as principais características de uma determinada população (GRAY, 2012), que neste caso seriam as motivações e perspectivas de um empreendedor de *Startup*. Já quanto a abordagem do problema, o estudo se caracteriza como sendo qualitativo, visando uma maior compreensão para o fenômeno estudado de acordo com a perspectiva dos sujeitos envolvidos (COLLIS; HUSSEY, 2005), mediante a investigação e análise das informações relativas à *Startup* analisada. E por fim, quanto aos procedimentos de coleta, a pesquisa é do tipo levantamento, ou seja, uma técnica de investigação que utiliza a investigação direta de pessoas cujo comportamento deseja-se conhecer (GIL, 2008), conforme uma entrevista semiestruturada com um empreendedor de *Startup*.

O caso de análise foi uma *Startup* localizada na cidade de Mossoró/RN e para coleta dos dados, foi entrevistado um dos seus sócios, que seguiu um roteiro estruturado de questões referentes as dimensões de análise estabelecidas pelo modelo de pesquisa proposto por Lopes Filho, Paiva e Lima (2019), conforme o Quadro 2 a seguir.

Quadro 2: Dimensões do modelo de pesquisa

DIMENSÕES DE ANÁLISE	UNIDADES DE CONTEXTO	DEFINIÇÃO	BASE TEÓRICA
Idealização	História anterior	Experiência anterior com o empreendedorismo ou influências anteriores ao projeto de <i>Startup</i> .	Akhtar <i>et al.</i> (2015); Spender <i>et al.</i> (2017)
	Expectativas iniciais	Expectativas que os indivíduos têm e que conduzem o envolvimento com a <i>Startup</i> .	Cassar (2010); Ries (2012)

Desenvolvimento	Facilidades	Fatores que facilitam a implementação do negócio de <i>Startup</i> e sua continuidade.	Arruda <i>et al.</i> (2014); Santos <i>et al.</i> (2016)
	Dificuldades	Dificuldades vividas pelos empreendedores de <i>Startups</i> , de implantação e desenvolvimento.	Kim e Hong (2017); Silva <i>et al.</i> (2018)
	Transformação pessoal	Traços comportamentais que o empreendedor incorpora ao longo do projeto da <i>Startup</i> .	Plante (2012); Silva, Paiva e Lima (2019)
Perspectivas	Persistência	Ligado aos objetivos do empreendedor que estão relacionados a perpetuidade da <i>Startup</i> .	Lasso, Mainardes e Motoki (2019)
	Desistência	Compreende as situações diárias que o motivem a desistir do seu projeto de <i>Startup</i> .	Fonseca e Domingues (2018)

Fonte: Adaptado de Lopes Filho, Paiva e Lima (2019).

A entrevista foi realizada e gravada pelo aplicativo *Google Meet*, devido a situação de pandemia da COVID-19 que ainda persiste, com um dos sócios-proprietários da *startup* analisada, no dia 01 de julho de 2021 e teve duração de uma hora, aproximadamente. Após a realização da entrevista, pode-se analisar as falas para transcrição, por meio da técnica de análise de conteúdo, caracterizada como uma técnica que objetiva realizar uma reflexão sobre as condições de produção e apreensão do significado de textos produzidos em diferentes campos (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

4 Resultados e Discussões

4.1 Caracterização da amostra

A *Startup* analisada nessa pesquisa é caracterizada como do setor de Logística e Mobilidade Urbana (*delivery*), criada entre o final de 2017 e início de 2018, originária na cidade de Mossoró, interior do estado do Rio Grande do Norte, e a ideia foi desenvolvida com o objetivo de incrementar tecnologia em um modelo já existente, por meio do desenvolvimento de um aplicativo que facilitasse o acesso das pessoas, barateando os custos e com escalabilidade mais rápida.

O entrevistado é do sexo masculino, com idade de 34 anos, graduado em Sistemas de Informação e Ciências Contábeis, e além de sócio proprietário, ocupa o cargo de Diretor Financeiro da *startup* analisada. Anterior a essa experiência, o mesmo atuava no ramo de Consultoria de Empresas e apesar do contato com várias empresas, nunca teve um negócio próprio.

Assim, o entrevistado caracteriza seu negócio como sendo “uma *startup* que conecta empresas com entregadores e por meio de nossa plataforma as empresas podem chamar os entregadores para realizar a entrega de seus produtos, de forma segura, rápida e fácil (ENTREVISTADO)”. E com relação ao diferencial da *startup* analisada com outras *startups* do mesmo setor, o entrevistado aponta em seu discurso:

“Acredito que somos mais humanizados, geralmente quando a gente atua em uma cidade, têm outros aplicativos de logística e dificilmente os restaurantes, empresa e entregadores vêm a cara de algum profissional do aplicativo, nós temos equipes comerciais, de marketing e operacional, que estão visitando as cidades que atuamos e conversando com os entregadores e empresas, recebendo *feedbacks*, ouvido as dificuldades e o que pode ser melhorado. Esse trabalho humanizado é o nosso grande diferencial, é o que nos repassam, quando há algum problema eles conseguem entrar em contato diretamente com alguém da nossa equipe, não com robôs, como em outras empresas (ENTREVISTADO).”

Inicialmente, a *startup* era voltada somente para entrega (*delivery*) de produtos alimentícios, na cidade de Mossoró/RN, porém foi se estendendo para outros produtos, gêneros e localidades, expandindo-se para outras regiões, e atualmente, possui uma cobertura de atendimento em todos os estados do Brasil e em mais de 111 cidades brasileiras, conta ainda com três sócios proprietários e entre 140 a 150 funcionários.

4.2 Motivações e perspectivas da *Startup*

Após a caracterização da amostra do estudo, são apresentadas as questões da entrevista com o empreendedor da *startup*, referente a dimensão Idealização, composta pelo histórico anterior do empreendedor da *startup* (experiências, desejos e influências anteriores) e suas expectativas iniciais (antes do planejamento e da idealização do projeto de *startup*), seguida de uma síntese da resposta.

Quadro 3: Questões da dimensão Idealização

UNIDADES	QUESTÕES		SÍNTESE
	História anterior	Q1. Quando a sua atividade de empreendedorismo começou e quais as iniciativas que você esteve envolvido?	Inexperiência Consultoria
Q2. Como surgiu a vontade de ser empreendedor?		Inquietação Causar impacto	
Q3. Você possui outras pessoas na família que tenham criados projetos empreendedores? Sente que isso influenciou a sua vontade de prosseguir com um projeto próprio?		Empresa familiar Negócios tradicionais Influência materna	
Q4. Antes de criar o seu projeto já fez voluntariado nesta área? Isso influenciou o projeto em que se envolveu?		Sem participação	
Expectativas iniciais	Q5. Sempre teve expectativas de ter o seu próprio empreendimento? Foi algo planejado?	Improbabilidade Afinidade de ideias	
	Q6. Quais eram as suas expectativas iniciais diante da criação do projeto? Foram alcançadas?	Visão local Superação	

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Para a dimensão de análise intitulada como Idealização, o entrevistado apontou que nunca teve experiência com o empreendedorismo ou algo parecido com um modelo de *startup*, apenas a família tinha histórico de empresas próprias, porém eram empresas comerciais tradicionais e possuía, ainda, contato com diversas empresas por trabalhar no ramo de consultoria empresarial e áreas afins, mas por possuir um comportamento inquieto, de não se sentir satisfeito por onde trabalhava e sentia que podia crescer mais, sempre trocava de emprego e nutria o desejo de trabalhar com algo que fizesse a diferença e causasse impacto na realidade em que estava inserido.

De acordo com o entrevistado, sua mãe sempre apresentou um viés de empreendedorismo e costumava apoiá-lo em suas decisões e incentivá-lo a descobrir o que mais te deixava satisfeito na área profissional. Apesar de considerar improvável a ideia de possuir o seu próprio negócio e sendo algo nunca planejado, o entrevistado afirmou que após contato profissional com um dos seus atuais sócios, como relatado a seguir:

“Conheci um dos meus atuais sócios quando trabalhamos juntos em uma empresa, ele apresentava o desejo de empreender algo novo, diferente de tudo o que já tinha tido experiência e essa afinidade de ideias provocou em mim o despertar para seguir essa mesma linha de idealização e a partir daí, seguimos compartilhando dessas ideias e desejos de empreender, até que resolvemos tirar o projeto do papel (ENTREVISTADO).”

Inicialmente, o entrevistado apontou que não imaginava o curso que o projeto da *startup* iria percorrer e acreditava que poderia dar certo, afinal na cidade com o porte de Mossoró/RN não existia um aplicativo que atendesse as demandas locais de *delivery* e essa seria a expectativa inicial do projeto. Então, o projeto da *startup* foi iniciado, começou a atender as expectativas levantadas e caminhava rumo a superar essas expectativas, tendo em vista que a *startup* estava se expandindo para outras localidades e o crescimento do negócio estava em evolução.

Destarte, os estudos de Akhtar *et al.* (2015) e Spender *et al.* (2017) apontam que a decisão de empreender é resultado de uma combinação de fatores externos e aptidões pessoais, além dos grupos sociais e familiares que podem impulsionar as *startups* em seus momentos iniciais. Em conformidade, Ries (2012) aponta que o histórico anterior e as expectativas iniciais do empreendedor da *startup* são influenciadoras nas motivações iniciais de seus projetos, corroborando o discurso do entrevistado.

Na sequência, destacam-se as indagações referentes a dimensão Desenvolvimento, composta pelas facilidades da *startup* (motivações de criação, chefia e liderança, riscos associados e ter o próprio negócio), as dificuldades (principais obstáculos e forma de superação) e a transformação pessoal (mudanças, efeitos e realizações após a criação da *startup*), como destacado no Quadro 4 a seguir.

Quadro 4: Questões da dimensão Desenvolvimento

DESENVOLVIMENTO	UNIDADES	QUESTÕES	SÍNTESE
	Facilidades		Q7. Quais foram as suas principais motivações na criação deste projeto?
		Q8. O que acha de ser o seu próprio chefe?	Não idealizava Capacitação
		Q9. Sente que há forte risco associado ao projeto? Que outras situações na sua vida tiveram risco? Gosta de correr riscos?	Alto risco Gosta de correr riscos
		Q10. Sente que o fato de ter a sua própria empresa lhe confere um reconhecimento que não teria anteriormente? Esta também foi uma motivação para criar este projeto?	Não aspirava Fator motivador Surpresa/ Satisfação
Dificuldades		Q11. Quais os obstáculos com que se deparou no início do projeto? E hoje, como tem ultrapassado esses obstáculos?	Nova cultura/ Adaptação Experiência
		Q12. Estava preparado para enfrentar essas dificuldades? Caso não, e se hoje soubesse que iria enfrentá-las, avançaria com o projeto da mesma forma?	Insegurança Persistência Segurança
		Q13. Acha que os obstáculos são suficientemente fortes para inviabilizar as motivações de um empreendedor de <i>startup</i> ?	Discorda totalmente
Transformação pessoal		Q14. O que mudou em você? Que efeitos tiveram e o que tem representado para você ser um empreendedor de <i>Startup</i> ?	Amadurecimento Crescimento/Evolução
		Q15. Sente-se realizado? A sua realização pessoal ou profissional esteve dependente da criação deste projeto?	Realização profissional e pessoal

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Ao se deparar com as questões relacionadas à dimensão Desenvolvimento, o entrevistado destacou que uma das maiores motivações para a criação da *startup* foi a insatisfação como o mercado de trabalho ao qual estava inserido, ao sentir que não possuía muitas possibilidades de crescimento nas carreiras que adentrou. Ainda desejava fazer a diferença em sua vida e transformar a realidade de sua localidade, especialmente pela necessidade de um serviço dessa natureza que sua cidade era carente.

Em relação a aspectos mais pessoais, o entrevistado afirmou que nunca idealizou exercer um cargo de chefia ou que possuísse um perfil de liderança, bem como não havia tido experiência anteriormente, e apesar das dificuldades, procurou se aperfeiçoar e buscou capacitação profissional, por meio de cursos na área que está atuando, buscou leitura de biografia de pessoas bem sucedidas e negócios que deram certo. Mas de uma coisa o entrevistado disse ter certeza, gosta de correr riscos e acredita que essa característica fez toda a diferença no projeto da *startup*, tendo em vista que o considera um negócio de alto risco e isso foi inédito em sua vida.

O fato de ter reconhecimento em algum negócio ou local de trabalho, não se configura como algo que o entrevistado aspirava, mas a partir do momento que o negócio expandiu-se e começou a ganhar notoriedade, veio o reconhecimento por parte de familiares, amigos, clientes e pessoas até então desconhecidas. Apesar do reconhecimento não ser prioridade, a prática configurou-se como sendo uma das principais motivações diárias, além do mais, o fato do negócio ter surpreendido e superado todas as expectativas iniciais, causou um sentimento de satisfação e, como consequência, maior motivação para seguir com a *startup*.

Já em relação as principais dificuldades que surgiram com o desenvolvimento do projeto da *startup*, o discurso do entrevistado foi o seguinte:

“Todos os dias têm novos obstáculos, mas no início a maior dificuldade foi criar uma nova cultura, não existia em Mossoró aplicativos de *delivery* com o nosso propósito. Tivemos muita dificuldade de convencer as pessoas a utilizarem o nosso serviço/produto e depois da aceitação de ambas as partes, novas dificuldades foram surgindo. Uma situação exemplar é quando têm dias de chuvas (onde os entregadores tem receio de sair), nós não temos contato com empresas do segmento para trocar experiência e solucionar esses problemas, então tínhamos que testar, se tínhamos determinado problema, colocávamos em prática uma ideia, se funcionasse maravilha, achamos a solução, ou se não continuávamos colocando em prática novas ideias, até encontrarmos a solução (ENTREVISTADO).”

Dessa forma, o entrevistado aponta que, apesar da insegurança pela inexperiência, foram adquirindo experiência e conhecimento, sendo necessário para tirá-los da zona de conforto e se sobressaírem melhor diante outras situações e dificuldades que podem surgir. Assim, acredita-se que a persistência em não desistir e buscar mecanismos para superar os obstáculos, os tornou mais seguros nas decisões e confirmando que as dificuldades sempre existirão, mas não deve ser motivo para desistência de nenhum projeto da vida, pelo contrário, devem servir como motivação diária.

Em consequência, o projeto da *startup* se tornou um projeto de transformação pessoal, ao passo que o entrevistado enxerga como um processo de amadurecimento em todos os sentidos da sua vida e ao passo que a *startup* segue em crescimento, acarreta uma evolução em tudo o que está envolvido o negócio, ou seja, na sociedade em geral, como no suprimento de necessidades, na geração de emprego e renda, e ainda, no que diz respeito a realização profissional e pessoal, especialmente quando o entrevistado faz uma comparação de sua vida de 10 anos atrás com os dias atuais e relembra que era não era totalmente realizado com os trabalhos que desempenhou antes de ingressar no projeto da *startup*.

As ideias apresentadas pelo entrevistado, confirmam os achados de Arruda *et al.* (2014) e Kim e Hong (2017), ao destacarem a questão da aceitação do produto ou serviço no mercado, que se refere a mudança de cultura das pessoas, bem como a transformação da realidade que se deseja alcançar. Além do mais, os estudos de Ries (2012) e Silva, Paiva e Lima (2019) apontam que as *startups* são criadas sob condições complexas, incertas e de alto risco e enfrentam dificuldades relacionadas a falta de experiência do empreendedor sobre o mercado, enfatizando que as suas competências individuais passam a ser essenciais para a continuidade do negócio e esse fator, é responsável por mudanças no seu comportamento, corroborando o discurso do entrevistado.

Para a última dimensão Perspectivas, reuniu-se questionamentos relacionados a persistência (motivações de antes, de hoje e o sentimento de ser bem sucedido) e desistência (sobre abandonar o projeto), como relacionado a seguir:

Quadro 5: Questões da dimensão Perspectivas

	UNIDADES	QUESTÕES	SÍNTESE
PERSPECTIVAS	Persistência	Q16. As motivações que teve para criar o seu projeto são as mesmas hoje em dia ou se alteraram?	Mudança constante
			Novos desafios
		Q17. Atualmente, sente-se uma pessoa bem-sucedida com o empreendimento da <i>startup</i> ?	Conquistas frequentes
			Concorda em partes
	Desistência	Q18. Você já pensou em abandonar o projeto? Quais as razões que poderiam fazer você desistir do projeto?	Realidade atual
			Incertezas
			Discorda totalmente
			Função exaustiva
			Resultados motivadores
			Tendência de crescer

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

De acordo com o que foi indagado nas Perspectivas, o entrevistado afirmou que as motivações iniciais e as de hoje em dia mudaram de acordo com o tempo e as necessidades, como apresentado em seu discurso:

“À medida que os novos desafios foram surgindo, novos objetivos foram sendo delimitados e ao ser alcançados, então vamos traçando outros novos objetivos, então vamos nos desafiando e isso vai se tornando cada vez mais motivador. Ao longo desses anos, vários objetivos foram traçados e conquistados, e estamos sempre buscando mais, crescer e expandir o negócio, para tornar a *startup* mais robusta, com maior escalabilidade e atuação em outras cidades e até países (ENTREVISTADO).”

Por meio das respostas do entrevistado, percebe-se que o mesmo se sente orgulhoso de tudo o que vem conquistando com a *startup*, chegando a se considerar uma pessoa bem sucedida, mas que acredita que isso é algo relativo, pois considera o fato de não saber o que pode acontecer no futuro e que não se sente totalmente estabilizado, mas que está buscando por isso. Aponta, ainda, que se sente bem sucedido por ter aproveitado bem as oportunidades e se for comparar com as atividades que desempenhou anteriormente, em que poderia ser bem remunerado, mas não era bem sucedido por conta da satisfação e hoje consegue agregar bem todos esses aspectos.

O entrevistado destacou que, se sentir bem sucedido é fruto de muito trabalho, dedicação e momentos desafiadores, mas em hipótese alguma chegou a pensar em desistir do projeto da *startup*, apesar das dificuldades e obstáculos do dia a dia, especialmente quando se atua em um cargo de gestão, em que o mesmo relata a jornada árdua de trabalho, todos os dias da semana, incluindo fins de semana e feriados, quando necessário. Acrescenta ainda, que faria tudo de novo, arriscava tudo o que ele veio construindo ao longo dos anos e deixou muitas certezas de lado para ingressar em um projeto de alto risco como esse.

Destarte, os resultados apresentados por Cassar (2010) e Lasso, Mainardes e Motoki (2019) apontam que a perpetuidade do negócio e tudo envolto dele, se torna um dos maiores mecanismos de motivação para os empreendedores de *startups*, tendo em vista os aspectos relacionados as mudanças constantes, o dinamismo do processo e o surgimento de novos desafios, assim, considera-se que a persistência do indivíduo na *startup* pode estar diretamente relacionada a busca por novos desafios e pode proporcionar menor nível de desistência do negócio.

5 Considerações finais

O objetivo geral do estudo consiste em identificar as motivações e perspectivas de um empreendedor de uma *Startup*, por meio de uma entrevista semiestruturada, seguindo as dimensões de análise de idealização, desenvolvimento e perspectivas, e por meio dos resultados, infere-se que o objetivo da pesquisa foi atendido.

Na dimensão de idealização, conclui-se que o empreendedor, apesar da influência familiar, não tinha experiência com o empreendedorismo, nem almejava tal ideia e ao se encontrar insatisfeito com o mercado de trabalho ao qual trabalhava, buscava alternativas capazes de causar impacto na sua realidade local e que atendessem ao seu bem estar profissional, até se deparar com o projeto de criação de uma *startup*, que além de atender os seus objetivos iniciais, superou todas as expectativas criadas anteriormente.

De acordo com a dimensão de desenvolvimento, o entrevistado percebe uma transformação da realidade em que se encontra, ao discorrer sobre as expectativas que foram superadas desde a criação da *startup* e acarretou aspectos como reconhecimento, busca por conhecimento constante, amadurecimento, realização profissional e pessoal, e pelas falas do entrevistado, percebe-se uma satisfação e orgulho com o qual o mesmo discorre sobre essas experiências vividas.

Por fim, para a dimensão de perspectivas, o empreendedor relatou que, apesar do ambiente da *startup* ser repleto de incertezas e mudanças constantes, visualiza como sendo algo positivo, tendo em vista que a cada novo desafio, acarreta um novo aprendizado e isso influencia em novas conquistas. As dificuldades existem e sempre irão existir, mas a persistência constante e os resultados alcançados, fazem a diferença na continuidade e espera-se que isso seja frequente nessa caminhada que só tem a crescer.

De modo geral e com base na literatura pesquisada, pode-se inferir que as motivações para o desenvolvimento de uma *startup* compreendem, com mais frequência, aspectos relacionados as

influências sofridas, insatisfação com o mercado, superação das expectativas, transformação da realidade, reconhecimento, resultados satisfatórios e realização profissional e pessoal. Além disso, percebe-se que os desafios e dificuldades também podem ser considerados fatores motivadores, ao engajar os envolvidos na *startup* e agregar nas perspectivas de crescimento dos negócios.

Destarte, o desenvolvimento do estudo limita-se aos aspectos analisados, seria interessante uma análise *in loco*, para conhecimento das atividades da *startup*, porém, dada a situação atual de pandemia, inviabilizou-se essa alternativa. Dessa forma, dada a relevância do tema, sugere-se para pesquisas o suprimento desta lacuna apresentada e espera-se que os resultados encontrados nessa pesquisa, possam despertar o interesse por novos estudos nessa temática, como a comparação da motivação e perspectivas entre *startups* de setores comuns ou até distintos, bem como a análise de outros aspectos.

Referências

- ABSTARTUPS. **Tudo que você precisa saber sobre startups**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 14 jul. 2021.
- 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.
- BLANK, S. **What's A Startup? First Principles**. 2010.
- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Org.). **Métodos de pesquisa**. EAD. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2009.
- GRAY, D. E. **Pesquisa no mundo real**. 2 ed. Porto Alegre: Penso, 2012.
- GOVERNO DO BRASIL. **Startup Brasil**. Disponível em: <<https://www.gov.br/startuppoint/pt-br/programas/startup-brasil>>. Acesso em: 14 jul. 2021.
- CARRILO, A. F. **Crescimento das startups: veja o que mudou nos últimos cinco anos!**. Abstartups, São Paulo. 2020. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/>>. Acesso em: 14 jul. 2021.
- 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.
- FONSECA, V. C.; DOMINGUES, J. O. Financiamento de startups: aspectos econômicos dos investimentos de alto risco e mecanismos jurídicos de controle. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, v. 9, n. 1, p. 319-354, 2018.
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KIM, N. R.; HONG, S. G. A Meta-Analysis of the Factors Affecting the Creation of Startups. **Proceedings of The International Workshop on Future Technology**, v. 1, n. 1, p. 28-30, 2017.
- LASSO, S.; MAINARDES, E.; MOTOKI, F. Why do entrepreneurs open tech startups? A comparative study between Brazilian and foreign enterprises. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 15, n. 1, p. 233-255, 2019.
- LOPES FILHO, R. F.; PAIVA, L. E. B.; LIMA, T. C. B. Motivações e perspectivas futuras de empreendedores de Startups. **BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 16, n. 4, p. 489-522, 2019.
- 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.
- MORAIS, S. **O que é uma startup e o que ela faz?**. SEBRAE, Piauí, 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pi/artigos/voce-sabe-o-que-e-uma-startup-e-o-que-ela-faz,e15ca719a0ea1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 14 jul. 2021.

OECD - Organization for Economic Cooperation and Development. **OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2013**. OECD, 2013. Disponível em: < http://dx.doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2013-en>. Acesso em: 10 jul. 2021.

PLANTE, L. A guide for entrepreneurs who lead and manage change. **Technology Innovation Management Review**, v. 2, n. 3, p. 27-31, 2012.

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

SANTOS, Z.; MATTE, A. C.; CRUZ, A.; PEREIRA, M. S.; BITENCOURT, C. C. Dimensões da Orientação Empreendedora e o impacto no desempenho de empresas incubadas. **BASE – Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS**, v. 12, n. 3, p. 242-255, 2015.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1942.

SILVA, M. V. G.; ROCHA, C. F.; PAGNONCELLI, V.; DE LIMA, L. A. A. Ecosystem of Innovation in Industry 4.0: the case of collaborations in Startups in Brazil. **International Journal of Innovation Education and Research**, v. 6, n. 12, p. 26-38, 2018.

SILVA, M. R. R.; PAIVA, L. E. B.; DE LIMA, T. C. B. Entre risos e negócios: uma análise das competências empreendedoras dos humoristas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 8, n. 2, p. 292-318, 2019.

SPENDER, J. C.; 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.

VENTURE PULSE. 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: 10 jul. 2021.