

## **NEGÓCIOS BILIONÁRIOS: COMO SE ASSEMELHAM E SE DIFERENCIAM AS STARTUPS UNICÓRNIO NACIONAIS E ESTRANGEIRAS DE UM MESMO SEGMENTO?**

**ALAN ARAUJO DOS SANTOS - DEPARTAMENTO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)**  
**alan\_araujo@id.uff.br**

**BEATRIZ SIMIÃO DIAS - DEPARTAMENTO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)**  
**bsimiao@id.uff.br**

### **Resumo:**

O presente artigo buscou analisar como se assemelham e se diferenciam as startups unicórnio nacionais e estrangeiras de um mesmo segmento. As startups são empresas emergentes no mercado que tem como objetivo principal desenvolver ou aprimorar um modelo de negócio - preferencialmente escalável e repetível – com uso de tecnologia. Dentro desse contexto, as unicórnio são as que apresentam valor de mercado de pelo menos USD 1 bilhão. Nesse estudo, utilizaram-se dez características dessas empresas para comparação: i) ano de fundação; ii) local de fundação; iii) motivação para criação do negócio; iv) como foram os anos iniciais de tais empresas; v) formação dos fundadores; vi) alma matter dos fundadores; vii) IPO; viii) tempo que levaram para tornarem-se unicórnio; ix) quantidade de participações em rodadas de investimento; e x) valores levantados em rodadas de investimento. Os resultados sugerem certas semelhanças entre startups, independente do serviço que oferecem, sede ou ano de fundação. Entretanto, outras características mostram-se distintas quando comparamos o comportamento de tais empresas, como no que diz respeito à participação em rodadas de investimento.

**Palavras-Chave:** Startups, Startups unicórnio; Fintechs; Comparação

### **1. Introdução**

Startup é um termo da língua inglesa sem tradução oficial para o português. Por definição, pode ser considerada uma empresa emergente que tem como objetivo principal desenvolver ou aprimorar um modelo de negócio, preferencialmente escalável e repetível. Além disso, a principal base para seu desenvolvimento é o uso de tecnologia. Dentro de todo o conjunto – que só no Brasil engloba mais de doze mil empresas – existe uma pequena fatia denominada startup unicórnio. Tal termo remete a startups cuja valoração é de pelo menos USD 1 bilhão. No

mundo, apenas cerca de 400 empresas conseguiram atingir tal feito, sendo destas 12 nascidas em território brasileiro, que são a Stone, Nubank, Loggi, Wildfire, Gympass, Ebanx, 99, Movable/Ifood, Loft, Arco Educação, Quinto Andar e PagSeguro.

Rodadas de investimento são o processo através do qual uma empresa capta fundos que promovam seu crescimento contínuo. É o modelo que a maior parte das startups usa para se financiar. Os fundos de tais rodadas, que podem ser únicos ou uma série deles, buscam por empresas emergentes que apresentam vantagens competitivas e inseridas em mercados de rápido crescimento. As rodadas de investimento que uma empresa passa possui nomes seguindo uma ordem alfabética de acordo com o número daquela rodada para a empresa. Por exemplo, a primeira rodada significativa é a Série A, a segunda é a Série B e assim por diante.

Já a oferta pública inicial, também conhecida como IPO, é um tipo de oferta pública em que as ações de uma empresa são vendidas ao público em geral numa bolsa de valores pela primeira vez. É interessante de ser estudada, pois, ao contrário das rodadas de negócios, os dados de tais investimentos são obrigatoriamente disponibilizados de forma pública.

Dentro do contexto de tais definições o presente artigo foi desenvolvido na intenção de comparar uma pequena amostra de startups unicórnio que estão em diferentes mercados: o brasileiro e o estrangeiro. Com isso, ele contribui - dentro de um tema pouco explorado academicamente - para levantamento de informações com uma análise comparativa que avalia dez aspectos dessas empresas.

O artigo está estruturado da seguinte forma: a seção 1 inicia-se com a introdução, na seção 2 apresenta-se a literatura, buscando salientar os principais estudos relacionados às empresas pesquisadas e temas pertinentes sobre o assunto encontrados no Brasil e em outros países. A metodologia encontra-se na seção 3. Na sequência, são apresentados os resultados e suas implicações na seção 4. As discussões sobre tais implicações e a conclusão encerram o estudo.

## **2. Revisão de Literatura**

O estudo sobre startups unicórnio nacionais e estrangeiras mostra-se muito importante. Entretanto, no que diz respeito às pesquisas, ainda parece ser um tema pouco explorado em artigos. Um número muito baixo de publicações acerca do tema é encontrado ao pesquisá-lo nas bases da CAPES, onde nenhuma delas trata de uma pesquisa comparativa entre startups de diferentes países. Isso evidencia o quanto esse estudo pode ser importante para abrir caminhos de pesquisa no que diz respeito a este tema.

Ao procurar sobre temas de pesquisa que poderiam nos auxiliar na construção desse documento encontramos artigos não acadêmicos com informações interessantes. Dentre eles, o intitulado “Do we really have to call them unicorns?” (*Nós devemos realmente chamá-las de unicórnio?*) escrito por Brandon Butler, que ao falar do crescimento na quantidade de empresas unicórnios

e de empresas que possuem valoração muito maior que USD 1 bilhão, evidencia o quanto esse crescimento pode ser uma interessante fonte de estudo. Na pesquisa, o autor diz que unicórnios deveriam designar empresas especiais, mas que hoje existem tantas delas que talvez devêssemos encontrar outro nome.

O artigo “The DNA of Latin America’s unicorns” (*O DNA dos unicórnios latino-americanos*) diz que na América latina a startup que foi pioneira a atingir tal patamar foi a Softek no México. Além disso, explica a origem em si do conceito de startup unicórnio, que foi designado pelo analista de capital de risco Ailenn Lee em 2013.

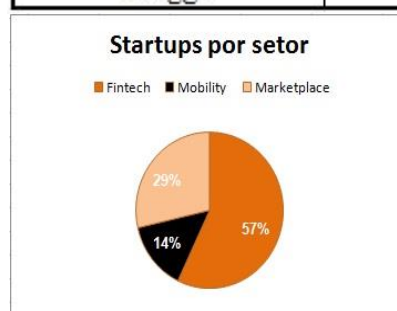
Por fim, outra pesquisa que mostra a importância da construção do artigo foi a “Os Nerds que atraíram os gringos” de Luiza Dalamzo e Bruno Ferrari. Nesse artigo os autores evidenciam o crescente interesse de fundos de investimento americanos e europeus no mercado brasileiro de empresas de tecnologia. Além disso, descreve o quanto o profissional de hoje, que atrai tais investimentos, se diferencia do perfil de empreendedor do passado.

### 3. Metodologia de Pesquisa

De forma inicial os autores optaram por realizar uma pesquisa em diversos tipos de fontes, como sites das startups citadas, sites de finanças, artigos em bases periódicas e entrevistas na internet para que dessa forma pudessem buscar dados e entender de forma mais ampla toda a história, mercado e a estruturação dessas empresas. Após essa pesquisa, vendo a necessidade de, devido a quantidade de startups, possuir um foco mais definido para o artigo, os autores optaram por limitar o estudo comparativo para apenas as startups de mobility, fintechs e marketplace, setores que no país englobam cerca de 66% das unicórnios nascidas no Brasil. Após essa definição os autores pesquisaram dentro desses segmentos de mercado quais startups unicórnio estrangeiras poderiam ser pesquisadas para fins de comparação com as nacionais. A metodologia para a procura dessas empresas foi de fazer uma breve pesquisa e verificar dentro de tais segmentos quais startups ofereciam um

**Tabela 1 - Unicórnios comparadas nesse artigo**

Unicórnio nacional	Unicórnio estrangeira	Setor
99	Uber	Mobility
Nubank	N26	Fintech
Stone	PayPal	Fintech
Gympass	Classpass	Fintech
Ebanx	Flywire	Fintech
Ifood	Doordash	Marketplace
Loggi	Go Jek	Marketplace



apenas as startups de mobility, fintechs e marketplace, setores que no país englobam cerca de 66% das unicórnios nascidas no Brasil. Após essa definição os autores pesquisaram dentro desses segmentos de mercado quais startups unicórnio estrangeiras poderiam ser pesquisadas para fins de comparação com as nacionais. A metodologia para a procura dessas empresas foi de fazer uma breve pesquisa e verificar dentro de tais segmentos quais startups ofereciam um

serviço parecido com as unicórnios brasileiras dos setores escolhidos, visto que dentro de um mesmo mercado existem empresas que oferecem serviços com focos distintos. A escolha de startups com serviços parecidos visava tornar mais justa a comparação entre as mesmas. Após essa etapa foi selecionada uma unicórnio estrangeira para cada brasileira (tabela 1), onde iniciou-se uma pesquisa com a mesma estratégia utilizada para as startups nacionais no que diz respeito a levantamento de informações e dados. Vale ressaltar que não necessariamente foram escolhidas empresas de mesmo tamanho no que diz respeito a sua valoração, a escolha não teve uma característica predominante, a ideia foi achar a que se encaixasse dentro do mesmo setor. Os autores acreditavam que uma comparação de startups dos mais diferentes níveis poderia agregar valor a pesquisa, evidenciando o que as diferenciam e os caminhos que as tornaram tão distintas, avaliando aspectos em cada uma delas.

Paralelo a isso foi realizada toda a revisão de literatura do artigo, buscando informações nas bases da CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. A busca foi direcionada a artigos que tratassem das empresas pesquisadas pelos autores, possíveis artigos já existentes que comparam tais empresas e por conceitos importantes referentes a startups e startups unicórnio que pudessem de certa forma agregar na construção do artigo.

Por fim, com as informações e dados obtidos durante todo o processo foi possível entender conceitos importantes e realizar comparações gerais ou dentro de um número limitado das startups procurando traçar semelhanças e diferenças nos segmentos pesquisados. O estudo procurou comparar informações como:

- Dados gerais sobre as empresas, como ano de fundação, país e cidade onde foram fundadas;
- A necessidade ou causa raiz que ocasionou a fundação das empresas;
- Como o mercado recebeu tais empresas em seus anos iniciais;
- Qual a formação e universidade dos fundadores no momento da fundação;
- Se tais startups passaram pelo IPO e tempo que demoraram para se tornarem unicórnios;
- Por quantas rodadas de investimento tais startups passaram e quanto levantaram;

Essa comparação é realizada através de uma discussão desses pontos e análise de tabelas e gráficos - separada por cada uma dessas categorias - no próximo tópico.

#### **4. Resultados**

Nessa seção serão apresentados os resultados obtidos através das pesquisas e comparações das startups unicórnio brasileiras e estrangeiras (tabela 1) no que diz respeito aos itens comparativos citados ao final da seção 3.

#### 4.1. Sobre as startups estrangeiras escolhidas para comparação

Os setores de mobility, fintech e marketplace estão presentes no dia a dia de muitos brasileiros e são considerados importantes para a economia do nosso país.

No presente artigo, no que diz respeito à mobilidade urbana, os autores consideraram uma comparação interessante de ser estudada a das famosas unicórnios que o dominam em solo nacional: a brasileira 99 e a americana Uber. No setor de fintechs, que apresenta em território nacional unicórnios com serviços distintos, foram escolhidas para comparação a Nubank (Brasil) com a N26 (Alemanha), Stone (Brasil) com a Paypal (EUA), Gympass (Brasil) com a ClassPass (EUA) e a Ebanx (Brasil) com a Flywire (EUA). Por fim, em relação ao marketplace foram comparados o serviço de alimentos Ifood (Brasil) com o Doordash (EUA) e o serviço de entregas Loggi (Brasil) com o Go Jek (Indonésia).

#### 4.2. No que diz respeito aos dados gerais das empresas

Como citado na introdução, fica evidente que a grande quantidade de unicórnios existentes hoje em todo o mundo seria um grande fator limitante para o desenvolvimento de uma pesquisa comparativa que tivesse como amostra todas elas. Por isso, o presente artigo limitou tal estudo a uma pequena porcentagem dessas empresas.

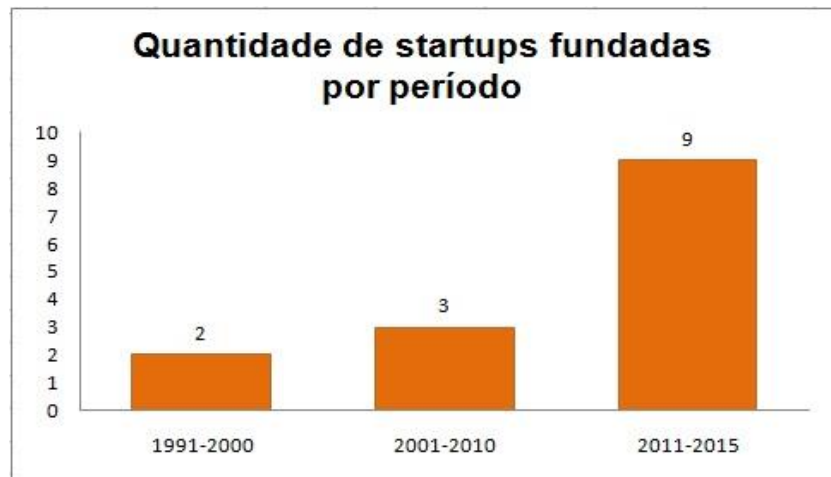
Unicórnio	Fundação	Cidade	País	Setor
99	2012	São Paulo	Brasil	Mobility
Uber	2010	São Francisco	Estados Unidos	Mobility
Nubank	2013	São Paulo	Brasil	Fintech
N26	2013	Berlim	Alemanha	Fintech
Stone	2012	Rio de Janeiro	Brasil	Fintech
Paypal	1998	São José	Estados Unidos	Fintech
Gympass	2012	São Paulo	Brasil	Fintech
Classpass	2013	Nova York	Estados Unidos	Fintech
Ebanx	2012	Curitiba	Brasil	Fintech
Flywire	2009	Boston	Estados Unidos	Fintech
Ifood	1998	São Paulo	Brasil	Marketplace
Doordash	2013	Palo Alto	Estados Unidos	Marketplace
Loggi	2014	São Paulo	Brasil	Marketplace
Go Jek	2009	Jacarta	Indonésia	Marketplace

Analisando as empresas escolhidas percebemos que a maioria teve sua fundação dada a partir dos anos de 2012 e 2013. Tal período também corresponde ao que o estudo global da empresa CB Insights mostrou como o período de maior crescimento do número de startups que passaram a ser consideradas unicórnio. Fica claro na tabela 2 que apenas uma startup unicórnio nacional estudada neste artigo não foi fundada nesse período.

Além disso, analisando as startups estrangeiras escolhidas podemos observar que são em sua maioria empresas nascidas em território americano, país que domina em quantidade de empresas cuja valoração é de pelo menos USD 1 bilhão. No que diz respeito ao Brasil, observa-se que em sua maioria são empresas fundadas na região Sudeste, mais desenvolvida do país e responsável por 55,9% do PIB brasileiro em 2017.

### 4.3. No que diz respeito à motivação de fundação das empresas

Existem muitas causas que podem originar um negócio bilionário. No geral, a fundação de uma startup unicórnio vem do pioneirismo em procurar uma solução para um determinado problema ou na importação de determinado serviço ou solução existente no exterior - que faz uso de tecnologia - para o território nacional. Podemos



exemplificar isso comparando o que motivou a fundação de oito das startups estudadas nesse artigo.

A única startup unicórnio brasileira dentro do setor de mobilidade foi a primeira a se tornar unicórnio no país. A 99 foi criada por Ariel Lambrecht, Paulo Veras e Renato Freitas, que em uma viagem para a Alemanha tiveram a idéia de trazer para o Brasil o serviço que já era usado por lá. Por outro lado, os fundadores da startup americana Uber, Travis Kalanick e Garrett Camp não se espelharam em nenhum negócio. O insight para a criação da empresa aconteceu ao se depararem com problemas de locomoção ao participarem de um evento de tecnologia e empreendedorismo em Paris.

No setor das fintechs muitas foram as causas para a criação das empresas. No Brasil, a história do Nubank começou com uma péssima experiência que David Vélez - CEO e fundador - teve com os serviços financeiros por aqui, onde ao passar por isso viu a oportunidade de revolucionar esse mercado com o uso de tecnologia. Outra fintech nacional é a Stone, que surgiu devido a uma oportunidade observada por seu fundador André Street, que foi motivado pela quebra do duplo monopólio referente a exclusividade das máquinas de cartão de crédito no Brasil para criar a empresa.

Em relação às estrangeiras que se comparam, respectivamente, com a Nubank e a Stone, o Paypal teve como motivação de fundação a criação por parte de seus seis fundadores de novas formas de efetuar pagamentos sem que fossem com talões de cheque ou transferências entre contas, onde começou a adentrar em um mercado que cresce até os dias de hoje. Não muito diferente foi a fundação do banco digital N26, que surgiu com o propósito dos fundadores Valentin Stalf e Maximilian Tayenthal em reinventar a experiência do consumidor com os serviços bancários e adequá-la ao nosso novo estilo de vida, móvel e digital.

No caso da fintech brasileira Gympass, um dos fundadores e atual CEO da empresa, César Carvalho, teve dificuldades em sua vida corrida de viagens para encontrar locais acessíveis para prática de atividades físicas. Com isso, idealizou a startup como uma forma de viabilizar a prática de atividade física, de forma divertida, acessível e com a intenção de fomentar a mesma na sociedade, visto que a sedentariedade é um dos problemas que mais nos impactam. Sua rival estrangeira, a Classpass americana, também surgiu da dificuldade de conciliar horários com uma agenda movimentada de uma de suas fundadoras, por causa de uma incapacidade de encontrar uma aula de dança após o trabalho e conciliar com os horários vagos. A fundadora decidiu desenvolver uma maneira prática para as pessoas encontrarem atividades físicas com horários e locais acessíveis e fáceis de achar, apoiando estúdios e academias locais de forma global.

#### **4.4. No que diz respeito aos anos iniciais da empresa no mercado**

Na comparação entre as gigantes de mobilidade, podemos perceber certas semelhanças nos primeiros anos entre elas. As metodologias de uso inicial para os aplicativos eram bem diferentes das encontradas atualmente. Enquanto no início a 99 tinha como objetivo conectar de forma mais fácil taxistas e passageiros, o aplicativo UberCab apenas informava a localização do passageiro através do seu GPS. Além disso, ambas passaram por problemas iniciais parecidos: de adesão de motoristas pela 99 a adesão de passageiros (devido ao alto valor) pela Uber e os conflitos com motoristas locais que não aderiram aos aplicativos. Entretanto, com o passar dos anos os negócios conseguiram passar por esses problemas e cresceram no mercado.

No setor das fintechs, os anos iniciais da Stone foram bem discretos. Seus fundadores procuraram investir nos primeiros 18 meses de startup apenas no desenvolvimento do negócio. Após isso, a empresa conseguiu chegar ao mercado oferecendo máquinas baratas e sem aluguel, além de soluções focadas em tecnologia, como o seu próprio software de gestão. Já o caminho da Paypal – empresa que estamos comparando - foi um pouco diferente, onde em seus anos iniciais a startup chegou até a mudar de nome ao se fundir com outra empresa. A intenção inicial dos seus fundadores era criar um serviço que não fosse controlado pelo governo. Entretanto, logo em seu segundo ano de fundação a fiscalização estava bastante pesada em cima do serviço, devido a acusações de fraudes e processos legais.

No caso da Go-Jek, os anos iniciais da empresa não foram os mais promissores, visto que a startup de marketplace não contava com o aporte de tantos motoristas e volume de entregas. Mas, em 2015, ao lançar sua plataforma via App isso mudou. A partir do lançamento do mesmo, eles tiveram um grande salto em pedidos e número de motoristas credenciados dentro da plataforma. Foi o estopim para que seus serviços decolarem e pudessem inovar dentro do setor e se tornar unicórnio dentro de um ano e meio após o lançamento do aplicativo.

A iFood também contou com dificuldades para escalar seu empreendimento, pois ainda não era uma plataforma digital, uma vez que foi lançada no início do desenvolvimento da internet, logo,

não contava com todas as oportunidades que vemos hoje com o uso de aplicativos. Foram nos últimos três anos que a empresa obteve maior sucesso e conseguiu se consolidar no mercado, obtendo cerca de 60% do mercado de delivery no Brasil.

Para a unicórnio Classpass os anos iniciais foram marcados pela consolidação de seus clientes e tentativas de trazer um fluxo de investimentos constantes para arcar com os custos da startup. Os principais custos da empresa eram com os parceiros, os estúdios e locais de atividades físicas. A dificuldade foi ajustar os gastos com os investimentos recebidos, mas em um espaço curto de tempo tiveram que aumentar seu pacote mensal, o que trouxe uma perda de 10% de seus clientes. Esse momento trouxe o questionamento do plano de negócios por trás da startup, se de fato era algo que poderia ser levado a longo prazo. Desse modo, houve uma necessidade de confrontar os dados e entender quais seriam as formas de garantir ou estimar o revenue para que houvesse lucro e não ultrapassasse o valor que agregava ao consumidor para uso da plataforma.

Por fim, em relação aos bancos digitais, a Nubank – maior fintech da América Latina - teve um início muito simples e difícil. Parte do investimento saía do próprio bolso dos sócios, principalmente para os recursos necessários para o ambiente de trabalho. Seus fundadores queriam que o Nubank fosse uma verdadeira extensão da casa do cliente e não um escritório. Por isso, a primeira sede do banco foi em uma casa, na Rua Califórnia. Além disso, foi preciso muito trabalho duro e suor para dar vida a uma ideia que ainda não tinha mercado para usar como exemplo.



#### 4.5. No que diz respeito à formação dos fundadores das startup unicórnio

Uma característica importante de ser comparada nesse artigo diz respeito à universidade e curso de graduação que os fundadores das startups pesquisadas vieram a cursar ou se formaram.

Analisando a tabela três – que resume os dados obtidos através das pesquisas deste tópico – podemos observar uma predominância de graduações em áreas de ciências exatas e tecnologia, como engenharias, economia, ciência da computação e física. Entretanto, realizando uma análise mais detalhada pode-se concluir que nem todos os fundadores possuem uma graduação que seja ligada diretamente com o que é ofertado como serviço da empresa que fundou, mas sim uma que gerou um conhecimento que de certa forma pode ter auxiliado na estruturação e criação da mesma.

Tabela 3 - Graduação e universidade			
Unicórnio	Fundadores	Graduação	Universidade
99	Ariel Lambrecht	Engenharia Mecatrônica	Universidade de São Paulo
	Renato Freitas		
	Paulo Veras		
Uber	Travis Kalanick	Engenharia de Computação	Universidade da Califórnia
	Garrett Gamp	Engenharia Elétrica	Universidade de Calgary
Nubank	David Vélez	Ciência de Gestão e Engenharia	Universidade de Stanford
N26	Valentin Stalf	Administração e Gerenciamento de Negócios	Universidade de St. Gallen.
	Maximilian Tayenthal	Direito	Universidade de Viena
Stone	André Street	Direito	Universidade Cândido Mendes
		Ciências da Computação	Universidade de Harvard
PayPal	Elon Musk	Física	Universidade da Pensilvânia,
		Economia	Wharton School of Business
	Peter Thiel	Filosofia	Universidade de Stanford
	Max Levchin	Engenharia de Software	Universidade de Illinois
	Ken Howery	Economia	Universidade de Stanford
	Luke Nosek	Engenharia de Computação	Universidade de Illinois
Gympass	César Carvalho	Administração	Universidade de São Paulo
			Universidade de Harvard
	João Thayro		
Classpass	Mary Biggins	Artes	Universidade de Colby

Tabela 3 - Graduação e universidade			
Unicórnio	Fundadores	Graduação	Universidade
Ebanx	João Del Valle	Ciência da Computação	PUC Paraná
	Alphonse Voigt	Direito	PUC Paraná
	Wagner Ruiz	Economia	Mackenzie - São Paulo
Flywire	Iker Marcaide	Ciências	MIT
Ifood	Patrick Sigrist	Engenharia Florestal	Universidade de São Paulo
	Eduardo Baer	Marketing e Administração	ESPM e Universidade de São Paulo
	Guilherme Bonifácio	Economia	Universidade de São Paulo
	Felipe Fioravante	Administração	Universidade de São Paulo
Doordash	Tony Xu	Engenharia de Produção e Pesquisa Operacional	Universidade da Califórnia
	Andy Fang	Ciência da Computação	Universidade de Stanford
	Evan Moore	Engenheiro de Som	-
	Stanley Tang	Ciência da Computação	Universidade de Stanford
Loggi	Eduardo Wexler	Design Gráfico	Fundação Armando Álvares Penteado
	Fabien Mendez	Administração	Fundação Getúlio Vargas
	Arthur Debert	Cinema	Fundação Armando Álvares Penteado
Go Jek	Nadiem Makarim	Relações Internacionais	Universidade Brown
	Michaelangelo Morar	Marketing e Finanças	Universidade de Boston
	Kevin Aluwi	Finanças Corporativas Empreendedorismo Relações Internacionais	Universidade da Carolina do Sul

No que diz respeito ao setor de mobilidade urbana as graduações em Engenharia Mecatrônica e Engenharia Elétrica de parte dos fundadores das unicórnio estudadas pode ter ajudado em

insights para a construção do serviço. Entretanto, a formação em Engenharia de Computação de Travis Kalanick pode ser a considerada mais próxima e que mais pode ter contribuído para a criação do aplicativo da Uber.

No campo das fintechs a formação de seus fundadores varia bastante, onde em sua maioria tiveram pelo menos uma formação que contribuiu no campo de atuação de sua startup. Entretanto, em relação aos bancos digitais estudados nas fintechs observa-se a ausência de uma graduação voltada fortemente para a área de tecnologia. As graduações dos fundadores propiciaram conhecimentos na área de administração e direito que foram importantes para os processos burocráticos e jurídicos que a abertura de uma startup nessa área pode enfrentar.

Analisando as unicórnios restantes, observa-se que a vontade de empreender no ramo de serviços de tecnologia aplicada superou a vontade de seguir uma carreira na área que certos fundadores dessas startups possuíam conhecimento. Casos que exemplificam isso são de fundadores com graduações em Filosofia, Cinema e Relações Internacionais fundando empresas que dificilmente teriam alguma relação com tais assuntos. Isso mostra como a graduação nem sempre é um fator crucial nesse ramo, pois as ideias para criação de startups vem de todos os ramos e muitos, as vezes, nem chegam a concluir sua graduação, mas desenvolvem o know-how enquanto investem no empreendimento e realizam networking.

#### 4.6. No que diz respeito ao IPO e tempo para virar unicórnio

Uma análise dos dados da tabela ao lado mostra que são minoria as empresas estudadas neste artigo que optaram por passar pelo IPO. Além disso, analisando as que tiveram a passagem, observa-se que o mesmo pode ter auxiliado tal startup a possuir status de unicórnio.

Outra informação interessante de se observar é que tais empresas demoraram em média sete anos para atingirem o patamar de unicórnio, onde as fundadas em anos anteriores a 2010 foram as que mais demoraram a atingir tal valoração. Observa-se ainda que em maioria tais empresas chegaram a esse nível nos últimos dois anos.

Unicórnio	Fundação	IPO	Unicórnio
99	2012	-	2018
Uber	2010	2019	2013
Nubank	2013	-	2018
N26	2013	-	2019
Stone	2012	2018	2018
Paypal	1998	2002	2002
Gympass	2012	-	2019
Classpass	2013	-	2020
Ebanx	2012	-	2019
Flywire	2009	-	2020
Ifood	1998	-	2018
Doordash	2013	-	2018
Loggi	2014	-	2019
Go Jek	2009	-	2016

#### 4.7. No que diz respeito à quantidade de rodadas e investimentos levantados

A análise da comparação que trata a respeito das rodadas de investimento e montante levantado nos traz informações muito interessantes.

Em relação a quantidade de rodadas que as startups estudadas neste artigo participaram, temos uma média (dentre todas) de participação em 8 rodadas. Comparando apenas dentro das startups estrangeiras tal média é de onze, enquanto as nacionais participaram de em média seis.

Unicórnio	Quantidade de rodadas	Montante total
99	5	\$241.3M
Uber	26	\$24.7B
Nubank	10	\$1.1B
N26	8	\$782.8M
Stone	-	-
Paypal	6	\$216M
Gympass	5	\$300M
Classpass	9	\$549M
Ebanx	2	\$30M
Flywire	8	\$263.2M
Ifood	7	\$591.9M
Doordash	11	\$2.5B
Loggi	8	\$310M
Go Jek	10	\$4.8B



Realizando uma análise por setores observa-se que existe grande discrepância na quantidade de rodadas que as empresas de mobilidade estudadas participaram. Além disso, observando os dados de forma geral conseguimos observar que as unicórnios estrangeiras foram responsáveis pela participação em 68% das rodadas apresentadas.

Outra informação interessante de ser estudada é a de quanto tais startups levantaram em investimentos. Analisando todas elas, temos um total próximo de USD 36 bilhões e uma média próxima de USD 2,8 bilhões para cada uma. Entretanto, algo mais interessante de ser observar é que a discrepância em participação em rodadas de investimento também é até mais acentuada quando comparamos o montante levantado nessas rodadas entre as unicórnios estrangeiras e brasileiras. Do total, as unicórnios estrangeiras estudadas neste artigo foram responsáveis por levantar mais de 90% dele.

## 5. Discussão

Nesse tópico serão discutidos os dados apresentados na última sessão, onde podemos retirar um conjunto de conclusões sobre eles e sobre o artigo.

No que diz respeito ao ano de nascimento das unicórnios apresentadas, observa-se que a maioria das brasileiras estudadas nasceram no período que corresponde ao de maior número de empresas estrangeiras sendo consideradas unicórnio. Esse crescimento da quantidade de startups cuja valoração passou a ser pelo menos USD 1 bilhão pode ter incentivado o nascimento de mais startups no Brasil e em outros países.

Algo que também pode ser observado é que a maioria das empresas estrangeiras escolhidas para esse artigo foram fundadas em países desenvolvidos com grande potencial tecnológico. Essa afirmação evidencia um estudo já realizado, que diz que a maioria das startups consideradas unicórnio hoje foram fundadas em países como EUA e China. No contexto brasileiro, as empresas estudadas neste artigo foram fundadas na região sudeste, que é considerada a mais desenvolvida em território nacional. Tais países e regiões com maior desenvolvimento podem acabar propiciando o nascimento de mais empresas desse tipo.

Por fim, é interessante observar na seção 4.2. que a maioria das unicórnio estudadas neste artigo tem fundação recente, o que pode ser uma consequência direta do crescimento da tecnologia nos últimos anos.

No que diz respeito às motivações de fundação dessas empresas observa-se que muitas partem de uma causa comum, adaptando-se para o serviço que querem oferecer ou problema que querem solucionar. Essa causa comum indica que isso pode propiciar a criação de futuras novas unicórnios, visto que nem todas que chegaram a tal nível oferecem serviços que solucionam todo tipo de problema. Ainda existe uma vasta gama de áreas para serem exploradas.

É interessante observar as histórias e anos iniciais dessas empresas. Muitas passaram pelos mais diferentes tipos de situação, como metodologias diferentes das utilizadas atualmente, problemas com adesão ao serviço, anos iniciais focados em desenvolvimento da empresa, início simples, ações judiciais ou fusão com outras empresas. Com uma análise de tais problemas também conseguimos observar que elas passaram bem por tais situações e com o uso cada vez maior da tecnologia conseguiram se estabelecer no mercado e chegarem ao patamar atual.

O tópico 4.5. trata de um dado muito interessante de ser analisado. Teria a graduação dos fundadores influência direta com o serviço da empresa que eles fundam? Pelo que dizem os resultados das empresas estudadas neste artigo, não. Pode-se observar que não obrigatoriamente a formação dos fundadores é ligada a ideia do serviço ou em insights para criação e formação da startup. Em certos casos são graduações que possibilitam conhecimentos em importantes áreas no momento de fundação as empresas, mas em outros casos a vontade de empreender dos fundadores vai totalmente de encontro a uma possível carreira na graduação a qual se

formou. Além disso, uma análise da universidade que eles se formaram mostra que em sua maioria são centros reconhecidos internacionalmente. Casos como formação em Harvard, Stanford, Universidade da Califórnia e MIT são esperados, visto que são as Alma mater que possuem mais fundadores de unicórnio.

Em relação ao tópico 4.6. temos uma análise que nos traz informações muito pertinentes sobre os assuntos. Primeiramente é válido observar o quão pequena é a quantidade de startups unicórnio que optaram passar pelo IPO. Tal comportamento pode estar ligado ao fato de muitas empresas ainda serem consideradas novas no mercado, a ponto de que seus fundadores podem achar precoce passar pelo IPO em seus anos iniciais. Tal argumento se apoia no fato de que as empresas citadas nesse artigo que passaram pelo IPO foram - em sua maioria - fundadas em décadas passadas e possuem um tempo de atuação maior que as atuais. Outra informação relevante que podemos tirar dos dados é de que das três empresas estudadas que passaram por esse processo, duas atingiram o patamar de unicórnio assim que tiveram seu IPO. Isso mostra que a oferta pública inicial pode contribuir para acelerar tais empresas a atingirem tal valor.

No geral, as startups aqui estudadas demoraram em média sete anos para serem consideradas unicórnio, onde dentro do espaço de dados não se observa um comportamento especial no que se refere ao um estudo dentro dos setores escolhidos. A mais rápida que atingiu tal patamar o conseguiu em três anos e a que mais demorou o atingiu em vinte.

Por fim, no que diz respeito ao último tópico podemos observar que - dentro das startups estudadas - existe uma grande diferença entre as nacionais e estrangeiras em número de participação em rodadas de investimento e principalmente no quanto cada uma levantou em tais rodadas. Muitas teorias podem explicar de forma mais detalhada essa diferenciação, mas fica evidente que uma possível maior internacionalização das empresas estrangeiras e o mercado que as mesmas foram fundadas e atuam parecem ser fatores que as influenciam a querer participar de mais rodadas de investimento e consequentemente atrair mais capital desse tipo.

## **6. Conclusão**

No presente artigo, analisaram-se tópicos que dizem respeito à história, estruturação e mercado de startups unicórnio nacionais e estrangeiras, comparando-as entre si, dentro do seu mercado e país na busca de traçar semelhanças e diferenças entre tais empresas. Para realizar tal estudo exploratório foram utilizados dez critérios, divididos em seis tópicos deste documento, com a finalidade de comparar tais informações e construir um artigo. No que diz respeito a tais critérios, utilizaram-se como informações o ano de fundação, local de fundação, motivação para criação do negócio, como foram os anos iniciais de tais empresas, formação e alma matter dos fundadores, IPO, tempo que levaram para tornarem-se unicórnios e quantidade de participações e valores levantados em rodadas de investimento.

As limitações para o desenvolvimento deste artigo foram principalmente a baixa quantidade de estudos já desenvolvidos, onde não foi possível fazer uma grande revisão de literatura para ter uma base teórica de desenvolvimento; o tamanho da amostra, que por ser muito grande foi necessária a limitação do estudo a uma pequena quantidade de startups e o acesso aos dados mais detalhados em relação aos investimentos levantados por tais empresas, visto que em sua maioria não são de capital aberto e não possuem obrigação para disponibilização de tais dados.

A construção deste estudo gerou conclusões para cada um dos tópicos analisados. Mas no geral a principal é de que – devido à falta de pesquisa com essa vertente de tema – as comparações e conclusões levantadas nesse documento podem vir a ser muito úteis para quem deseja se aprofundar no estudo desta área. Os resultados indicaram o impacto que o surgimento de novos unicórnios tem no momento de incentivar a criação de outras empresas, o quanto uma região ou país mais industrializado propicia a criação de novas startups e as semelhanças na motivação de criação e dos anos iniciais que as empresas estudadas tiveram.

Adicionalmente, mostra-se que não é de caráter obrigatório que a formação dos fundadores de tais empresas seja voltada a sua área. Além disso, pelas informações levantadas, não se mostra como uma prática comum a passagem pelo IPO pelas startups unicórnio, mas as que optam pela oferta pública inicial demoram menos tempo para atingir o patamar de unicórnio das que não passam, que o fazem na média de sete anos. Outra conclusão que esse estudo evidencia é a grande diferença entre unicórnios brasileiros e estrangeiros no que diz respeito a participações em rodadas de investimento e montante levantado nessas rodadas. O mercado que as mesmas nasceram e o quanto expandiram seu serviço pode ser uma das causas dessa diferenciação.

Sendo assim, os resultados apresentados neste estudo são indicativos de como se relacionam tais tópicos quando comparamo-los com tal amostra de unicórnios. Entretanto, por ser tratar de uma área ainda não muito explorada em âmbito acadêmico, estudos futuros são necessários. As próximas pesquisas podem tratar de estudar uma quantidade maior de empresas ou direcionar os dados a serem pesquisados para unicórnios em mercados semelhantes, como o de países em desenvolvimento ou da América Latina.

## Referências

BERTÃO, N. (2017). Com apetite de unicórnio, iFood quer se reinventar. [S. l.], 14 dez. 2017. Disponível em: <https://exame.com/revista-exame/com-apetite-de-unicornio/>

BUTLER, B. (2015). Do we really have to call them unicorns?. Network World. Disponível em: <https://www.networkworld.com/article/2975841/do-we-really-have-to-call-them-unicorns.html>

CBINSIGHTS (2020). The Global Unicorn Club. [S. l.], 31 jul. 2020. Disponível em: <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>

CRUNCHBASE (2020). Discover innovative companies and the people behind them. [S. l.], 17 jul. 2020. Disponível em: <https://www.crunchbase.com>

LATIN TRADE (2019). Latin American Unicorns: Globant. Disponível em: <https://latintrade.com/2019/05/14/latin-american-unicorns-globant/>

PRATAMA, A. (2016). Go-Jek: A unicorn's journey (Infographic). [S. l.], 13 ago. 2016. Disponível em: <https://www.techinasia.com/how-go-jek-became-unicorn>

SUTTO, G. (2019). Onde os fundadores dos unicórnios brasileiros estudaram. Informoney [S. l.], 9 maio 2019. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/carreira/onde-os-fundadores-dos-unicornios-brasileiros-estudaram/>