

DOSSIÊ

PLATAFORMAS DIGITAIS E *STARTUPS* COMO ATIVOS FINANCEIROS: A dinâmica temporal dos novos negócios

*Marcel Maggion Maia**

Resumo

O artigo parte da constatação de que, em suas fases incipientes, as plataformas digitais dependem de capital para se desenvolverem. Reconhece ainda que os acordos entre empreendedores à procura de capital e investidores de capital de risco se calcam no alinhamento de expectativas. Sustentado por entrevistas qualitativas com agentes do mercado de startups, argumenta que, no interior das aceleradoras de negócios, os projetos empreendedores são qualificados como ativos financeiros promissores, ou seja, capazes de acumular valor ao longo do tempo. Ao focar a dimensão temporal das plataformas, o artigo descreve três práticas instituídas: o adiamento de investimentos, a manutenção de múltiplas ofertas simultâneas e a coordenação da abertura de ofertas em eventos.

Palavras-chaves: plataformas; startups; capital; futuro; investimento.

* Universidade de São Paulo, Centro Observatório das Instituições Brasileiras, São Paulo, Brasil. E-mail: marcel.maia@gmail.com
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5336-5802>

INTRODUÇÃO

As plataformas digitais assumiram um lugar importante na vida cotidiana, permeando diferentes esferas do âmbito social (Langley; Leyshon, 2017). Na opinião pública, são por vezes associadas às capacidades de seus fundadores e aos altos valores monetários que movimentam. Na produção sociológica, porém, são as mudanças que estas têm promovido no mundo do trabalho que concentram o interesse dos pesquisadores (Rosenfield; Almeida, 2021). Não sem razão, uma vez que é antiga nossa tradição de enfocar os efeitos das transformações organizacionais.

Ocorre que, ao longo do desenvolvimento dessas reflexões, a *firma* em si seguia sendo uma dimensão mais cara à sociologia da empresa do que à sociologia do trabalho, embora os espaços de trabalho e as relações no interior das organizações estivessem, há muito, sob exame dos pesquisadores (cf. Kirschner; Monteiro, 2002). Como aponta Guimarães (2009), embora avizinados, esses campos produziram linhagens intelectuais específicas. Enquanto a sociologia do trabalho tinha como temática privilegiada os processos de trabalho, a sociologia da empresa priorizou as trocas entre as firmas e entre as firmas e os indivíduos participantes do mercado. Assim, Guimarães (2009, p. 93) entende que, apesar destes campos terem se desenvolvido em torno de temas apartados, guardam um interesse comum pelo “comportamento institucionalizado ao redor de regras do tipo mercantil-capitalista”, levando-os a sublinhar o que circula e como circula em um mercado.

Neste artigo, as plataformas serão abordadas a partir de uma lente que reconhece as empresas-plataforma como objetos econômicos que pretendem circular e ganhar valor. Esta abordagem será inspirada pelo valor heurístico de compreender a emergência das plataformas digitais como uma atividade dirigida aos mercados. Nesta circulação, dois atores são fundamentais: de um lado, os empreendedores à procura de capital para as suas firmas; de outro, os investidores de capital de risco. Será evocada a ideia de que as relações privilegiadas por estes atores almejam transformar projetos de negócios em ativos financeiros.

Argumenta-se, então, que as plataformas estão enraizadas em um aparato institucional no qual as expectativas financeiras em torno da construção do valor são o fator explicativo-chave. Assim, reconhece-se que as plataformas descansam sobre uma temporalidade própria do mercado de capital de risco: o futuro. Esta abordagem permitirá levar nosso olhar sociológico, atualmente centrado nos trabalhadores que acorrem às plataformas para produzir renda, em direção às instituições sociais que orientam os atores que constroem as firmas que operam as plataformas.

O material empírico que fundamenta o tratamento teórico aqui empreendido tem caráter qualitativo e está apoiado em 37 entrevistas com empreendedores de firmas iniciantes de base tecnológica (conhecidas como *startups*) que contaram com o apoio de aceleradoras de negócios – aqui definidas como organizações intermediadoras especializadas no aprimoramento de novos negócios. A coleta foi realizada em duas ondas: a primeira entre maio de 2021 e agosto de 2022 e a segunda ao longo de 2025. Este recorte busca, de um lado, circunscrever aqueles negócios baseados em Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), e, de outro, deter atividades empreendedoras cujos serviços/produtos não são digitalizados.

O artigo está organizado em quatro seções. Na primeira delas, a dependência de recursos experimentada pelas firmas será abordada; na segunda, os dados sobre o volume de capital de risco em circulação no país; na terceira, como ocorre a qualificação que permite que projetos de negócios circulem enquanto objetos econômicos; e, na quarta seção, o papel do tempo na construção do valor. Na conclusão, constrói-se o argumento de que a proposta de enfocar o que importa aos

atores envolvidos na construção de plataformas fomenta o avanço de nosso conhecimento sobre a chamada plataformação.

NOVAS EMPRESAS E DEPENDÊNCIA DE RECURSOS

Ao abordar instituições sociais que estabelecem as condições de possibilidade para que os indivíduos troquem nos mercados, dirige-se a atenção a um objeto que interessa aos sociólogos desde os seus primórdios. Ao identificar uma “base não contratual dos contratos”, Durkheim (1995 [1893]) volta-se à mesma sorte de leis e convenções que intrigam Weber (2015 [1918]), quando este indaga sobre as pré-condições institucionais para que a organização e a distribuição da produção industrial tenham lugar nos mercados. Subjacente a essas reflexões, existe a ideia de que as instituições sociais não operam apenas de maneira coercitiva, mas também facilitam a troca. Ademais, desde cedo, os sociólogos ressaltam que as instituições informais também cumprem um importante papel na estabilidade das relações entre indivíduos que, apesar de não se conhecerem diretamente, trocam.

Diante dessa tradição e com atenção ao fato de que ainda conhecemos pouco sobre as condições sob as quais as plataformas digitais são introduzidas nos mercados, parte-se da ideia de que qualificar uma ideia de negócio incipiente é uma das condições de possibilidade para tal. Assim, será observada a qualificação de uma ideia de negócio como uma atividade integrada ao processo de construção de um bem (a firma) que pretende circular em dado mercado (Kopytoff, 2008 [1986]). O caso das plataformas digitais iniciantes é especialmente interessante porque, muitas vezes, os agentes fundamentais – empreendedores e investidores – atribuem valor a projetos de negócios que precisarão reunir capital suficiente para serem desenvolvidas e colocadas à prova nos mercados.

Todas as firmas precisam levantar capital para financiar suas operações (Fligstein; Choo, 2005, p. 63). Comumente, elas recorrem aos bancos, à oferta pública de suas ações e a outros. Ocorre que, no caso das firmas iniciantes, dada a ausência de ferramentas adequadas para avaliar o potencial dos projetos, os bancos exigem garantias de crédito que, em geral, não podem ser atendidas pelos empreendedores (Aldrich, 2005). Nesse contexto, os empreendedores recorrem a investidores formais organizados em firmas de *venture capital* (VC)¹.

No entanto, essas firmas também se servem de dados relativos aos riscos envolvidos. Em geral, eles só podem ser produzidos por firmas que já operam nos mercados consumidores. Como as *startups* precisam de capital *antes* dessa fase, os empreendedores costumam recorrer a investidores informais, conhecidos como “investidores-anjo”. Trata-se de indivíduos que prospectam projetos para neles se envolverem de forma ativa, fornecendo sugestões especializadas para fazê-los crescer (Aldrich, 2005). Frequentemente, tanto investidores informais quanto investidores formais seguem um modelo de troca de recursos por participação societária nas *startups* em que investem. Ou seja, em determinado momento do desenvolvimento das firmas, tornam-se sócios das firmas às quais oferecem suporte.

¹ O capital de risco (*venture capital*) integra o setor de *Private Equity* e *Venture Capital* (PE/VC) e está relacionado a empresas com alto potencial de crescimento, mas que ainda passam por ajustes; já o *private equity* refere-se a empresas consolidadas em fase de reestruturação, consolidação ou expansão de seus negócios. Formalmente, o setor de PE/VC é composto por quatro agentes: as organizações gestoras, os veículos de investimento, os investidores e as empresas investidas. Para uma breve análise sobre VCs no Brasil nos anos 2000, cf. Carvalho; Gallucci-Netto; Sampaio (2014).

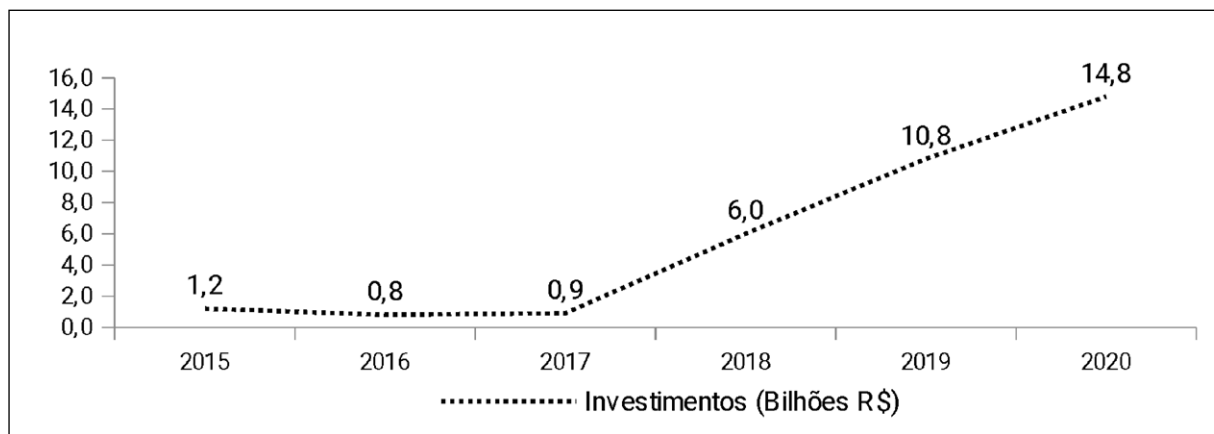
No centro deste debate, está a noção de dependência de recursos, um constructo que trata das estruturas em torno do acesso a recursos controlados por outras organizações (Pfeffer; Salancik, 1978). Em um nível interpretativo macro, diversos estudos demonstram a crescente dependência das organizações produtoras das financeiras. Destacam-se nessa linha interpretações em torno da “financeirização” das práticas econômicas (Epstein, 2005) e da prevalência da estratégia de “*shareholder value*”, isto é, a gestão empresarial calcada na maximização dos retornos aos investidores (Fligstein; Goldstein, 2022).

Quando se trata do financiamento de firmas já estabelecidas, as expectativas de valor estão lastreadas em informações históricas. No caso de novos negócios, trata-se de projetos que requerem financiamento *antes* de se constituírem burocraticamente, *antes* de produzirem valor e *antes* de capturarem valor. A dependência de recursos é um fator crucial, tal como destacam Stearns e Mizruchi (2005). Nesse sentido, as novas firmas baseadas em tecnologias podem ser vistas como organizações ancoradas em imagens do futuro. Nos termos esclarecedores de Cetina (2015), o empreendedor que pretende que seu projeto seja reconhecido por um potencial investidor como crível, promissor e merecedor de recursos é alguém que apresenta uma “promessa de lucros futuros”, enquanto o investidor é aquele que “compra” essa promessa. Vejamos, então, o volume de capital que promessas desta ordem movimentam.

CAPITAL DE RISCO E NOVAS EMPRESAS-PLATAFORMA NO BRASIL

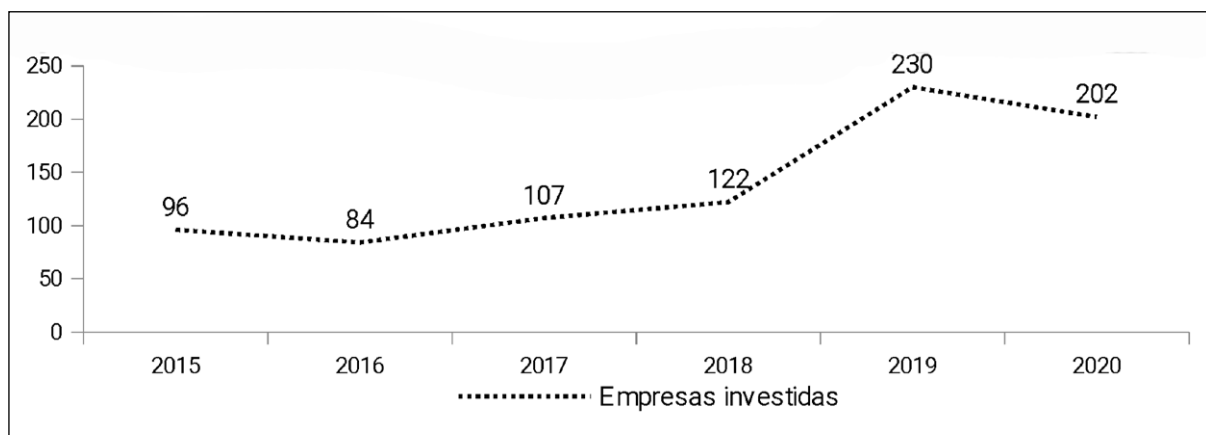
Quando se focalizam os fundos de *VC*, que miram firmas já operantes em seus mercados, o estudo realizado pela Associação Brasileira de *Private Equity* e *Venture Capital* (ABVCAP) é uma das referências a esse respeito. Ao coletar informações públicas e fornecidas por 248 gestores nacionais e estrangeiros de fundos, ele aponta o crescimento dos investimentos dessa modalidade a partir de 2017, tal como se vê no Gráfico 1. Indica, ainda, o crescimento do número de firmas investidas por ano (Gráfico 2) e o aumento do valor médio investido em cada firma (Gráfico 3).

Gráfico 1 – Investimentos em *Venture Capital* por ano – Brasil – de 2015 a 2020
(em bilhões de reais, R\$).



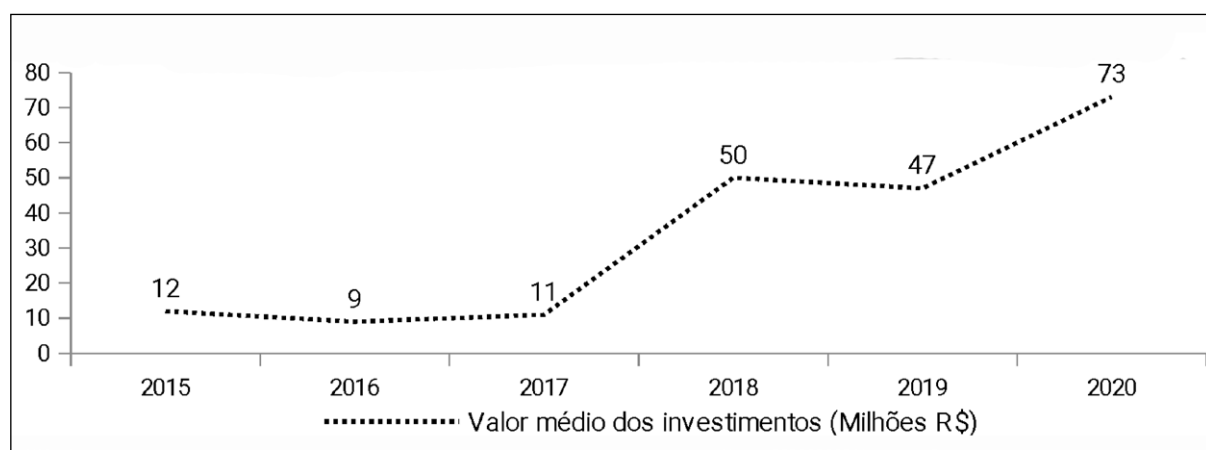
Fonte: Associação Brasileira de *Private Equity* e *Venture Capital* – ABVCAP (2021, p. 20). Valores nominais, tais como apresentados na fonte.

Gráfico 2 – Número de empresas investidas por empresas de *Venture Capital*, por ano – Brasil – de 2015 a 2020 (NA).



Fonte: Associação Brasileira de *Private Equity* e *Venture Capital* – ABVCAP (2021, p. 20). Valores nominais, tais como apresentados na fonte.

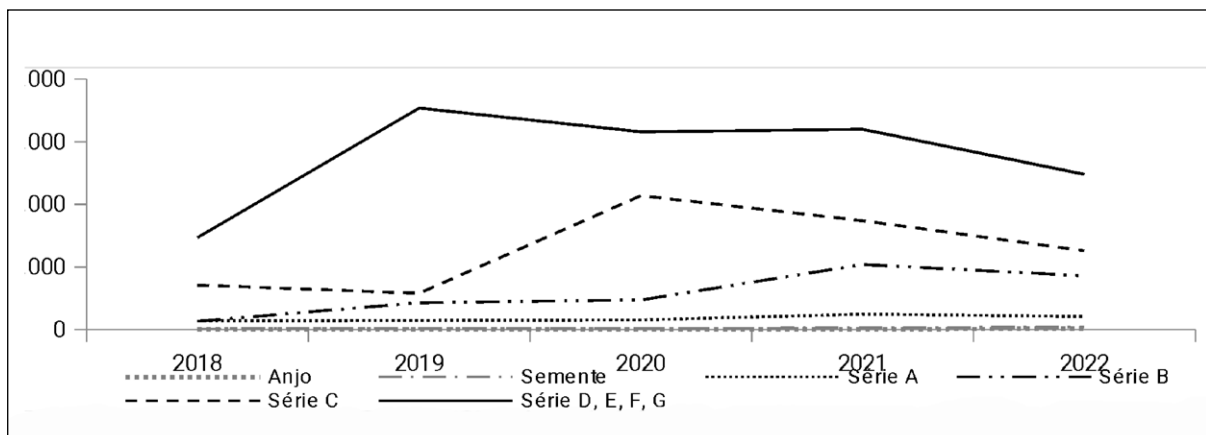
Gráfico 3 – Valor médio dos investimentos por empresas de *Venture Capital* por firma, por ano – Brasil – de 2015 a 2020 (em milhões de reais, R\$).



Fonte: Associação Brasileira de *Private Equity* e *Venture Capital* – ABVCAP (2021, p. 20). Valores nominais, tais como apresentados na fonte.

As curvas ascendentes dos investimentos na modalidade *VC* a partir de 2017 chamam a atenção. Ao menos dois fatores podem ajudar a explicar esse crescimento. Em primeiro lugar, há a chegada de novas firmas de investimento ao país. Casos de sucesso, como o da Nu Pagamentos S.A., colaboraram para esse movimento, atraindo a atenção de investidores internacionais ao País. Segundo a *Sling Hug*, uma organização privada que compila dados sobre investimento da América Latina, os investimentos se concentram nos estágios mais maduros, nas chamadas séries D, E, F e G (Gráfico 4). Elas são dirigidas para poucas firmas, como Nu Pagamentos S.A. e QuintoAndar, que recebem grandes volumes de recursos. Em geral, nas séries precedentes, o número de firmas a receber recursos é maior, mas o valor médio das rodadas de investimento é menor.

Gráfico 4 – Valor médio de investimentos segundo estágio de investimento – Brasil – de 2018 a 2022 (em dólares americanos, US\$).



Fonte: Sling Hub (2023a).

Em segundo lugar, observa-se a aceleração da digitalização de setores ricos em recursos devido ao isolamento social implementado durante a pandemia de COVID-19. Apesar de este evento ter impactado negativamente o curso de desenvolvimento de *startups* iniciantes em certos setores, o volume consolidado de recursos de VC cresceu: em 2021, US\$ 16,9 bilhões foram investidos em *startups*, enquanto, em 2020, o volume foi de US\$ 5,6 bilhões (Distrito, 2023, p. 36). A aceleração da digitalização de setores dominados por grandes empresas, como o financeiro e o de saúde, parece ter colaborado para esse movimento ao sinalizar aos investidores que as *startups* capazes de contribuir nesse processo teriam boas chances de serem adquiridas rapidamente por corporações.

Ainda explorando os dados quantitativos disponíveis, o quadro 1 exhibe os valores das cinco *startups* que receberam os maiores montantes em 2021 (Distrito, 2021).

Quadro 1 – Valores investidos por startup – Startups selecionadas – 2021 (em milhões de dólares americanos, US\$).

Posição	Startup	Valor em 2021 (milhões de US\$)
1	Nu Pagamentos S.A. (plataforma de serviços financeiros digitais)	1.150
2	Loft (imobiliária digital)	425
3	Ebanx (pagamentos digitais)	400
4	QuintoAndar (imobiliária digital)	300
5	Facily (comércio eletrônico)	250

Fonte: Distrito (2021, p. 8). Valores nominais, tais como apresentados na fonte.

Para se ter uma referência, o total de recursos direcionados pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) a pesquisas de inovação em parceria com empresas foi de R\$ 105 milhões em 2020 (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, 2020). Naquele mesmo ano, as firmas de VC investiram, em média, R\$ 73 milhões por firma. Ou seja, alocaram em uma

única *startup* o equivalente a 70% de todo o orçamento anual da Fapesp naquela rubrica. Apesar da diferença entre os estágios de desenvolvimento das firmas impedir a comparação direta, o que se destaca aqui é que os investidores concentram seus recursos em firmas cujo foco não é exatamente Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I), mas empresas que transformam em plataformas e digitalizam serviços conhecidos: imobiliários (QuintoAndar e Loft), financeiros (Nu Pagamentos S.A. e Ebanx) e varejistas (Facily). Ou seja, a inovação que apresentam refere-se mais à digitalização (aliada à intensificação do trabalho, dentre outras) de serviços ordinários do que à introdução de novos produtos e serviços nos mercados consumidores.

Avanços desse tipo foram, por vezes, considerados menores em relação às atividades científicas e tecnológicas (Arbix, 2010). O crescimento de países como China e Índia revelou, porém, o papel que os pequenos incrementos tecnológicos, alguns baseados em imitação e cópia, cumprem nas economias. Como lembra Arbix (*Ibid.*, p. 169), “na economia real a inovação se refere à primeira comercialização de uma ideia ou projeto; por isso mesmo, seu *locus* privilegiado é a empresa, capaz de manter sintonia fina com a produção e a comercialização”.

Nesta direção, o argumento baseia-se no fato de que, para os agentes do mercado, é o potencial da nova firma que importa – mais precisamente, o potencial de ela se tornar um ativo financeiro de valor crescente. Mas como os investidores selecionam e valoram um bem cujo potencial para se tornar um ativo financeiro ainda não está qualificado?

Qualificando projetos de plataformas digitais como ativos financeiros

Nesta seção, será indicado que a plataformização de serviços, mesmo daqueles ordinários como os de fornecimento de refeições, é uma das condições de possibilidade para que projetos de negócios sejam encarados como potenciais ativos financeiros. Além disso, será indicado que esta valoração ocorre no interior das aceleradoras.

Para tal intento, parte-se do caso de seis estudantes da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Estadual Paulista (Unesp) que projetaram uma plataforma digital para auxiliar mulheres desempregadas a encontrar uma alternativa de renda durante a pandemia de COVID-19. Em 2020, a ideia era conectar confeitadeiras amadoras que buscavam renda aos consumidores desses produtos. Para tal, inscreveram-se no evento Desafio USP. Selecionados entre os 890 inscritos, os estudantes passaram quatro dias aperfeiçoando o modelo de negócios, com o auxílio de mentores (orientadores recrutados pelas aceleradoras). Ao fim, o projeto recebeu um prêmio que lhe facultou a participação nas aceleradoras *StartupLab* e *Samsung Ocean*.

Dois anos depois, uma das empreendedoras foi encontrada no grupo do InovAtiva/Sebrae, um evento que promove qualificação e encontros entre empreendedores iniciantes e investidores-anjo. A *startup* abandonou a plataforma de doces e passou a mirar o fornecimento de *coffee breaks* em eventos corporativos também por meio de uma plataforma. Após apresentar oralmente o projeto aos investidores presentes neste evento, a empreendedora responde a uma série de perguntas – sobre controle de qualidade dos alimentos, perfil das mulheres, dentre outras. Um questionamento, porém, ficou sem resposta. Os investidores consideram o tamanho do “mercado acessível” (*Serviceable Obtainable Market*) muito baixo (R\$ 3 milhões) e recomendaram aprimoramentos neste sentido.

Em um país com muitos fornecedores de alimentos prontos, o que torna possível que um projeto voltado a um nicho desse ramo seja foco de atenção de especialistas em negócios nascentes? A

“escalabilidade”, no jargão do mundo dos negócios, ou seja, a possibilidade de a firma crescer sem aumentar os custos para tal na mesma proporção, é um dos fatores mais mencionados por investidores e qualificadores. É neste ponto que as plataformas se destacam: o crescimento do número de clientes atendidos em uma plataforma não tende a ser acompanhado pelo aumento dos custos de transação, como ocorreria em negócios presenciais.

A partir de dados empíricos desta ordem, entende-se que a noção de expectativa do valor (do projeto de negócio) permite que se avance no tratamento interpretativo. Isso revela, afinal, que tal expectativa não é dada, ou seja, intrínseca à capacidade dos empreendedores ou à tecnologia desenvolvida. Precisa ser construída e esta construção está localizada nas aceleradoras de negócios.

Teoricamente, as aceleradoras podem ser definidas como intermediadores que compõem as estruturas edificadas pelos atores para reduzir os custos de aquisição de informações e de transação (Williamson, 1983). Contudo, acumulam-se evidências de que teorizações baseadas na eficiência alocativa são insuficientes para explicar a capitalização de firmas nascentes. Os primeiros estudos sobre o conglomerado do Vale do Silício, paradigma empírico das empresas de tecnologia da informação, já demonstravam que a criação de *startups* se estruturou em torno de relações interpessoais.

Tais redes se institucionalizaram, ganhando rotinas, dispositivos e espaços próprios. As aceleradoras se estabeleceram nos Estados Unidos e se difundiram em países de rápido avanço tecnológico, como Coreia do Sul e Taiwan. Mais recentemente, também em países que viram suas populações consumidoras de produtos e serviços digitais crescer, como China, Índia e Brasil (Saxenian, 2006). Autores como Mason e Brown (2014) reconhecem que, atualmente, as aceleradoras são “fábricas de *startups*”. A aceleradora *Y Combinator*, por exemplo, afirma ter recebido 19.000 inscrições para o seu programa de verão de 2022 e selecionado 240 dessas para se beneficiarem da qualificação e do investimento de capital que oferece.

No Brasil, muitas firmas nascentes foram e são aperfeiçoadas nesses espaços. Uma aceleradora bastante seletiva, como a *Google for Startups*, por exemplo, acolhe cerca de 50 *startups* ao ano em seus programas de longa duração no Brasil (*Google for Startups*, 2021). Diversas *startups* consideradas bem-sucedidas pelos agentes de mercado, como QuintoAndar (imobiliária digital que se apresenta como “a maior plataforma de moradia do Brasil”), *IFood* (plataforma de entrega de refeições e outros produtos) e 99 (plataforma de mobilidade urbana e entrega de produtos), passaram por aceleradoras em alguma fase de seu desenvolvimento. Hoje, as aceleradoras concentram a rotina de práticas capazes de converter uma ideia de negócio em um objeto econômico, que é selecionado e valorado. Esse processo de construção do valor é operado por mentores por meio da mobilização de dispositivos e da promoção de eventos do tipo *demodays* – eventos de encerramento dos cursos de qualificação prestados pelas aceleradoras em que os empreendedores apresentam seus projetos a investidores.

Assim, propõe-se que as expectativas de valor são um fator-chave na interpretação de atividades empreendedoras baseadas em TICs. Note-se que Regina possui clientes em número crescente, mas seu objetivo não é exatamente atrair clientes, e sim atrair investidores. Por esta razão, ela trabalha para construir um projeto capaz de demonstrar que sua firma ganhará valor velozmente. Para aprender a apresentar seu projeto como um objeto econômico atraente, empreendedores como Regina recorrem a aceleradoras bem-informadas sobre as métricas utilizadas por investidores.

Com efeito, Dansou e Langley (2013) demonstram que os empreendedores buscam tornar suas narrativas persuasivas por meio da utilização de representações numéricas relativas ao mundo financeiro. Esta ideia vai ao encontro de Barman *et al.* (2021, p. 5), que entendem que “os empreendedores precisam imaginar formas pelas quais o método contabilístico e os seus resultados poderiam transmitir as características e os benefícios de uma inovação ainda inexistente e fazê-lo de forma que as partes interessadas considerem plausíveis e críveis”. Afinal, o material empírico obtido e apresentado neste artigo corrobora estes achados, destacando que a representação quantitativa característica da lógica financeira não é fortuita, é produzida no interior das aceleradoras (Maia, 2024).

Neste sentido, as aceleradoras são atores importantes, pois cumprem o papel de qualificar os novos negócios segundo as métricas financeiras que orientam investidores e corporações. As corporações monitoram *startups* maduras convenientes às suas estratégias nos mercados. Quando adquirem uma *startup*, tangibilizam o valor construído ao longo do processo de desenvolvimento do negócio. É neste momento, conhecido como *exit* no jargão dos negócios, que todos os atores que investiram na *startup* têm a oportunidade de negociar e vender suas cotas societárias, agora valorizadas. Vale notar que *exits* por meio da oferta pública de ações em Bolsa de Valores são mais raros no Brasil do que nos Estados Unidos, paradigma das empresas que são criadas e financiadas para serem vendidas (Freeman, 2005).

A DINÂMICA TEMPORAL DO INVESTIMENTO EM NOVAS PLATAFORMAS DIGITAIS

A formação do par empreendedor-investidor não é trivial. No Brasil, havia mais de 13.000 fundadores de *startups* em 2022 (Distrito, 2023). Na outra ponta da transação, considerando apenas os investidores informais, dedicados às *startups* em fase incipiente, também se contabilizam milhares. Apenas a Anjos do Brasil, uma associação de investidores informais, estimava, em 2019, reunir mais de 7.000 investidores (Bertão, 2019). Estas são meras estimativas, uma vez que as metodologias utilizadas não são claras.

A atividade de construir *startups*, entendida enquanto transformação do objeto “projeto empreendedor” em um “objeto de investimento”, sugere a ideia de que o futuro – uma temporalidade própria do mercado de capital de risco – é um marco fundamental na construção de plataformas digitais. Como tal, convém explorá-lo teoricamente, sustentando a proposta de que a coordenação da circulação das plataformas digitais entre investidores se refere à coordenação das expectativas dos atores envolvidos.

A coordenação diz respeito ao modo como os atores tornam uma troca mercadológica possível por meio da formação de expectativas compatíveis com seus interesses materiais e ideais (Beckert, 2009). No nível das práticas, ela envolve dinâmicas que ultrapassam o preço. Muitas vezes, as preferências de qualidade podem ser formadas não apenas com base na avaliação de um bem, mas também ao longo das interações sociais. A formação de padrões e hábitos sociais, por exemplo, integra as preferências individuais e termina por reduzir o conjunto de possibilidades à disposição do indivíduo em relação ao “habitual” (Bourdieu, 1984).

Noções tais como “padrões” e “hábitos” ajudam a entender a estrutura de preferências em certos mercados, por não pressuporem que a transação seja um ato único, mas um conjunto de atos informado pelo contexto social mais amplo e no qual o tempo importa. Assim, pode-se reconhecer

que o modo pelo qual os atores sociais formam, voluntariamente, pares a partir de um grupo amplo de potenciais parceiros conforma um processo (Coleman, 1991). Tradicionalmente denominados processos de *matching*, eles requerem que os atores desempenhem três tarefas: triagem (*screening*), seleção (*selecting*) e pareamento (*matching*) (Steiner, 2019).

É sabido que há riscos e custos associados às mudanças de parceiros que acabam por moldar o *timing* do processo (Coleman, 1984). Deixar um emprego ou romper um casamento e partir em busca de novas parcerias são decisões difíceis, justamente pelos riscos envolvidos. Do mesmo modo, romper com um investidor, mesmo que seja com um investidor informal², pode implicar custos financeiros, perda de reputação e enfraquecimento de laços sociais. Talvez não por acaso o “casamento” entre investidores e empreendedores seja uma analogia frequentemente mencionada nos eventos do setor.

Depreende-se que, quanto mais tempo dura o processo de pareamento, mais os indivíduos estarão dispostos a investir na pesquisa por parceiros para evitar um *match* ruim e duradouro (Stovel; Fountain, 2009). Por essa razão, alguns de nossos interlocutores reconhecem que os investidores podem atuar como aproveitadores que os acompanharão por anos. Por consequência, preferem aguardar por melhores ofertas, mesmo que isso acarrete frustração temporária dos planos de crescimento de seus negócios. Com efeito, realizar uma transação não depende apenas do que está disponível no presente, também depende do que provavelmente estará disponível mais tarde (Roth, 2016).

Considerando que a dinâmica temporal dos processos de *match* importa, pois tende a modificar o resultado das ações, é possível reconhecer três características importantes no pareamento entre empreendedores e investidores em novas plataformas digitais. A primeira delas se refere ao fato de os empreendedores poderem ser levados a aceitar propostas cedo demais, dada a premência de encontrar um parceiro que financie seus projetos. Em certas situações, os atores podem simplesmente “preferir” o que lhes está disponível (Baron, 1984).

Esse é o caso de firmas iniciantes. Embora os dados sejam escassos, um levantamento realizado pelo *Sling Hub* (2023b), um agente de mercado especializado na compilação de informações de investimento de risco, revelou que 57% das *startups* que conquistaram capital inicial entre 2018 e 2020 não foram bem-sucedidas em seus intentos de atrair uma segunda rodada de investimentos. Quando um de nossos interlocutores diz que “no afã de captar muito dinheiro” no início do desenvolvimento das firmas, alguns empreendedores “dão a empresa para os investidores [concedem uma participação societária muito alta aos investidores]”, é a esse tipo de “preferência pelo que está disponível” que ele se refere. Durante o evento de uma aceleradora, por exemplo, observou-se um empreendedor que, já sinalizando cansaço diante da série de críticas e recomendações de ajustes de seus mentores, volta-se à plateia e diz “quem quer pagar qualquer coisa por essa ideia [projeto de *startup*]?”, sendo rapidamente repreendido por um mentor.

A segunda característica a destacar é a retenção de múltiplas ofertas simultaneamente. Ela é operada por meio da recusa ou do adiamento da aceitação de ofertas. É sabido que as redes de laços sociais têm papel essencial no acesso a capital e na construção da confiança cara ao *matching*. Porém, sabe-se pouco sobre o *timing* do fluxo de informações nas redes. Nesse contexto, é possível

² Trata-se de indivíduos que prospectam firmas incipientes para nelas se envolverem ativamente, fornecendo sugestões especializadas (em geral, com base em experiência profissional acumulada) para fazê-las crescer (Aldrich, 2005). Diferentemente dos investidores formais, estes não são fiscalizados pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

entender que o *timing* das negociações de investimento é mobilizado pelos empreendedores com o propósito de incrementar o valor atribuído às suas *startups*. Essa leitura atribui aos empreendedores, enquanto atores desafiantes do mercado de *startups*, uma agência pouco reconhecida nas teorizações mais comemoradas sobre ações estratégicas (Fligstein, 2001).

Nesse sentido, primeiramente, importa reconhecer que os empreendedores buscam transmitir ao mercado informações sobre o valor de seus negócios enquanto candidatos valiosos. Spence e Spence (1974) demonstraram que a “sinalização” é um modelo capaz de transferir informações de quem busca fazer-se confiável a quem executa a seleção. A sinalização refere-se às características passíveis de aferição e capazes de bem “representar” a capacidade produtiva dos candidatos (Thurrow, 1975). Embora os investidores não deixem de observar a qualificação dos empreendedores para vislumbrar as suas capacidades, quando se trata de avaliar o potencial das firmas em si, essa proposição torna-se mais difícil de operar, dada a carência de informações que sirvam de sinais.

Um dos sinais mais importantes emitidos pelos empreendedores ao mercado é o de que detêm ofertas de investimento. O objetivo é produzir densidade para buscar elevar os valores negociados. Deter ofertas significa mantê-las em suspenso, já que aceitar uma oferta significa retirar as demais da mesa e, conseqüentemente, desfazer o adensamento de ofertas em torno da *startup*. Ou seja, recusar uma oferta significa desconstruir o efeito de “alta procura” e, conseqüentemente, potencialmente desvalorizar o bem. Assim, é preciso manter as ofertas em suspenso, adiando a recusa e o aceite. De fato, adiar o atendimento da clientela mantendo uma “fila longa” é uma conhecida maneira de atrair mais clientes (Roth, 2016). No entanto, a “fila longa” precisa ser visível aos participantes do mercado, para que se obtenha o efeito esperado.

Isso significa que a informação sobre a retenção de ofertas por dada *startup* precisa fluir. É nesse ponto que os encontros organizados pelas aceleradoras mostram relevo. Quando passa a frequentar aceleradoras – participando de suas competições, proferindo discursos em *demodays* e agendando reuniões em busca de investimento –, o empreendedor sinaliza ao mercado que já possui investidores interessados em sua *startup*. Nesse sentido, as redes sociais não se prestam apenas à reunião de ofertas caras à tomada de uma decisão informada, mas também à atribuição de valor. A iminência de realizar um acordo pode levar novos investidores a apresentar propostas mais interessantes em termos de volume de capital. Em suma, a longa fila na porta de uma *startup*, combinada ao senso de urgência – cuja notícia também circula com a ajuda das redes sociais –, tende a produzir efeitos sobre o valor da oferta para aqueles que não esperam ficar de fora de um bom negócio.

Um de nossos interlocutores, ao retornar ao Brasil após temporadas em aceleradoras do Vale do Silício, passa a receber ofertas de investimento. Ocorre que, embora estivesse à procura de capital, as mantém em suspenso. Por isso, começa a emitir sinais em uma série de reuniões, sugerindo aos seus interlocutores que as ofertas de investimento em sua *startup* se acumulam. Ora solicita paciência a um investidor que o apoia desde as primeiras horas – “calma aí, porque agora eu tenho um monte de entrevistas com VC do Vale do Silício” –, ora indica não poder aceitar uma oferta porque já tem compromissos firmados – “eu já tenho algumas propostas no Brasil e não posso aceitar, tenho apalavrado”. Ao longo do processo de construção da firma, esses sinais resultam em aportes de capital maiores do que os observados antes dessas ações de sinalização. Como o interlocutor coloca, após manter ofertas em suspenso, “liguei para o cara [apoiador inicial que buscava formalizar nova rodada de investimento] e falei: ‘olha, o negócio ficou caro para você’”.

A sinalização característica do *matching* entre empreendedores e investidores nos leva a destacar um terceiro aspecto temporal: o momento da abertura das ofertas. É sabido que, para produzir

resultados de *matching* suficientes, os agentes precisam se unir para promover regulamentações com vistas a evitar uma corrida custosa pelos melhores talentos ou pelos produtos disponíveis (Stovel; Fountain, 2009; Roth, 2016). Trata-se da mesma dinâmica que estabelece, por exemplo, datas de abertura e de encerramento para receber candidaturas em processos seletivos para oportunidades de trabalho e que determina que os vendedores de uma feira livre apresentem os seus produtos à clientela a partir de um mesmo horário.

A partir dessa ideia, é possível entender que os eventos em que as *startups* recém-qualificadas em aceleradoras se apresentam a investidores são momentos em que o início da oferta de propostas é inaugurado. Conhecidos como *demodays*, esses eventos evitam que os investidores se lancem cedo demais à busca pelas *startups* mais promissoras da praça, ao passo que previnem que os empreendedores tenham de esperar demais por recursos que poderiam acarretar a derrocada de seus projetos.

Nesse sentido, as aceleradoras cumprem papel importante, pois coordenam tais eventos, alinhando-os cronologicamente à conclusão dos cursos de qualificação que prestam. Às aceleradoras cabe montar as barracas da “feira”, ofertar ao público de investidores *startups* “maduras”, prontas para o consumo. Na outra ponta da troca, os consumidores também sabem que é dia de “feira” e acorrem ao espaço de troca para valorar o que os intermediários têm a lhes apresentar. Quando um de nossos interlocutores considera que, nesses eventos, os investidores “estão prontos para te ouvir”, ele indica justamente a importância dessa dinâmica temporal. Assim, à luz dessas ideias extraídas dos estudos de *matching*, é possível fazer avançar as análises que entendem que esses eventos apenas operam como espaços dedicados à construção de laços.

CONCLUSÃO

Neste artigo, abordou-se o processo de construção das firmas que controlam as plataformas digitais. Com base em dados qualitativos e quantitativos secundários, foi proposto que os agentes envolvidos na construção de novas plataformas se orientam por instituições próprias do mercado de capital de risco.

Foi apontada a ideia de inovação, tão frequentemente mobilizada por empreendedores e que pouco se refere à introdução de novos produtos e serviços nos mercados consumidores, sendo mais afeita à digitalização de serviços já conhecidos. Então, sugeriu-se que o processo de triagem e seleção de projetos tem como lugar privilegiado as aceleradoras de negócios, onde mentores, métricas, dispositivos e eventos instituídos operam para que projetos iniciais sejam qualificados como ativos financeiros.

Assim, argumentou-se que o fator-chave na formação do par empreendedor-investidor é o alinhamento das expectativas destes atores quanto ao valor futuro das plataformas incipientes. Ao focar tal dimensão temporal, neste artigo foram elencadas três características relativas à dinâmica temporal daquele processo de *match*. Os empreendedores (i) adiam os acordos de investimento e (ii) mantêm múltiplas ofertas simultaneamente. Com essas ações, buscam sinalizar ao mercado que convém aos investidores adotarem medidas de urgência e de incremento do valor das ofertas. Apontou-se ainda que (iii) os eventos do tipo *demodays*, em que as *startups* apresentam os seus projetos após cursos de qualificação em aceleradoras, marcam informalmente o início das ofertas de investimento, assim operando como um dispositivo de coordenação do mercado.

Afinal, ao reconhecer que as plataformas digitais são, em suas fases incipientes, organizações ancoradas em imagens sobre o futuro (Beckert, 2013) que precisam resolver seus problemas de dependência de recursos para se desenvolver, este artigo trata o papel da dinâmica temporal do mercado de capital de risco como uma das instituições que “determinam para onde o dinheiro deve ir e o que as coisas devem ser” (Muniesa; Doganova, 2020, p. 109) neste segmento do capitalismo contemporâneo.

Financiamento

Centro Observatório das Instituições Brasileiras, Universidade de São Paulo (COI/USP)

REFERÊNCIAS

- ALDRICH, Howard E. Entrepreneurship. In: SWEDBERG, Richard.; SMELSER, Neil J. (Eds.). **The handbook of Economic Sociology**. 2. ed. New York: Russell Sage Foundation; Princeton University Press, 2005. p. 451-477.
- ARBIX, Glauco. Caminhos cruzados: rumo a uma estratégia de desenvolvimento baseada na inovação. **Novos estudos CEBRAP**, São Paulo, n. 87, p. 13-33, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/KcFNp9HsgwqcglmQhKgp-85G/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRIVATE EQUITY E VENTURE CAPITAL – ABVCAP. Consolidação de Dados 2021 – Anos base: 2011-2020. 2021. Disponível em: <https://www.abvcap.com.br/Download/Estudos/5130.pdf>. Acesso em: 31 maio 2022.
- BARMAN, Emily; HALL, Matthew; MILLO, Yuval. Demonstrating Value: How Entrepreneurs Design New Accounting Methods to Justify Innovations. **European Accounting Review**, Reino Unido, v. 30, n. 4, p. 675-704, 2021. DOI: 10.1080/09638180.2020.1770113. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10.1080/09638180.2020.1770113>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- BARON, James N. Organizational Perspectives on Stratification. **Annual Review of Sociology**, Califórnia, Estados Unidos, v. 10, n. 1, p. 37-69, 1984. DOI: 10.1146/annurev.so.10.080184.000345. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev.so.10.080184.000345>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- BECKERT, Jens. The Social Order of Markets. **Theory and Society**, [S. l.], v. 38, n. 3, p. 245-269, 2009. DOI: 10.1007/s11186-008-9082-0. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11186-008-9082-0#citeas>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- BECKERT, Jens. Imagined futures: fictional expectations in the economy. **Theory and Society**, [S. l.], v. 42, n. 3, p. 219-240, 2013. DOI: 10.1007/s11186-013-9191-2. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11186-013-9191-2>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- BERTÃO, Naiara. **Investimento anjo cai pela primeira vez desde 2010**. Valor Investe, 26 jun. 2019. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreenda-se/noticia/2019/06/26/investimento-anjo-cai-pela-primeira-vez-desde-2010.ghtml>. Acesso em: 02 maio 2025.
- BOURDIEU, Pierre. **Distinctions: A social critique of the judgement of taste**. Cambridge: Harvard University Press, 1984. 613 p.
- CARVALHO, Antonio Gledson de; GALLUCCI NETTO, Humberto; SAMPAIO, Joelson Oliveira. Private Equity and Venture Capital in Brazil: An Analysis of its Evolution. **Revista Brasileira de Finanças**, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 499-515, 2014. DOI: 10.12660/rbfin.v12n4.2014.43304. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rbfin/article/view/43304/55984>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- CETINA, Karin Knorr. What is a financial market? Global markets as media -institutional forms. In: ASPERS, Patrik; DODD, Nigel. (Eds.). **Re-imagining economic sociology**. Oxford: Oxford University Press, 2015. p. 103-126.
- COLEMAN, James S. Introducing Social Structure into Economic Analysis. **American Economic Review**, Estados Unidos, v. 74, n. 2, p. 84-88, 1984.
- COLEMAN, James S. Matching Processes in the Labor Market. **Acta Sociologica**, [S. l.], v. 34, n. 1, p. 3-12, 1991. DOI: 10.1177/0001699391034001. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0001699391034001>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- DANSOU, Kafui; LANGLEY, Ann. Institutional work and the notion of test. **M@n@gement**, Paris, França, v. 15, n. 5, p. 503-527, 2013. Disponível em: <https://management-aims.com/index.php/mgmt/article/view/3941/9662>. Acesso em: 10 dez. 2025.

- DISTRITO. **Panorama Tech na América Latina 2023**. 2023. Disponível em: <https://materiais.distrito.me/report/panorama-tech-america-latina-2023>. Acesso em: 02 jan. 2023.
- DISTRITO. **Report Retrospectiva 2021**. 2021. Disponível em: <https://materiais.distrito.me/mr/retrospectiva>. Acesso em: 10 jan. 2023.
- DURKHEIM, Émile. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 1995 [1893]. 440 p.
- EPSTEIN, Gerald A. (Ed.). **Financialization and the world economy**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2005. 440 p.
- FLIGSTEIN, Neil. **The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies**. Princeton: Princeton University Press, 2001. 274 p.
- FLIGSTEIN, Neil; CHOO, Jennifer. Law and corporate governance. **Annual Review of Law and Social Science**, Califórnia, Estados Unidos, v. 1, p. 61-84, 2005. DOI: 10.1146/annurev.lawsocsci.1.041604.115944. Disponível em: https://sociology.berkeley.edu/sites/default/files/faculty/fligstein/AR258-LS01-04_061-084.pdf. Acesso em: 10 dez. 2025.
- FLIGSTEIN, Neil; GOLDSTEIN, Adam. The Legacy of Shareholder Value Capitalism. **Annual Review of Sociology**, Estados Unidos, v. 48, p. 193-211, 2022. DOI: 10.1146/annurev-soc-030420-120827. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev-soc-030420-120827>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- FREEMAN, John. Venture Capital and Modern Capitalism. In: NEE, Victor; SWEDBERG, Richard. (Eds.). **The Economic Sociology of Capitalism**. Princeton: Princeton University Press, 2005. p. 144-167.
- FUNDAÇÃO DE AMPARO À PESQUISA DO ESTADO DE SÃO PAULO – FAPESP. **Valores contratados**: Pesquisa em parceria com empresas. 2020. Disponível em: <https://fapesp.br/14000/concessoes-para-bolsas-e-auxilios-a-pesquisa-2017-a-2020-em-r>. Acesso em: 02 dez. 2025.
- GOOGLE FOR STARTUPS. **Relatório de Impacto 2016-2021**. 2021. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/15GfsXVAMHAb9hdylaUF43L0BxnplsXn1/preview>. Acesso em: 31 maio 2022.
- GUIMARÃES, Nadya Araujo. **À Procura de Trabalho**: Instituições do Mercado e Redes. Belo Horizonte: Argvmentvn, 2009. 224 p.
- KIRSCHNER, Ana Maria; MONTEIRO, Cristiano Fonseca. Da sociologia econômica à sociologia da empresa: para uma sociologia da empresa Brasileira. **Sociedade e Estado**. Brasília, Distrito Federal, v. 17, n. 1, p. 79-103, 2002. DOI: 10.1590/S0102-69922002000100006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/ck9xsXRc6QkY7HR5tCkw8Fh/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 02 dez. 2025.
- KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, Arjun. (Ed.). **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2008 [1986]. p. 89-124.
- LANGLEY, Paul; LEYSHON, Andrew. Platform Capitalism: the intermediation and capitalisation of digital economic circulation. **Finance and Society**, Reino Unido, v. 3, n. 1, p. 11-31, 2017. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/finance-and-society/article/platform-capitalism-the-intermediation-and-capitalisation-of-digital-economic-circulation/8DA262AC62FF66F97154F6CF5F77870C>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- MAIA, Marcel. Futuros imaginados: aceleradoras de startups e seus dispositivos de atração de capital de risco. **Revista Brasileira de Sociologia - RBS**, [S. l.], v. 12, p. e-rbs.1020, 2024. DOI: 10.20336/rbs.1020. Disponível em: <https://rbs.sbsociologia.com.br/rbs/article/view/1020>. Acesso em: 28 jun. 2026.
- MASON, Colin; BROWN, Ross. Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. Netherlands: OECD LEED Programme, 2014. Disponível em: <http://www.oecd.org/cfe/leed/entrepreneurial-ecosystems.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2016.
- MUNIESA, Fabian; DOGANOVA, Liliana. The time that money requires: use of the future and critique of the present in financial valuation. **Finance and Society**, Reino Unido, v. 6, n. 2, p. 95-113, 2020. DOI: 10.2218/finso.v6i2.5269. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/finance-and-society/article/time-that-money-requires-use-of-the-future-and-critique-of-the-present-in-financial-valuation/B2D29FC53522887643BD190742E29E91>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- PFEFFER, Jeffrey; SALANCIK, Gerald R. **The External Control of Organizations**: a Resource Dependence Perspective. New York: Harper and Row, 1978. 327 p.
- ROSENFELD, Cinara Lerrer; ALMEIDA, Jalcione. Plataformização do trabalho. **Sociologias**, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, v. 23, n. 57, p. 9-16, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/SdNMXzX95wXDcJYDHszFjHC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 dez. 2025.
- ROTH, Alvin E. **Como funcionam os mercados**: A nova economia das combinações e dos desenhos de mercado. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2016. 287 p.

SAXENIAN, AnnaLee. **The New Argonauts**: Regional Advantage in a Global Economy. Cambridge: Harvard University Press, 2006. 424 p.

SLING HUB. Corporate investments in the Brazilian ecosystem: 2022. 2023a. Disponível em: <https://blog.slinghub.io/corporate-investments-in-the-brazilian-ecosystem-sling-hub-ey-alya>. Acesso em: 12 dez. 2025.

SLING HUB. Brazilian startups funding funnel. 2023b. Disponível em: <https://blog.slinghub.io/en/funding-funnel>. Acesso em: 12 dez. 2025.

SPENCE, Andrew Michael; SPENCE, Michael. **Market signaling**: Informational transfer in hiring and related screening processes. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1974. 221 p.

STEARNS, Linda Brewster; MIZRUCHI, Mark S. Banking and financial markets. In: SWDBERG, Richard; SMELSER, Neil J. (Eds.). **The Handbook of Economic Sociology**. 2. ed. New York: Russell Sage Foundation; Princeton University Press, 2005. p. 284-306.

STEINER, Philippe. Economy as matching. **Política & Sociedade**, Florianópolis, Santa Catarina, v. 18, n. 43, p. 14-45, 2019. DOI: 10.5007/2175-7984.2019v18n43p14. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2019v18n43p14>. Acesso em: 31 maio 2022.

STOVEL, Katherine; FOUNTAIN, Christine. Matching. In: HEDSTRÖM, Peter; BEARMAN, Peter. (Eds.). **The Oxford Handbook of Analytical Sociology**. Oxford: University Press, 2009. p. 365-390.

THUROW, Lester C. **Generating inequality**. New York: Basic Books, 1975. 258 p.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2015 [1918]. 584 p.

WILLIAMSON, Oliver E. **Markets and Hierarchies**: a study in the internal organization. 1 ed. New York: Free Press, 1983. 286 p.

Abstract
Key-Words

Digital platforms and startups as financial assets: the temporal dynamics of new businesses

Abstract

The article starts from the observation that digital platforms depend on capital to develop in their early stages. It recognizes that agreements between entrepreneurs seeking funding and venture capital investors are grounded in the alignment of expectations. Based on qualitative interviews with actors in the startup market, it argues that, within business accelerators, entrepreneurial projects are framed as promising financial assets – that is, as capable of appreciating over time. By focusing on the temporal dimension of platforms, the article describes three established practices: the postponement of investments, the maintenance of multiple simultaneous offerings, and the coordination of offer launches at events.

Keywords: platforms; startups; capital; future; investment.

Resumen
Palavras Clave

Plataformas digitais y startups como activos financieros: la dinámica temporal de los nuevos negocios

Resumen

El artículo parte de la constatación de que las plataformas digitales dependen, en sus etapas iniciales, del capital para desarrollarse. Reconoce, entonces, que los acuerdos entre emprendedores en busca de financiamiento e inversores de capital de riesgo se basan en la alineación de expectativas. Sustentado en entrevistas cualitativas con actores del mercado de startups, sostiene que, dentro de las aceleradoras de negocios, los proyectos emprendedores son calificados como activos financieros prometedores, es decir, capaces de aumentar su valor con el tiempo. Al centrarse en la dimensión temporal de las plataformas, el artículo describe tres prácticas instituidas: el aplazamiento de inversiones, el mantenimiento de múltiples ofertas simultáneamente y la coordinación de la apertura de ofertas en eventos.

Palabras clave: plataformas; startups; capital; futuro; inversión.

Histórico

Recebido: Março/26

Primeiro Parecer: Maio/26

Segundo Parecer: Maio/26

Aceito: Junho/26

Revisão Gramatical/Ortografia e ABNT: Junho/26

Revisado Autor: Julho/26

Publicado: Agosto/26

Equipe Editorial Revista TOMO envolvida no processo editorial deste artigo

Marina de Souza Sartore (Editora-chefe)

Contato: revistatomo@gmail.com