



## EMPREENDEDORISMO TECNOLÓGICO: STARTUPS NO BRASIL

João Lucas Aguiar AMORIN <sup>1</sup>

O empreendedorismo digital/tecnológico alcança diversos públicos do mercado, possuindo uma ampla gama de atuação em diferentes nichos e segmentos de negócio. Isto acontece porque a tecnologia, de uma forma geral, alcançou praticamente a maioria das relações de consumo mundial através de ferramentas popularizadas com o avanço da era digital. Neste contexto, encontra-se a realidade das chamadas “startups”, que atuam perfeitamente em diferentes tipos de negócios e mercados, em seus modelos mais enxutos. A bem da verdade, um dos fatores cruciais de uma startup começa na definição do seu mercado de atuação, uma vez que ele define todas as características e desafios que deverão ser superados no mercado escolhido. Neste contexto, no Brasil, na medida em que bons resultados advinham de empresas que trabalham neste modelo enxuto, têm sido criadas diversas políticas governamentais de fomento ao desenvolvimento desses modelos de negócio, em parcerias com os Ministérios Federais (a exemplo do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação – MCTI etc.). Então, o objetivo deste trabalho é, através da prévia leitura de artigos sobre o tema (em revisão bibliográfica), nas plataformas Scielo e Spell, demonstrar que o Brasil, com o propósito de desenvolver um ecossistema de Startups nacional e internacionalmente reconhecido, criou, em 2011, a Associação Brasileira de Startups (ABStartups), entidade sem fins lucrativos que atua fornecendo informações e aumentando a competitividade no mercado, possuindo mais de três mil startups em sua base de dados, com disponibilização da plataforma chamada StartupBase aos gestores das empresas participantes/cadastradas. É de fácil conclusão, então, que atualmente existem programas e ferramentas nacionais que, de fato, fomentam a prática do empreendedorismo, bem como, auxiliam os empreendedores em novas ideias, suportando-as financeiramente (em alguns casos) ou de forma organizacional e de consultoria, mas, neste viés, é de extrema importância, com o fim de mitigar os riscos do negócio, analisar as percepções de especialistas sobre o ambiente comercial brasileiro, observar e praticar todas as recomendações que sugerem estudos de caso realizados anteriormente.

**Palavras-chave:** Startup. Empreendedorismo Tecnológico. ABStartup.

---

<sup>1</sup> Docente do curso Técnico em Administração de Empresa da ETEC Dr. Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente e docente do curso Superior de Gestão Comercial da FATEC ADAMANTINA. E-mail [jlucasamorin@gmail.com](mailto:jlucasamorin@gmail.com).