

ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

2

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA
(ORGANIZADOR)

ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

2

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA
(ORGANIZADOR)

Editora Chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Assistentes Editoriais

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto Gráfico e Diagramação

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Capa

Daphynny Pamplona

Edição de Arte

Luiza Alves Batista

Revisão

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaió – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Gírlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Fernando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federacl do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande

Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Linguística, Letras e Artes

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Me. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa

Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia
Prof. Me. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Me. Fabiano Eloy Atilio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis
Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
Profª Ma. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos

Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior
Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
Profª Ma. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Prof. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembi Morumbi
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba
Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco
Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí
Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Administração: perspectivas teóricas e fundamentos epistemológicos 2

Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Giovanna Sandrini de Azevedo
Edição de Arte: Luiza Alves Batista
Revisão: Os Autores
Organizador: Clayton Robson Moreira da Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A238 Administração: perspectivas teóricas e fundamentos epistemológicos 2 / Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-179-1

<https://doi.org/10.22533/at.ed.791212806>

1. Administração. 2. Estratégia. I. Silva, Clayton Robson Moreira da (Organizador). II. Título.

CDD 658

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa.

APRESENTAÇÃO

O livro “Administração: Perspectivas Teóricas e Fundamentos Epistemológicos” é uma obra publicada pela Atena Editora e está organizada em dois volumes. Este segundo volume reúne um conjunto de dezessete capítulos que abordam diversos assuntos que permeiam o campo da administração. Destaca-se que o debate científico é o caminho para que esta ciência possa se desenvolver e se consolidar cada vez mais no meio acadêmico, ampliando as possibilidades de investigação e contribuindo diretamente para a resolução de questões inerentes à prática gerencial.

Embora a administração seja considerada por muitos uma ciência ainda nova, seu campo de aplicação está em plena expansão, resultando em um vasto contingente de estudos sobre diversos fenômenos sociais, econômicos e organizacionais. Assim, este livro se propõe a ampliar o conhecimento científico na área da administração por meio de um leque de estudos, integrando teoria e prática em diversos contextos organizacionais. Compreende-se que, ao trazer diferentes perspectivas teóricas, este livro agrega à área da administração e conduz docentes, pesquisadores, estudantes, gestores e demais profissionais à reflexão sobre os diversos temas que se desenvolvem nessa área.

Por fim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação no desenvolvimento de seus estudos, que possibilitaram a construção desta obra de excelência. Esperamos que esta leitura seja uma experiência valerosa para aqueles que buscam ampliar seus conhecimentos sobre a administração a partir de uma obra rica e diversificada.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

RELAÇÕES ENTRE VALORES PESSOAIS E POTENCIAL EMPREENDEDOR

Deise Grazielle Dickel

Luisa Sabedra Inda

Gilnei Luiz de Moura

Gustavo Griebler

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128061>

CAPÍTULO 2..... 17

ANÁLISE DE MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES DE IES

Felipe Belloni Urtado

Matheus Lima Spinosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128062>

CAPÍTULO 3..... 30

EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO EM PEQUENAS E MICROEMPRESAS

Selma Velozo Fontes

Paula Mendes Gomes

Caroliny Sales dos Santos Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128063>

CAPÍTULO 4..... 51

CARACTERIZAÇÃO DO ECOSSISTEMA UNIVERSITÁRIO EMPREENDEDOR DA UTFPR

Claudia Marli Oliveira Barboza

Maria Lúcia Figueiredo Gomes de Meza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128064>

CAPÍTULO 5..... 65

FATORES DE SUCESSO E DE FRACASSO NA FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE *STARTUPS* NO BRASIL

Priscilla Câmara Oliveira

Virgínia do Socorro Motta Aguiar

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128065>

CAPÍTULO 6..... 85

PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DA CAFETERIA ESCOLA CAFESAL-UFLA: UMA ANÁLISE SENSORIAL DE DIFERENTES TIPOS DE TORRA DE CAFÉ ESPECIAL

Nilmar Diogo dos Reis

Gustavo Clemente Valadares

Emanuelle Aparecida da Costa

Luiz Gonzaga de Castro de Junior

Jaqueline Severino da Costa

André Luís Machado

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128066>

CAPÍTULO 7	102
QUALIDADE NO ATENDIMENTO COMO ESTRATÉGIA DE FIDELIZAÇÃO AO CLIENTE: ESTUDO DE CASO EM UMA ORGANIZAÇÃO DO TERCEIRO SETOR	
Suélen Aparecida Martins André Prado	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128067	
CAPÍTULO 8	119
AVALIAÇÃO DA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS DE UM CENTRO AUTOMOTIVO NA CIDADE DE SÃO PAULO	
Caroline Michel Hage Moussa Virgínia do Socorro Motta Aguiar	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128068	
CAPÍTULO 9	138
COMPORTAMENTO DE CONSUMO DIANTE DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL: UM ESTUDO ESTATÍSTICO ENTRE A GERAÇÃO Y E Z	
Emerson de Souza Santos Rafael de Almeida Martarello Rita de Cássia Arruda Fajardo	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128069	
CAPÍTULO 10	151
A MARCA E A BIOMIMÉTICA - UMA ANÁLISE POR MEIO DA SEMIÓTICA PEIRCIANA DAS MARCAS DOS PARQUES ECOLÓGICOS DE MINAS GERAIS	
Giovani Abrantes Flisch Nicássia Feliciano Novôa Hélder Antônio da Silva Cláudia Maria Miranda de Araújo Pereira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280610	
CAPÍTULO 11	173
ESTUDO DE CASO “X STUDIO” – O PÓS COVID E A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO	
Jéssica Maria Fonseca Calegário	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280611	
CAPÍTULO 12	185
ANÁLISE DO CENÁRIO ECONÔMICO E FINANCEIRO DAS EMPRESAS DO SETOR DE CONSUMO CÍCLICO	
Fernando Cesar de Cunha Mattos Bernard Mothé Mattos Leandro Jose dos Santos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280612	
CAPÍTULO 13	205
ANÁLISE DO DISCLOSURE DE ATIVOS E DE PASSIVOS CONTINGENTES EM UMA	

AMOSTRA DE EMPRESAS LISTADAS NA B3

Alessandro Maurício Januário Ribeiro

Robson Ramos Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280613>

CAPÍTULO 14..... 221

RASTREABILIDADE NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO DA MAÇÃ: COMPETIVIDADE E ORIENTAÇÃO PARA O MERCADO

Andressa Morgan

César Augustus Winck

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280614>

CAPÍTULO 15..... 243

A INTERCOOPERAÇÃO APLICADA AO MODELO DE AGÊNCIAS COMPARTILHADAS DE COOPERATIVAS DE CRÉDITO

Mateus Dias Pena

Marlene Catarina de Oliveira Lopes Melo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280615>

CAPÍTULO 16..... 258

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA HEALTHY FOOD E LANÇAMENTO DE PRODUTO DA LINHA FAST FOOD SAUDÁVEL

Daniel Luiz Beluzzo

Natan Ehmke

Simone Arndt Terra

Cimara Bruna Bedende

Maicon Raasch de Oliveira

Juão Gilberto Coltro do Rosario

Luiz Fernando Martins Gandon

Luciana Maria Bernstein Pavan

Aloísio Kalinoski

Alaércio de Paris

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280616>

CAPÍTULO 17..... 272

OS DESAFIOS LOGÍSTICOS DE UMA DISTRIBUIDORA ATACADISTA DE MATERIAIS HOSPITALARES EM JUIZ DE FORA/MG

Adams de Oliveira Azevedo

Tatiana Dornelas de Oliveira Mendes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280617>

SOBRE O ORGANIZADOR..... 287

ÍNDICE REMISSIVO..... 288

CAPÍTULO 5

FATORES DE SUCESSO E DE FRACASSO NA FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE *STARTUPS* NO BRASIL

Data de aceite: 01/06/2021

Priscilla Câmara Oliveira

Virgínia do Socorro Motta Aguiar

RESUMO: O presente artigo apresenta uma pirâmide representativa do objetivo geral do estudo, que tem a finalidade de identificar os fatores de sucesso e de fracasso no processo de formação e desenvolvimento de *startups* no Brasil. Foi realizado um estudo de caráter exploratório e descritivo, de natureza quantitativa. A amostra, definida por acessibilidade, foi constituída por 87 pessoas que têm ou tiveram vínculo com *startups* brasileiras, sejam elas empreendedoras, colaboradoras ou investidoras. Para a obtenção dos dados optou-se pelo uso de questionário via *internet*, disponibilizado no *Google Forms*. A influência mais marcante dos fatores críticos de sucesso nas *startups* inclui aspectos como Agilidade, Flexibilidade, Integração e Inovação. Quanto aos fatores de fracasso, a influência mais marcante para uma *startup* diz respeito à problemas com estratégias. Percebe-se que o capital humano pode influenciar tanto no sucesso como no fracasso das *startups*, não só em sua formação como também no seu desenvolvimento. Além disso, os investidores das empresas consideram fundamental que as *startups* lancem seu produto ou serviço em momento oportuno e que elas conheçam os aspectos legais que envolvem o projeto deste produto ou serviço. Os dados obtidos apontam ainda que o sucesso ou fracasso das *startups* dependem

de diversos fatores, internos e externos, e eles ajudam a identificar oportunidades e ameaças para estas empresas durante sua formação e desenvolvimento no cenário brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: *Startups*. Fatores de Sucesso e Fracasso. Formação e Desenvolvimento.

ABSTRACT: This article presents a pyramid that represents the general objective of the study which its main goal is to identify the factors of success and failure in the process of formation and development of startups in Brazil. An exploratory and descriptive study of a quantitative nature was carried out. The sample, defined by accessibility, was made up of 87 people who have or had ties to Brazilian startups, being them entrepreneurs, collaborators, or investors. To obtain the data, was opted for the use of a questionnaire via the internet, available on Google Forms. The most striking influence of critical success factors in startups includes aspects such as Agility, Flexibility, Integration, and Innovation. For failure factors, the most striking influence for a startup concerns problem with strategies. It is evident that human capital can influence both the success and failure of startups, not only in their formation but also in their development. Furthermore, corporate investors consider essential that startups launch their product or service in a prompt date and that they know the legal aspects that involve the project of this product or service. The data obtained also points out that the success or failure of startups depends on several factors, internal and external, and they help to identify opportunities and threats for these companies during their formation and

development in the Brazilian scenario.

KEYWORDS: Startups. Success and Failure Factors. Formation and Development.

1 | INTRODUÇÃO

Nos últimos anos consegue-se observar a ascensão de empresas chamadas *startups*, com pessoas de espírito empreendedor, tendo a oportunidade de inovar através da tecnologia na oferta de produtos e serviços. Apesar de o perfil empreendedor ser a chave para se iniciar um negócio, percebe-se que isto não é suficiente para mantê-lo e fazê-lo crescer de maneira sustentável.

Para Graham et al. (*apud* MARTINS, 2018) as *startups* são empresas inovadoras que possuem imenso potencial para se tornarem grandes empreendimentos, são as que identificam necessidades de mercado, novos segmentos e ideias nunca testadas. Ainda, para Silva (2013), as empresas são consideradas *startups* a partir de três critérios principais: dimensão, juventude e grau elevado de inovação com respectivo risco associado.

Empresas com este perfil no mercado brasileiro contribuem não só com a criação de novas tecnologias, mas ainda desenvolvem muitas oportunidades de trabalho qualificado no país. As *startups* conseguem alavancar a economia brasileira, trazem inovação e até mesmo a quebra de alguns paradigmas com a oferta de produtos e serviços diferenciados. Como consequência, pessoas com ideias inovadoras e criativas conseguem analisar alguns fatores primordiais para formar e desenvolver suas *startups*.

1.1 Problema de pesquisa

No começo do ano de 2019, no Brasil, o desemprego atingiu 12,7 milhões de brasileiros (PARADELLA, 2019), onde há um tempo as pessoas vêm tentando encontrar alternativas para essa crise através de negócios próprios. Algumas destas pessoas acabam abrindo empresas na tentativa de criar modelos de negócios rentáveis e lucrativos, visando ter uma *startup*. Entretanto, para a formação e desenvolvimento de uma empresa dessa categoria, há obstáculos diversos que serão enfrentados e que precisarão ser vistos com cautela pelos donos das empresas, a fim de minimizar os potenciais fatores de fracasso e aproveitar seus fatores de sucesso. Além disso, a instabilidade é uma das características que mais chamam atenção no país, fazendo com que o estudo dos fatores de sucesso e de fracasso entre estes novos modelos de negócio se torne imperativo.

Para Nogueira e Arruda (2015), pelo menos 25% das *startups* brasileiras morrem com um tempo menor ou igual a 1 ano de existência e 50% morrem com um tempo menor ou igual a 4 anos de existência. Da mesma forma, para Silva (2016) as *startups* brasileiras apresentam uma “taxa de mortalidade” de aproximadamente 27% no primeiro ano de existência e este índice aumenta para 58% após 5 anos. Através destes conceitos, é possível perceber que as fases mais críticas do ciclo de vida das *startups* são na sua

formação e desenvolvimento, uma vez que o índice de aceitação dos clientes deve ser alto para que estas empresas consigam se solidificar no mercado, adquirindo estabilidade e até mesmo sócios que invistam e acreditem no potencial do negócio.

Tendo em vista as premissas descritas anteriormente, a problemática da presente pesquisa é: **Quais os fatores de sucesso e de fracasso na formação e desenvolvimento de startups no Brasil?**

1.2 Justificativa

É essencial que as *startups* brasileiras observem o que melhora (fatores de sucesso) e prejudica (fatores de fracasso) seu modelo de negócio na sua formação, a fim de traçarem um planejamento estratégico muito mais eficaz e eficiente. Além disso, por conta das *startups* terem um cenário dinâmico e incerto, seus gestores precisam saber como mantê-las bem-sucedidas ao longo de seu desenvolvimento, reconhecendo, portanto, tudo o que pode dar de errado e certo em suas empresas. Outro aspecto importante é que o estudo deste tema não foi totalmente explorado na literatura estudada, o que ajudará muitas *startups* brasileiras a obterem grandes resultados em sua trajetória. De acordo com Fonseca (2017), o tema de *startups* no Brasil ainda não tem pressupostos teóricos claros por outros autores. Como consequência, o motivo da escolha deste tema é trazer contribuições para futuros empreendedores de *startups* do país.

Além disso, a valorização da temática em torno de *startups* é de suma importância no Brasil, pois em tempos de rápida expansão e competição de mercado a nível global, é essencial o enfoque em tecnologia e inovação para o desenvolvimento econômico do mercado brasileiro. Ainda, para Silva (2016, p. 21), “O Brasil passa por um momento de sua história em que as *startups* ganham um significado ainda mais representativo como uma ferramenta importante para fomento e consolidação da competitividade.”

O investimento em pesquisa sobre *startups* e os fatores críticos de sucesso e fracasso contribuirão para que essas empresas possam ter melhores referenciais de partida e condução durante o seu percurso de crescimento até a empresa se solidificar no mercado brasileiro.

1.3 Objetivos

A seguir estão relacionados o objetivo geral e os objetivos específicos do presente estudo.

1.3.1 Objetivo Geral

Identificar os fatores de sucesso e de fracasso no processo de formação e desenvolvimento de *startups* no Brasil.

1.3.2 *Objetivos Específicos*

- Identificar os principais problemas *das* empresas *startups* em sua formação e desenvolvimento, levando em consideração as ameaças que estas empresas podem enfrentar;
- Identificar os principais fatores que causam sucesso nas *startups* em sua formação e desenvolvimento no mercado brasileiro, levando em consideração as oportunidades que estas empresas podem obter;
- Analisar o contexto atual do Brasil e inter-relacionar com os novos modelos de negócios de pequenas empresas inovadoras que estão começando a se inserir no mercado brasileiro (processo de formação) ou que já existem (processo de desenvolvimento).

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Ries (2012), *startups* são instituições humanas designadas a criar novos produtos ou serviços sob condições de extrema incerteza. Além disso, Blank e Dorf (2014) destacam que as *startups* buscam por respostas que levam a um modelo de negócio repetível e escalável.

Uma startup não é uma versão menor de uma grande companhia. É uma organização temporária em busca de um modelo de negócio escalável, recorrente e lucrativo. No início, o modelo de negócio de uma startup caracteriza-se pela flexibilidade de ideias e suposições, mas não tem clientes e nada sabe sobre eles (BLANK; DORF, 2014, p. 2).

As incertezas que ocorrem entre as *startups* são tanto por conta do cenário do país como também pela autenticidade que uma *startup* tem. O empreendedorismo é tão nítido em *startups*, que Veras (2019), fundador da empresa 99, uma das maiores *startups* do Brasil na área de tecnologia em aplicativo para transporte individual, afirma que os jovens no passado queriam trabalhar em uma grande empresa ou em um banco, porém hoje em dia eles querem empreender e se preparam para isso através de cursos ou até mesmo passam temporadas no Vale do Silício (VERAS, 2019 *apud* MOREIRA, 2019). É exatamente neste contexto que se faz necessário um estudo de acompanhamento na formação e no desenvolvimento das *startups* que possuem modelo de negócios completamente diferentes, mas que lutam pelo mesmo objetivo: fazerem uma ideia se tornar rentável.

O modelo de negócios é como a startup gera valor – ou seja, como transforma seu trabalho em dinheiro. Por exemplo, um dos modelos de negócios do Google é cobrar por cada click nos anúncios mostrados nos resultados de busca – e esse modelo também é usado pelo Buscapé.com. Um outro exemplo seria o modelo de negócio de franquias: você paga *royalties* por uma marca, mas tem acesso a uma receita de sucesso com suporte do franqueador – e por isso aumenta suas chances de gerar lucro. (GITAHY, 2018 *apud* MOREIRA, 2018).

Entender o contexto na qual as *startups* estão inseridas, como àquelas que conseguem atingir o sucesso e lidam com a concorrência de empresas estabelecidas e suas principais dificuldades, é o ponto chave para a elaboração de ferramentas que busquem otimizar não só os processos como os resultados destas organizações.

2.1 Ciclo de vida de uma *startup*

O estudo de Blank (2014) apresenta os estágios de uma *startup*, desde sua fundação até a consolidação no mercado como sustentável e rentável. A primeira fase é a chamada pelo autor de “Busca”, que consiste na fase de pesquisas iniciais a respeito de seu público e de quais modelos de negócio mais se adequam às ideias emergentes da organização.

Uma vez que a empresa conhece o perfil dos clientes e suas expectativas em relação ao produto, suas vendas se estabelecem sem grandes esforços (efeito viral) e se os custos de aquisição de consumidores estão estruturados, está no momento de seguir para a segunda etapa chamada de “Construção”. Essa fase é marcada por um fluxo de caixa positivo (receitas cobrem os custos) e reestruturação de funcionários e processos internos.

Na fase de “Crescimento” ou “Escala”, a empresa já adquiriu maior liquidez e cresce de maneira mais estável. É o momento em que se foca em indicadores-chave de desempenho (ou KPI’s, do inglês).

Para os modelos de negócios das *startups* serem promissores, é fundamental que estas empresas analisem sua posição no mercado e a posição de outras empresas, focando em seus fatores críticos de sucesso.

2.2 Fatores Críticos de Sucesso

Para Mendes (2017, p. 168), os Fatores Críticos de Sucesso,

[...] são os fatores que definem o sucesso ou o fracasso de uma empresa. São pontos-chave sobre os quais o empreendedor deve redobrar a atenção, em que não pode falhar, pelos quais será avaliado, amado ou ignorado. Quando bem definidos, tornam-se ponto de referência para as pessoas que admiram a sua marca, o seu produto e a própria imagem do empreendedor.

Chiavenato (2014) ressalta que os fatores críticos de sucesso nas organizações do século XXI incluem aspectos como agilidade, flexibilidade, integração e inovação. Tais fatores são muito diferentes daqueles que predominaram no século XX, onde levavam em consideração o tamanho organizacional, clareza do papel, especialização e controle.

Para o autor citado anteriormente, o fator humano é o decisivo para o sucesso ou fracasso da maioria dos projetos organizacionais. No âmbito de empreendimentos do tipo *startups*, Cavaler et al. (2017) também consideram que o capital intelectual é um dos fatores que contribui para o desenvolvimento de uma *startup* incubada.

2.2.1 Sucesso nas *Startups*

O sucesso das *startups* pode ser medido através dos estudos realizados entre os

seus investidores. Os itens que têm mais relevância para os investidores apoiarem uma *startup* e acreditarem que esta trará diversos benefícios são a formação multidisciplinar da equipe, seguidas de ideias inovadoras e a tecnologia disponível. Vale ressaltar que os investidores também priorizam o fato de o produto ser lançado em momento oportuno e as *startups* conhecerem os aspectos legais que envolvem o projeto (FERREIRA et al., 2019).

Ainda, há uma classificação do ponto de vista do fundador da *startup*, que analisa os fatores mais relevantes durante o desenvolvimento de seu empreendimento. Nos estudos de Ferreira et al. (2019), os fatores que tiveram maior relevância do ponto de vista dos empreendedores foram a expertise da equipe na área de atuação do projeto, contratação da equipe adequada, conhecimento na área de atuação da *startup* e o planejamento, respectivamente. No ponto de vista dos investidores das *startups* o único fator que diferencia é o planejamento, em que embora para eles isso seja importante, o grau de inovação e escalabilidade é mais prioritário.

Nogueira e Arruda (2015) destacam que o número de sócios envolvidos, o volume de capital investido e o local onde a *startup* será instalada, são fatores principais que devem ser considerados no momento de concepção da empresa.

2.2.2 *Fracasso nas Startups*

Os riscos envolvidos no processo de tomada de decisão de uma *startup* estão exponencialmente ligados ao seu crescimento. Conforme a empresa se desenvolve, surgem problemas estruturais que podem ser resolvidos se houver uma base coerente em cada ação estratégica. Blank e Dorf (2014) reforçam, neste caso, a importância de se buscar um modelo de negócios reproduzível e escalável. Nessa fase, encontrar um canal de vendas que atenda seus clientes em termos de custo e entrega de qualidade percebida são imprescindíveis para iniciar o processo de crescimento estruturado e ganhos de escala. Na mesma linha de pensamento, Silva (2013) afirma que problemas estratégicos envolvidos em ausência e inconsistência de planejamento, racionalidade incorreta de custos e outros fatores podem acarretar o insucesso das *startups*.

Ferreira et al. (2019) ressaltam que os motivos de insucesso das *startups* podem estar relacionados a fatores pessoais ou externos. Nos fatores pessoais é destacado o planejamento e gerenciamento do negócio, a gestão administrativa e financeira. Como fatores externos, são ressaltados o apoio técnico, financeiro, tributos e burocracias (CARVALHO et al., 2015 *apud* FERREIRA et al., 2019). Em contrapartida, Nogueira e Arruda (2015) citam que o insucesso das *startups* brasileiras está relacionado mais com o ambiente que estas empresas estão inseridas e a própria estrutura que foi determinada no momento da concepção, do que com as características pessoais do próprio empreendedor, como por exemplo nível de escolaridade, conhecimentos e experiências específicas na área de gestão, capacidade de *networking*, dentre outros. Para Silva (2013), o insucesso

das *startups* são fatores relacionados à falta de *networking*, problemas com o produto, com pesquisa de mercado, problemas ao nível de contexto do país e variáveis não controláveis, como fatores econômicos.

Ferreira et al. (2019) classificam os erros cometidos no desenvolvimento dos projetos das *startups* do ponto de vista tanto dos investidores como também dos fundadores. Os autores consideraram que os erros mais graves cometidos pelas *startups* são, respectivamente, o tratamento equivocado dos *feedbacks* recebidos, a falta de clareza em relação à definição do público-alvo, a *startup* não ter um objetivo condizente com a necessidade do mercado e a escolha dos integrantes da equipe ocorrer inadequadamente - seja porque a equipe não é multidisciplinar ou é incapaz.

3 | METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se quanto aos fins como uma pesquisa exploratória e descritiva. De acordo com Gil (2008), as pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado assunto.

O estudo exploratório [...] busca tentar descobrir relações entre fenômenos nos quais pesquisadores estudam um problema cujos pressupostos teóricos não estão claros ou são difíceis de encontrar, fazendo-se uma pesquisa não apenas para conhecer o tipo de relação existente, mas sobretudo para determinar a existência da relação. (RICHARDSON, 1985 *apud* AGUIAR, 2006, p. 110)

A pesquisa descritiva, segundo Gil (2008), tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. O autor citado relaciona a pesquisa descritiva com a exploratória, conceituando, portanto, que estas duas pesquisas são muito procuradas por empresas comerciais.

As pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. São também as mais solicitadas por organizações como instituições educacionais, empresas comerciais, partidos políticos etc. (GIL, 2008, p. 28)

A pesquisa de campo foi do tipo *survey* de múltipla escolha e nela foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário semiestruturado, do tipo escala *likert*, contendo 5 afirmações com graus de concordância, do Discordo Totalmente ao Concordo Totalmente, em escala de 1 a 5, com consentimento formalizado através de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que foi aplicado através de amostra por acessibilidade à 87 pessoas, sujeitos da pesquisa. Os resultados levantados contemplaram os objetivos específicos deste estudo em questão, cujo público-alvo foi: investidores(as), ex-investidores (as), empreendedores(as), ex-empreendedores(as), colaboradores(as) e ex-colaboradores(as) de *startups* brasileiras. Vale ressaltar que o porte considerado das *startups* estudadas foi

microempresas (que possuem até 9 colaboradores) e empresas de pequeno porte (que possuem de 10 a 49 colaboradores) no ramo de comércio e serviços (BUENO, 2017).

Durante a pesquisa, a primeira dimensão do *survey* foi relacionada ao perfil do público-alvo, como idade, gênero, tipo de vínculo com a *startup*, o porte e o segmento da empresa em que trabalha. A segunda dimensão levou em consideração afirmações dos possíveis fatores de sucesso e fracasso das *startups*. Após a análise dos dados obtidos, foram apresentados os fatores de sucesso e fracasso na formação e desenvolvimento das *startups* brasileiras levando em consideração a análise de ameaças e oportunidades.

Dado que o *survey* foi realizado através do *Google Forms*, a coleta dos dados foi *online* pela própria ferramenta, onde tem-se a opção da obtenção deles através dos gráficos e porcentagens realizados automaticamente ou da extração dos dados por um *Excel*. Ainda, as análises dos dados foram realizadas e tratadas através da ferramenta *Excel* após a coleta deles.

Todo o trabalho de pesquisa, que incluiu o levantamento bibliográfico, a elaboração dos instrumentos da pesquisa, o contato com os participantes e a aplicação das duas fases de pesquisa, foi iniciado em março de 2019 e finalizado em agosto de 2020.

4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme descrito na metodologia, o instrumento para a pesquisa de campo foi estruturado em 2 dimensões e na dimensão 1, que será iniciada a seguir, traçou-se o perfil das empresas, dos empresários e dos investidores, sujeitos da pesquisa, a partir do qual os resultados foram desenvolvidos.

4.1 Perfil das empresas, dos empresários e investidores – Dimensão 1

Foram realizadas entrevistas com 87 sujeitos de pesquisa e observa-se que aproximadamente 52,0% dos entrevistados ficaram na faixa etária entre 20 a 25 anos. Quando a amplitude dos dados se estende para uma faixa etária entre 20 a 30 anos, isto representa 74,7% do total de todas as faixas etárias dos sujeitos de pesquisa. Logo, conclui-se que o perfil das pessoas que têm ou tiverem vínculo com as *startups*, quanto à faixa etária foi, em sua maioria, composto por jovens.

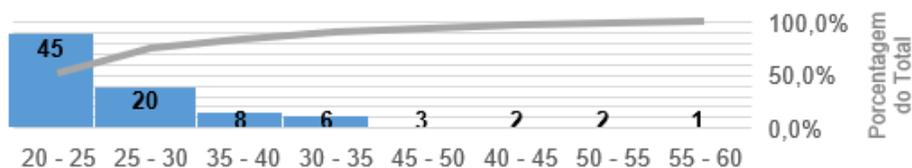


Gráfico 1: Faixa etária

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Quanto à identidade de gênero, aproximadamente metade dos entrevistados se identificaram como gênero masculino (50,6%) e a outra metade se identificaram como gênero feminino (49,4%).



Gráfico 2: Identidade de Gênero
Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Com relação ao tipo de vínculo dos entrevistados com as *startups*, pode-se perceber que, em sua maioria, os entrevistados tinham vínculo como colaboradores(as), com um percentual de 41,8%. Em segundo lugar, as pessoas entrevistadas eram empreendedores(as), com um percentual de 20,0%. Seguindo de ex-colaboradores(as) e investidores(as) com um percentual de 12,7% cada.

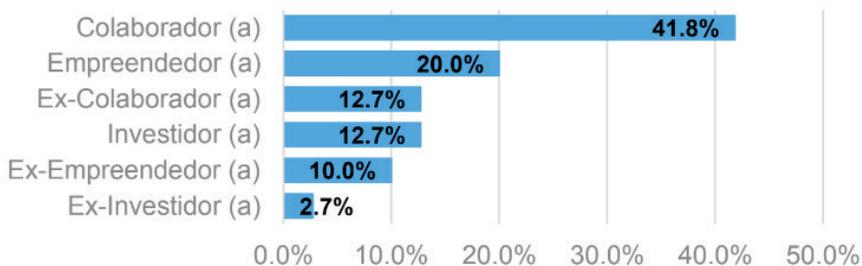


Gráfico 3: Vínculo com as *startups*
Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Quanto ao porte das *startups*, levou-se em consideração microempresas e empresas de pequeno porte no ramo de comércio e serviços. A maioria dos entrevistados da pesquisa tinham vínculo com microempresas, totalizando um percentual de 70,1%.

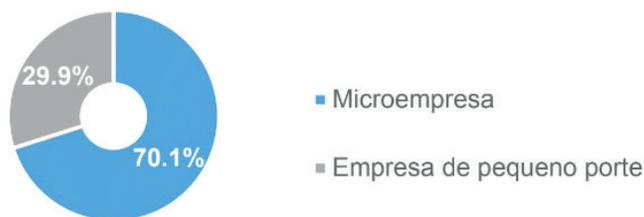


Gráfico 4: Porte das *startups*
 Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Quanto ao ramo das *startups*, observa-se que a maioria dos sujeitos da pesquisa trabalhavam em empresas do tipo “Informática/Tecnologia da Informação”, com um percentual total de 36,8%. Em segundo lugar no ranking estão empresas do tipo “Serviços”, com 21,8% e o ramo do tipo “Financeiro” é o terceiro a se destacar com 12,6%.

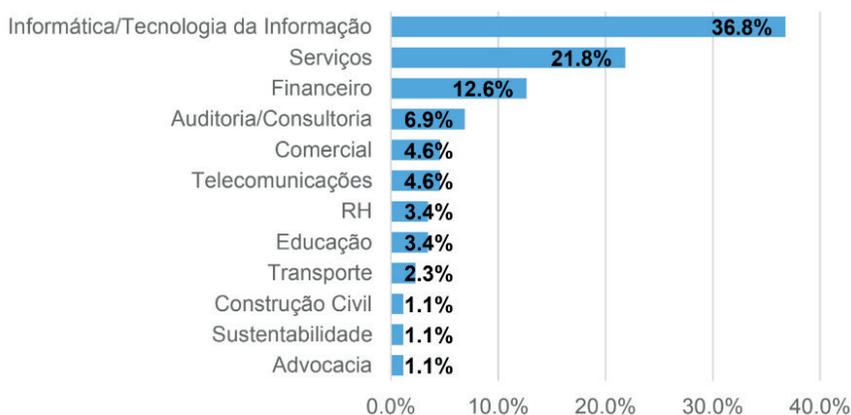


Gráfico 5: Ramo das *startups*
 Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Conforme citado anteriormente na metodologia, o questionário da pesquisa de campo foi estruturado em 2 dimensões e na dimensão 2 foi buscada a mensuração quanto à percepção dos sujeitos de pesquisa nos fatores de sucesso e de fracasso das *startups* brasileiras, a partir do qual os resultados a seguir foram desenvolvidos.

4.2 Análise das Afirmações - Dimensão 2

As primeiras 10 afirmações levaram em consideração a percepção dos entrevistados em relação aos fatores de sucesso e insucesso das *startups* brasileiras em geral, voltadas mais para empreendedores(as), ex-empreendedores(as), colaboradores(as) e ex-colaboradores(as). As últimas 3 afirmações foram mais voltadas para investidores(as) e

ex-investidores(as), porém todos os sujeitos de pesquisa puderam responder todas as perguntas, levando em consideração suas percepções e experiências prévias.

A primeira afirmação levou em consideração os fatores críticos de sucesso nas *startups* incluindo aspectos como Agilidade, Flexibilidade, Integração e Inovação. De acordo com o gráfico a seguir, a maioria dos entrevistados (cerca de 96,6%) concordaram totalmente ou parcialmente com a afirmação, sendo 62,1% do total só de pessoas que concordaram totalmente. Nos estudos de Chiavenato (2014), tais aspectos são fatores críticos de sucesso nas organizações do século XXI e, conforme os resultados obtidos, percebe-se que isto se aplica às *startups* também. Observa-se ainda que nenhum dos entrevistados discordou totalmente da afirmação e apenas 3,4% dos entrevistados discordaram parcialmente ou ficaram neutros/indecisos.

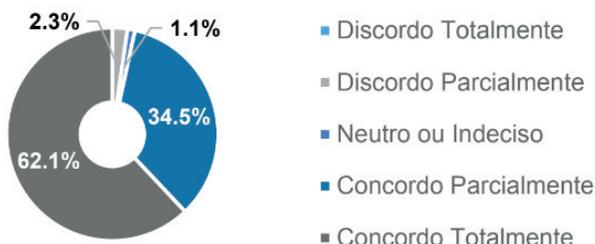


Gráfico 6: Os fatores críticos de sucesso nas *startups* incluem aspectos como Agilidade, Flexibilidade, Integração e Inovação

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

A segunda afirmação apresentou os fatores críticos de sucesso nas *startups* incluindo aspectos como Tamanho Organizacional, Clareza do Papel, Especialização e Controle, aspectos que segundo Chiavenato (2014) predominaram no século XX. Conforme observado a seguir, 42,5% dos sujeitos de pesquisa concordaram parcialmente com a afirmação e 17,2% concordaram totalmente. Os entrevistados que discordaram totalmente ou parcialmente foi de aproximadamente 29,9%.



Gráfico 7: Os fatores críticos de sucesso nas *startups* incluem aspectos como Tamanho Organizacional, Clareza do Papel, Especialização e Controle

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Foi ainda observado que o capital humano contribui para o sucesso ou insucesso das *startups*. Isto reforça os estudos de Chiavenato (2014), que cita o fator humano como o decisivo para a maioria dos projetos organizacionais e os estudos de Cavaler et al. (2017) que reforçam o quanto este aspecto contribui para o desenvolvimento de uma *startup* em sua formação. De acordo com o gráfico a seguir, aproximadamente 85,1% dos entrevistados concordaram com a afirmação, sendo que 57,5% concordaram totalmente e 27,6% dos entrevistados concordaram parcialmente.

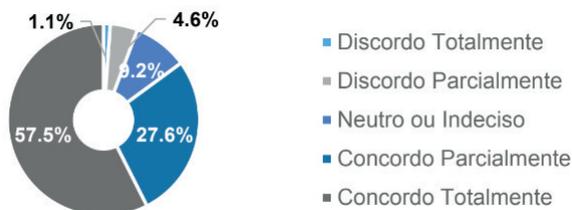


Gráfico 8: O capital humano contribui para o sucesso ou insucesso das *startups*

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Quanto à afirmação “A falta de *networking* pode acarretar o insucesso das *startups* brasileiras” foi obtido o seguinte resultado: a maioria dos entrevistados concordaram parcialmente, com um percentual de 46,0% e 35,6% dos entrevistados concordaram totalmente com a afirmação. Apenas 4,5% dos entrevistados discordaram parcialmente ou totalmente.

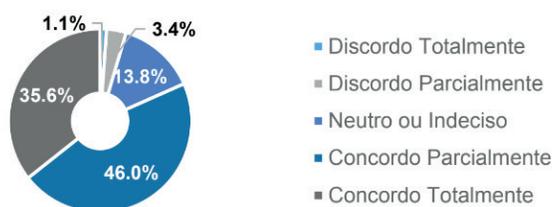


Gráfico 9: A falta de *networking* pode acarretar o insucesso das *startups* brasileiras

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Quanto aos produtos ou serviços oferecidos pelas *startups* estudadas, foi disponibilizada a seguinte afirmação para os entrevistados: problemas com o produto podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras. É possível identificar que quase 60% dos entrevistados concordaram totalmente, o que reforça os estudos de Silva (2013) para esta afirmação. Observa-se ainda que 31,0% concordaram parcialmente com o

insucesso de *startups* devido à problemas de produtos e/ou serviços ofertados. Nenhum dos entrevistados discordou totalmente da afirmação e apenas 3,4% do total discordaram parcialmente.

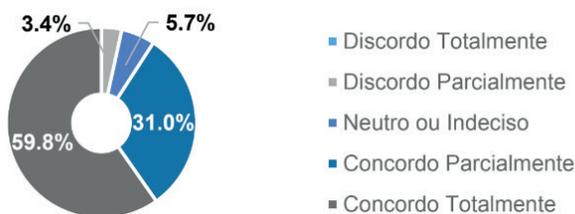


Gráfico 10: Problemas com o produto podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

“Problemas de pesquisa de mercado podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras”, a afirmação anterior foi feita aos entrevistados e obteve-se os seguintes resultados: cerca de 37,9% dos sujeitos de pesquisa concordaram totalmente e a somatória dos percentuais dentre os entrevistados que concordaram parcialmente ou integralmente com a afirmação é de 78,1%. Observa-se que 13,8% dos sujeitos de pesquisa ficaram neutros ou indecisos, 5,7% discordaram parcialmente e 2,3% discordaram totalmente da afirmação.

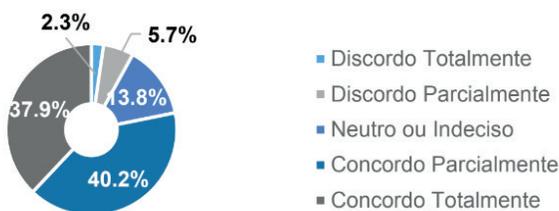


Gráfico 11: Problemas de pesquisa de mercado podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Problemas com estratégias podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras, uma vez que 65,5% dos entrevistados concordaram totalmente com esta afirmação. Este resultado vai de encontro com os estudos de Silva (2013) e posteriormente de Blank e Dorf (2014). Além disso, houve uma concordância parcial desta afirmação que equivale ao segundo maior percentual, cerca de 26,4%. Dos entrevistados que ficaram neutros ou indecisos e dos que discordaram parcialmente obteve-se uma somatória do percentual total

de 8,0%.

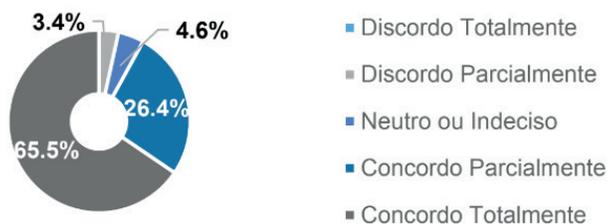


Gráfico 12: Problemas em estratégias podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Quanto aos problemas ao nível de contexto como políticas governamentais, cultura empreendedora e outros, foi demonstrado que estes fatores podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras. Conforme gráfico a seguir, percebe-se que a somatória do percentual dentre os entrevistados que concordaram com a frase totalmente e parcialmente é de 77,0% e apenas 9,2% discordaram da frase, sendo que 2,3% discordaram totalmente.

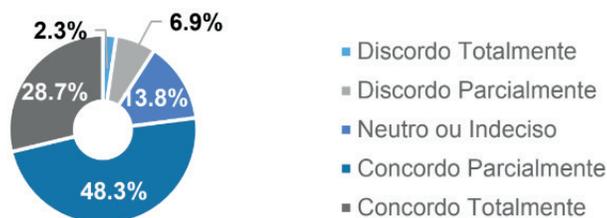


Gráfico 13: Problemas ao nível de contexto como políticas governamentais, cultura empreendedora e outros podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Na afirmação “variáveis não controláveis, como fatores econômicos e incertezas, podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras”, observa-se que dos 87 entrevistados, 49,4% concordaram parcialmente e 32,2% concordaram totalmente. Quanto àqueles que discordaram totalmente, foi obtido um percentual de 4,6% e aos que discordaram parcialmente um percentual de 5,7%. O percentual dos sujeitos de pesquisa que foram neutros ou indecisos foi de 8,0%.

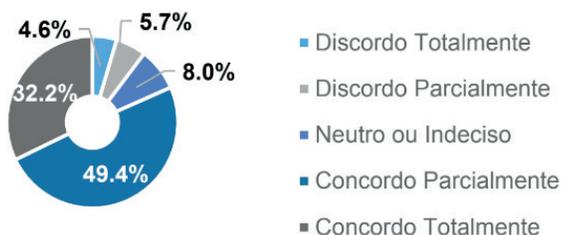


Gráfico 14: Variáveis não controláveis, como fatores econômicos e incertezas, podem acarretar o insucesso das *startups* brasileiras

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Quanto à afirmação “o ambiente físico onde a *startup* está inserida e a estrutura definida em sua concepção pesa muito mais no sucesso ou insucesso dela do que características pessoais do próprio empreendedor”, foi obtido o seguinte resultado: a maioria dos entrevistados discordaram da frase, com um somatório total de 47,1% (sendo que 27,6% discordaram totalmente). O resultado obtido contrasta os estudos de Nogueira e Arruda (2015), que citam a importância de um ambiente físico como fator mais determinante para o sucesso ou insucesso das *startups* do que características pessoais do próprio empreendedor. Ainda, tal resultado se aproxima mais do que foi abordado nos estudos de Ferreira et al. (2019), pois eles ressaltam que os motivos de insucesso podem estar relacionados à fatores pessoais também. Além disso, 23,0% concordaram parcialmente e 12,6% concordaram totalmente com a afirmação. O percentual de neutros ou indecisos foi de 17,2%.



Gráfico 15: O ambiente físico onde a *startup* está inserida e a estrutura definida em sua concepção pesa muito mais no sucesso ou insucesso dela do que características pessoais do próprio empreendedor

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Quanto às afirmações relacionando investidores de *startups* e fatores de sucesso e fracasso, a primeira foi: para investir em uma *startup* é necessário que esta tenha ideias inovadoras, tecnologia disponível e funcionários com formação multidisciplinar. A maioria

dos entrevistados, em um percentual de 43,7%, concordaram totalmente. Esta afirmação era vista apenas pelos investidores nos estudos de Ferreira et al. (2019), porém neste estudo percebe-se que tanto investidores como não investidores consideram o conhecimento em aspectos legais do projeto como um fator necessário para obtenção de sucesso. Em seguida, 41,4% dos entrevistados concordaram parcialmente. Discordaram parcialmente 5,7% dos entrevistados e apenas 1,1% discordaram totalmente com a afirmação.

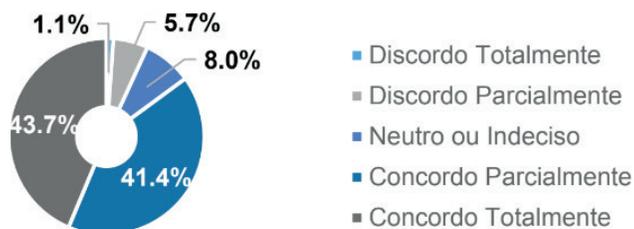


Gráfico 16: Para investir em uma *startup* é necessário que esta tenha ideias inovadoras, tecnologia disponível e funcionários com formação multidisciplinar

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Quanto à afirmação “a descontinuidade das *startups* com mais de um sócio pode ser devido aos conflitos entre eles mesmos”, foram obtidos os seguintes resultados: a maioria dos entrevistados ficaram neutros ou indecisos, totalizando 36,8%. Em seguida o maior percentual foi dos sujeitos de pesquisa que concordaram parcialmente com a afirmação, com 21,8%. Os que concordaram totalmente ficaram em terceiro lugar, com 17,2%.

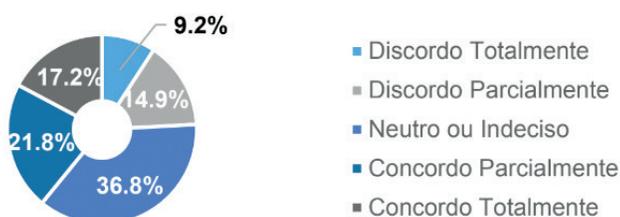


Gráfico 17: A descontinuidade das *startups* com mais de um sócio pode ser devido aos conflitos entre eles mesmos

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

O instrumento de pesquisa foi encerrado com a seguinte afirmação: para os investidores, é fundamental que o produto seja lançado em momento oportuno e que as *startups* conheçam os aspectos legais que envolvem o projeto. De acordo com o gráfico a seguir, mais da metade dos entrevistados (50,6%) concordaram totalmente com a afirmação

e este resultado está de encontro com a linha de pensamento dos estudos de Ferreira (2019). Além disso, 36,8% concordaram parcialmente. Neutros e Indecisos totalizaram um percentual de 10,3%.

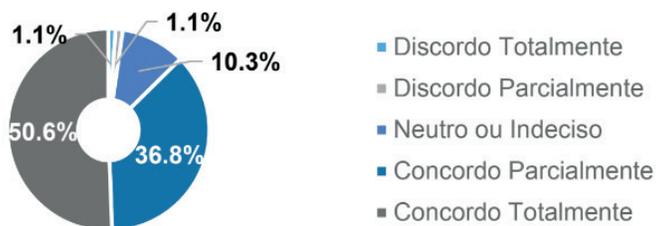


Gráfico 18: Para os investidores, é fundamental que o produto seja lançado em momento oportuno e que as *startups* conheçam os aspectos legais que envolvem o projeto

Fonte: Pesquisa de Campo (2020).

Análises, conciliações, considerações complementares de dados e informações são apresentadas nas considerações finais deste trabalho.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os resultados obtidos, conclui-se que os fatores de sucesso das *startups* brasileiras quanto à sua **formação** incluem aspectos como agilidade, inovação, tecnologia disponível e conhecimento de aspectos legais do projeto. Já os fatores de sucesso em seu **desenvolvimento** incluem, além de aspectos na sua formação, aspectos como flexibilidade, integração e lançamento oportuno do produto. Com base nestes fatores, as *startups* conseguirão identificar oportunidades para ascensão no mercado brasileiro.

Já os fatores de fracasso durante a **formação** das *startups* incluem problemas de: *networking*, produto, pesquisa de mercado e estratégia. Com relação aos fatores de fracasso durante o **desenvolvimento** da *startup*, além dos aspectos anteriores citados, incluem ainda problemas ao nível de contexto (tais como políticas governamentais e cultura empreendedora) e variáveis não controláveis (como fatores econômicos e incertezas). Com estes fatores, as *startups* conseguirão identificar possíveis ameaças para serem evitadas durante sua criação e desenvolvimento.

O capital humano é um fator que pode gerar sucesso ou insucesso tanto na formação como também no desenvolvimento das *startups*, dependendo de como ele é gerido por estas empresas.

A pirâmide representativa a seguir resume o que foi obtido a partir dos resultados bibliográficos e da pesquisa de campo.



Figura 1: Pirâmide representativa dos fatores de sucesso e de fracasso na formação e desenvolvimento de *startups* no Brasil

Fonte: Autoria Própria (2020)

Esta pirâmide foi organizada com o objetivo de, após a análise dos dados obtidos neste estudo, apresentar os fatores de sucesso e de fracasso na formação e no desenvolvimento de *startups* brasileiras.

Os fatores ao lado esquerdo da pirâmide são àqueles onde foi obtido o maior percentual do tipo “Concordo Totalmente”, em afirmativas que diziam respeito apenas aos fatores de sucesso das *startups* e estes fatores foram distribuídos entre a formação e o desenvolvimento destas empresas. Ressalta-se que as respostas dos investidores foram consideradas como “Fatores de Sucesso”, pois parte-se da premissa que investimentos são realizados por pessoas que acreditam na ascensão e no sucesso de empresas à curto, médio ou longo prazo.

Os fatores ao lado direito da pirâmide são àqueles onde se destaca o maior percentual do tipo “Concordo Parcialmente” e “Concordo Totalmente”, em afirmativas que diziam respeito apenas aos fatores de insucesso das *startups*. Além disso, estes fatores foram distribuídos entre a formação e o desenvolvimento destas empresas. Levou-se em consideração o percentual do tipo “Concordo Parcialmente” porque o estudo dos fatores que contribuem para o insucesso nas *startups* carece de aprofundamento (SILVA, 2013).

O fator no centro da pirâmide refere-se àquele que foi obtido o maior percentual do tipo “Concordo Totalmente”, em afirmativas que dizem respeito tanto aos fatores de sucesso como de insucesso das *startups*. Este fator foi posicionado no centro da pirâmide porque o Capital Humano é um fator comum tanto para a formação como para o desenvolvimento e interfere no sucesso e no insucesso das *startups* brasileiras.

Portanto, o objetivo de identificar os fatores de sucesso e de fracasso no processo de formação e desenvolvimento de *startups* no Brasil foi atingido. Para se obter maior vantagem competitiva durante diversas fases de uma *startup* é necessário que minimize os problemas que geram ameaças à empresa e que maximize os fatores que geram

oportunidades, conforme a pirâmide representativa apresentada como principal contribuição para este estudo.

Dado que a pesquisa foi realizada por acessibilidade, tem-se a limitação de entrevistas não selecionadas por tipos de segmentos específicos e, portanto, para pesquisas futuras é recomendável que os fatores estudados sejam segmentados pelo ramo de atividade das *startups*, uma vez que estas empresas possuem diferentes influenciadores que podem impactar seus fatores de sucesso e fracasso.

APOIO

PIBIC Mackenzie

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Virgínia do S. Motta. **Sucesso e Fracasso na Formação, Desenvolvimento e Consolidação em Consórcios de Exportação no Setor de Confeções**: um estudo comparativo de experiências no Brasil. 2006. 307 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006.

BLANK, Steve; DORF, Bob. **Startup**: Manual do Empreendedor. Rio de Janeiro, Alta Books: 2014.

BUENO, Jefferson Reis. **Qual a Receita Bruta e o Número de Empregados para MEI, ME e EPP?**. Sebrae, 2017. Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/numero-de-empregados-receita-bruta-para-mei-me-epp/>. Acesso em: 18 mar. 2019.

CAVALER, Micael Raul et al. **Fatores que Influenciam no Desenvolvimento de Startups Incubadas**: um estudo de caso nos municípios de dois vizinhos e pato branco. Foz do Iguaçu: VII Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação, 2017. 14 p. Disponível em: <https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/101/31>. Acesso em: 15 set. 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional**: A dinâmica do Sucesso das organizações. Editora Manole Ltda., 2014. ISBN 978-85-204-3798-8.

FERREIRA, Allan Ramos et al. **Análise dos fatores que influenciam no desenvolvimento de startups em Belo Horizonte**. Belo Horizonte: Ponteditora, 2019. 15 p. Disponível em: <https://revistas.ponteditora.org/index.php/naus/article/view/120/94>. Acesso em: 15 set. 2019.

FONSECA, Flavia de S. M. **Uso de Fontes de Informação por Gestores de Startups**. 2017. 92 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017. Disponível em: http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUBD-AXWKTF/disserta__o_flavia_fonseca.pdf?sequence=1. Acesso em: 18 mar. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, Eros A. Asturiano. **Estratégias de inovação para o Desenvolvimento de Mercados**: um estudo em startups. 2018. 103 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2018.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360° a Prática na Prática**. 3 ed. Rio de Janeiro, Atlas, 2017. ISBN 9788597012422.

MOREIRA, Daniela. **O que é uma startup?** EXAME, São Paulo, 1 mar. 2018 (não paginado). Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 10 mar. 2019.

NOGUEIRA, Vanessa; ARRUDA, Carlos. **Causas Da Mortalidade Das Startups Brasileiras**: como aumentar as chances de sobrevivência no mercado. Nova Lima, DOM: v.9, n. 25, p. 26-33. 2015. Disponível em: <https://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Artigos%20FDC/Artigos%20DOM%2025/Causas%20da%20mortalidade%20das%20startups%20brasileiras.pdf>. Acesso em: 15 set. 2019.

PARADELLA, Rodrigo. **Desemprego sobe e atinge 12,7 Milhões de Pessoas após dois Trimestres de Queda**. 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23867-desemprego-sobe-e-atinge-12-7-milhoes-de-pessoas-apos-dois-trimestres-de-queda>. Acesso em: 10 mar. 2019.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

SILVA, Fábio Rodrigues da. **Fatores Críticos de Sucesso de Empresas Startups no Cenário Empreendedor Brasileiro**. 2016. 136 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão e Tecnologia em Sistemas Produtivos, Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, São Paulo, 2016. Disponível em: https://www.cps.sp.gov.br/pos-graduacao/wp-content/uploads/sites/4/2018/12/Dissertação-Fábio-Silva-v-8.04_RNFI.pdf. Acesso em: 15 set. 2019.

SILVA, Francisco Aguiar de Melo e. **Fatores que Contribuem para o Insucesso das Startups: O reverso da “medalha”**. Dissertação de Mestrado em Gestão. 2013. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/25153/1/Francisco%20Aguiar%20de%20Melo%20e%20Silva.pdf>. Acesso em 15 set. 2019.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agência compartilhada 243, 251, 252, 253, 254, 255, 256

Análise econômica 185, 193

Análise financeira 185, 193, 203, 204

Atendimento 41, 42, 102, 103, 104, 110, 112, 114, 115, 116, 117, 122, 124, 128, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 137, 183, 243, 244, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 256, 273, 277, 281, 283, 284

Ativos contingentes 205, 208, 209, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219

B

Biomimética 151, 152, 153, 154, 155, 156, 169, 170, 171, 172

C

Cadeia de suprimentos 223, 224, 236, 237, 239, 240, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 277, 278, 283, 284, 285, 286

Cadeias produtivas 221, 229, 230

Cafés especiais 85, 86, 87, 88, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

CCT 151, 152, 170, 171

Centros automotivos 119, 120

Compliance 205

Comportamento do consumidor 101, 138

Consumo cíclico 185, 186, 187, 192, 193, 196, 198, 200, 201, 203

Cooperativismo financeiro 243, 257

Correlação 1, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 93, 98, 113, 211

Covid 14, 173, 174, 179, 180, 181, 183

D

Desenvolvimento 2, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 37, 39, 40, 46, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 76, 81, 82, 83, 85, 87, 91, 93, 104, 105, 106, 108, 111, 115, 117, 118, 122, 137, 138, 140, 141, 142, 143, 147, 148, 149, 152, 154, 161, 170, 172, 173, 176, 184, 187, 189, 219, 222, 224, 228, 230, 236, 237, 239, 240, 245, 246, 247, 253, 256, 257, 260, 262, 263, 271, 275

Distribuidora 272, 273, 274, 275, 282, 283

Divulgação 27, 108, 169, 181, 183, 205, 206, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 263, 268

E

Economia colaborativa 243, 244

Ecosistemas 51, 52, 53, 54, 55, 57, 58, 61, 62, 64, 161

Ecosistema universitário empreendedor 51, 53

Empreendedorismo 1, 2, 3, 4, 5, 9, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 68, 84, 116, 259, 260, 270, 271

Estratégia 30, 31, 32, 36, 37, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 53, 55, 81, 102, 103, 110, 114, 122, 136, 149, 182, 183, 227, 240, 260, 262, 263, 270, 276

Estudantes 1, 3, 4, 5, 7, 11, 13, 16, 17, 19, 20, 22, 26, 27, 28, 53, 55, 57, 58, 62, 138, 141

F

Fatores 2, 14, 17, 19, 22, 45, 52, 53, 55, 56, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 74, 75, 78, 79, 81, 82, 83, 84, 89, 93, 98, 109, 119, 125, 126, 128, 130, 131, 132, 154, 194, 200, 208, 209, 210, 223, 224, 228, 230, 232, 233, 234, 235, 236, 239, 249, 265, 270, 275, 283

Fidelização 102, 103, 104, 108, 109, 110, 112, 115, 116, 117, 139, 149, 200, 232, 276, 283

Formação 4, 19, 34, 37, 43, 58, 59, 62, 65, 66, 67, 68, 70, 72, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 95, 176, 246

Fracasso 44, 46, 65, 66, 67, 69, 70, 72, 74, 79, 81, 82, 83, 175, 270

G

GAPS 86, 119, 120, 121, 122, 124, 125, 127, 128, 135, 136

Geração Y 138, 140, 141, 143, 145, 148, 149

Geração Z 138, 140, 141, 143, 145, 148, 149, 150

I

Indústria 41, 42, 55, 101, 173, 174, 175, 176, 184, 186, 213, 227, 233

Inovação 2, 18, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 42, 45, 48, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 69, 70, 75, 81, 83, 120, 121, 153, 238, 240, 271

Intenção empreendedora 2, 15, 17, 18, 21, 28

Intercooperação 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 254, 255, 256, 257

L

Logística 226, 259, 260, 262, 263, 267, 270, 271, 272, 273, 274, 282, 283, 284, 285, 286

M

Marcas 38, 151, 152, 155, 169, 170, 171, 175, 187, 264, 268

Marketing 15, 16, 36, 50, 59, 61, 62, 85, 86, 87, 89, 90, 101, 104, 110, 112, 116, 117, 118, 135, 136, 137, 139, 140, 142, 147, 149, 150, 152, 153, 156, 169, 170, 171, 172, 181, 184,

227, 241, 242, 267, 274

Mercados sustentáveis 221

Motivação empreendedora 17, 20, 21, 22, 27

N

Negócio 4, 20, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 66, 67, 68, 69, 70, 86, 103, 112, 116, 177, 190, 202, 203, 236, 258, 260, 265, 267, 270, 273, 284, 285

Notas explicativas 188, 205, 206, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218

P

Palavras-chave 1, 17, 30, 51, 65, 85, 102, 119, 138, 151, 185, 205, 221, 243, 259, 272

Parques ecológicos 151

Passivos contingentes 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220

Percepção do consumidor 85

Planejamento 30, 31, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 67, 70, 102, 241, 258, 259, 260, 261, 270, 274

Plano de negócios 43, 59, 258, 259, 260, 265, 270, 285

Pomicultura 221, 224

Pós 28, 51, 57, 63, 94, 96, 97, 98, 111, 117, 140, 170, 171, 173, 174, 179, 182, 224, 242, 271

Potencial empreendedor 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 29

Q

Qualidade 5, 22, 36, 41, 42, 53, 55, 70, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 102, 103, 104, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 142, 148, 157, 175, 180, 181, 182, 218, 221, 222, 223, 225, 226, 227, 230, 231, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 249, 256, 259, 262, 264, 273, 275, 282

Qualidade em serviços 119, 120, 122, 123, 124, 126, 127, 136

R

Responsabilidade socioambiental empresarial 138, 140, 141, 150

S

Saudável 226, 258, 259, 263, 264, 266, 267, 268

Semiótica peirciana 151, 156

Startups 36, 38, 53, 54, 58, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84

Sucesso 4, 5, 6, 18, 20, 21, 22, 26, 30, 35, 36, 37, 38, 39, 45, 46, 47, 48, 53, 55, 56, 65, 66, 67, 68, 69, 72, 74, 75, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 103, 104, 115, 179, 236, 260, 261, 270, 275, 276, 277, 284, 285

Suprimentos hospitalares 272, 273, 274, 275, 277, 284, 286

U

Universidade 15, 17, 27, 28, 30, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 83, 85, 86, 90, 92, 100, 101, 116, 117, 118, 119, 136, 138, 150, 155, 171, 173, 185, 205, 207, 219, 257, 271, 286, 287

V

Valores pessoais 1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16

ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

2



www.atenaeditora.com.br



contato@atenaeditora.com.br



[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)



[facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

2



www.atenaeditora.com.br



contato@atenaeditora.com.br



[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)



[facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)