

PESQUISA BIBLIOGRÁFICA SOBRE OS MOTIVOS PARA UMA STARTUP SER OU NÃO LONGEVA

Beatriz Machado Montti

Graduada do curso de marketing da Fatec Sebrae

Juliana Feitosa Gomes

Graduada do curso de marketing da Fatec Sebrae

Patrícia Viveiros de Castro Krakauer

Professora Doutora da Fatec Sebrae

Marcelo Salles da Silva

Coordenador do curso de marketing da Fatec Sebrae

Resumo

As startups surgiram a partir de pensamentos inovadores em ambientes empresariais, muitas voltadas para o setor de tecnologia. Este artigo volta-se ao contexto das startups com a finalidade de investigar na literatura sobre a longevidade dessas empresas. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica em revistas A2 e B1, de 2018 a 2021, com temas relacionados ao sucesso das startups. De acordo com os resultados obtidos, pode-se considerar que os motivos que afetam a longevidade são: necessidade do conhecimento do negócio por parte dos gestores; foco na escalabilidade e flexibilidade; a busca de network; a importância de incubadoras e aceleradoras para suporte das startups; busca de investidores principalmente nas fases iniciais; e importância da resiliência dos empreendedores durante o desenvolvimento do projeto. Este artigo poderá contribuir com instituições de fomento ao empreendedorismo de forma a melhor capacitar fundadores de startups.

Palavras-Chave: startup, longevidade, ciclo de vida, motivos

Editor Geral

Prof. Dr. Roberto Padilha Moia

Organização e Gestão

Prof. Ms. Clayton Pedro Capellari

Correspondência

Alameda Nothmann, nº 598 Campos Elíseos, CEP 01216-000 São Paulo – SP, Brasil.

+55 (11) 3224.0889 ramal: 218

E-mail: f272dir@cps.sp.gov.br

Abstract

Startups emerged from innovative thinking in business environments, many focused on the technology sector. This article is about the context of startups to investigate in the literature about the longevity of these companies. A bibliographic survey was conducted in A2 and B1 magazines, from 2018 to 2021, with themes related to the success of startups. According to the results obtained, it can be considered that the reasons that affect longevity are: need for business knowledge by managers; focus on scalability and flexibility; the search for network; the importance of incubators and accelerators to support startups; search for investors mainly in the early stages; and the importance of the resilience of entrepreneurs during the development of the project. This article can contribute with institutions that promote entrepreneurship to better empower startup founders.

Keywords: startup, longevity, life cycle, reasons

1. Introdução

A inovação é frequente no nosso mundo altamente conectado e globalizado, e, devido a isso, o mundo corporativo não poderia deixar de lado. Por conseguinte, as *startups* são, segundo Lambertucci (2019), empresas que buscam a inovação em seus produtos ou serviços e em seu modelo de negócio, atuando sob extrema incerteza.

A exemplo de pequenas empresas que possuem um modelo de negócio inovador com potencial de se tornar repetitivo e escalável, Segalla (2020) evidencia as *startups* como sendo empresas que obtêm crescimento e alcançam sucesso ao longo do tempo, dentre diversas tentativas e falhas, mas girando em torno de seus próprios eixos e propósitos iniciais, a exemplo da Google e do Youtube. Segundo Blank e Dorf (2012), por ser um modelo de negócio repetível e escalável, uma *startup* acaba se caracterizando como uma empresa temporária até se tornar uma organização de médio ou grande porte.

Destacando a importância do pensamento inovador para a criação do fenômeno das *startups*, Pires (2020) aponta as incubadoras e ambientes acadêmicos ou de abertura para o conhecimento, como espaços que possibilitam o desenvolvimento do conhecimento e intercâmbio de experiências empresariais, sendo base para a criação de novos negócios. Ainda, de acordo com Coda *et al.* (2022), as *startups*, quando criadas com um modelo assertivo e promissor, também possuem o atributo de modificar os pa-

radigmas do mercado em que se inserem e a visão do público para com o tipo de produto ou serviço prestado, a exemplo de empresas como Airbnb e Uber.

Com base no contexto exposto, hoje, há uma vasta discussão de longevidade das empresas e os seus motivos, considerando que os fatores atrelados ao desenvolvimento das organizações são temas de diversos estudos organizacionais (Couto, 2019) e essenciais também no contexto de *startups* que normalmente estão acompanhadas de uma necessidade de grande capital inicial de investidores ou programas externos que as apoiem.

Nesse sentido, esta pesquisa busca responder quais são os motivos, mencionados na literatura, para uma *startup* ser ou não longeva, buscando com isso investigar na literatura os motivos que influenciam a longevidade de *startups*.

Tendo em vista o crescimento das *startups* em todo o mundo nas últimas décadas, é notória a existência de vasta literatura a fim de entender todos os aspectos envolvidos nesse tipo de negócio. Esse estudo justifica-se por ser continuidade de investigação sugerida por Silva, Krakauer e Coda (2020) e Coda *et al.* (2022) e pretende contribuir com instituições de fomento de empreendedorismo na capacitação de fundadores de *startups*.

2. Fundamentos Teóricos

2.1 Conceito de *Startup*

Entender o que é uma *startup* e a sua diferença para as empresas tradicionais é essencial para o contexto contemporâneo no qual muitas empresas são consideradas como esse tipo de organização. Neste artigo são apresentados dois conceitos relevantes na literatura.

A *startup* é caracterizada, segundo Ries (2011), por ser uma instituição composta por pessoas, em situação de extrema incerteza e com o objetivo de criar produtos ou serviços que ainda são inexistentes no mercado. Além disso, outro ponto importante que o autor destaca é que esse tipo de empresa deve ter um ciclo de aprendizagem com os resultados coletados através da interação dos novos produtos ou serviços com os clientes. Esse processo de aprendizagem gera informações valiosas para o desenvolvimento contínuo e o sucesso da *startup*.

Isso posto, há, também, uma abordagem variada, mas não necessariamente conflitante, dos autores Blank e Dorf (2012), onde a definição de *startup* é de estar em busca pela criação de um novo modelo de negócio que seja escalável. Por não ser somente a criação de um produto ou serviço, é notória a diferença para as empresas tradicionais, que se utilizam de um modelo de negócios já existente e, muitas vezes, consolidado. Sendo assim, de acordo com os autores, o processo de criação deste novo modelo deve estar em constante experimentação, e, uma vez validado, a *startup* pode seguir os caminhos de uma nova organização, tendo-se, desta forma, um aspecto de temporalidade.

Em todo ambiente empresarial, seja ele de grande ou pequeno porte, inserido em um determinado mercado, sofre não apenas influências internas, mas também influências externas. Ao abordar o caso das *startups*, Santos (2018) explica alguns aspectos que influenciam na viabilidade do negócio desde o início, mencionando desde a busca de incentivos internos nas incubadoras e aceleradoras, a capacidade de atuação dos profissionais, até o nível de competitividade do mercado, mudanças tecnológicas que o acompanha e a situação econômica do país. O autor cita também as adversidades que podem ser colocadas em evidência em relação à própria aceitação do público-alvo para com o produto/serviço oferecido.

No Brasil, mesmo que as *startups* contenham necessariamente a inovação nos seus modelos de negócio, Cavalheiro (2015) explica que há espaço, em alguns casos e principalmente no setor tecnológico, para que se adotem determinadas receitas de empresas que obtiveram sucesso no exterior, tornando-se, nesses quadros, versões brasileiras de produtos ou serviços estrangeiros. Sendo assim, não é 100% dos casos que os criadores de *startups* criam ideias do zero, mas que possuem a visão necessária para ver o que já existe que pode se adequar no ambiente, mesmo que haja alguma alteração para adaptação no ambiente que se está inserido. Isso pode dar uma certa garantia de segurança quando se nota alguma defasagem em determinada prestação de serviço dentro da sociedade, na qual empresas tradicionais não conseguiram suprir. Mesmo assim, os ambientes externos variam de acordo com o tipo de cultura e configuração social, por isso, ainda são necessárias pesquisas de mercado, análise do público-alvo e uma gestão de risco bem pensada.

Uma influência que se faz como fator-chave para o sucesso de negócios em conjunto, são as alianças e cooperação interorganizacionais que, como explica Cortes et al. (2020), geram uma rede força para as empresas ainda não maduras e proporcio-

nam, para ambas, perspectivas para vantagens competitivas futuras. Em vista disso, Oliveira (2017) acrescenta que, diferentemente das tradicionais ações utilizadas para que uma empresa alcance vantagem dentro de um mercado específico, o que sempre se remeteu ao tema da competição, as novas ideias de relações entre empresas com existência contributiva, mediadas com o intercâmbio de recursos e de conhecimento, permitem que a inovação alcance novos modelos de se fazer negócio, de forma que se torne arcaica a ideia da competição por clientes sem uma estratégia construtiva, principalmente quando se pensa nas *startups*.

No que se refere à identidade, as *startups* apostam em seus brandings como fortes aspectos que garantem que suas marcas impactarão o público e, por conseguinte, influenciam na longevidade da empresa, enfatiza Aaker (2011), acrescentando ainda que o reconhecimento de marca deve ser iniciado internamente e como um grande investimento. Afinal, é desse ponto que se cria a personalidade da empresa que, além de trazer um sentido de propósito e pertencimento em qualquer cultura organizacional, é ela que também será apresentada ao mercado e ao público.

2.2 Motivos para uma *startup* ser longa e seu ciclo de vida

Para entender melhor sobre os motivos de uma *startup* ser longa, é importante analisarmos os processos iniciais dessas empresas. Muitas vezes, segundo McGrath (1999), começa-se um empreendimento ao estudar o sucesso de outros e tentando aplicar esses exemplos na nova empresa. Contudo, essa estratégia pode ser falha, em especial, para as *startups*, por serem, em geral, analisados sistemas utilizados em empresas tradicionais (PIRES, 2020) e não estarem de acordo com o modelo de negócio que será implementado.

Isso posto, analisar motivos de fracasso de outras *startups*, pode ser um processo mais eficaz para que estes sejam evitados. Dessa forma, observa-se alguns fatores que influenciam na mortalidade das *startups* no Brasil, de acordo com Santos (2018) e com Arruda e Nogueira (2014), tais como: a motivação da abertura do negócio, a experiência no ramo, planejamento, capacitação em gestão empresarial dos donos, burocracia, muitos sócios e falta de investimentos.

Entretanto, contrapondo a ideia de somente olhar os fracassos, é interessante estar ciente dos motivos que levam as *startups* a terem maior longevidade, pois usando-se de características externas semelhantes, as novas empresas podem levar vanta-

gens no cenário geral. Assim sendo, um fator preponderante para o sucesso de uma *startup* é a sua inclusão em parques tecnológicos, incubadoras ou aceleradoras por proporcionarem uma gama de relacionamentos comerciais, e serem um ecossistema que minimiza os riscos, oferecendo incentivos educacionais, financeiros, entre outros fatores (NOGUEIRA; ARRUDA, 2014; ATRASAS, 2003; SANTOS, 2018; CARVALHEIRO, 2015; NASSIF, 2020; PIRES, 2020).

Acerca da mortalidade das *startups*, sem que haja algum tipo de continuidade como venda para uma corporação já estabelecida ou mesmo uma transição, Segalla (2020) justifica que as maiores razões para que esse encerramento aconteça são falhas internas ou influências externas. Desse modo, mesmo que haja a participação das aceleradoras para que uma *startup* cresça rapidamente no meio, as falhas internas de planejamento e gestão podem ser decisivas para o desgaste da mesma e, tendo em vista os aspectos do mercado, da economia e da concorrência em um ambiente volátil, esses últimos podem afetar diretamente o negócio.

Por outro lado, a exemplo do sucesso, a chamada “transição”, por ser a última fase de uma *startup* dentro do chamado ciclo de vida, evidencia-se a passagem do empreendimento de uma empresa jovem e inovadora para uma empresa madura e estabelecida no mercado. Bohnen (2020) aponta que as *startups*, a partir do momento em que são inseridas no mercado, têm, como principal função, o enfoque no processo de aprendizagem para que atinja o estado de maturidade e, a partir desse ponto, obter o crescimento por consequência. Entretanto, esse processo não se torna orgânico por tempo indeterminado, como Couto (2019), citando Picken (2016; 2017), demonstra que o ciclo de vida é constituído pelas quatro seguintes fases: *startup*, transição, escala e saída. Nesse aspecto, os autores elucidam que os limites entre essas fases ocorrem, frequentemente, de forma imprecisa, por serem, segundo eles, “difusos e sobrepostos”.

Couto (2019) afirma que, no período de transição, a *startup* deve possuir, como fator que o conduz até esse estágio, um modelo de negócio devidamente desenvolvido, e uma base escalável, para que então se adote um sistema consistente que profissionalize a gestão da empresa por intermédio de uma administração que remete às empresas mais tradicionais, com processos mais estruturados, objetivos mais desenvolvidos e direcionados, além da memória organizacional, que fornece aspectos essenciais e individuais da empresa, modelando ou, em muitos casos, remodelando, sua identidade e; desenvolvendo sua cultura organizacional. Ao mesmo tempo, explica ainda o autor, que os riscos nesse estágio se tornam ainda mais acentuados, tendo em vista que

a empresa passa por mudanças com mais recursos, parcerias, e processos como um todo, estando, portanto, com maior vulnerabilidade a perdas do que no momento inicial. Nesse ponto, também, a empresa tem como oportunidade, face aos novos eventos que podem surgir, a criação e o desenvolvimento de novas soluções para, assim, seguir da fase de transição rumo ao estabelecimento de uma corporação.

3. MÉTODO

Com intuito de atingir o objetivo apresentado na seção introdutória deste estudo, houve a realização da pesquisa de caráter bibliográfico. Esta pesquisa consiste na análise de dados encontrados em artigos científicos já existentes sobre temas similares ao do presente trabalho.

Como este formato de pesquisa é uma análise feita com dados, ela é caracterizada como qualitativa, mensurando a contribuição de artigos da mesma área, como citado anteriormente. Para este fim, utilizou-se a base de dados *Spell.org.br*, selecionando textos dentro período de 2010 a 2022, com a palavra “*startup*” escolhida como palavra-chave que melhor se encaixaria para o tema do estudo.

Os artigos coletados da livraria eletrônica de periódicos *Spell* reunidos para a exploração do tema foram, no total, 107 relacionados com o tema *startup* de diversas revistas nos idiomas português e inglês, e de variadas classificações com base nas métricas da Qualis.

Quadro 1: Fases de Seleção dos Artigos

Fases de Seleção	Ações	Nº de Artigos Selecionados
Fase 1	Busca e agrupamento de artigos relacionados ao tema <i>startup</i>	107
Fase 2	Seleção de artigos com base em temas relacionados à longevidade	57
Fase 3	Seleção de artigos com base em resumos que	51

	se associam ao assunto longevidade	
Fase 4	Análise das classificações das revistas para a seleção dos artigos que estão nas mais relevantes (A2 e B1)	7

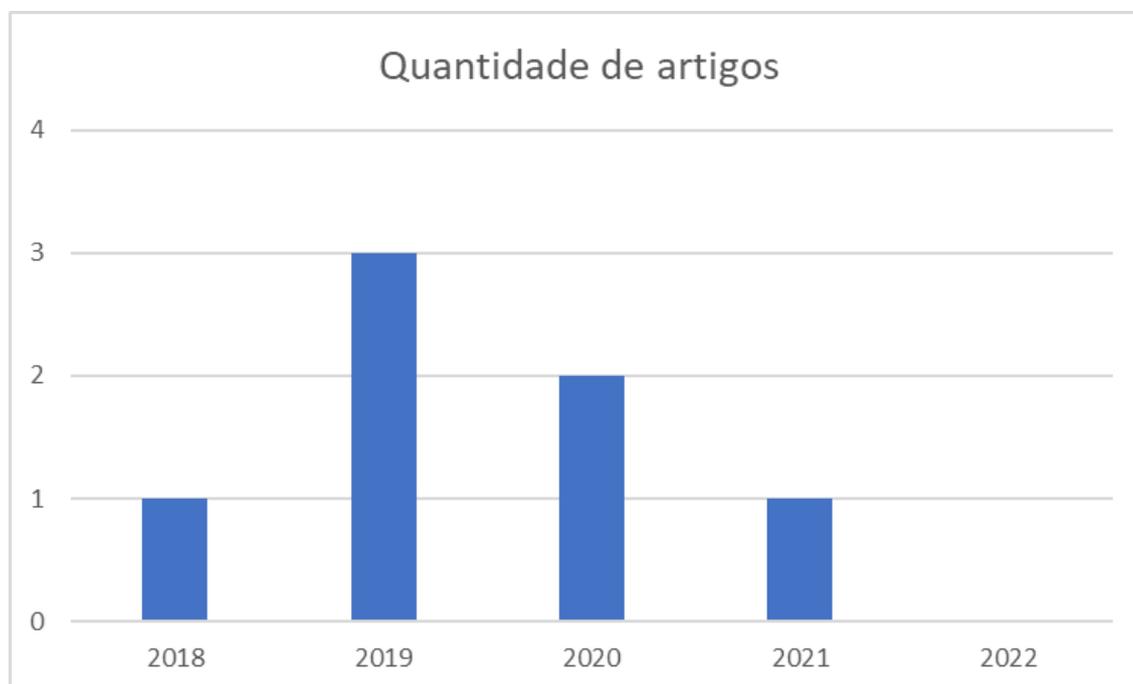
Fonte: Elaborado pelos autores.

De acordo com os critérios de seleção indicados no quadro acima, foram divididas quatro fases de análise, em que, a partir da busca e reunião de material na base de dados (Fase 1), foram observados os temas relacionados ao objetivo da pesquisa (Fase 2), após isso, a leitura e seleção do material de acordo com os resumos (Fase 3) e, por último, a seleção com base nas revistas brasileiras A2 e B1 (Fase 4).

4. RESULTADOS

Com a seleção dos sete artigos explicitada no item anterior, buscou-se entender a relevância do tema na atualidade, baseando-nos nos anos de publicações dos mesmos, como demonstrado no gráfico abaixo:

Gráfico 1: Quantidade de artigos relevantes por ano.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Como demonstrado no gráfico, feito a distribuição dos artigos ao longo dos anos de publicação, é possível identificar uma alta de publicações em 2019, porém, em 2022, ainda não há artigo de relevância sobre o tema na base investigada. Nesse sentido, encontra-se uma grande oportunidade para a pesquisa que está sendo feita neste estudo.

Após a revisão da literatura, foi possível identificar que apenas seis dos sete artigos selecionados são pertinentes ao tema do presente estudo. Sendo assim, foi elaborado um quadro (Quadro 2) com as características destes seis artigos para maior compreensão da continuidade dos resultados da pesquisa.

Quadro 2: Artigos selecionados para última fase de análise

Nome do Artigo	Revista	Classificação Qualis	Ano
<i>The Influence of Dynamic Capabilities on Startup Growth</i>	<i>RAUSP Management Journal</i>	A2	2021
Um Sistema de Medição de Desempenho para <i>Startups</i> Incubadas	Revista de Administração da UFSM	B1	2020
Motivações e Perspectivas Futuras de Empreendedores de <i>Startups</i>	BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS	B1	2019
O Aporte de 'Venture Capital' e a Predisposição de ' <i>Startups</i> ' Brasileira em Inovar	Cadernos EBAPE.BR	A2	2019
Empresas ' <i>Startups</i> ': Análise do Ciclo de Vida a partir do Modelo de Lester, Parnell e Carraher	Revista Ibero-Americana de Estratégia	A2	2020
De Comunidade de Prática a Rede de Práticas: Um Estudo da Evolução de uma Comunidade <i>Startups</i> da Cidade de Belo Horizonte	Cadernos EBAPE.BR	A2	2018

Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir do Quadro 2, são feitas as seguintes análises dos artigos selecionados:

O objetivo do estudo realizado por Teixeira *et al.* (2021), *The Influence of Dynamic Capabilities on Startup Growth*, é o de validar se o modelo DSIC desenvolvido por Den Hertog *et al.* (2010) se encaixa no modelo de negócio das *startups NTBFs* (*New Technology-Based Firms*). Seguidamente à pesquisa realizada, os autores concluíram que entender, constantemente, as necessidades dos consumidores e ser escalável e flexível são os pontos mais importantes para o crescimento das *startups* a longo prazo. Portanto, o artigo conclui que é necessário para essas empresas investir no entendimento do mercado pois, assim, conseguem ajustar os seus produtos/serviços para melhor atender aos consumidores; que a capacidade de ser escalável e flexível é essencial para as *startups* por serem empresas que estão na busca de um modelo de negócio escalável, repetível e rentável; e percebeu-se que os outros fatores do DSIC não são tão relevantes para o amadurecimento das *startups*. Ademais há a indicação para que os gestores dessas empresas continuem sempre se aprimorando nas capacidades de marketing e gestão para que não ocorra um foco exacerbado nos aspectos tecnológicos, como é costume de acontecer em *startups*. Os autores ressaltam, também, que *startups* que têm mais *network*, têm maior probabilidade de crescer com esses conhecimentos adquiridos.

No artigo de Casado *et al.* (2020), *Um Sistema de Medição de Desempenho para Startups Incubadas*, o foco é justamente mostrar que há uma lacuna de suporte por parte das incubadoras para entenderem o desempenho das *startups* e poder, de certa forma, guiá-las para que cresçam e gerem retorno. Seguindo este raciocínio, os autores acreditam que para uma análise ser feita, ela precisa de elementos tangíveis, ou seja, é preciso haver uma forma de medir como cada *startup* está desempenhando. No cálculo utilizado, foram medidos os recursos Humanos, Financeiros, Organizacionais e Sociais das empresas selecionadas, sendo concluído que esta pesquisa é adaptável e flexível para vários contextos. Nesse sentido, os autores concluíram que é imprescindível que as incubadoras façam a medição do desempenho das *startups* para que possam ser direcionadas ao melhor caminho dentro de cada negócio, considerando que esse auxílio é o um dos motivos da existência das próprias incubadoras.

O artigo de Lopes Filho, Paiva e Lima (2019), *Motivações e Perspectivas Futuras de Empreendedores de Startups*, tem como finalidade entender os empreendedores

por trás das *startups*, visando compreender o processo de idealização (histórico anterior e expectativas iniciais), de desenvolvimento (facilidades, dificuldades e transformação pessoal) e de perspectivas futuras (persistência e desistência), dentro de cada um destes aspectos foram feitas premissas para serem confirmadas ou não ao longo da pesquisa. As constatações da pesquisa foi que, no momento da idealização, as motivações estão relacionadas a cada empreendedor, e que, normalmente, o período é acompanhado de inexperiência (história anterior) e acontece de forma inesperada, porém, após a identificação da oportunidade, há um grande planejamento por parte dos empreendedores para que possam acelerar o crescimento das suas empresas (expectativas iniciais). É encontrado, também, que a inovação e a independência são fatores que facilitam o desenvolvimento do negócio e os empreendedores enxergam de maneira positiva os potenciais riscos acompanhados das *startups*. Das dificuldades citadas pelos entrevistados pelos autores, destacou-se a escassez de recursos, a aceitação do produto, as cargas tributárias e a criação de equipes, em que relataram despreparo e imaturidade para lidar com esses problemas. Quanto à transformação pessoal, os empreendedores consideram que conquistaram maior resiliência, crescimento pessoal e desenvolvimento de novas competências, mas que mesmo assim, estão insatisfeitos no que se refere à realização pessoal. Por fim, os aspectos das perspectivas futuras que o artigo traz são a mudança da visão dos empreendedores, pois antes gostariam de estabilizar o seu negócio, mas hoje, buscam fazê-lo crescer e que relacionam ser bem-sucedido com atingir o propósito de solução da empresa, não necessariamente o quesito financeiro (persistência). Já os fatores que podem influenciar na desistência da *startup* e do empreendedorismo são os desafios financeiros e a mudança do propósito inicial dos projetos. Um ponto relevante que o artigo destaca é que o estudo foi feito em Fortaleza (estado do Ceará), por ter uma alta incidência de *startups* e ser a nona colocada no ranking de maior número absoluto dessas empresas.

A proposta do estudo de Silva, Krakauer e (2020), *Empresas 'Startups': Análise do Ciclo de Vida a partir do Modelo de Lester, Parnell e Carraher*, é explorar o modelo de Lester, Parnell e Carraher, a fim de responder quais estágios do ciclo de vida nas organizações são mais pertinentes à *startups* brasileiras. Esse estudo foi de característica descritiva e de análise qualitativa, com a ferramenta *survey* para coleta de dados de uma amostra representativa, apresentando um questionário para a obtenção de respostas para conhecer o perfil das empresas brasileiras participantes do estudo. Os

resultados do estudo destacam que a maioria das *startups* analisadas se encontram no estágio de nascimento, crescimento e declínio, e poucas se encontram no estágio de maturidade (pelo fenômeno de um rápido crescimento e mortalidade) e rejuvenescimento (por serem *startups* que atinge outros patamares e acabam por adotar modelos cabíveis a um maior porte organizacional).

O objetivo do estudo de Guimarães, Gonçalves e Vale (2018), *De Comunidade de Prática a Rede de Práticas: Um Estudo da Evolução de uma Comunidade Startups da Cidade de Belo Horizonte*, é traçar um paralelo entre o que diz a literatura e a realidade empreendedora acerca das Comunidades de Prática em empresas que buscam inovação com o intuito de alcançarem um crescimento mútuo. Para isso, uma comunidade de empreendedores localizada em Belo Horizonte foi submetida a objeto de estudo, tendo como ponto de foco pelos observadores as transformações obtidas, traçando linhas evolutivas ou não em desempenho. Além disso, entender como se dão as interações relacionais dentro dessa comunidade é um ponto forte para o entendimento do estudo como um todo. A investigação constata que o benefício em se criar uma rede de apoio de crescimento mútuo por meio de parcerias e objetivos em comum garante aos empreendimentos novos passos cada vez mais largos no quesito inovação e visibilidade.

O artigo escrito por Nascimento, Cherobim e Mendonça (2019), *O aporte de venture capital e a predisposição de startups brasileiras em inovar*, aborda a influência do capital financeiro em empresas que, segundo analistas, seriam promissoras no mercado. Como sendo um tipo de investimento em empresas com grandes chances de crescimento e, portanto, geradoras de rentabilidade, o chamado *Value Capital* é o ponto de foco do estudo no contexto brasileiro em que cada vez mais *startups* surgem com propostas inovadoras. Para isso, foram realizadas pesquisas quantitativas com empresas jovens que possuem vínculos a fundos de *Value Capital*. De acordo com os resultados, a busca por ideias "fora da caixa" e de cunho tecnológico foram de maior relevância, seguidos pelo interesse em inovar em produtos/serviços e em satisfazer as necessidades dos clientes. O estudo aponta que as empresas influenciadas pelo *Value Capital* buscam inovações em diferentes frentes e elevando, assim, os potenciais em relação a esse âmbito.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos enfatizam alguns dos principais artigos encontrados para possíveis respostas à questão de pesquisa mencionada na Introdução deste estudo: Quais são os motivos, mencionados na literatura, para uma *startup* ser ou não longa-va?. A partir da leitura e análise desses trabalhos, é possível constatar que existem diferentes fatores responsáveis por garantir que uma *startup* obtenha um caminho contínuo de desenvolvimento até sua fase de transição para uma grande organização e, por outro lado, a falta de elementos essenciais como o aporte financeiro e a contínua busca por inovação podem resultar a uma empresa o seu fim precoce.

Nesse sentido, a conclusão do presente estudo é que para uma *startup* ser longa-va e ter potencial de se tornar uma grande corporação é necessário que os seus gestores (empreendedores/CEOs) busquem, cada vez mais, se capacitar em entendimento de mercado, marketing e gestão de empresas focando na escalabilidade e flexibilidade do seu negócio. Além de construir relacionamentos e parcerias ao longo do tempo com pessoas ou empresas que possam os ajudar com conhecimentos ou a aumentar a rede de relacionamentos em seus negócios, pode-se pensar na procura de suporte de incubadora ou aceleradoras para suprir essa necessidade também.

No que se refere às incubadoras, o estudo revela que é necessário que estas tenham formas mensuráveis de proporcionar o suporte para o desenvolvimento das *startups*, pois estas pequenas empresas, quando estão incubadas, necessitam de direcionamento e, com análises quantitativas, essa orientação fica mais assertiva.

Outro ponto importante para a longevidade das *startups*, é ter o capital para investir e manter a empresa funcionando nas suas fases iniciais, onde ainda pode não estar gerando retorno para se sustentar. Por isso, pode ser relevante para estas empresas procurar por investidores ou estarem, justamente, alocadas em incubadoras/aceleradoras.

Por fim, é possível concluir que, além de tudo já citado, os empreendedores de *startups* precisam estar sempre buscando evoluir, superar desafios, se mantendo, assim, motivados em relação ao objetivo inicial da criação do negócio, e sempre com os conceitos das *startups* bem claros em mente: ser inovador, escalável, repetível e rentável.

Retomando os registros de Silva, Krakauer e Coda (2020), que apontam a alta incidência de *startups* jovens e em surgimento, frente ao baixo número de *startups* que, de fato, conseguem alcançar a longevidade, o presente estudo se faz ainda mais relevante pelo intuito de investigar as razões por trás da longevidade.

Devido a limitação da pesquisa ter sido feita com artigos de um banco de periódicos do Brasil, futuros estudos baseados em análises bibliométricas, quantitativas, considerando outros bancos, podem contribuir para o entendimento do tema e, visto que os artigos de maior relevância encontrados até o momento foram realizados nos quatro últimos anos, há um alto potencial de outros estudos empíricos abordando mais pontos de vistas surgirem nos próximos anos.

REFERÊNCIAS

BOHNEN, G. K.; FACCIN, K.; KLEIN, L. L. Práticas de cooperação interorganizacional: investigação de rendas relacionais em startups. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 14, n. 3, p. 19-35, 2020.

CASADO, F.; SILUK, J.; NEUENFELDT JÚNIOR, A.; ATAÍDE, L.; QUIROGA, O. D. A Business Performance Measurement System for Incubated Startups. **Revista de Administração da UFSM**, v. 13, n. 5, p. 977-996, 2020.

CODA, R. *et al.* Startup founders' entrepreneurial profile in the Brazilian context. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v.16, n.1, p. 1-39, 2022.

CORTES, B.; BEUREN, I.; LUIZ, T. Capacidade de coordenação interorganizacional e gerenciamento de riscos no relacionamento de startups e parques tecnológicos. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v.14, n.4, p. 141-155, 2020.

COUTO, M. H. G. **Análise do ciclo de vida das startups: características, agentes e riscos associados**. 2019. Dissertação de mestrado apresentada a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-14022020-110320/pt-br.php>
Acesso em 15/12/2022.

FONSECA, S. **Empreendedores Açorianos: Motivações, desafios e satisfação com a vida**. 2019. Dissertação de mestrado apresentada à Faculdade de Psicologia da Universidade Católica Portuguesa. Disponível em:

<https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/29953> Acesso em: 14/12/2022.

GUIMARÃES, T. B. C.; GONÇALVES, L. C.; VALE, G. M. V. Comunidade de Prática a Rede de Práticas: Um Estudo da Evolução de uma Comunidade Startups da Cidade de Belo Horizonte. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 16, n. 4, p. 762-773, 2018.

LAMBERTUCCI, A. **Os fracassos das Startups e a inadequação dos seus modelos de negócios**. 2019. Dissertação apresentada ao Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade de Lisboa. Disponível em

<https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/19265> Acesso em: 14/12/2022.

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.

NASCIMENTO, T. C.; CHEROBIM, A. P. M. S.; MENDONÇA, A. T. B. B. O Aporte de 'Venture Capital' e a Predisposição de 'Startups' Brasileira em Inovar. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 17, n. 4, p. 979-993, 2019.

OLIVEIRA, P.; PAULA, A. A Gestão da Comunicação de Marca das Pequenas e Médias Empresas: um estudo que vai analisar as startups em Portugal. **Sociedad Latina de Comunicación Social**, livro coletivo, ISBN-13: 978-84-16458-41-7, 2017. Disponível em: https://www.revistalatinacs.org/16slcs/2016_libro/044_Oliveira.pdf Acesso em 15/12/2022.

SANTOS, M. **Viabilidade de Startups incubadas: principais fatores dificultadores**. 2018. Monografia apresentada à Faculdade de Administração da Universidade Federal de Campina Grande. Disponível em:

<http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/12971> Acesso em: 15/12/2022.

Segalla, A. V. Z *et al.* Startups: qual o caminho para o sucesso? **Revista Acadêmica de Tecnologias em Educação**, edição especial, 2020. Disponível em:

<https://periodicos.unimesvirtual.com.br/index.php/tecnologias-em-edu/article/view/1147> Acesso em 10/12/2022.

SILVA, E.; KRAKAUER, P. V. C.; CODA, R. Empresas Startups: Análise do Ciclo de Vida a Partir do Modelo de Lester, Parnell e Carraher. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 19, n.1, p. 81-103, 2020.

TEIXEIRA, E. G.; MOURA, G. L.; LOPES, L. F. D.; MARCONATTO, D. A. B. FISCHMANN, A. A. The Influence of Dynamic Capabilities on Startup Growth. **RAUSP Management Journal**, v. 56, n. 1, p. 88-108, 2021.