

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA  
CURSO DE GRADUAÇÃO BACHARELADO EM  
ADMINISTRAÇÃO

ANDERSON HENRIQUE LOPES DA SILVA  
THIAGO BARROS DE MELLO SILVA

***STARTUPS INOVADORAS E SEUS IMPACTOS NA  
ECONOMIA***

RECIFE/2020

ANDERSON HENRIQUE LOPES DA SILVA  
THIAGO BARROS DE MELLO SILVA

## ***STARTUPS* INOVADORAS E SEUS IMPACTOS NA ECONOMIA**

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Espec. Emanuel Lima Xavier

RECIFE/2020

S586s

Silva, Anderson Henrique Lopes da  
Startups inovadoras e seus impactos na economia. /  
Anderson Henrique Lopes da Silva; Thiago Barros de Mello Silva.  
- Recife : O Autor, 2020.  
27 p.

Orientador(a): Emanuel Lima Xavier

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro  
Universitário Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em  
Administração, 2020.

1. Startups. 2. Inovação. 3. Impactos. 4. Economia.  
I. Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA. II. Título.

CDU: 658

ANDERSON HENRIQUE LOPES DA SILVA  
THIAGO BARROS DE MELLO SILVA

## **STARTUPS INOVADORAS E SEUS IMPACTOS NA ECONOMIA**

Artigo aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, por uma comissão examinadora formada pelos seguintes professores:

---

Prof.º Espec. Emanuel Lima Xavier  
Professor Orientador

---

Prof.º Espec. Horison Lopes de Oliveira  
Professor Examinador

---

Prof.º Espec. Diego Leonel Alves de Sá  
Professor Examinador

Recife, \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

NOTA: \_\_\_\_\_

*Dedicamos esse trabalho a nossos pais.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus que me sempre abençoou e que me guiou para que eu conseguisse superar as dificuldades.

Agradeço a minha família, em especial a minha mãe que sempre esteve ao meu lado para que eu não desistisse de seguir em frente, apesar de todas as diversidades.

Agradeço ao orientador e todos os professores que fizeram parte da minha vida acadêmica e passando todos os ensinamentos para a construção da minha vida profissional.

Anderson Henrique Lopes da Silva

Nesta longa jornada, é importante enfatizar quatro pilares: Deus, Família, Professores e orientador. Sem eles, nada disso seria possível, porque ninguém chega longe sozinho.

Agradeço a Deus por sempre me acolher nos momentos de aflição e me conceder sabedoria para sempre olhar para frente e vencer os desafios.

Agradeço a minha família, em especial aos meus pais por sempre me orientarem a seguir no caminho correto e me encorajar nos momentos de angústia.

Agradeço aos professores e ao orientador pela paciência e pela generosidade de transmitir seus conhecimentos e suas experiências.

Thiago Barros de Mello Silva

*“A inteligência e o caráter é o objetivo da verdadeira educação”.*  
*(Martin Luther King)*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>08</b>
<b>2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO.....</b>	<b>10</b>
<b>3 RESULTADOS.....</b>	<b>11</b>
<b>3.1 Conceito de <i>startups</i>.....</b>	<b>13</b>
<b>3.2 Origem das <i>startups</i>.....</b>	<b>15</b>
<b>3.3 Inovação.....</b>	<b>16</b>
<b>3.4 A importancia da inovação para as <i>startups</i>.....</b>	<b>19</b>
<b>3.5 Impactos das inovações das startups na economia.....</b>	<b>20</b>
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>23</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>25</b>



# **STARTUPS INOVADORAS E SEUS IMPACTOS NA ECONOMIA**

Anderson Henrique Lopes da Silva

Thiago Barros de Mello Silva

Profº. Orientador Emanuel Lima Xavier

**Resumo:** O presente artigo busca analisar e relacionar a inovação das *startups* com a economia nacional. Inovação é importante para qualquer empresa, independente do porte, principalmente para as *startups*. É importante analisar como essas empresas podem afetar a economia, a inovação é o principal motivo que torna essas empresas essenciais para o desenvolvimento de uma região ou até mesmo para um país. Existem pessoas que desconsideram as *startups*, muito pelo fato de serem empresas pequenas que necessitam de investimentos e incentivos para se estabelecerem no mercado, muitas acabam ficando pelo caminho, mas as que conseguem se desenvolver, conseguem modificar as vidas das pessoas, tanto diretamente como indiretamente. Não têm como não relacionar as inovações com as *startups*, inovar é o que estas empresas fazem, é o principal trabalho delas, criar ou modificar produtos/ serviços, buscando sempre facilitar a vida dos usuários. Sando tudo pesquisado e demonstrado por meio de pesquisas bibliográficas.

**Palavras-chave:** *Startups*; Inovação; Impactos; Economia.

## **1 INTRODUÇÃO**

Este artigo tem como objetivo geral Identificar e analisar como *startups* com suas inovações afetam a economia do Brasil. Também serão analisados os dados relacionados a *startups* identificando os principais indicadores econômicos e verificadas as inovações que nascem com as *startups*. Os Objetivos são os resultados que são desejados a atingir. Os objetivos explorados darão respostas aos problemas.

A justificativa para o desenvolvimento do presente artigo e esclarecer a relação das *startups* com a economia do Brasil. Também é de suma importância observar as inovações que estas pequenas empresas podem trazer para a nação.

Segundo Bassant e Tidd (2019), inovação é um fator importante para empresas de todos os tamanhos e vai além de apenas propagandas. De maneira simples, se não houver mudanças nas ofertas de bens e serviços, acabaremos

sendo superados por empresas concorrentes. Dito isto, é importante que tenha no mercado agentes inovadores, no caso, as *startups* que são empresas transformadoras de tecnologia. Estas empresas têm suas criações com a finalidade de enfrentar as incertezas do futuro, enfrentando situações extremas no mercado, como e citado por Reis (2012).

O investimento em *startups* no Brasil tem crescido de forma significativa. É uma modalidade de negócio que boa parte surge com boas ideias com foco no sucesso, mas sem muito capital para investimento. Para ter uma chance de sobrevivência por vezes dependem de investimento de terceiros. Esses investidores são conhecidos como anjos. Segundo Gregório (2019), em 2019, as *startups* nacionais receberam quase R\$ 8,7 bilhões de investimentos entre os meses de janeiro e outubro 40% maior em relação ao mesmo período do ano de 2018.

Para algumas pessoas, as *startups* não possuem relevância para o desenvolvimento econômico do país, essas pessoas estão extremamente equivocadas. De acordo com Carrilo (2020), “em 2016, as *startups* correspondiam a 0,006% do PIB brasileiro. Em outubro de 2019, essa porcentagem já era de 0,032%”.

O estudo feito para o presente trabalho é relevante pelo fato do tema ser pouco explorado. As pessoas precisam passar a conhecer sobre as inovações que estão lidadas às *startups* e como podem influencia de forma positiva nas vidas das pessoas já que estas inovações afetam a economia do nosso país.

De maneira clara e objetiva, será posto como *startups* têm o poder de influenciar e o que ela pode proporcionar nas vidas das pessoas, direta ou indiretamente.

Diversas empresas têm pouco tempo de vida pelo fato do mercado ser muito concorrido, no caso das *startups* não é diferente. Estas pequenas empresas correm riscos de não viverem por longo tempo, além da concorrência do mercado, dependem também de altos investimentos.

Apesar de não serem muito populares, as *startups* podem mudar as opiniões e mostrar varias coisas para as pessoas. Pouco se sabe sobre como estas pequenas empresas inovadoras se apresentam no mercado e como elas pode afetar o mercado econômico nacional.

O intuito do desenvolvimento deste artigo é servir como referencia para outras pesquisas relacionadas ao assunto. Todas as informações que estão presentes

servirão para gerar informações e conhecimento relacionado ao universo das *Startups* inovadoras e como elas podem afetar o mercado econômico nacional e como uma boa ideia pode ser bem lucrativa.

Para Arruda (2013) [...] torna-se relevante compreender quais são os determinantes de sucesso e fracasso das startups, negócios que, por estarem inseridos num contexto tão novo e possuírem características tão peculiares, pouco podem usufruir do conhecimento, até então, produzido sobre o empreendedorismo tradicional.

O presente artigo será dividido em quatro capítulos para proporcionar um bom entendimento do que será abordado sobre o tema.

No primeiro capítulo, é posto uma introdução da pesquisa, os objetivos, a justificativa, a relevância, a problemática e a contribuição do arquivo. No segundo capítulo apresenta-se o delineamento metodológico. No terceiro capítulo, deve discorrer acerca dos assuntos relacionados à pesquisa, contendo as informações sobre *Startups*, inovação e economia nacional. Em seguida, no quarto e último capítulo são as considerações finais desse trabalho.

## 2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa pretende envolver todo o território nacional. Este artigo será desenvolvido através do método da pesquisa bibliográfica, caracterizando-se pelo seu caráter explicativo. A busca dados irá gerar informações para tornar o problema mais adaptável o tornando-o mais compreensível.

A pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica. Para tanto, é de suma importância que o pesquisador realize um planejamento sistemático do processo de pesquisa, compreendendo desde a definição temática, passando pela construção lógica do trabalho até a decisão da sua forma de comunicação e divulgação (BOCCATO, 2006, p. 44).

Assim sendo, a pesquisa explorará literaturas relacionadas ao tema, envolvendo *Startups* de inovação e economia nacional. A ideia é Proporcionar um conhecimento sobre o assunto tratado buscando relacionar e analisar os impactos econômicos que estas empresas causam no âmbito nacional.

Os dados obtidos através do método utilizado na pesquisa são de relevância para a explicação no decurso da construção da temática. A pesquisa explicativa visa identificar e explicar os fatores que contribuem para que um determinado fenômeno

ocorra (GIL, 2007). É desejado estabelecer de maneira qualitativa os dados que mostram como as inovações das *startups* contribuem economicamente.

### 3 RESULTADOS

A internet e a tecnologia foram marcos importante para mudar todo nosso conceito de existência. Dentre tantas possibilidades, foi através delas que mudamos o relacionamento com as pessoas e a maneira fazer negócios. Isto fez surgir ideias com potencial de crescimento pelo mundo, de pessoas comuns que colocaram todo seu conhecimento em pratica com pouco recurso e viram suas pequenas empresas se transformarem em gigantes mundiais mudando economias globais e impactando milhares de pessoas ao redor do mundo, podendo citar como exemplos, a Microsoft de Bill Gates e a Apple de Steven Jobs.

A descrição feita anteriormente é de uma *startup*, uma ideia que se materializa com poucos recursos, mas que precisa ter potencial para sobreviver aos riscos do mercado e crescer de maneira significativa. O fascínio de uma *startup* é como ela pode impactar milhares de pessoas e como uma ferramenta desenvolvida por tal com o intuito de inovação, quando introduzida no mercado se torna de fundamental importância para as pessoas e nações. Estas empresas estão sendo importante para o desenvolvimento da tecnologia e da inovação, já que elas atual diretamente nesses fatores.

Segundo Peng, Schroeder e Shah (2008), inovação é um conjunto de práticas organizacionais que as empresas utilizam para desenvolver ou melhorar algum produto ou serviço. Umas das principais características destas empresas é o potencial que elas possuem para a inovação.

É essencial que o Governo Federal do Brasil esteja dando maior atenção a programas voltados a inovação, auxiliando o desenvolvimento de *startups*. Conforme afirma Thurner (2015), tendo como base a tecnologia, as *startups* são modelos de negócios replicáveis e em escala, sem muitas certezas sobre a extremidade do futuro elas têm o foco em inovação.

Muitos pensam que qualquer empresa pode se tornar uma *startup*, mas não e bem assim, tanto que existem características bem peculiares para opera-las, como por exemplo: ser um negócio escalável, ou seja, capacidade de gerar lucros de forma rápida com baixo custo. Esse modelo de negócio cresce de forma exponencial ao longo dos anos, e isso é lavado tão a sério que existem verdadeiras “cidades”

para pessoas que querem desenvolver suas *startups*, exemplo disso é o vale do silício (Califórnia), Nos Estados Unidos e o “Porto Digital” Recife-PE, Brasil.

Blank e Dorf (2014, p.39) afirmam:

O modelo tradicional presume que formar uma startup requer um programa passo a passo, sequencial, orientado na execução. Cada etapa desdobra-se em uma progressão lógica que pode ser traçada em um PERT (uma técnica de gestão de projetos que mapeia as fases e o tempo requerido para cada uma delas até o término do projeto), com marcos indicadores e designação de recursos para completá-las.

Sendo assim, não é fácil montar uma *startup*, ainda mais, quando não se tem recursos para iniciar o negócio e para se manter no mercado. Por isso, há empreendedores que acham nas plataformas digitais uma segurança maior para desenvolver seu trabalho. Outros empreendedores se encontram nos polos tecnológicos, como o porto digital localizado na cidade do Recife que é o maior polo tecnológico do nordeste.

Como em qualquer outra empresa, seja ela de pequeno ou grande porte, quem pode ditar se as *startups* é boa o suficiente para seguir no mercado são os consumidores.

[...] forças horizontais, inclusivas e sociais sobrepujam as forças verticais, exclusivas e individuais, e comunidades de consumidores tornaram-se cada vez mais poderosas. Agora elas são mais ruidosas. Não têm medo das grandes empresas e marcas. Adoram compartilhar histórias, boas e ruins, sobre suas experiências de consumo (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017, p.18).

Empresas como startups tem grande poder de influenciar o crescimento econômico através das suas inovações, mas para isto, é preciso observar de maneira holística o mercado. Segundo Valladares, Vasconcellos e Serio (2014), em uma análise sistêmica para o poder de inovação, quem dita a capacidade de inovação e desenvolvimento é o mercado. Para uma empresa se destacar no mercado é fundamental que ela esteja em um ambiente favorável para a própria organização. *Startups* se destacam no quesito de inovação, elas conseguem fazer com que mais pessoas, de todo o povo ou região, possam ter acesso a produtos ou serviços que antes, talvez fosse desconhecido ou impossível possuir. Para Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017, p. 20) “As inovações disruptivas nos diferentes setores de negócios levaram produtos mais baratos e simples aos pobres [...]”.

### 3.1 CONCEITOS DE *STARTUPS*

De acordo com Ries (2012) o conceito de *startup* pode ser compreendido como instituições que não tem apenas um determinado produto, avanço tecnológico ou apenas uma ideia brilhante. Elas são maiores, são instituições humanas com foco no sucesso.

*Startups* tem como função desenvolver ou aprimorar as novas tecnologias e ideias inovadoras. Estas empresas trabalham com inúmeros tipos de inovação, usando como exemplos: modificação de tecnologia, criação de tecnologia com valores até então desconhecidos ou oferecer produto ou serviço para regiões mais carentes. Em todos os casos, a inovação é o coração do sucesso (RIES, 2012).

Para Blank e Dorf (2014, p) o que faz com que a *startup* tenha sucesso ou não é conhecimento que o empreendedor precisa ter do caminho que deseja trilhar com sua empresa. Mesmo as *startups* utilizando as ferramentas corretas para criação, melhoria e lançamento de bens ou serviço, algumas lidam com desconhecido, sendo este um dos principais motivos para o fracasso de algumas instituições.

Uma startup não é uma versão menor de uma grande companhia. Uma startup 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.19).

Tendo em mente que *startups* existem em condições de extrema incerteza, não dá pra afirmar que o empreendimento vai dar certo, tendo em vista estas incertezas inicialmente elas precisam dos “anjos” como são conhecidos os investidores. A chance de sobrevivência torna-se maior quando as *startups* chamam atenção de investidores interessados em inovação. Segundo Carrilo (2020) entre os anos de 2016 e 2019 os investimentos em startups teve um salto bem significativo em comparação com anos anteriores. Gregório (2019) cita que “em termos geográficos, o Estado de São Paulo concentra quase 80% (79,3%) de todos esses investimentos, com 134 transações totalizando R\$ 6,9 bilhões”. Ainda segundo Gregório (2019) as startups que mais foram alvo de investimento, foram as voltadas para a tecnologia e internet, foram doados R\$ 6,8 bilhões cerca de 75% do total de investimento.

Positivamente definida, uma startup é o maior grupo de pessoas que você consegue convencer a participar de um plano para construir um futuro diferente. A força mais importante de uma empresa nova é o pensamento novo: ainda mais importante que a agilidade, o tamanho reduzido proporciona espaço para pensar (THIEL E MASTERS, 2014, p.14).

Ainda de acordo com Thiel e Masters (2014, p. 14) as operações das *startups* se baseiam no princípio da interação interpessoal para realização das suas atividades, mas é preciso também que se mantenha pequena o suficiente para conseguir realizar as atividades. O relacionamento entre as pessoas que se envolvem no mundo das *startups* é um fator importante para que a empresa venha conseguir atingir os seus objetivos.

Bicudo (2016) afirma que startup é uma empresa com modelo jovem, negociável e escalável em um cenário de incertezas, e elas têm como papel desenvolver soluções. “Um erro comum que permeia a definição de *startup* é que elas só são apenas empresas de internet. Não necessariamente, são mais frequentes na internet porque é mais barato” [...] (BICUDO 2016).

Alves (2013) comenta que *startups* são empresas inovadoras, pequenas e inexperientes com base na tecnologia que atraem capital de risco por conta das incertezas do cenário em que elas se encontram, sendo assim, a maior parte se estabelece na internet. “As *startups* são empresas que optam por buscar novos modelos de negócios. Elas têm a importância de representar e refletir a velocidade das mudanças, bem como de influenciar na construção de novos conhecimentos e no desenvolvimento econômico.” (ALVES, 2013 apud SEBRAE, 2012).

Em linhas gerais, *startups* nada mais é que um termo relacionado a empresas em seu estágio inicial. Elas investem em modelos inovadores de negócios, agregando valor ou criando um produto e/ou serviço. Neste estágio, é onde os empreendedores testam suas ideias de inovação e observam se realmente é viável o seu empreendimento. Os empresários precisam observar o mercado e a demanda que terá pelo seu negócio para ter o retorno financeiro esperado para fazer com que a *startup* possa se expandir e deixar de ser uma pequena empresa e conseguir se estabelecer no mercado. Por isso a fase de teste é importante para o empreendedor ter ciência dos pontos positivos e negativos da *startup*.

### **3.2 ORIGEM DAS STARTUPS**

O desejo de empreender está ganhando cada dia mais força, tanto no Brasil quanto fora dele, com isso, constantemente surgem ideais incríveis de empreendimento, soluções podem afetar a vidas das pessoas de forma direta ou indireta. Segundo Thiel e Masters (2014) o avanço ou criação de novas tecnologias tendem a surgir novos empreendimentos: As *startups*. Varias pessoas buscam

alternativas de colocar suas ideias e desejos de inovação em ação, elas acabam criando empresas pequenas, é quando surgem as *startups*. Tendo em vista que é um negócio de pequeno porte e que pode se tornar uma empresa bem lucrativa, serve bem para pessoas que não tem medo do desconhecido, mesmo com os riscos e as incertezas do mundo dos negócios.

Segundo Bicudo (2016) que afirma:

A utilização do termo começou durante a crise das empresas ponto-com, entre 1996 e 2001. Na época, foi formada uma bolha especulativa caracterizada pela alta das ações das novas empresas de tecnologia da informação e comunicação alocadas no espaço da Internet. A Bolha da Internet, como ficou comumente conhecida, adotou e começou a utilizar o termo *startup*, que até então apenas significava um grupo de pessoas trabalhando por uma ideia diferente e com potencial de fazer dinheiro. Além disso, *startup*, na etimologia da palavra, também sempre foi sinônimo de iniciar algo e colocá-lo em funcionamento.

É dito por Filho, Reis e Zilber (2018 apud Gitahy, 2011) que no Brasil, o termo *startup* começou a ser difundido no país, a partir do período entre os anos de 1999 à 2001. Com o passar dos anos e com os avanços tecnológicos, esse modelo de negócio se tornou mais popular e ganhou forças significativas, que para surgir basta ter uma boa ideia de inovação ter competência para buscar investidores que realmente estejam despostos a incentivar o crescimento da empresa, iniciativa para enfrentar o mercado e seu cenário de incertezas e força de vontade para tornar o que é apenas um sonho em um grande empreendimento.

Para ABS (2019) “Mais *startups* significa mais empregos, mais oportunidades e mais desenvolvimento”. É certo afirmar que apenas uma em cada quatro *startups* conseguem sobreviver mais de cinco anos, mas mesmo tendo poucas sobreviventes, elas conseguem impactar de maneira gigantesca as pessoas e a economia de uma região ou até país.

### 3.3 INOVAÇÃO

Sabemos que a inovação é um fator de extrema importância para as organizações. Segundo Drucker (2001, p. 185), inovação não são apenas tecnologia e ciência, mas sim uma atividade que agrega valor a um produto ou serviço, além de serem mudanças que ocorre externamente. O autor ainda afirma que é fundamental para as empresas sempre depositar seu foco total nos clientes ou mercado em que esteja atuando. “A inovação é, portanto, atitudes e praticas. São por cima de tudo, atividades e praticas da alta administração.” (DRUCKER, 2001, p.194).



Começar da necessidade que o consumidor ou o cliente tem de uma mudança significativa é normalmente o modo mais direta de definir uma nova ciência, um novo conhecimento e uma nova tecnologia e de organizar objetiva e sistematicamente o trabalho em descobertas fundamentais (DRUCKER, 2001, p.185).

Alves (2013 apud SILOCCHI, 2002) afirma que:

A inovação sempre existiu, porém nem sempre foi um processo amplamente discutido e formalizado na literatura. Até o século XVII era praticada com base nas experiências, no qual o próprio agente corrigia seus erros e percebia as necessidades da sociedade. A partir do século XVIII com a evolução das sociedades industriais a inovação vai ganhando autonomia e o conhecimento científico passa a contribuir para o processo de inovação tecnológica.

Segundo Thurner (2015), diversas pesquisas relacionadas à inovação ou a capacidade de inovar não chega a uma conclusão, pelo fato da definição de inovação não ser única perante as normas. Sendo assim, a inovação pode ser entendida, em um senso comum, como o resultado de um trabalho que fez surgir algo novo, que até então era desconhecido.

As *startups* têm o empreendedorismo e a inovação como características fundamentais, sendo a inovação uma peça importante para o seu desenvolvimento, cada uma destas empresas traçam o objetivo que melhor cabe no seu perfil para alcançar seus clientes. A inovação faz parte de um conjunto de diferentes dimensões, contextos e concepções, podendo se encaixar em diversos campos do conhecimento e as atividades industriais (THURNER, 2015 apud FARIA E FONSECA, 2014).

Alves (2013) afirma que inovação pode ser relacionada a produtos, processos e métodos que já tem suas existências consolidadas e de alguma forma foram modificados ou que também podem ser criados com intuito de promover praticidade para os usuários e agregar valor para a empresa. É valido também destacar de forma clara e sucinta, a diferença que existe entre “invenção” e “inovação”. Respectivamente, enquanto um se refere a concepção de criar algo, o outro se refere a mudar algo que já existente.

Bessant e Tidd (2009) afirmam que a inovação é guiada por tirar vantagens competitivas das habilidades de fazer relações e de visualizar as oportunidades que a empresa tenha para o seu desenvolvimento em relação aos seus concorrentes. A inovação não só requer a abertura de novos mercados, mas também exige a implementação de novas formas de servir aqueles já estabelecidos e maduros.

Antigamente, as empresas acreditavam que a inovação surgia apenas internamente, elas desenvolviam uma estrutura de pesquisa e desenvolvimento robusta. Com o passar do tempo e a melhoria nos sistemas de informação, perceberam que apenas a inovação interna não era o suficiente para torná-las competitivas no mercado que sofre mudanças e avanços constantemente. Esse fato fez com que varias empresas se depararem com suas vendas estagnadas, tendo elas prejuízos e frustrações por não terem alcançados os objetivos esperados (KOTLER, KATAJAYA e SETIAWAN, 2017 p.24).

Segundo Drucker (2010) pensa-se que inovação é um talento e que aparece por acaso ou por inspiração, mas a inovação é um fator que pode ser trabalhado pelos gestores durante anos na vida profissional, basta a *startup* ou qualquer outra empresa, independente do porte, esteja disposta a adquirir conhecimento e tomar iniciativa para a inovação. Por tanto a baixa parcela de negócios bem-sucedidos e que poucas empresas buscam ferramentas e estratégias para ariscar no momento da tomada de decisão para inovação.

Tendo em vista o quão valioso é para a empresa inovar, empresas pequenas como as *startups* buscam sempre desenvolver as melhores estratégias para criar ou melhorar um bem ou serviço com foto tecnológico. Esse fator é que causa curiosidade e fascino nos negócios relacionados a *startup*. Algumas vezes, por medo do fracasso, empreendedores de empresas inovadoras de pequeno porte não conseguem ir tão longe, em relação ao mundo dos negócios em comparação com empresas já tradicionais e maiores. É certo afirmar que o aspecto financeiro é consideravelmente essencial, mas nem sempre é o mais importante.

Pode-se entender desta forma que mesmo a capacidade tecnológica ou financeira de uma empresa seja uma importante parte do processo de inovação, ela não esclarece como as empresas transformam as invenções internas em transações de mercado e, conseqüentemente, em inovações (Dullius e Schaeffer, 2016 apud ZAWISLAK, 2013). Exemplo prático disto e que para ter um processo de produção e comercialização, ambos avançados internamente, as *startups* precisam de uma boa capacidade de operação, de controle e transferência para finalizar o seu processo de inovação.

[...] a capacidade de inovação engloba a capacidade de desenvolvimento, de operação, de gestão e de transação, sendo que as duas primeiras correspondem à dimensão tecnológica, enquanto as duas últimas dizem respeito ao eixo de negócios. A capacidade de desenvolvimento consiste na

habilidade de interpretar o estado atual da arte, absorver e, eventualmente, transformar uma determinada tecnologia para criar novos produtos, processos, métodos e técnicas com o objetivo de atingir níveis mais elevados de eficiência técnico-econômica. A capacidade de operação refere-se à habilidade de executar uma dada capacidade produtiva por meio de um conjunto de rotinas diárias, as quais se referem aos padrões de qualidade, à rapidez, à flexibilidade e aos fluxos de trabalho. Já o objetivo da capacidade de gestão é transformar as saídas da etapa de desenvolvimento em operações coerentes e em arranjos de transação. A capacidade de transação, por sua vez, compreende a habilidade de reduzir os custos de comercialização, de terceirização, de negociação, de logística e de entrega, ou seja, os custos de transação (DULLIUS e SCHAEFFER, 2016 apud ZAWISLAK, 2013 p. 05-06).

Drucker (2001, p.193) afirma que é preciso da parte dos gestores, aceitarem de forma clara os riscos de fracasso ao definir uma estratégia inovadora. Dos riscos talvez o que seja mais perigoso seja o “quase sucesso”. O autor ainda afirma que grande parte de esforços inovadores terminam em “quase sucesso”, e não como sucesso ou fracasso. Sendo assim o quase sucesso pode acabar se tornando mais perigoso que o fracasso em si. “Sempre houve ou sempre haverá aquele produto ou processo que foi inovado com a expectativa de que iria “revolucionar”, mas que acabou sendo um acréscimo menor à linha de produtos [...]” (DRUCKER, 2001, p. 193).

Certos empreendedores quando fracassam em seus projetos, persistem em não aceitar o fato de que uma ideia aparentemente, propícia para o sucesso acabou se transformando em um desperdício de tempo, pessoas e dinheiro. Para a estratégia de inovação de uma *startup* conseguir ter o resultado esperado, os responsáveis precisam analisar as expectativas dos consumidores, o que eles esperam de determinado produto ou serviço.

Um dos problemas enfrentados pelas empresas atualmente é o gestor ter resistência na mudança, é certo dizer que não é uma situação fácil de encarar por não saber o que essa mudança pode trazer para a organização e como ela pode afetar o mundo dos negócios.

Drucker (2001, p. 194) afirma que:

Não que não haja tal resistência, sem que não seja um grande obstáculo. Mas concentrar na resistência é definir erroneamente o problema, tornando-o menos maleável. A maneira certa de defini-lo, de forma a permitir a sua resolução, é como se fosse um desafio para criar, construir e manter a organização inovadora – a organização inovadora para a qual as mudanças são a norma, não a exceção, e são consideradas oportunidades e não ameaças.

Realmente não é fácil para as empresas deixarem a zona de conforto para seguir para o desconhecido. As mudanças podem trazer ameaças e/ou fracassos, mas se a empresa deseja elevar seu status e buscarem por mais conhecimento do público, é preciso que a organização enfrente os riscos que o mercado pode proporcionar e as *startups* vivem com estas adversidades constantemente.

### **3.4 IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO PARA AS STARTUPS**

Empresas inovadoras trazem benefícios, não só para a própria organização, mas também para o mercado, para as pessoas e para uma nação. Inovação pode ser usada pelas empresas como meio de potencializar suas forças competitivas, além de estarem gerando mais empregos e incrementar riqueza e bem estar para as pessoas.

Inovação sempre é um diferencial para qualquer empresa, para as *startups* é essencial para sua sobrevivência. O processo de inovar tornou-se um marco nas vidas das *startups*, pode sim dizer que inovação é o básico destas empresas, quase impossível não relacioná-las a esse processo. Também podemos afirmar que o processo de inovar nada mais é do que ser criativo, e isto é um fator importante para uma *startup* em relação às empresas de grande porte.

Drucker (2009, p. 20) comenta que não é difícil perceber a necessidade de inovação. A inovação está evidente nas missões das empresas e como pode agregar valor nos produtos ou serviços que são oferecidos aos clientes. Tendo em vista que a inovação se tornou fundamental não só mente para as empresas, mas também para o cotidiano das pessoas, desenvolver uma estratégia eficaz para o processo de inovação elevam a qualidade de um produto ou serviço e a empresa ganha mais notoriedade no mercado em que ela esteja inserida.

Não é apenas propaganda. A inovação realmente faz uma grande diferença para as empresas de todos os tipos e tamanhos. A explicação é bastante simples: se não mudarmos o que oferecemos ao mundo (bens e serviços) e como os criamos e ofertamos, correremos o risco de sermos superados por outros que o façam. Em última instância, é uma questão de sobrevivência – e a história é bastante clara a esse respeito [...] (BASSANT e TIDD, 2009, p.20).

De acordo com Kotler (2005, p. 58) toda empresa independente do porte mais precisamente as *startups* deveriam ter um centro ou um departamento de inovação para que todos os colaboradores, fornecedores e terceiros pudessem contribuir com o desenvolvimento da empresa. Para isso é importante se ter um líder ou um gestor

responsável para esse departamento, e que todos tenham seu contato, como um canal de livre acesso para que eles possam se sentir mais à vontade para expor suas ideias.

### **3.5 IMPACTOS DAS INOVAÇÕES DAS STARTUPS NA ECONOMIA**

De acordo com Vasconcellos (2015), economia pode ser compreendida como uma ciência social, pois analisa a maneira que os recursos escassos de produtivos são utilizados pela o individuo e a sociedade para a satisfação das necessidades humanas. Entretanto, a escassez de recursos produtivos (insumos, mão de obra, capital, terra) causa restrições fiscais. A economia tem como objetivo orientar de que maneira os recursos podem ser economizados.

“[...] economia, que, como as demais áreas, abrange apenas uma fração das ciências sociais, compete o estudo da ação econômica, envolvendo essencialmente o processo de produção, a geração e a apropriação de renda, o dispendo e a acumulação.” (ROSSETTI, 2016, p.04). A economia é uma área que observa o comportamento humano em relação aos recursos produtivos que estão ao seu alcance é como esses recursos são utilizados pelo o individuo, que busca seu bem-estar.

[...] a economia é um estudo dos homens tal como vivem, agem e pensam nos assuntos comuns da vida. Mas diz respeito, principalmente, aos motivos que afetam, de modo intenso e constante, a condução do homem no campo das transações mercantis e dos negócios. E como as transações e seus benefícios são mensuráveis, a economia conseguiu avançar mais que os outros ramos do estudo do homem. (ROSSETTI, 2016, p.18 apud MARSHALL, 1961).

Encontram-se diversas razões para se estudar economia, mas independente de qual seja, o motivo é bem relevante. Lições básicas de economia são aprendidas durante todo o decorrer da existência da sociedade. Se um gestor desejar obter uma visão holística do que acontece economicamente para tomar decisões assertivas para a sua empresa, é preciso entender de economia, e compreender assuntos como, por exemplo: comercio internacional, política fiscal ou as causas do receso e do desemprego. A economia pode ser tanto a forma micro, quanto a forma macro.

Samuelson e Nordhaus (2012, p.02 e 03). A economia explora o comportamento dos mercados financeiros, incluindo taxa de juros e de cambio e preços de ações. Estuda ciclos econômicos – a flutuação de credito, desemprego e inflação – bem como as políticas para suavizar seus efeitos. Questiona como políticas governamentais podem ser usadas para atingir objetivos importantes, tais como um rápido crescimento econômico, o

uso eficiente de recursos, o pleno emprego, a estabilidade de preços e a distribuição de renda justa.

A economia é uma área bastante importante para as empresas, visto que, é um fator que auxilia os gestores na tomada de uma decisão. As *startups* fazem sua parte economicamente, sendo responsável por gerar milhares de empregos e rendas para a população, além das suas inovações de produtos ou serviços que podem, de fato, impulsionar o PIB de uma nação. Essa visualização que as *startups* vêm ganhando no cenário econômico atrai mais investidores, já que elas dependem deles para sobreviver ao mercado.

Várias pessoas pensam que no modo geral, as *startups* não tem grande relevância na economia brasileira, mostrando uma visão equivocada destas pessoas. Segundo Carrilo (2020) “O mercado de empresas de tecnologia já é um setor de relevância para todo o cenário econômico brasileiro”.

O PIB do Brasil mostra como as *startups* e suas inovações influencia, na economia do país. Thurner (2015) cita que “Os indicadores econômicos são grandezas de carácter econômico, expressas em valor numérico, cuja principal utilidade consiste na aferição dos níveis de desenvolvimento de países, regiões, empresas entre outros”. Para observar a situação econômica de um país ou região geográfica é comum utilizarem indicadores econômicos como, por exemplo, o Produto Interno Bruto (PIB), que nada mais é do que a soma de todos os bens e serviços produzidos.

De acordo com Carrilo (2020) no ano de 2016 as *startups* correspondiam de 0,006% apenas do PIB brasileiro. Já no mês de outubro do ano de 2019 a porcentagem já era de 0,0032%, um crescimento bastante significativo, sendo assim as *startups* acompanham o crescimento econômico do Brasil.

Thurner (2015 apud Markets 2015, p. 30).

Para a análise de crescimento de uma região ou mesmo de uma nação, são utilizados os indicadores macroeconômicos [...]. [...] são as estatísticas que indicam o estado atual da economia de um Estado em função de uma determinada área da economia, como por exemplo: indústria, mercado de trabalho, comércio, entre outros. Os indicadores são publicados regularmente num determinado período de tempo por agências governamentais e do setor privado.

Thurner (2015, p. 31) ainda comenta que:

O PIB per capita tem uma relevância muito grande para pesquisas regionalizadas, uma vez que traduz o crescimento econômico, com base na produção e sua relação com o número de habitantes. Como sugere o Dicionário Financeiro (2015) salientando que é importante relacionar o

crescimento da produção (PIB) com o dos habitantes do país, pois é essa relação que determina se, na média, a população está "enriquecendo" ou não. O PIB pode subir enquanto o PIB per capita diminui. Isso ocorre se a população cresce mais do que a produção num determinado ano, mostrando que, na média, a população empobreceu.

Números recentes mostram quão importantes estas empresas tecnológicas afetam no crescimento do PIB nacional, os seus impactos aquecem a economia do Brasil com suas inovações mostrando sua força mesmo sendo pequenas.

Segundo reportagem divulgada pelo Portal Contábil, as startups vêm avançando no Brasil, movimentando cerca de R\$ 2 bilhões ao ano, representando 0,03% do Produto Interno Bruto brasileiro. A meta de crescimento, estimada pela Associação Brasileira de Startups (ABStartups), é que estas empresas representem 5% do PIB até 2035 (BEZERRA E CINTRA, 2018 apud PORTAL CONTÁBIL SC, 2015, p.114).

Tendo isto em vista, é notório como as *startup* tem um gigantesco poder de impulsionar o PBI nacional e também criar oportunidades inovadoras para a evolução em tempos de crise econômica.

Em relação à tributação, de acordo com Bezerra e Cintra (2018), com os avanços tecnológicos e o encetamento da nova revolução industrial ou indústria 4.0, como é chamada mundialmente, o número de empreendimentos virtuais cresceu de modo gigantesco nos últimos anos no cenário econômico do nosso país. Apesar das criações dos negócios digitais apresentarem uma promessa de inovação com custos baixos, quando se compara as *startups* a empresas de grande porte, o cenário político – tributário não tem se mostrado favorável para elas. Mostram-se como causa para que ocorra este cenário desfavorável para as *startups*, a burocracia, os altos custos para sua manutenção no mercado e diversos tributos. Tendo afirmado isto, é nítida a carência de incentivo financeiro da parte do Poder Público. A arrecadação de tributos através do Estado consiste em estimular ou impedir certos procedimentos segundo. (BEZERRA E CINTRA, 2018 apud ELALI 2007, p. 41), a tributação surge para o ente estatal como instrumento de fomento ao desenvolvimento nacional, onde, por intermédio das normas tributárias, este poderá e deverá induzir os agentes econômicos a praticar determinados atos tidos como desejáveis na concretização da ordem econômica proposta pela Constituição Federal.

Atualmente no Brasil, a empresas que de alguma forma auxiliam pequenos empreendimentos, tendo como exemplo, algumas *startups*. Podemos citar como exemplos dessas empresas o SEBRAE e a FINEP elas podem ajudar como

consultorias para as empresas de pequeno porte. No âmbito legislativo apresentam-se algumas leis que servem de apoio para estas organizações.

[...] apresentam-se a Lei de Inovação (Lei n. 10.973/2004, alterada pela Lei n. 13.243/2016), a Lei do Bem (Lei n. 11.196/05) e a Lei do Investidor Anjo (Lei Complementar n. 155/2016). Dentre estas práticas de incentivo normativo, cumpre salientar a alteração da Lei Complementar n. 116/2003 pela Lei Complementar n. 157/2016 acerca da cobrança de ISS (Imposto Sobre Serviço) que implicou em mudanças positivas e negativas quanto à tributação das *startups*. (BEZERRA E CINTRA, 2018, p.104).

Mattiazzi (2020) afirma que os incentivos fiscais para as *startups*, cresceram de forma significativa nos últimos dois anos saltando de 10 mil em 2018 para mais de 12 mil em 2019, representando um crescimento de 27% segundo a Associação Brasileira de *Startup* (ABSTARTUP), este fato deve muito ao estímulo da FINEP do Ministério da ciência e tecnologia que “tem por objetivo apoiar a inovação em empresas nascentes intensivas em conhecimento através do aporte de recursos financeiros para execução de seus planos de crescimento.” (BEZERRA E CINTRA, 2018 p. 107).

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A montagem deste artigo, desde o começo, foi identificar como as inovações das *startups* afetavam a nossa economia. Podemos afirmar que o trabalho foi realizado com êxito, tendo em vista que todos os objetivos foram alcançados e que os levantamentos dos dados foram feitos com sucesso. Os resultados das pesquisas mostram o potencial que as *startups* têm para a do desenvolvimento ou criação da inovação, a maneira de como afetam a economia e se mostra muito representativo os números no PIB brasileiro e como essas empresas interferem nas vidas das pessoas e das suas atividades cotidianas.

As *startups* estão diretamente ligadas a inovação, e essas inovações trazem mais praticidades para as pessoas que usufruem delas. Inovação sempre será um fator de grande importância para qualquer empresa se destacar nos dias de hoje, as empresas que não buscam a inovação de seus produtos e/ou serviços, ficam para traz e se tornam obsoletas, dando oportunidades para entrada de novos concorrentes no mercado.

Foram identificados os problemas que as *startups* enfrentam para se manter no mercado, para isso, elas dependem de investimentos de terceiros, conhecidos como “anjos”, pessoas que acreditam no potencial das empresas e depositam



capital para que elas consigam se desenvolver. Mas também existem organizações que auxiliam as *startups*, exemplo disto é o SEBRAE e a FINEP. Mas essas empresas precisam de mais incentivos para que essas organizações possam ganhar mais visibilidade no mundo dos negócios, são muito boas para o crescimento econômico do país e muitas se perdem por falta de apoio, principalmente dos poderes públicos.

O governo pode ter um papel primordial no avanço de um startup, através de incentivos e de leis que proporcionem aos gestores destas empresas, o melhor cenário para o desenrolamento e crescimento de sua empresa, com isso todos que participam deste ciclo saem beneficiados. Ao longo do trabalho vimos que o Brasil pode ter avanços em seu desenvolvimento, oferecendo mais incentivos nesta área do que já vem ocorrendo , podendo assim potencializar o crescimento na área de economia e de inovação.

Observamos que o entendimento básico sobre economia e suas anuências são de fundamental importância para qualquer empresa, e para as *startup* é um fator crucial o entendimento do gestor sobre o cenário econômico, pois ele precisa estar sempre atento aos avanços desta área para ter um ótimo planejamento e conhecer melhor os riscos do mercado, para que tome a melhor decisão e sofra o menor impacto possível sobre sua empresa, uma decisão precipitada e sem conhecimento do que esta fazendo pode ser fatal e causar o fechamento de uma *startup*.

## REFERÊNCIAS

- ABS - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS. **Manual sobre conceitos, metodologias e investimentos em startups.** Disponível em: <<https://abstartups.com.br/sobre-a-abstartups/>>. Acesso em: 25 ago. 2020.
- ALVES, Fábila Santos. **Um estudo das startups no Brasil.** Salvador, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/15395/1/F%c3%81BIA%20SANTOS%20ALVES.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2020.
- ARRUDA, C. et al. **O ecossistema empreendedor brasileiro de startups: uma análise dos determinantes do empreendedorismo no Brasil a partir dos pilares da OCDE.** Nova Lima: FDC Núcleo de Inovação, 2013.
- BASSANT, John. TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo.** 3. Ed. Porto Alegre: Brookman, 2019.
- BASSANT, John. TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo.** Porto Alegre: Brookman, 2009.
- BEZERRA, Stéfani Clara da Silva. CINTRA, Carlos César Sousa. **Políticas fiscais como fomento ao desenvolvimento de startups no Brasil: incentivo à economia nacional.** Porto Alegre, 2018. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/210566883.pdf>>. Acesso em: 03 out. 2020.
- BICUDO, Lucas. **O que é uma startup?** Disponível em: <<https://www.startse.com/noticia/startups/afinal-o-que-e-uma-startup>>. Acesso em 12 set. 2020.
- BLANK, Stive. DORF, Bob. **Startups: Manuel do Empreendedor.** Rio de Janeiro: Atlas Book, 2014.
- BOCCATO, Vera. Regina. Casari. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação.** Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo, São Paulo: v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.
- CARRILO, Ana Flávia. **Empregos em startups: Nosso mercado permanece aquecido.** Disponível em: <<https://abstartups.com.br/emprego-em-startups/#:~:text=Em%20reportagem%20da%20Harvard%20Business,acompanham%20o%20crescimento%20econ%C3%B4mico%20brasileiro.>>. Acesso em 21 ago. 2020.

DRUNKER, Peter F. **Fator humano e desempenho**. 3. Ed. São Paulo; Cengage, 2001.

DRUKER, Peter F. MACIARIELLO, Joseph. **Gestão management**. Ed. Revista. Rio de Janeiro; Agir, 2010.

DULLIUS, Andréia Cristina. SCHAEFFER, Paola Rücker. **AS CAPACIDADES DE INOVAÇÃO EM STARTUPS: CONTRIBUIÇÕES PARA UMA TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO**. Disponível em:

<[https://www.researchgate.net/profile/Andreia\\_Dullius/publication/303847871\\_AS\\_CAPACIDADES\\_DE\\_INOVACAO\\_EM\\_STARTUPS\\_CONTRIBUICOES\\_PARA\\_UMA\\_TRAJETORIA\\_DE\\_CRESCIMENTO/links/57d1876b08ae5f03b48a9fb2.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Andreia_Dullius/publication/303847871_AS_CAPACIDADES_DE_INOVACAO_EM_STARTUPS_CONTRIBUICOES_PARA_UMA_TRAJETORIA_DE_CRESCIMENTO/links/57d1876b08ae5f03b48a9fb2.pdf)>. Acesso em: 03 out. 2020.

FILHO, Marcio Augusto Lassance Cunha. REIS, Alessandro Paes dos. ZILBER, Moisés Ari. **STARTUPS: do nascimento ao crescimento - proposta de integração para ciclos de inovação e desafios do desenvolvimento**. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/210566883.pdf>>. Acesso em 24 set. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GREGORIO, Rafael. **Startups brasileiras já captaram R\$ 8,7 bilhões em 2019, alta de 40%; SP concentra 80% dos aportes**. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/produtos/fundos/noticia/2019/11/18/startups-brasileiras-ja-captaram-r-87-bilhoes-em-2019-alta-de-40percent-sp-concentra-80percent-dos-aportes.ghtml>>. Acesso em: 05. set. 2020.

KOTLER, Philip. **O marketing sem segredos**. Porto Alegre; Bookman, 2005.

KOTLER, Philip. KARTAJAYA, Hermawan. SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MATTIAZZI, Danuza. **Número de startups no Brasil aumentou 20 vezes nos últimos oito anos; 11 já são unicórnios**. Disponível em: <https://g1.globo.com/globonews/noticia/2020/01/15/numero-de-startups-no-brasil-aumentou-20-vezes-nos-ultimos-oito-anos-11-ja-sao-unicornios.ghtml>. Acesso em: 05 out. 2020.

PENG, David Xiaosong. SCHROEDER, Roger G. SHAH, Rachna. **Linking routines to operations capabilities: a new perspective**. Journal of Operations Management, v. 26, n. 6, p. 730-748, 2008.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução à economia**. 21. Ed. São Paulo: Atlas, 2016.

SAMUELSON, Paul A. NORDHAUS, William D. **Economia**. 19. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

THIEL, Peter. MASTERS, Blake. **De Zero a Um**. Rio de Janeiro: Objetiva; 2014.

THURNER, Bruno Veiga. **Empreendedorismo e inovação: A influência da startups no crescimento econômico**. Rio Grande do Sul, 2015. Disponível em:<<https://repositorio.ufsm.br/handle/1/8362>> . Acesso em: 17 ago. 2020.

VALLADARES, Paulo Sergio Duarte de Almeida. VASCONCELLOS, Marcos Augusto de. SERIO, Luis Carlos di. **Capacidade de Inovação: Revisão Sistemática da Literatura**. Revista adm. Contemporania, v. 18, n. 5, p. 598-626, 2014.

VASCONCELLOS, Marcos Antônio Sandoval de. **Economia: micro e macro**. 6. Ed. São Paulo, Atlas, 2015.