



DA UNIVERSIDADE PARA A SOCIEDADE: STARTUP E O TRANSPORTE PÚBLICO ESTADUAL CONVENCIONAL.

***Michelle Barros¹, Francisco Alberto Severo de Almeida, Adelson Moreira Santos. (PG), Gisele de oliveira silva César.**

michellebarros33@gmail.com

¹ Avenida do Trabalhador, Gleba B/4, Distrito Agroindustrial CEP: 72800-000 Cidade: Luziânia - GO

Resumo: Apresenta-se nessa pesquisa, a investigação sobre o termo startup, com o objetivo de entender o sucesso, as soluções inovadoras e quais os impactos na sociedade, aspectos esses que colaboram para a continuidade e desfecho da Startup. A proposta traz uma confrontação das empresas de transportes públicos interestaduais e o sucesso das startup neste quesito, sobre as empresas que atuam de maneira tradicional. A abordagem do estudo é qualitativa, com a técnica de pesquisa sendo a revisão de literatura bibliográfica. A fundamentação se alicerça nos autores, Kotler (2000) Porter (1986), Chiavenato (2003), Kotler (2000), Maximiliano (2011), Moraes (2012), Vergara (2005), Silva e Porto (2016). Os resultados encontrados apontam que as startups chamaram a atenção de fundos de investimentos pelo seu resultado e por várias parcerias, exatamente pelos seus valores barato e uma qualidade incomparável, respeitando as diferentes classes econômicas mostrando-se assim significativa a sua presença para a sociedade, promovendo entre as empresas tradicionais mobilidade e reorganização.

Palavras-chave: Convencionais. Universidade. Propensão. Negócios. Nascente.

Introdução

Muito, se tem discutido, recentemente acerca das perspectivas da pós-pandemia, a nível nacional, tornando-se um desafio principalmente para empresas de transportes convencionais, com a presença de um cenário com grandes incertezas e percas, a pandemia de COVID-19, impactou negativamente, impôs restrições de deslocamento e o distanciamento social, motivos esse que muitos empresas necessitaram de cooperação entre as empresas do ramo de transporte. Assim as Startups, com foco no transporte de passageiros surgiram, e nesse estudo objetivamos analisar como as atividades da startup prosperou à frente das empresas de transporte público estadual de passageiros com todo este cenário.

Com grandes mudanças nos costumes da humanidade, apropriamos e conhecemos o termo Startup, ele resultou em uma empresa emergente, com variadas ideias revolucionária, mesmo com o nível de incerteza, frente ao mercado





tradicional reinventam um modelo de negócios costumeiro e o atualizam para um contexto diferente ou inventam modelos totalmente novos. O termo “startup”, do inglês, significa

“começar algo novo” e, é comumente relacionado à inovação no mundo dos negócios. Portanto, uma “startup” é uma empresa que está em seu início, sem plano de negócios ou produto completamente definido, mas que tem algo novo a mostrar ao mercado.

A analogia entre o termo Startup, convencional e suas propensões. Segundo Moraes *et al.* (2013), explica que o empreendedorismo vem causando atualmente, diferentes discussões por todo mundo, isso devido sua responsabilidade no que diz respeito ao desenvolvimento econômico dos países desenvolvidos e subdesenvolvidos ou emergentes.

A criação das startups, surgiu na década de 90 nos Estados Unidos, mais precisamente no Vale do Silício (no estado da Califórnia). No Brasil manifestou-se, entre 1996 e 2001, devido à crise das empresas Ponto-com, formado em mecatrônica pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, o criador Ariel Lambrecht é um empreendedor por natureza, Corroborando a isso Chiavenato (2003, p.122) A liderança é “(...) a influência interpessoal exercida em uma situação e dirigida por meio do processo de comunicação humana para a consecução de um ou mais objetivos específicos”.

A liderança ocorre quando há líderes que induzem os colaboradores a realizar certos objetivos que representam valores e motivações.” Observa-se que, em nenhum momento existe uma diferença entre os gêneros masculino e feminino, afinal, a liderança é algo social, onde o líder exerce seu papel de forma clara, alcançando objetivos e observando as relações interpessoal e diferenças existentes entre os grupos. (MAXIMINIANO, 2011, p.256).

A Startup lança, desafios e encontra soluções inovadoras com curadoria personalizada. Programas este que trabalha projetos, que garantem alta lucratividade e sustentabilidade e inovação para empresas. O processo criativo é caracterizado pela alta das ações das novas empresas de tecnologia da informação e comunicação alocadas no espaço da Internet.





EMPRESAS DE TRANSPORTE PÚBLICO ESTADUAIS

As empresas para desempenhar a função de transporte coletivo necessitam realizar uma licitação, que é um mecanismo padrão para que uma companhia desempenhe um serviço público, ocorrendo um regime de concessão ou permissão para a firma vencedora. Esta mobilidade urbana é muito insuficiente em algumas cidades, abrindo caminho para a concorrência e novos modelos de serviços. Segundo Kotler (2000, p.245) “uma empresa precisa monitorar continuamente as estratégias de seus concorrentes. Oponentes, engenhosos renovam suas estratégias constantemente”.

A Constituição Federativa do Brasil de 1988, prevê no inciso V do artigo 30 da constituição federal, “[cabe ao município] organizar e prestar, diretamente ou sob regime de concessão ou permissão, os serviços públicos de interesse local, incluído o de transporte coletivo, que tem caráter essencial”. (BRASIL, 1988). Quem oferece o serviço de transporte público, fica ciente que as obrigações são delas e não das prefeituras as empresas, são responsáveis pela administração geral do sistema, portanto, cuida de questões como a conservação das frotas, a contratação e capacitação de motoristas e cobradores, o respeito às leis de segurança e a observância das ordens vindas da prefeitura. As empresas precisam arcar com custos diversos, como a remuneração dos trabalhadores do transporte público, a compra e manutenção de veículos, combustíveis, despesas administrativas, entre outros.

Os elementos básicos da competição estratégica são os seguintes: (1) Capacidade de compreender o comportamento competitivo com um sistema no qual competidores, clientes, dinheiro, pessoas e recursos interagem continuamente; (2) capacidade de usar essa compreensão para prever como um dado movimento estratégico vai alterar o equilíbrio competitivo; (3) recursos que possam ser permanentemente investidos em novos usos mesmo se os benefícios consequentes só aparecem a longo prazo; (4) capacidade de prever riscos e lucros com exatidão e certeza suficientes para justificar o investimento correspondente;(5) disposição de agir. (Henderson *et al* 1998, p.7).

As tarifas atuais são caras, devido esses investimentos de recursos diversos, até então as frotas de ônibus, muitas vezes sucateadas, em número insuficiente





para atender à demanda, e que disputam espaço, com os novos modelos de entrantes.

Material e Métodos

A investigação é uma pesquisa qualitativa, com a técnica de revisão da literatura bibliográfica, com instrumentos secundários embasados em levantamento de informações, com o propósito de conhecer as práticas gerenciais e inovadoras das STARTUP como organização, observou as análise nesse estudo a diferença de serviços a qualidade oferecido pelos dois negócios para entender, porque os usuários da preferência para os novos entrantes e não para as tradicionais, que a anos proporciona esse serviço.

A pesquisa de caráter bibliográfico segundo Vergara (2005, p.48) “é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, ou seja, material é acessível ao público em geral”.

Para Silva e Porto (2016) a revisão bibliográfica permite ao autor expor os procedimentos e técnicas usadas na realização do trabalho. Sakamoto e Silveira (2014) ressaltam ainda que é nessa parte que a escolha das estratégias usadas define o tipo de pesquisa e conseqüentemente a forma como serão coletados os dados. A partir das evidências do estudo da arte, devem buscar cientificamente as comprovações para descrever, explicar ou prescrever os fatos tecnológicos para o universo da relação social.

Resultados e Discussão

De acordo com o estudo realizado, com as comparativas é possível compreender as diferenças de valores entre os novos entrantes e as empresas tradicionais para seus clientes no qual oferece o mesmo destino, mas com um tipo de acomodação, mas confortável. Em relação a esses dados podemos ver a





influência desta startup nas escolhas dos passageiros que optam pela economia, conforto e segurança na viagem escolhida, colocando em prática a palavra democracia pelo ato da escolha. A startup chamou a atenção de fundos de investimentos pelo seu resultado e por várias parcerias, exatamente pelos seus valores barato e uma qualidade incomparável, respeitando as diferentes classes econômicas.

Considerações Finais

Com a conclusão do trabalho não se pretende, esgotar o assunto em relação à revisão bibliográfica da literatura sobre planejamento estratégico das empresas, assim como na relação ao mercado. A grande questão dessa discussão, observou a quebra do tradicional, onde uma startup que nasceu através de uma experiência pessoal no qual vem enfrentando a grande oligarquia da rede de transportes, já consolidada nesse ramo com um sucessor inesperado. Com o serviço a metade do preço em relação às empresas tradicionais de transporte, sem taxas convencionais a Inovação essa que se baseia no movimento de se obter novas opções de transportes.

Então, oferece viagens para todos os lugares por um preço, bem baixos do transporte tradicional e com a qualidade superior. Segundo Porter (1986, p. 51) Uma estratégia de liderança de custos pode, às vezes, revolucionar uma indústria em que as bases históricas da concorrência tenham sido diferentes e os concorrentes estejam mal preparados, conceito esse que envolve democracia, onde o cliente tenha o direito de escolha.

Resume-se, que a startup, nasceu para abrir caminhos, evoluir com a tecnologia e levar as empresas para frente com visões de crescimento. Por fim, esta pesquisa alcançou seu objetivo ao oferecer informações, através de uma análise da vantagem com mais segurança, conforto e preços justos, este estudo contribuiu para compreensão do mercado quanto à competitividade atuante por cada empresa em tempos de pandemia.





Agradecimentos

Agradecemos a Deus, que nos oportunizou estarmos aqui, à Universidade Estadual de Goiás à por este evento que nos possibilitou apresentar esta construção ao professor doutor Severo que nos orientou e as horas de pesquisa e leitura que nos forjaram.

Referências

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituição/Constituicao.htm. Acesso em: 1 nov. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

HENDERSON, Bruce D.MONTGOMERY, Cynthia A.; PORTER, Michael E. **As origens da estratégia**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

MAXIMINIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à Administração**. São Paulo: Atlas, 2011.

MORAES, Rinaldo Ribeiro, **et al. Empreendedorismo StartUp**: um Estudo de Caso em uma Empresa de Tecnologia no Estado do Pará. IX SEGET, 2012.

SAKAMOTO, Silveira, Como fazer projetos de iniciação científica. São Paulo: Paulus, 2014.

SILVA, da Nascimento, PORTO, Marcelo Duarte. Metodologia científica descomplicada: prática científica para iniciantes/ Cláudio Nei. _ Brasília : Editora IFB, 2016.

VERGARA Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 4. ed. SP. 2005.

PORTER, M. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1986

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

