



**PROFNIT**

Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual  
e Transferência de Tecnologia para a Inovação  
Universidade Federal de Alagoas



**ÁUREA VALÉRIA DE ANDRADE**

**PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DE STARTUPS:  
INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**

**Instituto de Química e Biotecnologia**

**Campus A. C. Simões**

**Tabuleiro dos Martins**

**57072-970 - Maceió – AL**

**[www.profnit.org.br](http://www.profnit.org.br)**

**ÁUREA VALÉRIA DE ANDRADE**

**PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DE STARTUPS:  
INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL.**

Dissertação de mestrado apresentada ao Ponto Focal da Universidade Federal de Alagoas do Mestrado Profissional em Rede Nacional de propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação – PROFNIT como requisito para obtenção do grau de mestre.

Orientador: Prof. Dr. Francisco José Peixoto Rosário.

**MACEIÓ – ALAGOAS  
2019**

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 - 1767

A553p Andrade, Áurea Valéria de.  
Programa de aceleração de *startups* : inovação e desenvolvimento empresarial /  
Áurea Valéria de Andrade. – 2020.  
65 f. : il. color.

Orientador: Francisco José Peixoto Rosário.  
Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de  
Tecnologia para Inovação) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Química e  
Biotecnologia. Maceió, 2019.

Bibliografia: f. 46-49.

1. Empreendedorismo. 2. Inovação. 3. *Startups*. 4. Aceleradoras de empresas -  
Alagoas. I. Título.

CDU: 658.016(813.5)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**

INSTITUTO DE QUÍMICA E BIOTECNOLOGIA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E  
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO



**FOLHA DE APROVAÇÃO**

ÁUREA VALÉRIA DE ANDRADE

**PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DE STARTUPS: INOVAÇÃO E  
DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação, como requisito para a obtenção do título de Mestra em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação.

Dissertação aprovada em 13 de dezembro de 2019.

**COMISSÃO JULGADORA:**

*Orlando Ramos do Nascimento Junior*

Dr. ORLANDO RAMOS DO NASCIMENTO JUNIOR, UNEAL  
Examinador(a) Externo(a) à Instituição

*Luciana Peixoto Santa Rita*

Dr. LUCIANA PEIXOTO SANTA RITA, UFAL  
Examinador(a) Interno(a)

*Francisco Jose Peixoto Rosario*

Dr. FRANCISCO JOSE PEIXOTO ROSARIO, UFAL  
Presidente

## **AGRADECIMENTOS**

Início meus agradecimentos por DEUS, já que Ele colocou pessoas tão especiais a meu lado, sem as quais certamente não teria dado conta!

Agradeço o apoio e a oportunidade de aprendizado e crescimento profissional proporcionado pelo Programa do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para inovação, especialmente ao Ponto Focal da UFAL.

Agradeço aos empreendedores digitais que convivo e com quem muito aprendi sobre o segmento de negócios digitais, apoiando meu amadurecimento profissional enquanto gestora do projeto pelo Sebrae em Alagoas.

Agradeço a meu orientador Professor Francisco José Peixoto Rosário pelo apoio e paciência desde o início do projeto.

Agradeço aos professores examinadores dessa dissertação.

Ninguém vence sozinho... GRATIDÃO A TODOS!

“O Campo da derrota não está povoado de fracassos,  
mas de homens que tombaram antes de vencer.”

Abraham Lincoln

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo caracterizar as startups e o ecossistema inovador de Alagoas, através de uma análise da situação usando como método uma pesquisa que foi classificada, quanto aos fins, como exploratória, descritiva, explicativa e intervencionista. Nesse cenário, informações obtidas através do levantamento bibliográfico possibilitaram o desenvolvimento de hipótese, em que as startups que participam de programa de aceleração têm maiores chances de sucesso. Quanto aos procedimentos técnicos e no tocante aos meios usados, a pesquisa foi de campo, documental e bibliográfica, pois, respectivamente, foi aplicado um questionário junto ao público alvo da amostra, documentos oficiais e relatórios de empresas foram analisados, também se utilizou livros, revistas e sites de instituições ligadas a temática com credibilidade. Com o resultado da pesquisa de campo analisou-se as principais características dos entrevistados, visando identificar o impacto da participação do público pesquisado em programas de aceleração e posterior análise sobre a viabilidade da criação de um programa de aceleração de startups no Estado, ação pioneira, pois não há nenhum atualmente. Diante do objetivo geral do trabalho, caracterizar as startups e o ecossistema inovador de Alagoas e focando nos objetivos específicos, além de considerar o resultado da pesquisa, do estudo teórico da literatura mencionada e considerando que o mercado de startups vem crescendo cada vez mais e ganhando espaço na economia mundial, mostrando ser um modelo de negócio com grande potencial a ser explorado. Nesse trabalho, considera-se viável, urgente e necessária a efetivação do primeiro programa de aceleração em Alagoas. Acreditamos que a efetivação de um Programa de Pré Aceleração irá colaborar com o ecossistema inovador do Estado, bem como servir de base para o crescimento dos empreendedores que possivelmente criarão serviços/empresas inovadoras ajudando a alavancar a economia local.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Inovação, Startups, aceleradoras, programas de aceleração, Alagoas.

## ABSTRACT

The present work aims to characterize the startups and the innovative ecosystem of Alagoas, through a situation analysis using as a method a research that was classified as exploratory, descriptive, explanatory and interventionist. In this scenario, information obtained through the bibliographic survey allowed the development of hypothesis, in which startups that participate in acceleration programs have greater chances of success. As for the technical procedures and the means used, the research was field, documentary and bibliographic, because, respectively, a questionnaire was applied to the target audience of the sample, official documents and company reports were analyzed, also used books, magazines and websites of credibly linked institutions. With the result of the field research the main characteristics of the interviewees were analyzed, aiming to identify the impact of the participation of the researched public in acceleration programs and further analysis on the feasibility of creating a startup acceleration program in the state, pioneering action, because there are none currently. Given the general objective of the work, to characterize startups and the innovative ecosystem of Alagoas and focusing on the specific objectives, besides considering the result of the research, the theoretical study of the mentioned literature and considering that the startup market has been growing and winning. space in the world economy, proving to be a business model with great potential to be explored. In this work, it is considered feasible, urgent and necessary to carry out the first acceleration program in Alagoas. We believe that the implementation of a Pre-Acceleration Program will collaborate with the state's innovative ecosystem, as well as underpin the growth of entrepreneurs who are likely to create innovative services / businesses helping to leverage the local economy.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Startups, accelerators, acceleration programs, Alagoas.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo do Processo de Empreendedorismo afetando o crescimento da economia.....	23
---	----

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número de startups formalizadas.....	38
Gráfico 2 – Percentual de formalização.....	38
Gráfico 3 – Tempo de existência das startups.....	39
Gráfico 4 – Número de pessoas ocupadas nos projetos.....	40
Gráfico 5 – Percentual de startups faturando.....	40
Gráfico 6 – Percentual de startups em aceleração ou incubação .....	41
Gráfico 7 – Indicadores de mercado.....	42

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tempo de Atividade.....	39
Tabela 2 – Pessoas Ocupadas.....	40

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1 JUSTIFICATIVA .....	21
1.2. OBJETIVOS .....	22
1.2.1 Objetivo Geral.....	22
1.2.2 Objetivos específico.....	22
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	23
3. METODOLOGIA .....	34
3.1 Abordagem da pesquisa .....	34
3.2 População e amostra.....	35
3.3 Procedimentos.....	35
3.4 Limitações da pesquisa.....	36
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS .....	37
4.1 No tocante ao tópico formalização.....	37
4.2 Tempo de atividade.....	39
4.3 Indicadores de gestão.....	39
4.3.1 Funcionários.....	39
4.3.2 Faturamento.....	40
4.3.3 Participação em programa de aceleração.....	41
4.4 Indicadores de mercado.....	42
4.5 Conclusão.....	42
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	43
REFERÊNCIAS.....	46

## 1. INTRODUÇÃO

Muitos países tentam ofertar ambientes favoráveis ao fortalecimento de empresas e surgimento de novos negócios, considerando seu apoio no desenvolvimento econômico e social.

A inovação é um dos fatores que influencia a riqueza de um país. Ela pode ocorrer através da criação de ambientes que favoreçam trocas de conhecimentos com finalidade inovadora, através de parcerias entre universidades, empresas e governo (tríplice hélice da inovação). Os empreendedores precisam de um ambiente adequado para se desenvolverem, cujas qualidades absorvem e são retroalimentadas por eles.

Plonski (2004) afirma que a inclusão da inovação tecnológica no processo de desenvolvimento econômico e social precisa de políticas públicas e da gestão das organizações inovadoras tratamento igualitário e integrado de seus elementos contributivos.

Segundo Blank (2012), uma startup é definida hoje como “uma empresa temporária com um modelo de negócios escalável e repetível”. Temporária devido a uma fase da startup, que dura enquanto o negócio ainda não está com seu modelo estável. Elas cumprem o papel de continuamente revitalizar o mercado, mas necessitam de um ambiente propício para que se desenvolvam e tenham êxito.

Hochberg (2015) entende que as aceleradoras podem surgir em quaisquer regiões e em diferentes anos, muitas ocasiões por motivos externos à natureza do ecossistema presente ou exatamente por sua ausência. **Os ambientes mais favoráveis para a inovação no Brasil e o empreendedorismo são aqueles onde existem aceleradoras.**

O habitat de inovação proporciona a conexão da tríplice hélice e busca juntar capital, talento, conhecimento e tecnologia para impulsionar o potencial empreendedor e inovador.

As aceleradoras operam com negócios escaláveis e inovadores em diversos segmentos, tais como: energia, modelagem computacional, automação, software, agronegócio, realidade virtual, saúde, finanças, impacto social ou ambiental, marketing, legal, entre outros.

O foco das aceleradoras é estudado por Hochberg (2015) onde analisa que as acelerações iniciais proporcionam sobretudo atenção nas startups de produção de software, serviços e aplicativos, contudo, já existem ambientes que analisam a

diversidade de segmentos para escolha de participantes em seus programas de aceleração.

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, atento às novas tendências, tem se posicionado como indutor do processo de desenvolvimento do espírito empreendedor e disseminador de conhecimento sobre gestão empresarial.

Buscando facilitar o desenvolvimento do ecossistema das startups brasileiras, por meio da viabilização de uma grande rede centrada em inovação, na qual a instituição é um dos conectores, capaz de estimular e potencializar novas conexões.

Atualmente, o Sebrae é um dos principais atores do ecossistema de startups no Brasil, reconhecimento obtido pelos próprios empreendedores digitais em pesquisa realizada pelo Portal Startupi. A atuação junto ao segmento digital, fundamentada em ações de capacitação, inovação e mercado, já possui resultados expressivos, com aproximadamente 800 startups e empreendedores já atendidos em todo o Brasil.

Entre elas, registram-se vários casos de sucesso de empresas que, com o apoio do Sebrae, estão em crescimento contínuo, foram aceleradas, receberam investimentos e se tornaram destaque na mídia. Tais resultados, aliados à modernização da imagem da instituição por meio do atendimento a empresas inovadoras com grande potencial de escala, justificam a atuação do Sebrae junto ao segmento.

Assim sendo, o SEBRAE/AL, em parceria com a Secretaria de Ciência e Tecnologia do Governo do Estado, Prefeitura de Maceió, Instituições de Ensino Superior - IESs, faculdades, Institutos Federais de Educação - IFEs e demais interlocutores e instituições locais de apoio e fomento ao empreendedorismo inovador digital cumpre um importante papel de agente estruturador de iniciativas nessa cadeia produtiva, de proporções e amplitudes nacional e internacional.

A instituição iniciou seu trabalho junto ao segmento digital através do Arranjo Produtivo Local de Tecnologia da Informação em Maceió, criado em 2004 e que fazia parte da estratégia de desenvolvimento econômico do Governo de Alagoas. Atendia 75 empresas na cidade, distribuídas nos segmentos de Desenvolvimento de Software, Provedores de Internet, Comércio de Hardware e Serviços de Tecnologia da Informação.

Esse APL integrava o Programa de Arranjos Produtivos Locais (PAPL), coordenado pela Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR), em parceria com o Sebrae.

Em pesquisa realizada pela instituição junto ao ecossistema alagoano de inovação foi apontada a carência no estado de um programa que viesse alavancar empresas que estão em busca de crescimento, procurando suporte na definição do modelo de negócio, investimento financeiro, mentorias e facilidades de infraestrutura. Um programa que apoiasse o empreendedor digital de forma estruturada e sistêmica e não apenas com ações pontuais.

O Sebrae acredita que a efetivação de um Programa de Pré Aceleração em Alagoas irá fortalecer o ambiente inovador do Estado, bem como servir de base para o crescimento dos empreendedores que possivelmente criarão serviços/empresas inovadoras ajudando a alavancar a economia local.

Tendo em vista a crescente demanda de startups alagoanas por participarem de programas de aceleração, conforme informações observadas no relatório do quantitativo de inscritos do Programa de Aceleração InovAtiva Brasil, realizado pelo Ministério da Economia e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, e considerando a necessidade de se analisar a viabilidade da criação desse programa no estado, **ação pioneira**, pois não há nenhum atualmente.

Foi realizada uma pesquisa junto as 64 startups de Maceió atendidas pela instituição, a partir de um questionário com indicadores que permitiram traçar seu perfil e analisar o impacto de sua participação em um programa de aceleração, para posterior análise da viabilidade da estruturação de um programa local de aceleração.

### **Mercado crescente para startups**

As empresas tradicionais, principalmente as maiores, precisam entender que o erro dentro da organizacional é algo normal e saudável, pois ocasiona aprendizado, além de ser essencial para validar uma ideia e melhorá-la. Dessa forma, poderíamos ter produtos e serviços melhores e constantemente aperfeiçoados.

Segundo dados coletados pela LAVC - Associação Latino-Americana de Fundos de Capital de Risco (2018), investimentos em startups brasileiras bateram recorde em 2017, houve um aumento de 207% provocando um fundo de investimento por venture (capital de risco, aplicado em empresas novas) de R\$2,86 bilhões, enquanto no ano anterior atingiu R\$ 923,3 Milhões.

Em 2016 esse valor foi investido em 64 empresas brasileiras, já em 2017 foram 113, fortalecendo os dados econômicos e reforçando que os investimentos em

startups vêm crescendo. A relação das startups com grandes empresas é importante para o dinamismo do mercado.

Dessa forma, a procura de grandes empresas pelo segmento digital aumentou, o motivo: dificuldade de as empresas promoverem inovação dentro das próprias organizações por diferentes motivos.

Mas o principal deles, é que geralmente elas têm estruturas engessadas que inibem a velocidade de desenvolvimento que as startups exigem. Esse cenário é demonstrado na quantidade crescente de editais públicos e privados realizados nos últimos anos.

Só a entidade Associação Brasileira de Startups - ABStartup contabiliza mais de 10.282 associados cadastrados de diferentes setores, 31 comunidades, 7.696 empreendedores e estão em 515 cidades do Brasil.

Potencializando esse momento em Alagoas, está previsto para inaugurar em 2020 o Polo de Ciência e Tecnologia do Estado, onde estará situado no antigo Bairro do Jaraguá, e neles estarão inseridos, incubadoras, aceleradoras, empresas no segmento digital e economia criativa, será um grande pontapé para estimular ainda mais o ambiente empreendedor do Estado.

A Associação Brasileira de Startups em parceria com a Accenture realizou em 2017, a Radiografia do Ecossistema Brasileiro de Startups, esse estudo teve o objetivo de entender melhor o momento atual do ecossistema brasileiro e levantar ações para o seu desenvolvimento no futuro. A pesquisa mostrou a situação dos maiores polos de inovação do Brasil e o perfil dos empreendedores inseridos nelas.

O Brasil tem pouquíssimo dado a respeito do ecossistema de inovação, e isso dificulta as ações para promover o ecossistema. Porque, para fazer algo pelo ecossistema, precisasse entender suas dificuldades e os desafios.

Esse estudo mencionado acima, identificou que 73% das startups mapeadas estão nas 10 maiores comunidades de startups do país (Rapadura, Manguezal, Brasília, Colmeia, San Pedro Valley, Cariocas, ZeroOnze, Red Foot, Capi Valley, Startup SC); 41% das startups ainda estão buscando por tração e 44% operam com modelos de serviços (SaaS – o software é o serviço da empresa).

Esse estudo confirma que os polos de inovação, fora das principais capitais, têm uma dificuldade maior em acesso a capital, mas ainda assim estão se desenvolvendo de forma muito interessante (Maceió se enquadra nesse cenário) essa informação pode ser trabalhada junto aos investidores-anjo, Venture Capitals e



mostrando novas oportunidades de investimento na cidade, ajudando o ecossistema alagoano a crescer.

A radiografia também mapeou os pontos de atenção de acordo com os empreendedores das comunidades, apontando as principais tendências até 2020:

- Mercado consumidor: 79% dos respondentes acham que irá melhorar;
- Acesso a capital: 88% dos respondentes acham que irá melhorar;
- Ambiente regulatório: 73% dos respondentes acham que irá melhorar;
- 41% das startups ainda estão buscando por tração;
- 44% operam com modelos de serviços (SaaS);

O ecossistema inovador brasileiro comprova seu crescimento através de seus “unicórnios” (são startups que possuem avaliação de preço de mercado no valor de mais de 1 bilhão de dólares), grandes investimentos e cases de sucesso.

## **Mercado brasileiro de tecnologia**

A Associação Brasileira das Empresas de Softwares – ABES (2017) fez um estudo do Mercado Brasileiro de Softwares e Serviços, informando que esse mercado movimentou R\$ 39,6 bilhões de dólares em 2016, um montante que corresponde a 2,1% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro.

A pesquisa envolveu investimentos em hardware, software, serviços de TI e incluiu as exportações desse segmento. São números significativos, não podendo ser ignorados. O Brasil manteve o primeiro lugar no ranking da América Latina de investimentos em TI.

A tecnologia pode auxiliar a inventar padrões de gestão de negócios, tornando esses processos muito mais simples e eficazes. É isso que gera atração para esse mercado, pois se trata de uma ferramenta para beneficiar milhares de pessoas e empresas pelo mundo, segundo estudo da ABES (2017).

O impacto gerado pelas startups brasileiras pode ser observado em todos os setores e regiões do país.

## Oportunidades para startups

Aceleradoras e empresas que possuem seu próprio programa de aceleração estão empenhadas em atrair as melhores startups. Esse interesse não é visando obter conhecimento perante as ameaças futuras, nem tão pouco pelo tema estar na “moda”, mas sim buscando inovação, aumento de produtividade e adaptação ao presente, pois entendem que as startups representam a evolução que pode transformar a economia.

Elas querem estar presentes e participar ativamente desse ambiente facilitador e desenvolvedor, propiciando a geração de inovação externa a empresa, mas também e principalmente para seu próprio usufruto interno.

Spender et al. (2017) reconhecem que mesmo sob uma ótica científica o crescimento das startups e a inovação aberta estejam ligadas diretamente, ainda existem lacunas importantes sobre se e como as startups irão se relacionar com as práticas de inovação aberta.

Grandes empresas como a GE, a Tigre, a Gerdau, PETROBRAS, Rede Globo, a Unimed, o BMG, a Coca-Cola, a IBM, o Bradesco e diversas outras se aproximam das startups para apoiar o desenvolvimento de projetos específicos ou acelerá-las.

Nesse segmento, uma de suas características é a rapidez, da ideação à prototipagem, da aceitação do erro à correção, inventando uma nova forma para solucionar o problema.

Segundo a Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da informação – Regional RS (2017), essa forma de pensar e agir é muito benéfica à inovação em grandes empresas que estão habituadas com procedimentos engessados, fazendo com que falem empregos, mas não falta trabalho e que projetos levem mais tempo para acontecer.

Esse é um dos aprendizados que as startups ensinam e nos mostra um caminho a seguir, conforme evidenciado no estudo feito pela ASSESPRO/RS que aponta o avanço das startups na inovação tecnológica: formar empreendedores é uma solução para trabalhar o desenvolvimento das cidades, garantindo que cada um aplique seus verdadeiros talentos, reduzindo o desemprego e ajudando pessoas, empresas, a sociedade como um todo com soluções inovadoras.

Porém, não é só por isso que startups são importantes, elas representam o futuro. Elas dão sempre um passo a mais na curva de aprendizado e mostram soluções para problemas novos e antigos.

Entende-se que a economia digital é um segmento estratégico, pelo grande impacto positivo que ele pode causar no desenvolvimento dos demais setores econômicos devido a sua transversalidade.

As pessoas sempre partem do pressuposto de que inovar é imprescindível, porém as discussões ocorrem sobre como inovar: deve-se criar um setor de inovação nas empresas? Como mensurar a inovação? Quais processos devem ser inovados?

E assim surgiu a necessidade de criar iniciativas de Corporate Venturing. Para a ACE (2018) representa o crescente movimento de grandes empresas em busca da inovação disruptiva de maneira mais rápida e mais barata.

Consiste no investimento sistemático em startups – usualmente ligadas à atuação da companhia. Este conceito que se restringe à relação entre grande empresa e startup tem proporcionado uma grande caça às startups por parte de muitas grandes empresas.

Para Mason (2014), o ambiente empreendedor é formado por diversos atores empresariais integrados, instituições (universidades, órgãos do setor público, organismos financeiros), organizações empresariais (empresas, capital de risco, investidores anjos, bancos) e processos empresariais que se juntam para se conectar, mediar e gerir o desempenho dentro do ambiente empresarial local.

Considerando esse cenário, as aceleradoras auxiliam os empreendedores a identificar segmentos de clientes, determinar e construir os seus produtos iniciais e arrumar recursos (inclusive capital e funcionários).

Essencialmente, elas realizam programas de aceleração com duração limitada e auxiliam as Startups com o processo do novo negócio, fornecendo local de trabalho, mentoria com empresários e oportunidades de networking, capital de risco, advogados, investidores anjo, pessoal técnico, ou mesmo executivos de empresas.

A maioria dos programas finaliza com um grande evento, chamado “Demo Day”, onde ocorre a apresentação do empreendimento para um amplo público de investidores (Cohen, 2013).

O ponto de equilíbrio de uma Startup é alcançado quando ela consegue pagar suas contas com a receita do próprio negócio. Neste contexto, define-se aceleradoras

como empresas que possuem como objetivo apoiar e investir no desenvolvimento e rápido crescimento de startups, auxiliando-as no alcance de recursos para este fim.

Wise e Valliere (2014) confirmaram o papel positivo das aceleradoras para o crescimento das empresas, confirmando a importância dessas instituições também para o empreendedorismo do país.

As aceleradoras são parte integrante do ecossistema de empreendedorismo, uma vez que selecionam, orientam, mentoram e aportam recursos financeiros, estão colaborando para o desenvolvimento das empresas e do Brasil.

Segundo “O Panorama das Aceleradoras de Startups no Brasil”, publicado por Abreu e Campos (2016) existem cerca de 40 aceleradoras de startups em atividade no país, a maior parte delas está localizada em São Paulo (**no estado de Alagoas não existe nenhuma aceleradora atuando**).

A ligação que conecta esta quantidade crescente de oportunidades citadas anteriormente nos tópicos: mercado crescente para startups, mercado brasileiro de tecnologia e grandes empresas estão de olho nas startups à enorme capacidade de execução dos **empreendedores** é a **inovação**, modificando realidades, ampliando nosso entendimento sobre o mundo que nos cerca.

São estas transformações, cada vez mais necessárias, num planeta cheio de problemas e restrito quanto a recursos, que exigem empreendedores responsáveis, preparados para lidar com os desafios técnicos, sociais e éticos que aparecem nos novos negócios. Para que essas oportunidades se concretizem em negócios precisa-se de um **ambiente inovador** propício e as aceleradoras tem papel importante nessa construção.

Considerando que em Alagoas não há nenhuma aceleradora realizando programa de aceleração e que para o melhor e mais rápido desenvolvimento das startups a relação tríplice integrada: empreendedorismo X inovação X ambiente precisa funcionar harmoniosamente.

O Sebrae tendo percebido essa carência e o impacto que causa na evolução dos negócios digitais, decidiu operacionalizar seu próprio programa de pré aceleração, visando colaborar com o ecossistema inovador do Estado, bem como servir de base para o crescimento dos empreendedores que possivelmente criarão serviços/empresas inovadoras ajudando a alavancar a economia local.

Esse trabalho está dividido em cinco capítulos, objetivando uma melhor compreensão sobre o assunto central e todos os subjacentes. No Capítulo 1 –

Introdução – será apresentado o conteúdo introdutório do trabalho. Nesse capítulo conterà o tema para o qual esse trabalho busca colaborar, contextualizando a pesquisa. Após isso, abordará o objetivo geral e objetivos específicos, bem como apresentará a justificativa do trabalho. Enquanto no Capítulo 2 – Referencial teórico – apresenta-se uma revisão da literatura, traz o referencial conceitual que dá apoio a condução da pesquisa, abordando temas relacionados. O Capítulo 3 é referente a metodologia. Inicialmente, abordará o tipo de pesquisa, quanto ao meio e quanto ao fim e os procedimentos nela adotados. Bem como, a técnica de coleta de dados e os procedimentos para a análise de dados. No Capítulo 4, são relatados a análise e discussão dos resultados obtidos na pesquisa realizada. E, por fim, no quinto capítulo são apresentadas as considerações finais desse trabalho.

Autores como Hochberg (2015) analisam o fato de não se ter estudos e informações que evidenciem as diferenças entre startups aceleradas e não aceleradas gera um estrago na tomada de decisão de empresários que almejem incentivar, apoiar e/ou investir em metodologias de aceleração.

Dessa forma, este trabalho visa caracterizar as startups e o ecossistema inovador de Alagoas e analisar se valeria a pena a criação de um Programa de Pré Aceleração, atendendo as demandas dos empreendedores digitais, uma vez que não há nenhuma aceleradora instalada atualmente, algo pioneiro para o Estado.

## 1.1 Justificativa

Inovação, no Brasil, é uma palavra de diversos sentidos. O país ainda precisa evoluir muito no tocante à sua identidade inovadora. Segundo o Índice Global de Inovação – IGI em sua edição de 2018, o Brasil subiu cinco posições, progredindo mais este ano em produtos de conhecimento e tecnologia (64º). Instituições (82º), sofisticação de negócios (38º) e resultados criativos (78º) também ganham posições.

O movimento ascendente do Brasil nas instituições também se deve à retirada da variável facilidade de pagamento de impostos, onde ficou em 124º lugar no ano passado. O país ocupa a 4º posição na região da América Latina e do Caribe, atrás de Chile, Costa Rica e México. A criação de modelos de negócios, exportação de serviços culturais e criativos, e bens criativos fizeram o país se fortalecer no ranking.

Atualmente em sua 11ª edição, o IGI é uma ferramenta quantitativa minuciosa que ajuda em decisões globais para estimular a atividade inovadora e incentivar o desenvolvimento econômico e humano. O IGI classifica 126 países com base em 80 indicadores, que vão desde as taxas de depósito de pedidos de propriedade intelectual até a criação de aplicativos para aparelhos portáteis, publicações científicas e técnicas e gastos com educação.

Para que a inovação possa acontecer, é imprescindível a ação de empreendedores no ambiente. Sendo que seu maior propósito é a busca contínua pela inovação, ou seja, buscar um nicho ainda não explorado, um espaço vazio dentro de um mercado (MINNITTI; LÉVESQUE, 2010).

O que é inovação hoje, não será amanhã, como também a inovação e o empreendedorismo estão diretamente ligados, pois ambos propulsionam o desenvolvimento econômico.

Tonholo et al.; (2015) faz uma análise *contemporânea sobre o Sistema Local de Inovação*:

Com a semente da inovação devidamente plantada, espera-se agora dar escala nas ações, possibilitando aos empreendedores o acesso ao fomento e ao financiamento, gerando negócios novos e melhores. Estes empreendimentos competitivos, geradores de empregos, rendas e arrecadadores de impostos, somados aos serviços básicos de educação, cultura, segurança e saúde providos e promovidos pelo Estado, compõem a base de uma sociedade capitalista justa e inclusiva, que o povo de Alagoas tanto almeja.

Segundo a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores - ANPROTEC (2015), os principais habitats existentes que atuam no desenvolvimento de empresas nascentes como as startups, são as incubadoras e os Parques Tecnológicos, inclusive são as principais entidades promotoras de empreendimentos inovadores.

Hochberg (2015) acredita que a investigação sobre o papel e a eficácia da aceleração ainda tem sido limitado na literatura. Esse trabalho será um avanço na teoria relacionada com foco na realidade de Alagoas e suas especificidades.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

Caracterizar as startups e o ecossistema inovador de Alagoas.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- a) Entender a dinâmica de startups no mercado brasileiro;
- b) Estudar o processo de gestão empreendedora nas startups alagoanas;
- c) Desenvolver uma proposta de edital de programa de aceleração para micro e pequenas empresas em Alagoas.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Esse capítulo tem como objetivo apresentar uma revisão de literatura, servindo como base para a pesquisa. As referências teóricas, abordadas no desenvolvimento do trabalho proposto, possuem relação com os seguintes assuntos: empreendedorismo, inovação, startups, incubadoras, aceleradoras e parques tecnológicos.

O empreendedor é o indivíduo que rompe o equilíbrio a partir da inserção de inovações, isto é, de novas combinações. A destruição criativa é central na obra de Schumpeter, que a considera o “fato essencial” sobre o capitalismo. Nesse cenário, o empreendedor é o agente de mudança econômica por excelência (CARLSSON et al., 2013, p. 917).

Os autores apontam que durante décadas houve bastante desenvolvimento no interesse em empreendedorismo na prática, embora o tema não tenha sido central na teoria econômica.

É efetivamente a partir da década de 1980 que o empreendedorismo se faz presente efetivamente como um campo de pesquisa (LANDSTRÖM et al., 2012). Essa década, apontam Carlsson et al. (2013), apresenta um “ponto de inflexão” tanto para a atividade empresarial quanto para a pesquisa sobre empreendedorismo.

O empreendedorismo pode impactar o crescimento econômico nacional, de acordo com o modelo usado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) desde 1999 e replicado no relatório de 2014 (Singer et al., 2015, p.19). O conceito de Ecossistema de Empreendedorismo, conforme figura abaixo, está ligado aos ambientes favoráveis onde as empresas estão inseridas.

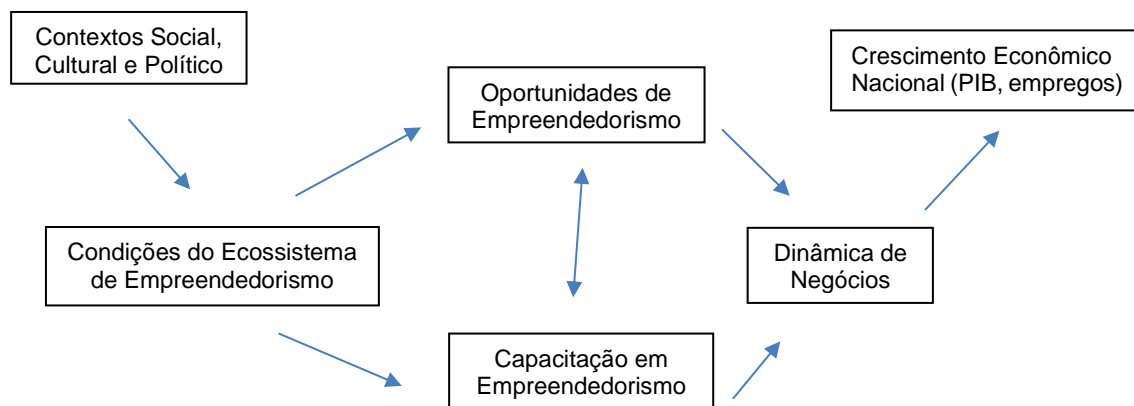


Figura 1 – Modelo do Processo de Empreendedorismo Afetando o Crescimento da Economia  
Fonte: Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M., Global Entrepreneurship Monitor (1999, p.10). Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation. Livre tradução do autor.



Segundo Nelson (1996) a teoria convencional possui limitação e a contesta com outras teorias, citando que alguns economistas até certo ponto, ainda defendem que, as empresas são adaptadas pelas condições econômicas que as cercam.

Porém, atualmente observa-se uma disposição dos economistas de considerar que apesar de as variáveis nacionais ou ambientais influenciarem fortemente as estratégias das empresas, essas possuem um poder de escolha dentre estas variáveis, especialmente no tocante a onde e como vão se beneficiar das oportunidades que o ambiente lhes proporciona.

Ao analisar o poder de opção das empresas, estes economistas afastaram-se da teoria do equilíbrio geral estático e iniciam o pensamento que a tecnologia é uma variável de forte impacto no poder decisório das empresas e não apenas como um dado. (NELSON, 1996) O autor cita três tópicos que devem ser lembrados para diferenciar as aptidões dinâmicas da empresa:

1) Estrutura: é o modelo referente a organização e governança usado pela empresa. É dentro da estrutura que a estratégia se consolida, daí a necessidade de compatibilidade entre esses fatores;

2) Aptidões essenciais: refere-se às aptidões que a empresa possui para inovar. Estas aptidões podem ser caracterizadas por pesquisa e desenvolvimento, articulação desta com todo o restante das áreas da empresa, objetivando amparar e completar as novas tecnologias ocorridas da P&D;

3) Estratégia: corresponde ao conjunto de compromissos assumidos pela empresa visando traçar seus objetivos e o modo como pretende alcançá-los.

Ao analisar a redução da importância das diferenças entre as empresas, apesar do processo econômico continuar prosseguindo sem pausa, o autor cita a atuação dos empresários e a evolução do seu papel com o passar do tempo. Atualmente a facilidade de inventar coisas que estão fora do uso comum é maior quando conferida com o passado. Através dos laboratórios de pesquisa e desenvolvimento, as empresas modernas, tornaram-se então agentes principais da inovação.

As inovações foram reduzidas ao costume da empresa através de amplas equipes de especialistas, altamente treinadas para criarem o novo. (NELSON, 1996). Em virtude disso, os laboratórios de P&D apresentaram sua importância expressivamente acrescida dentro das empresas. O autor ainda destaca que os benefícios da P&D geram consequências principalmente nos custos unitários de

produção (os quais são diminuídos via inclusão de uma técnica melhor, diminuindo dos mesmos o custo dos estudos feitos pelo laboratorial de P&D.)

A evolução das empresas no sentido de melhor inclusão das novas tecnologias tem comprovado a importância da criação de equipes especializadas em P&D. Estas equipes contam não somente com a contribuição da própria empresa fornecendo conhecimento sobre seu *modus operandi* e suas necessidades específicas de melhorias de processos, mas também com pesquisas universitárias e ciências aplicadas. Além disto, Nelson (1996) reforça que o conhecimento adquirido por tais equipes é cumulativo, aceitando que a nova tecnologia não seja meramente melhor que a antiga, porém que evolua a partir da mesma.

Shane & Venkataraman (2000) identificam uma escassez de estrutura conceitual no campo. O empreendedorismo, segundo eles, tornou-se um rótulo abrangente, sob o qual uma disparidade de pesquisas se encontra. Essa escassez evitou o desenvolvimento da compreensão de muitos fenômenos importantes, os quais não podem ser explicados de forma adequada por outros campos.

Já Sorensen e Stuart (2008) não enxergam essa situação como problemática e apresentam uma visão crítica da própria busca por uma delimitação e estabelecimento do campo de estudos de empreendedorismo.

Outros economistas também associaram o empreendedorismo à inovação, antes e depois de Schumpeter. Fillion (1999) identifica diferentes formas de perceber o empreendedor no escopo da economia:

- 1) interesse na compreensão do papel do empreendedor como força motriz do sistema econômico;
- 2) os empreendedores como detectores de oportunidades de negócios;
- 3) os empreendedores como criadores de empreendimentos;
- 4) os empreendedores como aqueles que correm riscos.

O empreendedorismo seria, na sua visão, uma das quatro forças fundamentais do desenvolvimento econômico, ao lado de divisão do trabalho, do crescimento populacional e da tecnologia (CARLSSON et al., 2013).

A atividade empreendedora é habitualmente reconhecida como o principal condutor do desenvolvimento e crescimento econômico, bem como do dinamismo industrial. O empreendedorismo é um campo de estudo eminentemente multidisciplinar, que transcorre a economia, sociologia, psicologia, geografia e

estratégia. Essa característica torna-o forte e frutífero, ao mesmo tempo que fragmentado.

O empreendedorismo procura se definir e se institucionalizar como um campo de estudos independente, desde a década de 1980. Alguns pesquisadores, como Aldrich (2012), entendem-no como bem demarcado.

Entretanto, há aqueles que pedem a atenção, a exemplo de Sorenson & Stuart (2013), para a necessidade de conservação da interdisciplinaridade que sempre marcou esses estudos. Segundo eles, os estudos mais completos sobre empreendedorismo surgirão a partir da cooperação entre pesquisadores, cada um com um conhecimento profundo das suas respectivas disciplinas.

Os usos para a tecnologia são muitos, e as soluções têm sido processadas em todas as frentes. Às vezes, ideias simples, mas inovadoras, podem fazer toda a diferença na resolução de um problema/necessidade.

Segundo Plonski (2004), a inclusão da inovação tecnológica no processo de desenvolvimento econômico e social requer das políticas públicas e da gestão das organizações inovadoras tratamento igualitário e integrado de seus elementos contributivos.

Ainda para o autor, a inovação tecnológica é formada principalmente:

- pelo empreendedorismo inovador;
- pela pesquisa científica e tecnológica;
- pela comunicação social;
- pelo marketing;
- pela invenção;
- pelo design;
- pelo desenvolvimento tecnológico;
- pela engenharia não-rotineira;
- pela extensão tecnológica, como também pela tecnologia industrial básica – TIB;
- pelo financiamento;
- os mecanismos de estímulo (fiscais, financeiros e outros);
- pelo gerenciamento de programas e projetos complexos;
- pela educação em diversos níveis (inclusive a educação continuada) e
- pela gestão do conhecimento.

As tecnologias emergentes correspondem as inovações tecnológicas possíveis de mudar o mundo como conhecemos e podem transformar os negócios e a sociedade rapidamente. Inovações, como a internet das coisas, inteligência artificial e realidade aumentada serão imprescindíveis nos próximos anos, segundo estudo realizado pela Liga Ventures em parceria com a TIVIT e Intel denominado Liga Insights Emerging Technologies.

Entre os anos de 1996 e 2001, é que o conceito de startup começou a ser utilizado, termo muito comum dessa atual economia digital e criativa. As startups são novas (ou ainda em fase de constituição) e pequenas empresas, geralmente de base tecnológica, com custos de manutenção mais baixos e com modelo de negócio escalável e repetível. Todavia, as startups existem em ambientes de muita incerteza até comprovarem que o negócio é sustentável.

Para Ries (2012), uma startup é uma instituição de pessoas tentando criar algo sob condições de extrema incerteza. Cabe salientar a importância das empresas transformadoras de tecnologia e agentes da inovação.

Como principal característica da startup, a sua matriz surge e visa se consolidar como possível de ser replicável em qualquer ambiente e lugar, a tornando possível de ser uma grande potência empresarial assim que seu produto ou serviço se validar.

E, quando seu modelo de negócio é validado, seu crescimento é muito mais rápido que o de empresas tradicionais, que demoram cerca de 50 anos para alcançar status de gigante no mercado em que atua.

Outra característica das startups é a de compartilhar soluções com empresas que complementam e trocam ativos. O mercado atual exige enormemente especialistas, dessa forma, se unir ajuda a tornar sua empresa única, mais competitiva e ainda permite concentração na sua atividade principal, proporcionando um produto ainda mais adequado aos clientes.

As startups também têm custos baixos de processos e de toda a operação, o que as permitem se adaptar para a crise e obter resultados mais significativos. Além disso, segundo Ries (2012) atuam em escritórios compartilhados, que são ambientes de formação e networking constante, e é acessível, pois apostam em soluções inteligentes, facilitando e barateando os processos, buscando sempre a inovação.

Com certeza o conhecimento tem um valor imensurável no mundo atual, mas se compararmos as ações de desenvolvimento econômico tradicionais e as

estudarmos, ao longo dos anos, concluiremos que a inovação, as novas pesquisas, o planejamento estratégico e o marketing, que são processos de uma operação, não estarão em todo esse período conectados a essa necessidade de conhecimento, enquanto a startup tem isso em sua essência.

E esse modelo ainda é, segundo a Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, um grande gerador de empregos, na contramão da crise atual. Enquanto muitos setores continuam reduzindo vagas e diminuindo custos, startups de tecnologia ou prestação de serviços nessa área, por exemplo, aumentaram as contratações em 20% no ano passado, ante o mesmo período do ano anterior.

Vale destacar o nascedouro dessas novas empresas, seu berçário e sua relação direta com a academia. Seu cotidiano em laboratório e seu acesso às grandes teses da sua área as mantem em constante estado de desenvolvimento, tornando a inovação e a busca por novos conhecimentos um caminho possível de se percorrer. Atualmente, o ambiente universitário não é mais só acadêmico, como também empreendedor, atraindo jovens e mantendo os talentos nacionalmente.

Segundo a Aceleradora Liga Ventures, a qual realizou estudo sobre o ecossistema de inovação relacionado ao Porto Digital, onde observou que só 27% das 181 startups pernambucanas nasceram antes de 2014 (o ano em que a crise surgiu no País). Ainda nesse estudo, observa que mesmo em momentos de crise econômica, quando a tendência é que as oportunidades de emprego diminuam, a realidade para as startups é inversa, continuam intensas nos momentos mais complicados da economia,

O levantamento mencionado acima ainda mostra que foi em 2016, período em que a economia brasileira caiu 3,6%, que os pernambucanos decidiram empreender com mais força na área de tecnologia. Durante a crise econômica o mercado de trabalho formal declinou; enquanto isso, incentivou o brasileiro a empreender. E grande parte desses novos negócios já surgiu alinhada às novas tecnologias digitais, uma vez que na recessão os negócios precisam inovar para sobreviver.

Segundo Blank (2012), uma startup é definida hoje como “uma empresa temporária com um modelo de negócios escalável e repetível”. Temporária devido a uma fase da startup, que dura enquanto o negócio ainda não está com seu modelo estável. Elas cumprem o papel de continuamente revitalizar o mercado, mas necessitam de um ambiente propício para que se desenvolvam e tenham êxito.

O negócio depende diretamente das pessoas que estão à frente dele e na maioria dos casos elas não possuem o conhecimento, nem os meios necessários para desenvolver a empresa nessa fase inicial.

Atualmente, um dos assuntos em maior evidência no mundo, é a consolidação das startups (empresas que apresentam soluções inovadoras, geralmente acompanhadas de ferramentas tecnológicas, e que possam ser replicáveis em alta escala sem que isso altere seu modelo de negócio). A “onda” da criação de startups, que recebeu força no Vale do Silício, nos Estados Unidos, chegou ao Brasil.

Segundo Graham (2012), é importante observar que o grande potencial de escalabilidade pressupõe que haja um grande mercado disposto a querer usar o produto ou serviço oferecido. Dessa forma, é necessário oferecer algo novo ao mercado.

Considerando que, se você quer começar uma startup, você provavelmente vai ter que pensar em algo bastante novo. Uma startup tem que fazer algo que possa oferecer a um grande mercado, e as ideias desse tipo são tão valiosas que todas as mais óbvias já foram implementadas.

Esse espaço de ideias tem sido tão bem trabalhado que uma startup geralmente tem que trabalhar em algo que todo mundo esqueceu” (GRAHAN, 2012, p. 6).

Para o investidor Graham (2012), o sucesso de uma startup na maioria das vezes passa por três etapas, citadas abaixo:

1. Passa por um estágio inicial de lento ou nenhum crescimento, enquanto a empresa tenta descobrir o que está fazendo.
2. Quando a startup descobre como fazer algo muito demandado pelo mercado e como atendê-lo, passa por um período de rápido crescimento.
3. Eventualmente, a startup exitosa se transformará em uma grande empresa. O crescimento com o tempo diminuirá devido aos limites, como também porque a empresa chegará no limite do mercado onde atua.

Assim, fica evidenciado que é importante crescer, porém, também é prioritário e estratégico que este crescimento não coloque em risco as finanças do negócio, nem a sua capacidade tecnológica.

Segundo o Link Estadão, até outubro de 2019, o país tinha nove “unicórnios” (termo utilizado para classificar as *startups* que superem US\$ 1 bilhão em seu valor

de mercado, são elas: a fintech Nubank; a ferramenta de mobilidade urbana concorrente da Uber, 99; o Ifood, aplicativo de delivery de alimentação; a Loggi que faz serviços de entregas; a Gympass que realiza serviço de assinatura de academias e atividades físicas; a QuintoAndar de aluguel de residências e as processadoras financeiras Stone, Ebanx, Movable e PagSeguro.

Para Ries (2012), uma startup é uma empresa nova, mas que, além disso, oferece um produto ou um serviço totalmente novo. Em alguns casos, inclusive, criam mercados antes não conhecidos, ajudando a gerar emprego e novas oportunidades de renda. Também pode ser um negócio em fase inicial com um modelo inovador, que atua em um panorama de incertezas e procura o maior lucro em menor tempo possível.

Segundo a Endeavor Brasil (2017), investidores brasileiros estão investindo cada vez mais em várias áreas da Tecnologia da Informação. Em um cenário de muitas incertezas, muitas startups atraem capital de risco, a maioria possui base tecnológica inovadora ligada à internet.

Em momentos de crise precisa-se formar empreendedores, assim cada um poderá trabalhar com seus verdadeiros talentos, diminuindo o desemprego e apoiando pessoas com soluções inovadoras, colaborando com o desenvolvimento da economia local.

Empreendedores estão buscando no mercado recursos para colocar sua ideia em prática, as startups vêm provendo, há algum tempo, soluções onde havia uma dificuldade e se via pouca, ou nenhuma solução.

Percebe-se uma relação de benefício mútuo, pois de um lado o ambiente é de suma importância para o surgimento e manutenção das startups e por outro elas promovem inovação nesse ambiente, colaborando com o seu desenvolvimento, segundo a Endeavor (2017).

Para a EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, ligada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, o solo brasileiro favorece a produção agrícola e pecuária e o setor de agronegócio é um dos mais bem-sucedidos do mundo, porém ainda necessita de inovação e tecnologia. Nos últimos anos algumas startups focaram na produção de inovações para esse setor.

A tecnologia chegou na zona rural e vem ajudando os resultados positivos da produção agrícola brasileira. Considerando que a população mundial continua

crescendo e a cada dia diminui a quantidade de pessoas vivendo no campo, a agricultura precisa utilizar a tecnologia para conseguir aumentar sua produtividade.

Para Meyer (2012) a percepção que as startups normalmente começam pequenas, porém pensam grande e, devido o amplo potencial inovador destas empresas, oferecem possibilidade de crescimento exponencial em pouco tempo. As startups podem modificar o crescimento de toda uma economia, quando conseguem continuar no mercado. Esse é o grande desafio.

Como adotam a ousadia de inovar desde o início do negócio, encaram desafios bem específicos para sobreviverem no mercado e atingir o crescimento exponencial do qual fala Meyer (2012).

Grande diversidade de estruturas de apoio ao empreendedorismo foi incentivada nas últimas décadas. Não somente nos países de primeiro mundo, como Estados Unidos, mas diversos países, até mesmo o Brasil, criam ambientes de inovação visando dar suporte a empreendedores nascentes e existentes.

Neste cenário, iniciativa privada, governos e universidades oferecem estratégias ligadas aos processos de fortalecimento de empresas. Estas iniciativas estão sendo efetivadas objetivando acelerar a criação de negócios de sucesso e de modo recente para potencializar o alto crescimento de *startups*.

No meio dos habitats de inovação com alta incidência no mundo estão os Parques (ADÁN, 2012), as incubadoras (BERGEK; NORRMAN, 2008; MIAN, LAMINE, FAYOLLE, 2016) e mais recentemente as aceleradoras.

A propagação das aceleradoras é indicada por autores como Birdsall et al. (2013), Cohen (2014) e Hochberg (2015). Segundo Cohen (2014) e Hochberg (2015) as estimativas da grande quantidade de aceleradoras varia entre 300 a 3000 avaliando todos os continentes.

Para Cohen (2014) esses dados são imprecisos. Principalmente no Brasil, dados precisos a respeito do número de aceleradoras também não são achados de forma direta. Quanto aos benefícios de um programa de aceleração, o autor declara que a aceleração vai além da disponibilização de locais de trabalho.

Oferecem também inúmeras oportunidades de networking entre as próprias startups aceleradas pelo programa, como também com mentores (inclusive, estes poderiam ser capitalistas de risco, empresários de sucesso, investidores anjo, ou executivos de grandes empresas).



A maioria dos programas de aceleração são finalizados com um grandioso evento, no qual os empreendedores acelerados têm a oportunidade de apresentar suas propostas para investidores. Além disso, as próprias aceleradoras na maioria das vezes aportam uma pequena quantidade de capital semente.

O mesmo autor indica que as aceleradoras apoiam os negócios no processo de definição e construção de seus produtos iniciais, na identificação de segmentos de clientes prósperos, e recursos protegidos, abrangendo o capital e os empregados. Dentre os serviços oferecidos pelas aceleradoras brasileiras, destacam-se sobretudo capacitação, mentoria, aporte financeiro e networking.

As aceleradoras cumprem papel formidável no estímulo do empreendedorismo, porém por ser um movimento ainda recente não existem informações suficientes para considerar o futuro das aceleradoras, segundo Pauwels et al (2016).

Birdsall et al. (2013) apresentam que embora ajam diversas histórias de sucesso em vários países e diferentes regiões o conhecimento sobre as propriedades das aceleradoras ainda são insuficientes.

Hochberg (2015) lembra que há uma carência universal de informações que represente em larga escala as informações de aceleradoras. Fala ainda que a maior parte das aceleradoras do país tem espaço para investidor. O autor lembra que as aceleradoras atuam com duas funções:

- como classificadoras de negócios e
- como agregadores de negócio.

Enquanto Pauwels et al (2016) chamam a atenção para a ausência de novas apreciações focando nos programas de aceleração e seus impactos.

Pode-se dizer, além disso, que estudos do Brasil com o foco nas aceleradoras exibem uma lacuna de estudos e conhecimento que procurem agrupar informações das aceleradoras brasileiras ainda não foram encontrados.

O conceito de aceleração, dentre os diversos tipos de habitats de inovação que vem sendo debatidos, é atual. Autores como Bruneel et al. (2012) lembram que as aceleradoras surgiram em meados de 2000 como um retorno as carências dos modelos anteriores, por exemplo a geração de incubação, focadas especialmente na disponibilização de ambiente de escritório e serviços de apoio.

Enquanto outros habitats de inovação, como os parques existentes desde a década de 50 (SANZ, 1998), e incubadoras que surgiram também nesse mesmo período (SILVA; VELOSO, 2013).

Hochberg (2015) entende que a propagação das aceleradoras é visível em todos os lugares do mundo. Os governos estimulam cada vez mais a adoção dos modelos de aceleração. Estes dados refletem a realidade brasileira que apresentam ao menos 62 aceleradoras nas mais distintas regiões do país, sendo que duas aceleradoras atuam com ações em mais de um estado brasileiro.

### **3. METODOLOGIA**

Segundo Gerhardt (2009), etimologicamente, a palavra metodologia significa o estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para executar uma pesquisa científica.

Dessa forma, o método científico pode ser conceituado como um conjunto de procedimentos sistemáticos e racionais utilizados para atingir os objetivos propostos pela pesquisa, através de conhecimentos úteis e verdadeiros, conforme preconiza Lakatos (2011).

Segundo Vergara (2013) os tipos de pesquisa podem ser classificados quanto aos meios e quanto aos fins:

- Meios: a pesquisa foi de campo, documental e bibliográfica, pois, respectivamente, foi aplicado um questionário junto ao público alvo da amostra, documentos oficiais e relatórios de empresas foram analisados, também se utilizou livros, revistas e sites de instituições ligadas a temática com credibilidade.
- Fins: exploratória, descritiva e explicativa. Informações obtidas através do levantamento bibliográfico possibilitaram o desenvolvimento de hipótese, em que as startups que participam de programa de aceleração têm maiores chances de sucesso.

Visando uma apresentação mais didática dos fatores metodológicos envolvidos nesse trabalho, esse capítulo foi dividido em quatro subseções: Abordagem da pesquisa, população e amostra, procedimentos técnicos e limitações do estudo.

#### **3.1 Abordagem da pesquisa**

No tocante aos objetivos propostos, essa pesquisa foi classificada, quanto aos fins, como exploratória, descritiva, explicativa e intervencionista. Nesse cenário, informações obtidas através do levantamento bibliográfico possibilitaram o desenvolvimento de hipótese, em que as startups que participam de programa de aceleração têm maiores chances de sucesso.

### **3.2 População e amostra**

A população refere-se ao objeto estudado na pesquisa. É formada pelo número de 64 startups da cidade de Maceió atendidas pelo Sebrae, dados utilizados para mostrar a importância dos programas de aceleração. A escolha por esse público vinculado ao Sebrae foi em virtude da credibilidade da instituição.

Os participantes da pesquisa estão enquadrados em vários portes de empresas: Empresas de Pequeno Porte, Microempresas, Potenciais Empresários e Empreendedores Individuais.

### **3.3 Procedimentos**

Quanto aos procedimentos técnicos e no tocante aos meios usados, a pesquisa foi de campo, documental e bibliográfica, pois, respectivamente, foi aplicado um questionário junto ao público alvo da amostra, documentos oficiais e relatórios de empresas foram analisados, também se utilizou livros, revistas e sites de instituições ligadas a temática com credibilidade.

A Pesquisa foi realizada com questionários estruturados, aplicados por telefone e tabulados com assistência do computador (CATI - Computer Assisted Telephone Interviewing), utilizando um formulário de pesquisa on-line.

As informações foram coletadas a partir de um questionário com indicadores que permitiram traçar o perfil das startups do Estado de Alagoas. O foco desse perfil está nas informações de proveniência desses empresários quanto à formalização e tempo no mercado, a fim de entender o impacto de terem participado de programa de aceleração em seu desenvolvimento. Após isso, analisar a viabilidade de se estruturar ou não o primeiro Programa de Aceleração de Alagoas.

As perguntas visaram responder temáticas relativas aos campos comumente questionados para avaliar a participação ou não em programas de aceleração no Brasil:

- Formalização;
- Tempo de atividade;

- Indicadores de gestão referentes a funcionários, faturamento e participação em programa de incubação ou aceleração para que tenhamos indicadores de mercado que representasse o segmento de startups.

### **3.4 Limitações da pesquisa**

A limitação dessa pesquisa está associada a localização, pois a cidade pesquisada foi Maceió (capital do Estado), tendo em vista a crescente demanda de startups alagoanas por participarem de programas de aceleração e considerando a necessidade de se analisar a viabilidade da criação desse programa em Alagoas, **ação pioneira, pois não há nenhum atualmente.**

## **4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS**

As informações abaixo relatadas foram coletadas a partir de um questionário com indicadores que permitiram traçar o perfil das Startups do Estado de Alagoas e o impacto de sua participação em programa de aceleração no desenvolvimento de seu negócio.

O presente trabalho também almeja analisar a viabilidade de se estruturar um programa de aceleração que promova o desenvolvimento de forma completa e duradoura das startups.

Para tanto, analisar-se-á as principais características desses empreendedores digitais, com a finalidade de comprovar sua contribuição para o desenvolvimento da economia alagoana e mostrar que são empresas que possuem faturamento e não apenas empreendedores sonhando ser empresários.

Acredita-se que a efetivação de um Programa de Pré Aceleração em Alagoas irá colaborar com o ecossistema inovador do Estado, bem como servir de base para o crescimento dos empreendedores que possivelmente criarão serviços/empresas inovadoras ajudando a alavancar a economia local.

Para fundamentar essas informações foram usados os produtos: Perfil das startups do Estado de Alagoas e o Edital do Programa de Pré Aceleração para Startups.

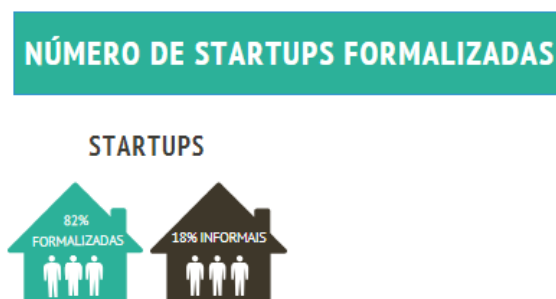
### **4.1 No tocante ao tópico formalização**

O empreendedor quando formaliza sua empresa, consegue dar maior segurança aos seus clientes, além de evitar diversos problemas. Possibilitando a obtenção de vantagens oriundas da formalização da startup, por exemplo a probabilidade de receber investimentos.

Como se sabe, as startups nascem em ambientes de extrema incerteza, geralmente informais e, por essa razão, necessitam de aportes financeiros para auxiliar no desenvolvimento da atividade.

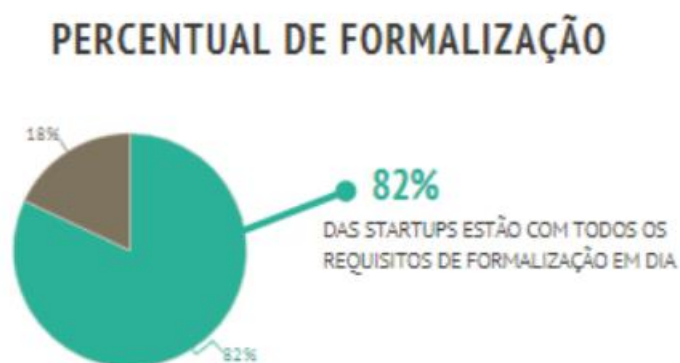
Assim, ao se questionar os empresários sobre a situação da startup, foi possível identificar o percentual de formalização dos negócios participantes da pesquisa, em que 82% dos entrevistados já se encontram formalizados.

**Gráfico 1 – Número de startups formalizadas**



Fonte: pesquisa realizada pela autora

**Gráfico 2 – Percentual de formalização**



Fonte: pesquisa realizada pela autora

## 4.2 Tempo de atividade

Outro ponto importante para o reconhecimento e definição do perfil dos entrevistados, é derivado do reconhecimento do tempo de atividade da startup no mercado. Sendo assim, a pesquisa possibilitou identificar que o tempo médio de atividade dessas startups. Abaixo, verifica-se essa evolução ao longo das três pesquisas realizadas com o segmento, passando de 3 anos na primeira e na segunda, para 4 anos nessa atual (relatada nesse documento), apresentando maior solidez dessas empresas no mercado.

**Gráfico 3 – Tempo de existência das startups**



Fonte: pesquisa realizada pela autora

**TABELA 1 - TEMPO DE ATIVIDADE**

Tempo	%
Menos de 1 ano	4%
1 a 2 anos	22%
3 a 6 anos	61%
Acima de 6 anos	13%

Fonte: pesquisa realizada pela autora

### **4.3 Indicadores de gestão**

Além do perfil, buscou-se também uma análise da gestão nas startups, a partir da medição do desempenho do negócio. Essa aferição balizará o gestor do negócio, norteando-o e direcionando-o para a melhoria contínua do empreendimento.

#### **4.3.1 Funcionários**

Através da pesquisa, foi possível conhecer o número de pessoas ocupadas diretamente nos projetos. A média para esse ponto foi de 10 pessoas ocupadas, número relativamente maior que nas pesquisa anterior, conforme apresentado abaixo:



**Gráfico 4 – Número de pessoas ocupadas nos projetos**



Fonte: pesquisa realizada pela autora

**Tabela 4 – Pessoas Ocupadas**

Nº de Pessoas	%
De 1 a 5 pessoas	41%
De 5 a 10 pessoas	21%
De 10 a 15 pessoas	21%
Mais de 15 pessoas	17%

Fonte: pesquisa realizada pela autora

#### 4.3.2 Faturamento

O faturamento é o resultado financeiro das atividades realizadas nas empresas. A partir dessa perspectiva, a pesquisa viabilizou conhecer que 87% das startups estão faturando, conforme apresentação gráfica abaixo:

**Gráfico 5 – Percentual de startups faturando**



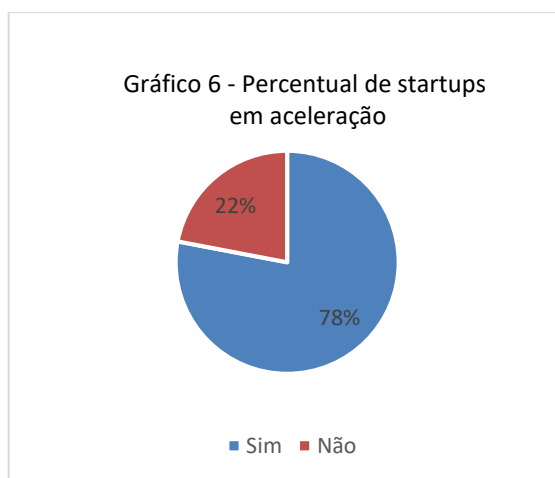
Fonte: pesquisa realizada pela autora

As startups pesquisadas, possuem um faturamento médio de R\$ 525.300,00, durante o ano de 2018, apresentando uma evolução com relação as pesquisas anteriores, mostrando o crescimento dessas empresas no mercado.

#### 4.3.3 Participação em Programa de Incubação ou Aceleração

Com o objetivo de impulsionar o empreendimento a ter um crescimento saudável e sustentado, muitas startups ou empresas em início de vida decidem recorrer a incubadoras ou programas de aceleração. Sendo assim, as aceleradoras focam mais na escalada enquanto as incubadoras olham mais para o sentido de inovação.

Considerando a importância dessa informação, a pesquisa questionou os empresários quanto à participação nesses tipos de programas, e percebeu-se que 78% deles participaram.



Fonte: pesquisa realizada pela autora

#### 4.4 Indicadores de mercado

As empresas podem ampliar sua participação de mercado de duas formas, seja horizontal ou vertical ou até mesmo de forma simultânea. O crescimento horizontal ocorre quando a empresa está ampliando a sua base de clientes, em geral, resultando em maior volume de vendas.

Já no crescimento vertical, a base de clientes se mantém inalterada, mas aumenta a venda média. Dessa forma, buscou-se efetuar uma análise de forma horizontal, observando a capacidade desses pequenos empreendedores em ofertar soluções para seus clientes, despertando o interesse dos novos clientes e parcerias.

Conforme apresenta-se abaixo, 70% dos entrevistados criaram algo em produtos, serviços ou processos; 74% ampliaram seus serviços a fim de conquistar novos mercados; 70% realizaram negócios em conjunto e 83% obtiveram novos clientes.



Fonte: pesquisa realizada pela autora

#### 4.5 Conclusão

A presente pesquisa realizada com Potenciais Empresários, Empreendedores Individuais, Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, no tocante ao objetivo a pesquisa evidenciou a importância das startups alagoanas para a economia do Estado.

Para tanto, analisou-se as principais características desses entrevistados, visando identificar o impacto da participação do público pesquisado em programas de aceleração (78% participou) e posterior análise sobre a viabilidade da criação de um

programa de aceleração de startups no Estado, **ação pioneira**, pois não há nenhum atualmente.

O resultado da pesquisa também demonstrou a contribuição das startups para o desenvolvimento da economia alagoana, evidenciando que são empresas que possuem faturamento e não apenas empreendedores sonhando ser empresários.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como também que em tempos de crise e insegurança econômica no país, as startups tornaram-se um segmento do mercado que vem tentando retomar o crescimento do Brasil, agregando profissionais que viabilizam soluções para outras empresas.

É certo que a grande maioria das startups serão descontinuadas em pouco tempo, o que é característico do seu modelo de negócio: criar, executar, errar, acertar, alcançar o sucesso ou fracasso em pouco tempo, na comparação com a formatação de negócios mais tradicionais.

Porém é certo também, neste caso, que da quantidade sairá a qualidade e que dentre a maioria de insucessos nascerão várias startups reconhecidas e premiadas no Brasil e talvez no mundo.

A palavra “aceleração” significa a ação e efeito de acelerar, ou seja, aumentar a velocidade. Na aplicação do conceito para “aceleração de empresas” seria, então, alguma coisa como acelerar uma empresa para que ela se torne lucrativa mais rápido ou para que ela cresça em um curto espaço de tempo ou, ainda, para que uma boa ideia se torne uma empresa antes de outras empresas aparecerem.

A aceitação do produto e/ou serviço pelo mercado e a concorrência são fatores cruciais para colocar uma ideia em prática e abrir o próprio negócio, estes ainda mais intensos quando analisamos uma startup.

Embora as probabilidades de crescimento e criação do modelo de negócio, incorporada ao diferencial competitivo, diversas empresas ainda possuem dificuldades de se estabelecer e acabam fracassando no começo. Diante disso, surgem as aceleradoras tendo como proposta apoiar empreendedores a conseguir patamares de competitividade.

Porém, mesmo estas tendo presença abundante no ecossistema de outros países, no Brasil as ações ainda são escassas e necessitam de estudos científicos que identifiquem como estas estão operando em prol dos empreendedores brasileiros.

Participar de um processo de aceleração agiliza a evolução da startup, direcionando as ações estratégicas, auxiliando a definir quem são os clientes do produto/serviço oferecido e ajudando na obtenção de investimento. Como também, um programa de aceleração oferece mentorias, apoio essencial onde um profissional mais experiente dá suporte aos empreendedores que estão iniciando.

Um programa como esse oferece diversas vantagens, entre elas algumas são:

- Acompanhamento - apoio para a evolução contínua da startup. A metodologia aplicada precisa avaliar as ações, através da análise de indicadores e ferramentas de controle.
- Capacitação - Os integrantes do programa participam de várias capacitações individuais e coletivas visando a formação de líderes.
- Serviços – o programa oferece aos participantes assessoria contábil, jurídica e financeira.
- Grande rede de parceiros – proporciona diminuição de custos para a startup, através de parcerias no uso de serviços.
- Encontro com investidores – acontece durante ou no final do programa de aceleração, através de encontros coletivos ou individuais.

O objetivo de um programa de aceleração é promover atividades tecnológicas inovadoras, oportunizando acesso a conteúdo importantes para o desenvolvimento do negócio e a especialistas de sua área de atuação (executivos de grandes empresas, mentores, investidores, possíveis clientes e parceiros, além do networking com os demais participantes).

Diante do objetivo geral do trabalho, caracterizar as startups e o ecossistema inovador de Alagoas e focando nos objetivos específicos, além de considerar o resultado da pesquisa, do estudo teórico da literatura mencionada e considerando que o mercado de startups vem crescendo cada vez mais e ganhando espaço na economia mundial, mostrando ser um modelo de negócio com grande potencial a ser explorado. Nesse estudo, considera-se viável, urgente e necessária a efetivação do primeiro programa de aceleração em Alagoas.

Acreditamos que a efetivação de um Programa de Pré Aceleração irá colaborar com o ecossistema inovador do Estado, bem como servir de base para o crescimento dos empreendedores que possivelmente criarão serviços/empresas inovadoras ajudando a alavancar a economia local. Assim, sugere-se um modelo viável de um Programa de Pré Aceleração para Startups focado nas fases de ideação e operação. O edital do programa sugerido está no item anexo.

O mundo está cada vez mais voltado para a tecnologia, as empresas que operam nesse nicho necessitam de apoio para alcançar êxito, uma vez que o desenvolvimento das startups de tecnologia não depende unicamente delas próprias, mas também de um ecossistema propício.

## REFERÊNCIAS

ADÁN, Carmen. El ABC de los parques científicos. **Seminarios de La Fundación Española de Reumatología**, v. 13, n. 3, p. 85-94, 2012. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1577356612000267>. Acesso em: 15 jan. 2019

ANPROTEC. **Incubadoras e Parques**. Disponível em: <http://anprotec.org.br/site/pt/incubadoras-e-parques/>. Acesso em: 12 abr. 2019

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS. **Programas para Startups**. Disponível em: <https://abstartups.com.br/programas-para-startups/>. Acesso em 10 nov.2018.

ACE (2018). **O que é Corporate Venturing?** Disponível em <https://acestartups.com.br/o-que-e-corporate-venturing/> Acesso em 01/10/2018

ALDRICH, H. E. **The Emergence of Entrepreneurship as an Academic Field: A Personal essay on institutional entrepreneurship**. Research Policy 41, 1240-1248, 2012.

Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação/Regional RS. ESTUDO APONTA AVANÇO DAS STARTUPS NA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA. **ASSESPRO RS**, 2017. Disponível em: <http://www.assespro-rs.org.br/estudo-aponta-avanco-das-startups-na-inovacao-tecnologica/> Acesso em: 18 out. 2018

BERGEK, Anna; NORRMAN, Charlotte. Incubator best practice: A framework. **Technovation**, v. 28, n. 1, p. 20-28, 2008. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497207001046>. Acesso em: 18 out. 2018

BIRDSALL, M. et al. **Business accelerators**: The evolution of a rapidly growing industry. University of Cambridge, Cambridge (MBA Dissertation ad Judge Business School and Jesus College), 2013. Disponível em: <[http://startup-accelerator.com/sites/default/files/cambridge\\_startup\\_%20accelerator\\_research.pdf](http://startup-accelerator.com/sites/default/files/cambridge_startup_%20accelerator_research.pdf)>

BRUNEEL, J. et al. The Evolution of Business Incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations. **Technovation**, v. 32, n. 2, p. 110-121, 2012. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497211001659>>

BLANK, Steve; DORF, Bob. **The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company**. California: K&S Ranch, 2012.

CARLSSON, B.; BRAUNERHJELM, P.; MCKELVEY, M.; OLOFSSON, C.; PERSSON, L.; YLINENPÄÄ, H. **The Evolving Domain of Entrepreneurship Research**. Small Business Economics, 41, p. 913-930. 2013.

COHEN, Susan. **What Do Accelerators Do?** Insights from Incubators and Angels, 2013.

EMBRAPA. A tecnologia na agricultura. **EMBRAPA**, 2017. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/30015917/artigo-a-tecnologia-na-agricultura>. Acesso em: 18 Jan. 2019.

GARTNER, William B. **“Who Is an Entrepreneur?”** Is the Wrong Question. Entrepreneurship Theory and Practice, summer, 1989.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Orgs.). **Métodos de Pesquisa**. 1 ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**. Empreendedorismo em Minas Gerais – 2014. Curitiba: UFPR, 2014.

GRAHAM, P. **Startup=grow**. 2012. Disponível em: <http://www.paulgraham.com/growth.html>. Acesso em 10 ago.2019.

<https://www.folhape.com.br/economia/economia/economia/2019/03/17/NWS,99055,10,550,ECONOMIA,2373-E-CRISE-QUE-STARTUPS-MAIS-MULTIPLICAM.aspx>  
acesso em: 20/03/2019

HOCHBERG, Y. V. **Accelerating Entrepreneurs and Ecosystems: The Seed Accelerator Model**. Rice University, MIT & NBER. 2015.

Inovativa Brasil. <https://www.inovativabrasil.com.br/> acesso em: 10/03/2019

LAKATOS, M. MARCONI, E. **Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo. Atlas, 2011

Link Estadão. Unicórnios brasileiros: saiba quais e o que são essas startups ‘raras’. **Link.Estadão**, 2019. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/inovacao,unicornio-brasileiro-startups-raras-bilhao,70003003789/>. Acesso em: 18 out. 2019.

NELSON, R.R. Por que as Empresas Diferem e qual é a Importância Disso? In: NELSON, R.R. **As fontes do crescimento econômico**. Unicamp, 1996. p. 165-194



NELSON, R.R. As Universidades Norte-Americanas e o Avanço Técnico no Setor Produtivo In: NELSON, R.R. **As fontes do crescimento econômico**. Unicamp, 1996. p. 303-361

MASON, Colin; BROWN, Ross; **Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship**, 2014.

MEYER, J. **Welcome to entrepreneur country**. London: Constable, 2012.

MINNITTI, M; LÉVESQUE, M. Entrepreneurial types and economic growth. **Journal of Business Venturing**, v. 25, p. 305-314, 2010.

PAUWELS, Charlotte et al. Understanding a new generation incubation model: The accelerator. **Technovation**, v. 50, p. 13-24, 2016. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497215000644>. Acesso em: 19 out. 2018

PLONSKI, G.A. **Mantras da inovação**. In: FLEURY, M.T. e FLEURY, A. (Org.). *Política industrial*. São Paulo: Publifolha, v. 2, 2004. p. 93-118.

Reynolds, P.D., Hay, M., & Camp, S. M., **Global Entrepreneurship Monitor** (p.3). Kansas City, Mo.: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

Requarth, Brian. Tenho uma ideia de um milhão de dólares. Como faço para encontrar um investidor? **Endeavor**, 2017. Disponível em: <https://endeavor.org.br/dinheiro/ideia-um-milhao-dolares-investidor/>. Acesso em: 18 set. 2019.

Ries, Eric. **A startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas / Eric Ries; [tradução Texto Editores]. – São Paulo: Lua de Papel, 2012.

SANZ, L. Parques Científicos y Tecnológicos: breve visión panorámica de sus modelos y tendencias. **Anais**. VIII Brazilian Seminar o Business Incubators and Science Parks. ANPROTEC and IASP Latin American Division General Meeting. Brasil: Belo Horizonte; 1998.

Sebrae – **Estudos Teóricos Referenciais sobre Educação Empreendedora**, Relatório da Pesquisa Bibliográfica sobre Empreendedorismo e Educação Empreendedora / Carlos Arruda, Ana Burchart e Michele Dutra. SEBRAE – MG, 2016.

SHANE, Scott; VENKATARAMAN, Sankaran. **The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research**. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

Spender, J. C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. **Startups and open innovation: a review of the literature.** European Journal of Innovation Management, 2017.

SILVA, Jurema Barreto da; VELOSO, Yasmin Silva. **Manual: Programa Multincubadora de Empresas.** Brasília. Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico/UnB. 2013. Disponível em: <[http://www.cdt.unb.br/vitrinetecnologica/arquivos/bibliotecavirtual/manuais\\_cdt/livro\\_2\\_Multincubadora\\_WEB.pdf](http://www.cdt.unb.br/vitrinetecnologica/arquivos/bibliotecavirtual/manuais_cdt/livro_2_Multincubadora_WEB.pdf)> Acesso em: 19 de out. 2018.

<https://startupbizmodel.com/2012/04/27/citacao-steve-blank-6/>Acesso em: 26/06/2018

SORENSEN, O.; STUART, T. **Entrepreneurship: A field of dreams?** The Academy of Management Annals 2(1), p. 517-543, 2008.

Tonholo, Josealdo; Sá, Eliana Maria de Oliveira; Rosário, Francisco José Peixoto; Amorim, José Francisco Oliveira de; Silva, Kelyane da; Rita, Luciana Peixoto Santa; Melo, Mônica; Silva, Patrícia Brandão Barbosa da; Albuquerque, Paula Pradines de; Ferreira Junior, Reynaldo Rubem; Leite, Sandra Nunes; Uchoa, Silvia Beatriz Beger; Araújo, Victor Ranieri Bomfim Sampaio de; Lima, João Geraldo de Oliveira; "**Alagoas: uma visão contemporânea do Sistema Local de Inovação**", p. 121-140 . In: São Paulo: Blucher, 2015.

Universidade Cornell, INSEAD e OMPI (2018): **Índice Global de Inovação de 2018: Energizando o Mundo com Inovação.** Ithaca, Fontainebleau e Genebra.

<b>Produtos listados pelo PROFNIT</b>	<b>Resultados esperados/ Entregáveis do projeto</b>
Elaboração de relatórios relativos à proposição ou a avaliação de programas, projetos e políticas institucionais ou públicas	Resultado da pesquisa realizada junto ao público alvo

## **Resultado da pesquisa realizada junto ao público alvo**

Visando uma apresentação mais didática dos fatores metodológicos envolvidos nesse trabalho, esse capítulo foi dividido em quatro subseções: Abordagem da pesquisa, população e amostra, procedimentos técnicos e limitações do estudo.

### **Abordagem da pesquisa**

No tocante aos objetivos propostos, essa pesquisa foi classificada, quanto aos fins, como exploratória, descritiva, explicativa e intervencionista. Nesse cenário, informações obtidas através do levantamento bibliográfico possibilitaram o desenvolvimento de hipótese, em que as startups que participam de programa de aceleração têm maiores chances de sucesso.

### **População e amostra**

A população refere-se ao objeto estudado na pesquisa. É formada pelo número de 64 startups da cidade de Maceió atendidas pelo Sebrae, dados utilizados para mostrar a importância dos programas de aceleração. A escolha por esse público vinculado ao Sebrae foi em virtude da credibilidade da instituição.

Os participantes da pesquisa estão enquadrados em vários portes de empresas: Empresas de Pequeno Porte, Microempresas, Potenciais Empresários e Empreendedores Individuais.

### **Procedimentos**

Quanto aos procedimentos técnicos e no tocante aos meios usados, a pesquisa foi de campo, documental e bibliográfica, pois, respectivamente, foi aplicado um questionário junto ao público alvo da amostra, documentos oficiais e relatórios de

empresas foram analisados, também se utilizou livros, revistas e sites de instituições ligadas a temática com credibilidade.

A Pesquisa foi realizada com questionários estruturados, aplicados por telefone e tabulados com assistência do computador (CATI - Computer Assisted Telephone Interviewing), utilizando um formulário de pesquisa on-line.

As informações foram coletadas a partir de um questionário com indicadores que permitiram traçar o perfil das startups do Estado de Alagoas. O foco desse perfil está nas informações de proveniência desses empresários quanto à formalização e tempo no mercado, a fim de entender o impacto de terem participado de programa de aceleração em seu desenvolvimento. Após isso, analisar a viabilidade de se estruturar ou não o primeiro Programa de Aceleração de Alagoas.

As perguntas visaram responder temáticas relativas aos campos comumente questionados para avaliar a participação ou não em programas de aceleração no Brasil:

- Formalização;
- Tempo de atividade;
- Indicadores de gestão referentes a funcionários, faturamento e participação em programa de incubação ou aceleração para que tenhamos indicadores de mercado que representasse o segmento de startups.

#### Limitações da pesquisa

A limitação dessa pesquisa está associada a localização, pois a cidade pesquisada foi Maceió (capital do Estado), tendo em vista a crescente demanda de startups alagoanas por participarem de programas de aceleração e considerando a necessidade de se analisar a viabilidade da criação desse programa em Alagoas, **ação pioneira, pois não há nenhum atualmente.**

As informações abaixo relatadas foram coletadas a partir de um questionário com indicadores que permitiram traçar o perfil das Startups do Estado de Alagoas e o impacto de sua participação em programa de aceleração no desenvolvimento de seu negócio.

O presente trabalho também almeja analisar a viabilidade de se estruturar um programa de aceleração que promova o desenvolvimento de forma completa e duradoura das startups.

Para tanto, analisar-se-á as principais características desses empreendedores digitais, com a finalidade de comprovar sua contribuição para o desenvolvimento da economia alagoana e mostrar que são empresas que possuem faturamento e não apenas empreendedores sonhando ser empresários.

Acredita-se que a efetivação de um Programa de Pré Aceleração em Alagoas irá colaborar com o ecossistema inovador do Estado, bem como servir de base para o crescimento dos empreendedores que possivelmente criarão serviços/empresas inovadoras ajudando a alavancar a economia local.

Para fundamentar essas informações foram usados os produtos: Perfil das startups do Estado de Alagoas e o Edital do Programa de Pré Aceleração para Startups.

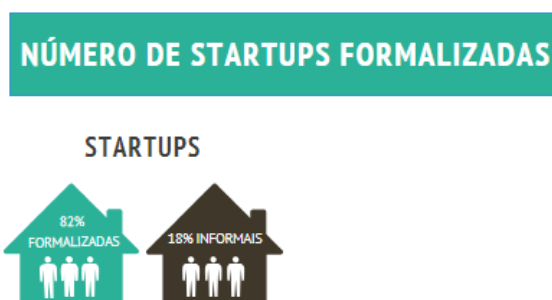
## NO TOCANTE AO TÓPICO FORMALIZAÇÃO

O empreendedor quando formaliza sua empresa, consegue dar maior segurança aos seus clientes, além de evitar diversos problemas. Possibilitando a obtenção de vantagens oriundas da formalização da startup, por exemplo a probabilidade de receber investimentos.

Como se sabe, as startups nascem em ambientes de extrema incerteza, geralmente informais e, por essa razão, necessitam de aportes financeiros para auxiliar no desenvolvimento da atividade.

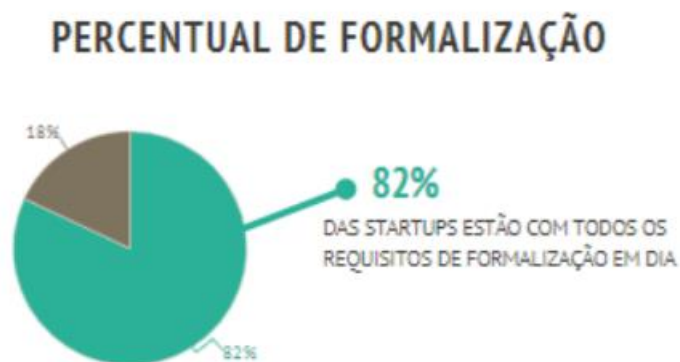
Assim, ao se questionar os empresários sobre a situação da startup, foi possível identificar o percentual de formalização dos negócios participantes da pesquisa, em que 82% dos entrevistados já se encontram formalizados.

Gráfico 1 – Número de startups formalizadas



Fonte: pesquisa realizada pela autora

Gráfico 2 – Percentual de formalização



Fonte: pesquisa realizada pela autora

## TEMPO DE ATIVIDADE

Outro ponto importante para o reconhecimento e definição do perfil dos entrevistados, é derivado do reconhecimento do tempo de atividade da startup no mercado. Sendo assim, a pesquisa possibilitou identificar que o tempo médio de atividade dessas startups. Abaixo, verifica-se essa evolução ao longo das três pesquisas realizadas com o segmento, passando de 3 anos na primeira e na segunda, para 4 anos nessa atual (relatada nesse documento), apresentando maior solidez dessas empresas no mercado.

Gráfico 3 – Tempo de existência das startups



Fonte: pesquisa realizada pela autora

TABELA 3 - TEMPO DE ATIVIDADE

Tempo	%
Menos de 1 ano	4%
1 a 2 anos	22%
3 a 6 anos	61%
Acima de 6 anos	13%

Fonte: pesquisa realizada pela autora



## INDICADORES DE GESTÃO

Além do perfil, buscou-se também uma análise da gestão nas startups, a partir da medição do desempenho do negócio. Essa aferição balizará o gestor do negócio, norteando-o e direcionando-o para a melhoria contínua do empreendimento.

### Funcionários

Através da pesquisa, foi possível conhecer o número de pessoas ocupadas diretamente nos projetos. A média para esse ponto foi de 10 pessoas ocupadas, número relativamente maior que nas pesquisa anterior, conforme apresentado abaixo:

Gráfico 4 – Número de pessoas ocupadas nos projetos



Fonte: pesquisa realizada pela autora

Tabela 4 – Pessoas Ocupadas

Nº de Pessoas	%
De 1 a 5 pessoas	41%
De 5 a 10 pessoas	21%
De 10 a 15 pessoas	21%
Mais de 15 pessoas	17%

Fonte: pesquisa realizada pela autora

### Faturamento

O faturamento é o resultado financeiro das atividades realizadas nas empresas. A partir dessa perspectiva, a pesquisa viabilizou conhecer que 87% das startups estão faturando, conforme apresentação gráfica abaixo:

Gráfico 5 – Percentual de startups faturando



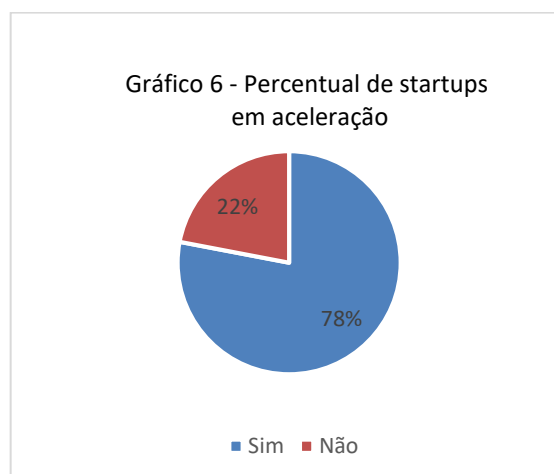
Fonte: pesquisa realizada pela autora

As startups pesquisadas, possuem um faturamento médio de R\$ 525.300,00, durante o ano de 2018, apresentando uma evolução com relação as pesquisas anteriores, mostrando o crescimento dessas empresas no mercado.

#### Participação em Programa de Incubação ou Aceleração

Com o objetivo de impulsionar o empreendimento a ter um crescimento saudável e sustentado, muitas startups ou empresas em início de vida decidem recorrer a incubadoras ou programas de aceleração. Sendo assim, as aceleradoras focam mais na escalada enquanto as incubadoras olham mais para o sentido de inovação.

Considerando a importância dessa informação, a pesquisa questionou os empresários quanto à participação nesses tipos de programas, e percebeu-se que 78% deles participaram.



Fonte: pesquisa realizada pela autora

## INDICADORES DE MERCADO

As empresas podem ampliar sua participação de mercado de duas formas, seja horizontal ou vertical ou até mesmo de forma simultânea. O crescimento horizontal ocorre quando a empresa está ampliando a sua base de clientes, em geral, resultando em maior volume de vendas.

Já no crescimento vertical, a base de clientes se mantém inalterada, mas aumenta a venda média. Dessa forma, buscou-se efetuar uma análise de forma horizontal, observando a capacidade desses pequenos empreendedores em ofertar soluções para seus clientes, despertando o interesse dos novos clientes e parcerias.

Conforme apresenta-se abaixo, 70% dos entrevistados criaram algo em produtos, serviços ou processos; 74% ampliaram seus serviços a fim de conquistar novos mercados; 70% realizaram negócios em conjunto e 83% obtiveram novos clientes.

Gráfico 7 – Indicadores de mercado



Fonte: pesquisa realizada pela autora

## CONCLUSÃO

A presente pesquisa realizada com Potenciais Empresários, Empreendedores Individuais, Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, teve como objetivo evidenciar a importância das startups alagoanas para a economia do Estado, uma vez que ainda muitas pessoas entendem que elas não geram impacto positivo no desenvolvimento das cidades.

Assim, analisou-se os entrevistados de forma a reconhecer suas principais características, com a finalidade de se atender aos objetivos esperados, como:

- **Perfil -**
  - a. **Formalização**– 82% Formalizados;
  - b. **Tempo de Atividade**– Em Média 4 Anos;
  
- **Gestão -**
  - a. **Funcionários Ocupados** – Em Média 10 funcionários;
  - b. **Empresas que Já Faturam** – 87%;
  - c. **Faturamento Médio**– R\$ 525.300,00;
  - d. **Participação em Programas de Aceleração e Incubação** – 78% participaram;
  
- **Mercado -**
  - a. **Criação de Algo Novo**– 70%;
  - b. **Ampliação de Serviços** – 74% Ampliaram;
  - c. **Negócios em Conjunto**– 70% Possuem;
  - d. **Novos Clientes** – 83% Conseguiram;

Para tanto, analisou-se as principais características desses entrevistados, visando identificar o impacto da participação do público pesquisado em programas de aceleração (78% participou) e posterior análise sobre a viabilidade da criação de um programa de aceleração de startups no Estado, **ação pioneira**, pois não há nenhum atualmente.

O resultado da pesquisa também demonstrou a contribuição das startups para o desenvolvimento da economia alagoana, evidenciando que são empresas que possuem faturamento e não apenas empreendedores sonhando ser empresários.

<b>Produtos listados pelo PROFNIT</b>	<b>Resultados esperados/ Entregáveis do projeto</b>
Desenvolvimento de aplicativos e materiais didáticos e instrucionais e de produtos, processos e técnicas	Edital do Programa de Aceleração

**EDITAL SEBRAE AL STARTUP**  
**Programa de Pré Aceleração para Startups**

**APRESENTAÇÃO**

O SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE ALAGOAS - SEBRAE/AL, entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituída sob a forma de serviço social autônomo, com sede Rua Dr. Marinho de Gusmão, 46, Centro em Maceió/AL CEP: 57.020-565, inscrito no CNPJ sob nº 12.517.413/0001-27, convida empreendedores e profissionais de tecnologia a participar do Programa do AL Startup que acontecerá entre os meses de XXXX e XXXXX de xxxx.

**1. OBJETO**

O Presente edital visa selecionar 15 (quinze) ideias/startups inovadoras nas fases de ideação e operação sediadas no Estado de Alagoas. Os empreendedores selecionados passarão por um Programa de Pré Aceleração conectado às mais recentes metodologias de desenvolvimento de negócios tecnológicos e de alto impacto no mundo.

O programa também atua de forma integrada com o ecossistema através de eventos de networking, mentorias e workshops com instrutores nacionalmente reconhecidos, visando contribuir com o desenvolvimento das startups locais.

O objetivo geral do Programa é transformar ideias inovadoras em negócios sustentáveis e escaláveis, através de uma metodologia de capacitação imersiva, na qual os empreendedores vivenciam as diversas fases de desenvolvimento de uma startup com a ajuda de mentores e profissionais especializados que irão compartilhar suas experiências em módulos práticos e mentorias. As atividades vão acontecer no Sebraelab de Maceió tendo a duração de quatro meses.

## 2. JUSTIFICATIVA

2.1 O novo formato de criação de empresas e negócios intitulado startup vem crescendo a cada dia no mercado, pois tem trazido novos produtos e serviços tecnológicos e inovadores para a sociedade.

O SEBRAE é uma instituição nacionalmente reconhecida pelo fomento as pequenas empresas operando em todos os segmentos empresariais do setor econômico, o apoio aos empreendedores com startups em desenvolvimento se tornou uma importante frente de trabalho nos últimos anos. Com isso em vista, o SEBRAE/AL lança seu Programa de Pré Aceleração para Startups.

## 3. PÚBLICO-ALVO

Empreendedores (potenciais e ativos) com startups nas fases de ideação e operação em desenvolvimento.

## 4. PROGRAMAÇÃO

O programa AL Startup inclui as seguintes atividades, as quais as startups selecionadas passarão a ter direito:

4.1. Capacitações em formato de oficinas e workshops nos temas: Modelagem de Negócios, Monetização, Desenvolvimento pelo Cliente, Pitch, Validação, MVP, Vendas e Growth Marketing, Valuation, Resolução de Conflitos entre sócios, Gestão de Pessoas e Cultura;

4.2. Plano individual de mentoria e reuniões de acompanhamento de negócios, com Consultores do Sebrae. Até 6 reuniões, de 1 hora cada, por startup;

4.3. Mentoria com parceiros locais. Até 4 eventos ao longo do Programa;

4.3.1. As mentorias realizadas por parceiros visam agregar valor ao programa com expertises e insights de profissionais externos especializados. O papel do SEBRAE é favorecer um ambiente de compartilhamento de ideias e construção conjunta.

No entanto, o Sebrae não possui quaisquer responsabilidades quanto as trocas de informações entre os mentorados e os mentores externos. As startups são responsáveis pelo controle de suas informações que possam ser compartilhadas em mentorias.

4.4. Bootcamp de Marketing Digital e Vendas;

4.5. Conexão com investidores, aceleradoras e outros atores do ecossistema empreendedor, conforme necessidade e prontidão de cada startup participante;

4.6. A participação no evento Demo Day, onde serão apresentados os resultados do programa, depende das entregas e evolução de cada startup;

4.7. O Sebraelab pode ser usado pelas startups selecionadas para realização dos trabalhos relacionados ao Programa.

## 5. INSCRIÇÃO

As inscrições serão online e devem ser realizadas de forma gratuita através do site [www.loja.al.sebrae.com.br](http://www.loja.al.sebrae.com.br), a partir do dia XX de XXXXX de XXXX, até às 23:59 do dia XX de XXXXXX de XXXX.

## 6. DOS PRAZOS DO EDITAL E DAS ETAPAS DA CHAMADA PÚBLICA

### 6.1 Cronograma previsto:

Período de Inscrições	XX A XX DE XXXX
Evento de apresentação do AL Startup - Programa de Pré-Aceleração do SEBRAE/AL	XX/XX/XXXX
Divulgação dos selecionados para Primeira Etapa – Avaliação	XX/XX/XXXX
Entrevistas com as Startups em fase de Operação	XX A XX DE XXXX
Divulgação dos selecionados em fase de Operação	XX/XX/XXXX
Etapa adicional de Prototipação para startups e projetos em fase de Ideação	XX A XX DE XXXX
Divulgação dos selecionados em fase de Ideação	XX/XX/XXXX
Período de pagamento para projetos selecionados	XX A XX DE XXXX
Meetup de Abertura do Programa	XX/XX/XXXX



## 7. CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

7.1 Ter, individualmente ou em equipe, uma startup ou projeto com modelo de negócios inovador em desenvolvimento nas fases de ideação ou operação. Ideação: o empreendedor já tem uma ideia e deseja transformá-la em um modelo de negócio sustentável, explorando uma oportunidade. Operação: o empreendedor já tem um produto ou um MVP (mínimo produto viável). É a fase em que o mais importante é aprender a gerenciar bem o negócio. Neste estágio, são necessárias ferramentas técnicas que possam ser implantadas imediatamente na operação da startup e forte visão estratégica para conquistar clientes e se posicionar no mercado.

7.2 Todas as ideias/startups inscritas passarão por uma avaliação inicial que selecionará até 30 startups para participarem da Primeira Etapa. Sendo obrigatória para startups selecionadas da fase ideação a participação no Bootcamp. Já para as startups em operação será obrigatória a participação em uma entrevista presencial para demonstração do produto e resultados no mercado.

7.3 Na seleção da primeira etapa os critérios de avaliação serão: Relevância do Problema, Modelo de Negócio e Equipe para as startups em ambas as fases. No Bootcamp e na entrevista serão avaliados os critérios: Validação, Inovação e Vendas/Mercado.

7.4 Em caso de empate por pontuação as colocações serão consideradas pela ordem de inscrição. Os primeiros inscritos terão prioridade sobre os inscritos posteriormente.

7.5 Os inscritos que ultrapassarem o número de vagas formarão uma lista de espera assumindo as vagas de desistentes.

7.6 Objetiva-se selecionar 15 startups no total.

## 8. DA FORMALIZAÇÃO E INVESTIMENTO

8.1 As startups selecionadas deverão pagar uma contrapartida de R\$ 600,00 (seiscentos reais), para a participação no Programa. A participação se limita a 2 empreendedores por workshop (sendo possível alternar os integrantes do mesmo time em cada dia de atividade).

8.2 Startups com maior número de integrantes e que queiram ter mais de 2 participantes por workshop deverão pagar R\$ 50,00 (cinquenta reais) por integrante

extra a cada workshop ou R\$ 400,00 (quatrocentos reais) por integrante extra para participação em todos os workshops do Programa.

8.3 As startups selecionadas devem realizar o pagamento entre os dias xx de XXXXX e xx de xxxxxx de XXXX, na sede do Sebrae Maceió.

8.4 Caso o pagamento não seja realizado no período previsto, startups da lista de reservas serão aprovadas até que todas as vagas sejam preenchidas.

8.5 O pagamento pode ser realizado em até 10 (dez) vezes no cartão de crédito ou via transferência bancária identificada por CPF ou CNPJ.

## 9. DAS RESPONSABILIDADES DOS PARTICIPANTES DAS STARTUPS SELECIONADAS

I Assinar o termo de compromisso referente à sua participação no programa e pagar contrapartida informada no item 8 deste edital, no prazo previsto;

II Ter ao menos 70% (setenta por cento) de participação nos eventos do programa, sem ultrapassar 2 (duas) ausências consecutivas e/ou 3 (três) ausências aleatórias nas ações previstas para o programa. Caso contrário, o certificado de participação no programa não será entregue a startup, assim como não poderá participar do Demo Day Final e a vaga será disponibilizada para participantes avulsos;

III Em caso de desistência de um ou mais participantes, comunicar imediatamente à equipe organizadora do Programa;

IV Ceder os direitos de uso de imagem obtidas durante o programa para a utilização em campanhas promocionais e/ou institucionais do SEBRAE/AL;

V Arcar com as possíveis despesas de deslocamento/alimentação/hospedagem para a participação dos empreendedores nos eventos, estes ocorrerão presencialmente no Sebraelab em Maceió.

## 10. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

10.1 O programa não contempla nenhum tipo de investimento financeiro nas startups selecionadas;

10.2. Serão realizadas avaliações intermediárias nas startups participantes ao longo do programa, com o intuito de avaliar o impacto gerado em cada uma. Aquelas

startups que não evidenciarem desenvolvimento poderão ter sua participação encerrada;

10.3. As startups que não demonstrarem comprometimento em relação as atividades do programa poderão ter sua participação descontinuada;

10.4. O Projeto AL Startup é um programa desenvolvido pelo Sebrae-AL e integrante da iniciativa nacional “Sebrae Like a Boss”.

10.5. Dúvidas podem ser enviadas para o e-mail [aurea@al.sebrae.com.br](mailto:aurea@al.sebrae.com.br) (gestora estadual do Programa).