



***Crowdfunding Management as Collaborative Networks for Startups:  
a research agenda***

**Gabriel Gomes Ferreira**

*gabrielgferreira@live.com*

**Renato Telles**

*rtelles1@gmail.com*

**Wesley meireles Goes**

*weslei.goes@gmail.com*

**Palavras-chave:** Startup. Crowdfunding. Redes colaborativas.

## **1. INTRODUÇÃO**

Essa modalidade de captação de recursos para novos negócios emergentes, conhecida como crowdfunding (financiamento colaborativo), ocorre por meio de comunicação e busca de adesão em plataformas digitais, podendo ser considerada na atualidade como uma das mais importantes fontes de financiamento (Yuan, Lau & Xu 2016). O crowdfunding possui aspectos singulares de democratização ao acesso a investimentos, anteriormente, inacessíveis para parte dos investidores. Essa estratégia de acesso a recursos de financiamento vem sendo praticada, principalmente, segundo quatro modelos: (a) doações quando o financiador se solidariza com a causa sem esperar prêmios; (b) recompensas, quando há acordo de retorno financeiro ou de produtos; (c) investimentos, ações ou títulos, vinculados a conveniência da oferta inicial de valores mobiliários como contrapartida e; (d) empréstimos, quando investidores funcionam como financiadores, investindo a partir de uma taxa de compensação previamente acordada (Cumming & Hornuf, 2018).

O processo de desenvolvimento de estratégias de acesso ao crowdfunding está indissociavelmente associado à disposição de engajamento de agentes remotos presentes na web. Assim, coloca-se, como aspecto crucial, o condão da atração desses diferentes agentes de forma colaborativa e convergente (Paschen, 2017). Em outras palavras, esse movimento pode ser entendido como a construção de uma rede colaborativa de aporte de recursos para a startup. Redes colaborativas são um conceito que remete a conjunção de diferentes atores com o propósito em parcerias, colaboração e benefícios coletivos (Camarinha-Matos & Afsarmanesh, 2005; Durugbo, 2016; Ciesielska & Janowski, 2019). A formação de redes colaborativas promove o compartilhamento do conhecimento, recursos, competências complementares e responsabilidades (Kivleniece & Quelin, 2012; Ciesielska & Janowski, 2019), bem como sua sustentabilidade.

### **1.1. Pergunta Problema e Objetivos**

Reconhecendo-se a propriedade de uma pesquisa que aborde a relação entre redes colaborativas e crowdfunding, a investigação da funcionalidade da utilização de conceitos relacionados à constituição de redes colaborativas pode oferecer uma perspectiva mais eficiente na captação de recursos por meio de crowdfunding dedicado ao financiamento de startups. Essa lógica conduziu à adoção da seguinte questão de pesquisa: a compreensão do crowdfunding como um resultado da construção de redes colaborativas potencializa a

captação de recursos para startups? Assim, a presente pesquisa tem, como objetivo central, contribuir para a expansão da eficiência de estratégias de crowdfunding, a partir da incorporação da perspectiva de uma rede colaborativa, no financiamento da operação de partida de startups.

## **1.2 Justificativa**

Os estudos comumente retratam startups bem sucedidas, contudo deve-se reconhecer a presença significativa de startups que não conseguem sobreviver aos primeiros anos de vida. Uma das principais causas de falência dessas novas empresas é a insuficiência de capital para financiar suas operações, informação que pode ser constatada pelos índices de solvência dos resultados iniciais (Stigen, Solstad, 2020). O cenário brasileiro não é diferente, com um quarto das startups não sobrevivendo por um ano devido à falta de capital.

Considerando o mercado de games, o crowdfunding tem se mostrado um mecanismo relevante para captação de recursos. De 2013 a 2016, mais de 290 mil projetos foram financiados, segundo apenas uma das plataformas que intermediam as transações; o financiamento coletivo apresentou características que superam o seu papel principal de arrecadação de fundos, como unificação dos canais de acesso a capital, conhecimento técnico e de mercado da multidão para o jogo (Nucciarelli, Li, Fernandes, Goumagias, Cabras, Devlin & Cowling, 2017). Essas perspectivas exploram diferentes características da relação entre crowdfunding e as startups, contudo, não se identificou na literatura abordagens orientadas para a construção de redes colaborativas como estratégia de engajamento de atores na multidão para captação de recursos das startups.

As redes colaborativas podem ser encontradas em diferentes setores como em finanças, pesquisa e desenvolvimento de pequenas empresas emergentes (por exemplo, startups) aceleradoras, investidores, universidades, órgãos públicos e órgãos financeiros (Granstrand & Holgersson, 2020). Redes de colaboração podem ser observadas contribuindo para os processos de desenvolvimento, inovação e acesso a recursos (Jackson, 2011). Em um sistema multinível e criativo (Granstrand & Holgersson, 2020), as redes colaborativas promovem a integração, propicia a captação de recursos e contribui para o desenvolvimento e a inovação de tecnologia (Jackson, 2011; Ferasso et al., 2018).

Ademais, as parcerias em redes colaborativas tendem a influenciar nas estruturas com resultado de valor, devido as mudanças e desdobramentos dessas parcerias (Xing et al., 2018). Diante das pressões ambientais e problemas dos mais diversos, esses resultados, não seriam alcançados, ou facilmente alcançados por entidades individuais (Durugbo, 2016; Ciesielska & Janowski, 2019). Logo, o mecanismo de governança e a confiança entres os pares, que integram uma rede colaborativa, correspondem a base para sua sustentabilidade (Camarinha-Matos & Afsarmanesh, 2005; Ciesielska & Janowski, 2019).

## 2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi uma estratégia do tipo “puzzle”, onde foi feita uma revisão crítica da literatura de duas perrspectivas, redes colaborativas e *crowdfunding* para *startups*.

Crowdfunding, entendido como financiamento coletivo, baseado em aporte de recursos financeiros por diferentes agentes, com distintas motivações, envolvendo desde a perspectiva de investimento convencional até o engajamento ativista, pode ser associado operacionalmente à disponibilidade de tecnologias de comunicação e informação, acessíveis nas últimas décadas (Yuan, Lau & Xu 2016; Paschen, 2017). Entretanto, deve-se reconhecer que há diferentes modalidades de crowdfunding. Nesse sentido, Admitiu-se os quatro modelos, tipificados por recompensa aos financiadores por Rossi (2014), quais sejam, (a) sem contrapartida (resultante de doações e ativismo), (b) compensação não financeira (livros, eventos etc.), (c) juros e resgate do principal (valor investido entendido como empréstimo) e (d) ações e participação societária do negócio (valor investido entendido como integralização de capital).

Configurou-se como dimensões potencias de êxito no aporte de startups, os seguintes construtos: modulação de objetivos, definição de período de captação, assimetria de informação, reputação e relacionamento social (Quadro 1).

Quadro 1 – Dimensões de êxito de crowdfunding de startups

DIMENSÃO DE ÊXITO	REFERENCIAS
Modulação de objetivos	Koch & Siering 2015
Período de captação	Mollick, 2014
Comunicação e divulgação	Barbi & Bigelli, 2015; An et al. 2014
Assimetria de informação	Belleflamme, Lambert & Schwienbacher, 2014

Reputação de propositor	Agrawal et al. 2015
Relacionamento social	Agrawal et al. 2015

Fonte: autores.

A caracterização dos fundamentos de constituição e operação de redes de colaboração provêm aspectos de interesse potencial no desenvolvimento de crowdfunding. Redes não raro, quando envolvem atores (indivíduos, organizações e instituições), são tratadas mais como sistemas do que como arranjos, em função de características como dinamismo, caráter evolucionário, respostas não lineares, capacidade de adaptação e inovação, entre outros (Hawryszkiewicz, 2008). Esse tipo de rede, também entendida como virtual permite flexibilidade e eficiência, em geral associada ao uso de tecnologia. Redes colaborativas apresentam um conjunto de dimensões distintivas (Quadro2) (Huxham & Vangen, 2004):

Quadro 2 – Dimensões distintivas de redes colaborativas

DIMENSÃO DE SUCESSO	REFERENCIAS
Cooperação por tempo determinado	Huxham & Vangen, 2004
Confiança entre parceiros	Lagemann, 2004
Tecnologia como recurso de base	Gerber, Hui & Kuo, 2012
Uso de melhores competências	Malmegrin. 2014

Fonte: autores.

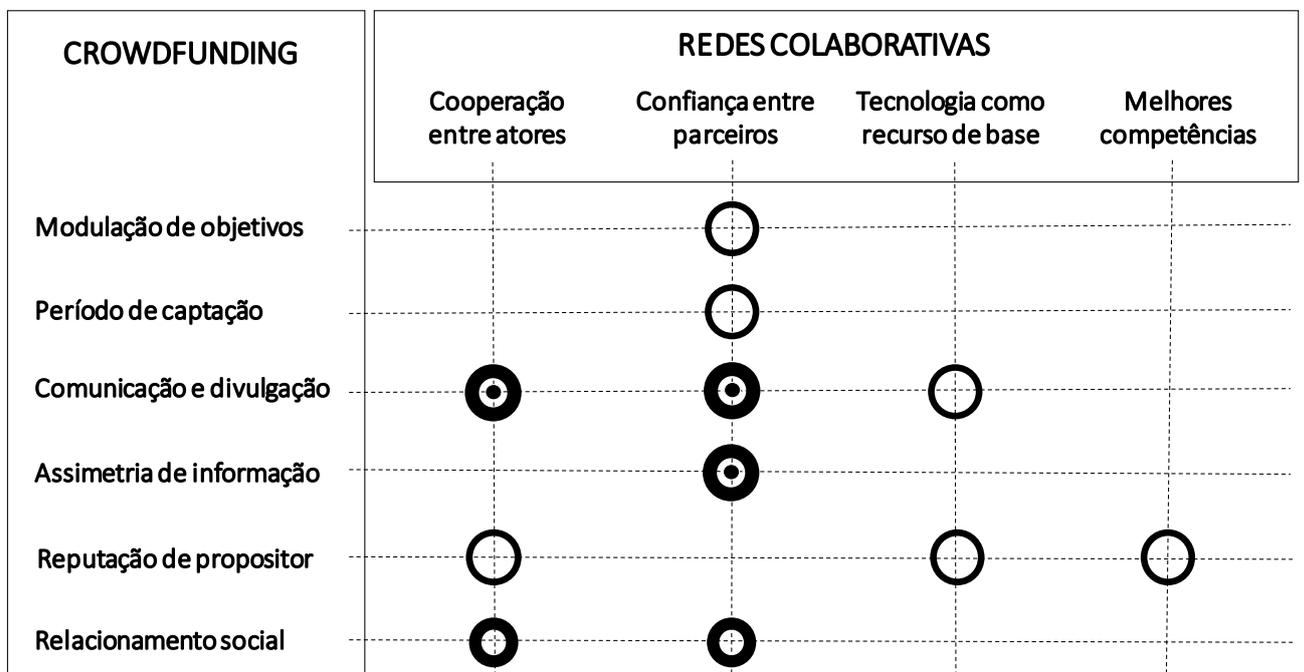
### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A eficácia de um crowdfunding depende, em última análise, do interesse de financiadores, sendo as decisões de oferta inicial e extensão do prazo de captação, variáveis decisivas no sucesso do empreendimento (Koch & Siering, 2015). A definição de objetivos de uma proposta de crowdfunding deve considerar necessariamente aspectos como confiança e cooperação. Pesquisas sobre confiança e desempenho sugerem cada vez mais que os comportamentos relacionais inspirados na confiança melhoram o desempenho, reduzindo os custos de transação e aumentando o valor da transação (Robson et al., 2008). Assim, os objetivos adotados para uma estratégia de crowdfunding devem ser pautados e condicionados à capacidade de acesso a um universo de atores passíveis de engajamento em função de sua natureza (doações, investimentos e/ou integralização de capital).

Períodos relativamente mais extensos de captação estão correlacionados com redução da confiança (Mollick, 2014), remetendo a um processo de gestão orientado pelo controle da taxa de adesão e acompanhamento, por exemplo por meio de pesquisas qualitativas, de avaliação do risco percebido por atores participantes. O sucesso de um empreendimento evoluiu substancialmente e envolve cooperação ativa e alta qualidade de relacionamento (Zheng et al., 2018). Como resultado, a administração de crowdfunding deve enfrentar o desafio de não limitar a relação com atores componentes do financiamento a partir de uma perspectiva de transação pura, propondo interação continuada com os mesmos.

A partir da convergência conceitual de abordagens dos fenômenos crowdfunding e redes colaborativas, esboçou-se uma representação esquemática entre as dimensões consideradas para ambos, assinalando-se espaços de relação cruzada baseada nos argumentos desenvolvidos (Figura 3). Deve-se reconhecer que a Figura 3 não tem a pretensão de ser exaustiva, mas, antes, sugerir de forma pictórica as associações entre os construtos investigados.

Figura 3 – Oportunidades de pesquisa



Legenda. Convergência teórica: IMPORTANTE ● PRESENTE ○ POTENCIAL ○

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi exposto anteriormente as associações entre crowdfunding e redes colaborativas onde são apresentadas convergências teóricas importantes, presentes e potenciais. A investigação de tais associações são importantes para construção do conhecimento, uma vez que os fundamentos teóricos da perspectiva de redes colaborativas se mostram como compatíveis e potencialmente compreensivos no planejamento e gestão de iniciativas como crowdfunding. Em investigações científicas devem sempre levar em consideração o GAP teórico do conhecimento para responder as questões de pesquisa e avançar no entendimento de conceitos, técnicas, estratégias. Quanto ao desenvolvimento dos estudos, recomenda-se pesquisas exploratórias qualitativas e, se possível, a utilização do método delphi sobre os conceitos de redes colaborativas e crowdfunding com o objetivo de entender e confirmar a existência dessas associações. Após a confirmação dessas associações, poderão ser estabelecidas variáveis para estudos quantitativos que possam mensurar o grau de importância de cada dimensão analisada.

#### REFERÊNCIAS

CAMARINHA-MATOS, L.; AFSARMANESH, H. **Redes colaborativas**. Na Conferência Internacional sobre Linguagens de Programação para Manufatura (pp. 26-40). Springer, Boston, MA, 2005.

CIESIELSKA, M.; JANOWSKI, T. Inter-governmental Collaborative Networks for Digital Government Innovation Transfer. **Structure, Membership, Operation**. 295-307, 2019. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-28464-0\\_26](https://doi.org/10.1007/978-3-030-28464-0_26)

CUMMING, D., HORNUF, L. **The economics of crowdfunding**. Palgrave Macmillan, 2018.

DURUGBO, C. Collaborative networks: a systematic review and multi-level framework. **International Journal of Production Research**, 2015. <https://doi.org/10.1080/00207543.2015.1122249>

GRANSTRAND, O; HOLGERSSON, M. Innovation ecosystems: A conceptual review and a new definition. **Technovation**, Volumes 90–91, 2020.

HAWRYSZKIEWYCZ, I. T. (2008). "Integrating Collaboration into the Design of Complex Adaptive Systems" ACIS 2008 Proceedings.

HUXHAM, C.; VANGEN, S. (2004). Doing things collaboratively: realizing the advantage or succumbing to inertia. **Organizational Dynamics**. 33(2), 190-201.

KIVLENIECE, I.; QUELIN, B. V. Public-Private Ties?: A Private Actor's Perspective. **Academy of Management Review**, 37, 272-299, 2012. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0004>

KOCH, J.-A.; SIERING, M. **Crowdfunding Success Factors: The Characteristics of Successfully Funded Projects on Crowdfunding Platforms**. In Proceedings of the Twenty-Third European Conference on Information Systems (ECIS'15), Münster, Germany, 2015.

MOLLICK, E. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. **Journal of Business Venturing**, 29 (1), 1–16, 2014.

NUCCIARELLI, A.; Li, F.; FERNANDES, K. J.; GOUMAGIAS, N.; CABRAS, I., DEVLIN, S.; KUDENKO, D.; COWLING, P. From value chains to technological platforms: The effects of crowdfunding in the digital game industry. **Journal of Business Research**, 78, 341-352, 2017.

PASCHEN, J. Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the startup life cycle. **Business Horizons**, 60(2), 179-188, 2017.

STIGEN, E. B.; SOLSTAD, M. H. (2020). **Quais são, se houver, os fatores financeiros explicativos da falência em startups norueguesas?**(Dissertação de Mestrado). BI , Handelshøyskolen.

YUAN, H.; LAU, R.; XU, W. The determinants of crowdfunding success: A semantic text analytics approach. **Decision Support Systems**, 91, 67-76, 2016.

ZHENG, X.; LU, Y.; LE, Y.; LI, Y.; FANG, J. Formation of interorganizational relational behavior in megaprojects: perspective of the extended theory of planned behavior. **Journal of Management in Engineering**, 34(1), 04017052, 2018.