



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
**CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS**  
**CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**



**O cenário de negócios inovadores em Picos – Pi: *Startups*, aceleradoras e investidores anjos.**

**The innovative business scenario in Picos-PI: *Startups*, accelerators and angel investors**

Andrea de Jesus Costa<sup>1</sup>, Felipe Pereira de Sousa Santos<sup>2</sup>, Renata Tomaz Cunha de Sousa<sup>3</sup>

PICOS – PI  
2018

---

<sup>1</sup> *Graduanda em Administração pela Universidade Federal do Piauí – Campus Senador Helvídio Nunes de Barros;*

<sup>2</sup> *Graduando em Administração pela Universidade Federal do Piauí – Campus Senador Helvídio Nunes de Barros;*

<sup>3</sup> *Professora da Universidade Federal do Piauí, especialista, orientadora.*

## FICHA CATALOGRÁFICA

Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí

Biblioteca José Albano de Macêdo

**C837c** Costa, Andrea de Jesus.

O cenário de negócios inovadores em Picos – Pi: Startups, aceleradoras e investidores anjos. / Andrea de Jesus Costa, Felipe Pereira de Sousa Santos– 2018.

CD-ROM : il.; 4 ¾ pol. (24 f.)

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2018.

Orientador(A): Prof<sup>a</sup>. Esp. Renata Tomaz Cunha de Sousa.

1. Negócios Inovadores. 2. *Startups*. 3. Investidores Anjo. I. Santos, Felipe Pereira de Sousa. II Título.

**CDD 658 401 2**



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
**CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS**  
**COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.  
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



**PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA**  
**DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ANDREA DE JESUS COSTA**  
**FELIPE PEREIRA DE SOUSA SANTOS**

O cenário de negócios inovadores em Picos-PI: startups, aceleradoras e investidores anjos.

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

- Aprovado(a)**  
 **Aprovado(a) com restrições**

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 27 de junho de 20 18.

Renata Tomaz Cunha de Sousa  
(Orientador – Renata Tomaz Cunha de Sousa, Esp.)

Carolina Maria Furtado Matos  
(Membro 1 – Carolina Maria Furtado Matos, Ma.)

Marcus Vinicius Dantas Linhares  
(Membro 2 – Marcus Vinicius Dantas Linhares, Dr.)

## RESUMO

Esse estudo apresenta como objetivo analisar a criação e desenvolvimento de negócios inovadores em Picos-PI. O empreendedorismo startup se popularizou na década de 90, quando surgiu a explosão da internet nos Estados Unidos, porém no Brasil só passou a ser conhecido nos anos de 1999 a 2001. Para realizar o presente estudo, optou-se por uma abordagem qualitativa, sendo realizadas entrevistas, a partir de um roteiro pré-definido. Dentre os entrevistados, compreendem empreendedores de *Startups*, proprietários da aceleradora e investidores anjos. De acordo com a pesquisa, foi possível constatar que as *Startups* em Picos geralmente nascem em ambientes acadêmicos, porém, com menor representatividade, existem também *Startups* que surgem fora das instituições de educação. Constatou-se ainda, que a aceleradora existente em Picos exerce um papel de grande importância no cenário inovador, pois ajuda no desenvolvimento das *Startups* e auxilia na busca por investimento. A pesquisa também revelou a importância dos investidores anjo na agregação de valor e conhecimento nas empresas supramencionadas, porém, foi possível verificar que na grande maioria as mesmas ainda não fazem uso de recursos financeiros advindos de investidores anjos. Por fim, a pesquisa, concluiu que o cenário de negócios inovadores em Picos-PI ainda está em fase prematura, porém, é possível notar o potencial inovador e a possibilidade de alavancagem destes negócios, assim como o surgimento de novos empreendimentos com modelo similar.

**Palavras-chave:** Negócios inovadores. *Startups*. Aceleradoras. Investidores anjo.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the creation and development of innovative businesses in the city of Picos - PI. Startup entrepreneurship became popular in the 1990s, at the same time that the Internet became popular in the United States, but in Brazil it only began to be known between 1999 and 2001. To perform this study, we opted for a qualitative approach, conducting interviews from a pre-defined script. Among the interviewees, there were *Startups* entrepreneurs, startup accelerator owners and angel investors. From the results of the research it was verified that the *Startups* in Picos are usually created in academic environments, however, there are also *Startups* that emerge outside the institutes of education. It was also verified that the accelerator that is in Picos has great importance in the innovative scenario, since it helps in the development of the *Startups* and helps in the search for investment. The research also revealed the importance of angel investors in aggregating value and knowledge to *Startups* created in Picos, however, it was possible to verify that *Startups* in Picos usually do not use financial resources from angel investors. Finally, the research concluded that the innovative business scenario in Picos-PI is still in a premature phase, but it is possible to perceive the innovative potential and the possibility of leveraging these businesses, and also the emergence of new enterprises with a similar model.

**Keywords:** Innovative businesses. *Startups*. Accelerator. Angel investors.

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo causa grandes discussões em todo o mundo, por ser responsável pelo crescimento econômico dos países desenvolvidos e subdesenvolvidos, tendo em vista a criatividade e inovação como estímulo. A atual sociedade está marcada pelo acréscimo da competitividade e pelo desenvolvimento tecnológico, assumindo um papel de destaque por ser capaz de impulsionar a criação de empresas de caráter inovador, através da necessidade de implantar novos negócios.

No Brasil, o empreendedorismo se difundiu a partir da década de 90, mas somente nos anos de 1999 a 2001, quando surgia a bolha da internet, foi que ocorreu a ascensão das *Startups* no país. O tema acerca de negócios inovadores vem sendo discutido por diversos autores, como: BRASSCOM (2013), BLANK (2014), GOMES (2012), HERMANSON (2011), RIES (2011), entre outros. Eles defendem que as *Startups* têm como principais características a repetitividade, a escalabilidade, e o uso da tecnologia da inovação. Afirmam também, que o papel das aceleradoras e investidores anjo não simplifica em investimento econômico, acrescentam a função de mentoria, tendo em vista o desenvolvimento organizacional.

Na cidade de Picos-PI existe uma infraestrutura favorável para abrigar este tipo de empreendedorismo inovador, o município é um polo de inovação, abrigando várias instituições de ensino e um grande número de jovens que estão dispostos a empreender.

Este estudo no decorrer do seu desenvolvimento, relata sobre origem, conceito, finalidade, importância, potencialidade de desenvolvimento, grau de repetitividade e escalabilidade, das três categorias de negócios inovadores abordadas: *Startups*, aceleradoras e investidores anjo. Descreve sobre a metodologia de pesquisa que será aplicada, uma pesquisa qualitativa através da aplicação de um roteiro de entrevistas com os proprietários de *Startups*, com o mentor e o investidor da aceleradora e com os investidores anjo.

O trabalho exerce sua relevância pelo fato de ser um tema recente, onde há poucos estudos relacionados e também por ser um assunto em evidência acerca do empreendedorismo. Os dados da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2016) apontam que o Brasil é o país mais empreendedor do mundo, e hoje, possui mais de 21 milhões de empresas ativas. Apesar de o país ter um número bastante expressivo em quantidade de empreendimentos, o Brasil se encontra muito aquém no quesito inovação se comparado com países mais desenvolvidos, visto que nascem muitas empresas, mas poucas com caráter inovador. Esse fato começa a mudar com a ascensão das *Startups* no mercado brasileiro, empresas com ideias e modelos de negócios inovadores, capazes de crescer e evoluir em um tempo reduzido se comparadas a empresas comuns.

O estudo representa uma grande importância ao analisar um fenômeno que ainda não tem uma notoriedade proeminente. Desse modo, esta pesquisa pretende avaliar como acontece a implementação e desenvolvimento de negócios inovadores em Picos.

Com a intenção de aprofundar a discussão sobre a temática, o estudo apresenta como questão principal de investigação: Como ocorre a criação e desenvolvimento de negócios inovadores em Picos-PI?

O estudo possui como **objetivo geral**: analisar como é realizada a criação e desenvolvimento de novos negócios inovadores em Picos-PI. Consequentemente foram formulados os **objetivos específicos** direcionados a cada categoria de negócios inovadores estudados: (1) Entender o processo de criação e desenvolvimento de *Startups*; (2) Compreender o papel das aceleradoras no desenvolvimento de *Startups*; (3) Identificar a importância do investidor anjo no cenário de negócios inovadores.

Deste modo, espera-se por meio da realização desse estudo aprofundar conhecimentos e informações mediante a questão que deu suporte principal na construção desse projeto, que

busca entender a real situação do horizonte de empreendimentos inovadores no município de Picos.

## 2 CONTEXTUALIZANDO O CENÁRIO DE NEGÓCIOS INOVADORES

Com o passar do tempo e a evolução do cenário empreendedor a necessidade de inovar se tornou algo inevitável para atender a nova estrutura de mercado, todos os dias os consumidores carecem de algo novo e o empreendedor que tem interesse de continuar no mercado tem que estar apto a introduzir essas inovações no seu negócio, a fim de atender o seus consumidores. (BISPO *et al.* 2010)

A origem do termo empreendedor vem da palavra francesa *entrepreneur*, que significa aquele que assume risco e começa algo novo. Por volta do ano 1800 foi empregado pela primeira vez pelo o economista francês Jean Baptiste Say, com o intuito de distinguir o indivíduo que tem a capacidade de transformar recursos econômicos de um setor com pouca produtividade para um setor com produtividade elevada e com maiores níveis de rendimentos (DRUCKER, 1987).

Atualmente há um crescente interesse nacional e internacional sobre o tema empreendedorismo. O desenvolvimento da teoria a respeito desse assunto é paralelo, em grande parte, a própria evolução do termo e apesar do interesse global voltado para este assunto ainda não se tem uma definição concisa internacionalmente aceita (HISRICH e PETER, 2004). Ainda de acordo com o autor, o empreendedorismo é quando são assumidos todos os riscos relacionados à criação de algo novo, oferecendo todas as condições necessárias para tornar o negócio viável e em troca ser compensado financeiramente e também lhe proporcionar satisfação pessoal.

Segundo Baggio *apud* Schumpeter (1988) o empreendedorismo é um processo de “destruição criativa”, onde os produtos ou métodos que já existem são destruídos e supridos por novos. Portanto, o empreendedorismo tem como sua característica principal a inovação, a capacidade de desconstruir um processo que possa não estar trazendo resultados satisfatórios ou que acabam com o tempo se tornando obsoletos e substituí-los por técnicas inovadoras e mais lucrativas.

O empreendedorismo no Brasil tem crescido continuamente e pode ser separado por dois fatores: o empreendedorismo por oportunidade (descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativa) e o empreendedorismo por necessidade (criam-se negócios por não haver outra alternativa). Entre os anos de 2008 e 2014 quem se destacava era o por oportunidade, representando 71% dos novos empreendimentos. Mas a partir do ano de 2015, com a crise financeira instalada no país, se obteve um crescimento considerável no número de empreendimentos abertos por necessidade. O percentual de novas empresas (com até 3,5 anos) criadas por necessidade saltou de 29% em 2014 para 43% em 2015, e se manteve praticamente estável em 2016 (GEM, 2016).

Devido a essa necessidade de evoluir e acompanhar as exigências das novas tecnologias o cenário empreendedor sofreu mudanças e adaptações, inclusive nas formas de empreender, adotando modelos de negócios dinâmicos e com capacidade competitiva. E com isso surgem as *Startups* que são um modelo de negocio que atende a esse critério de inovação (LEITE E JUNIOR, 2013). Para auxiliar as *Startups* foram criadas as aceleradoras, que de acordo com Sarmiento e Costa (2016), subsidiam o desenvolvimento das *Startups* ajudando nesta fase inicial, onde os riscos do investimento são consideravelmente maiores. Neste momento os investidores anjo que na época já faziam investimento em outros tipos de negócios, surgem para o meio das *Startups*. Conforme Mariano e Mayer (2008) os investidores anjo são empreendedores que se dispõem a fazer investimentos em negócios com características inovadoras e com grandes possibilidades de se desenvolver e gerar lucro.

O intuito de desenvolver um modelo de negócio diferenciado foi devido ao alto mercado competidor, no qual é necessário dispor de um diferencial competitivo para se sobressair. Para Macedo (2015, P.1) “É possível criar uma *startup* para concorrer em um mercado tradicional, porém é necessário que ela trabalhe de forma inovadora, com um novo modelo de negócio, que possa ser escalável e gerar muito mais valor para seus clientes.” É com esta intenção que os empreendedores decidem optar por esta nova forma de empreender, driblando a concorrência do mercado por meio de técnicas inovadoras, gerando valor para os consumidores e possibilitando a sua alavancagem no mercado.

## 2.1 Startups

O mercado é historicamente dominado por grandes organizações, empresas tradicionais com um modelo de negócio pouco flexível. Mas, devido à necessidade de acompanhar as mudanças que vêm ocorrendo no panorama econômico, as empresas estão sendo cada vez mais exigidas ou forçadas a transformarem sua forma de pensar e agir (LOPES, 2008). Neste contexto, surgiram também novos modelos de organizações, marcados pela ascensão das *Startups*. Segundo Luft (2016), o termo *startup* passou a ser mais difundido a partir da década de 90 ao mesmo tempo em que ocorria a “bolha da internet”, que foi uma bolha especulativa na qual se houve uma grande alta nas ações de empresas online, as chamadas “ponto com”, mas que ao decorrer dos anos viriam a entrar em crise, foi quando muitas empresas com investimento na bolsa de valores chegaram à falência. Durante a essa grande expansão de empresas de tecnologia no Vale do Silício, que o termo *Startup* começou a ser empregado a organizações com pouco tempo de vida, com modelo de negócios rentáveis e inovadores que podiam estar em qualquer ramo de atividade (BRASSCOM, 2013).

É impossível negar a importância das *Startups* como elemento de grande relevância no cenário econômico mundial. Ries (2011, p.26) conceitua *Startups* como “instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”, ou seja, são empresas que geralmente buscam a inovação como sua principal característica e que por consequência assume o risco de fracassar. Em outra abordagem, Gomes *et al* (2012) relata que *startup* é um conjunto de pessoas que procuram um modelo de negócio inovador, que seja capaz de crescer rapidamente e atender a uma grande quantidade de cliente, trazendo rápido retorno financeiro, com baixos custos. Seguindo o mesmo raciocínio, Blank (2014) relata que *startup* é uma organização temporária concebida para encontrar uma solução que possibilite a obtenção de um modelo de negócio recorrente e escalável. É temporária, pois ser uma *startup* é uma fase, significa que o negócio ainda não está no seu nível máximo de maturidade e seu modelo de negócio não é estável.

Devido ao contexto em que o termo *startup* foi difundido é comum automaticamente associarmos o seu significado a empresas que atuam no ramo da tecnologia, mas, segundo SEBRAE (2016) uma *startup* não é exclusivamente uma empresa tecnológica, a principal essência das *Startups* é a inovação, e não o ramo em que ela atua. No entanto, SEBRAE (2016) alerta que um negócio inovador nem sempre será uma *startup*, é preciso também que seja repetível e escalável, pois caso contrário ele demora muito para conquistar maturidade e acaba afastando os investidores. Para Hermanson (2011), *startup* é toda empresa em fase de constituição, ele explica que este tipo de empreendedorismo é mais frequente na área tecnológica, porque os custos são mais baixos do que em uma indústria, por exemplo.

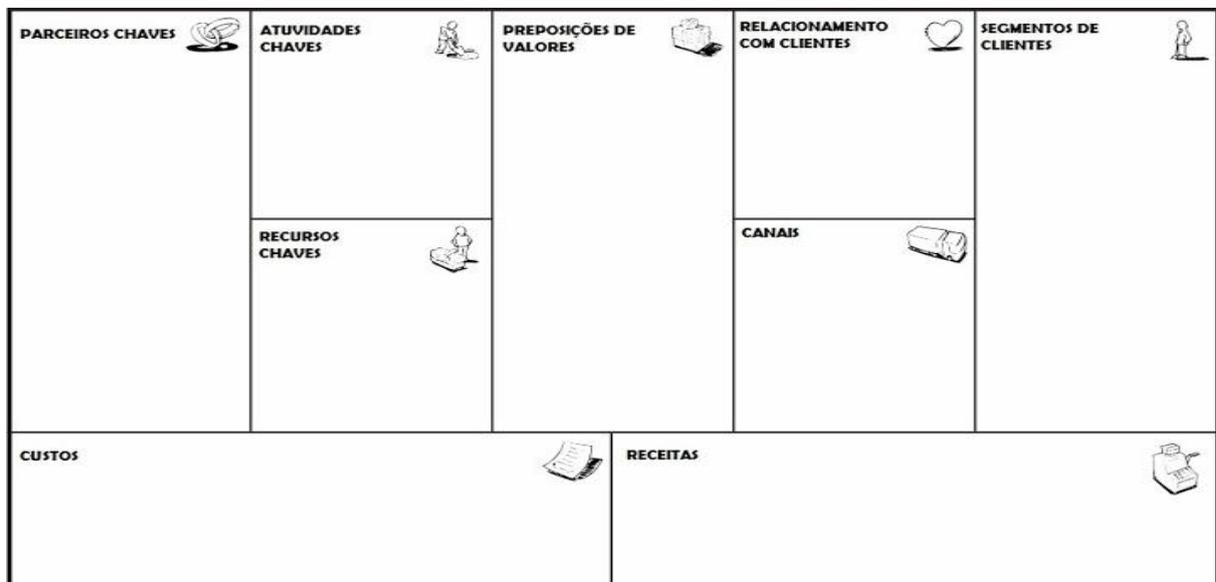
Para os autores já citados, as *startups* não são necessariamente conectadas a tecnologia, bastando apenas ter um modelo de negócio escalável e repetível. Entretanto, para Mason e Harisson (1994) as *startups* são caracterizadas por terem seu fator inovativo alinhados à tecnologia, além de possuírem também suas próprias características e

necessitarem de aporte financeiro externo para que possam sair da fase inicial do negócio e consequentemente adentrar ao mercado. Na mesma linha de pensamento, Bacher e Guild (1994) acreditam que as *startups* são empresas que buscam uma vantagem competitiva ao utilizar e comercializar uma tecnologia pela primeira vez. Pripas (2017) comenta o motivo de o termo *startup* estar tão atrelado à tecnologia, para ele existem apenas duas maneiras de atingir uma grande escala nos negócios, que é por meio da tecnologia ou por meio de um grande investimento financeiro.

No entanto, ao buscar um modelo de negócio adequado, as *startups* utilizam uma ferramenta conhecida como *Business Model Canvas*, que permite a empresa representar qualquer modelo de negócio e suas relações (CARVALHO, 2012).

O *Business Model Canvas* (BMC) é uma ferramenta criada por Alexander Cowan que auxilia na criação de novos produtos e serviços de forma rápida e visual. Consiste em uma espécie de quadro dividido em nove partes, que representam os principais elementos que compõem um modelo de negócio (RABELO, 2012).

Figura 1: *Business Model Canvas*



Fonte: (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2011)

Gomes (2017, p.47) relata a principal vantagem em se usar o BMC: “Como é um diagrama de página única, ao bater o olho o empresário, o seu time, ou o seu sócio, enxergam o que devem fazer se quiserem colocar o empreendimento em pé”. Outra vantagem de se utilizar o BMC se dá pelo fato da maior facilidade ao fazer mudanças no decorrer da formulação do plano.

Com base nas diferentes abordagens conceituais sobre *startup*, é possível notar semelhanças e diferenças nas reflexões dos autores que se debruçam sobre esse tema. Uma parte dos autores acreditam que *Startups* não estão necessariamente conectadas com a tecnologia, no entanto, existem autores que defendem que as *startups* precisam sim estar atreladas à tecnologia. Contudo, todos ou autores concordam que as *startups* são empresas que buscam um modelo de negócio inovador, que seja escalável e repetível.

## 2.2 O ciclo de vida das Startups

Diferentemente de uma empresa tradicional que possui uma estrutura bem definida, uma *startup* não possui um modelo de negócio fixado, está a todo tempo sendo modificado e se adequando às necessidades do negócio. Por essa razão o ciclo de vida de uma *startup* também se difere do ciclo de uma empresa comum. Sebrae (2016) divide o ciclo de uma *startup* em cinco momentos que servirão para identificar o estágio do projeto e do empreendedor, são eles: Momento de Curiosidade, Momento de Ideação, Momento de Operação, Momento de Tração e Momento Estrela.

A primeira fase é a curiosidade, no qual, o potencial empreendedor ainda não tem uma ideia formada, apenas a vontade de conhecer, aprender e futuramente adentrar ao mercado de Startups (ZUINE, 2014). É o momento em que o futuro empreendedor irá buscar informações através da internet, seminários, *workshops*, palestras e tudo que puder contribuir para um maior entendimento sobre o assunto (SEBRAE, 2016).

A segunda fase é o momento de ideação, nele o empreendedor já possui uma ideia de negócio, mas precisa de orientação para que possa tirar sua ideia do papel. Nessa fase deve ser definido o valor do produto ou serviço que será entregue ao cliente, é importante também definir qual o segmento do público e como a empresa pretende arrecadar dinheiro, quais serão as fontes de receita (SEBRAE, 2016). Depois de definido o modelo de negócio, é hora de criar um protótipo, o *Minimum Viable Product* (MVP), sigla que em português significa Mínimo Produto Viável, ele ajudará os empreendedores a começar o processo de aprendizagem o mais rápido possível (RIES, 2011).

O autor Schiessl (2017), define o Mínimo Produto Viável como sendo:

Uma versão do produto que apresenta um conjunto mínimo de suas características necessárias e fundamentais, visando colocá-lo “no ar” e fazer com que ele seja submetido aos testes necessários para validar sua viabilidade e também como método de aprimoramento da ideia original. Ou seja, uma versão para testar o modelo de negócios de sua *startup*, permitindo que você analise as demandas dos usuários, adeque seu modelo e projeto às necessidades de seu cliente e também potencialize seus resultados futuros.

Na terceira fase acontece o momento da operação. Nesse estágio o empreendedor e o projeto já estão mais maduros, o modelo de negócio já foi definido e o produto já foi testado e validado pelo cliente. Para Zuine (2014) é neste momento que ocorre um dos fatores mais determinantes para o sucesso de uma *startup*: a formação da equipe, é preciso achar pessoas certas para compor o time, caso o contrário, toda a ideia pode vir a falhar. Com tudo funcionando de maneira adequada, é hora de buscar investimento para o negócio. Os investidores valorizam quem chegou até esse momento, porque se uma *startup* tem clientes e faturamento estável, sua chance de sucesso é muito alta, mesmo que ainda o caixa esteja baixo ou negativo (SEBRAE, 2016).

A quarta fase corresponde ao momento de tração. É nesse estágio que deve-se buscar formas de crescer mais rápido e atrair novos parceiros ou investimentos. A Empresa já está consolidada, e irá atrás de recursos para alcançar escala, a ideia é que esses investimentos sejam aplicados em pontos específicos, como marketing por exemplo, assim o recurso poderá ser melhor empregado (SEBRAE, 2016).

Por fim, o último momento de *startup* é o estágio estrela. De acordo com a pesquisa realizada pelo Sebrae (2016), o momento estrela é quando a empresa já obteve sucesso no mercado e tem alta lucratividade, seu faturamento anual ultrapassa dezenas de milhões de dólares. Um termo bastante usado no mundo dos negócios inovadores é o de “*Startup Unicórnio*”, que significa uma grande empresa inovadora que já atingiu valor de mercado de 1

bilhão de dólares, geralmente, o passo seguinte para as *startups* unicórnio é buscar novas ideias e iniciar projetos *spin-off*, ou seja, pequenas empresas que nascem dentro de uma grande empresa.

### 2.3 O cenário brasileiro de *Startups*

De acordo com Gitahy (2011), o empreendedorismo *startup* se popularizou na década de 90, quando surgiu a explosão da internet nos Estados Unidos, porém no Brasil só passou a ser conhecido nos anos de 1999 a 2001, quando as empresas (.com) passaram a atuar no mercado eletrônico. O surgimento desse novo modelo de negócio se deve as mudanças contínuas do mercado competidor e da explosão da tecnologia inovadora a fim de acompanhar o dinamismo do mercado e atender as necessidades provenientes de cada época.

É possível notar que no Brasil existem duas realidades completamente antagônicas, a primeira é o ambiente desfavorável para empreender devido à crise financeira e política, e a segunda é que apesar da crise, há um grande crescimento no número de empresas que surgem no Brasil, esse crescimento se dá muito à considerada ascensão de *startups* no país (CLEAM, 2018). Conforme o autor, em 2012 a ABStartups (Associação Brasileira de *startups*) reunia cerca de 2,5 mil *startups* associadas, e em 2017 este número subiu para mais de 4,2 mil empresas do tipo.

Segundo Morais (2016), o modelo de negócio das *Startups* é o que mais está ganhando espaço no mercado mundial, liderados principalmente por jovens empreendedores. Os dados da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2016) comprovam a importância dos jovens brasileiros na criação de novas empresas, em 2016, cerca de 20% dos empreendimentos em fase inicial eram compostos por empreendedores com idades entre 18 e 24 anos, e se considerarmos uma escala maior, empreendedores com idades entre 18 e 34 anos eram responsáveis por 43% das empresas embrionárias.

**Quadro 1:** Taxas específicas de empreendedorismo inicial

18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 Anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
20,1 %	22,9%	19,7%	17,5%	15,0%

Fonte: GEM 2016

Santos (2012) afirma existir dois perfis de empreendedores de *startups* no Brasil, 45% são profissionais de 30 a 40 anos que já são experientes, possuem recursos próprios e estão insatisfeitos com sua profissão. E a maioria dos empreendedores, 55%, são jovens universitários entre 20 e 23 anos, geralmente estudantes de cursos de tecnologia ou de administração. Portanto, é notável a importância das universidades no cenário de negócios inovadores no Brasil, pois muitas *startups* nascem e se desenvolvem através de incubadoras dentro destes institutos de educação (ZALUSKI, 2014).

Atualmente no Brasil, as universidades estão mais empenhadas em contribuir com o desenvolvimento tecnológico e econômico do país, para Aguiar (2013) é importante o engajamento das universidades com o empreendedorismo, pois além de trazer benefícios financeiros, irá contribuir também para o aprendizado dos alunos aproximando-os da realidade técnica, econômica e social, que é o que se espera dos centros de pesquisa e das próprias universidades.

## 2.4 Aceleradoras

As aceleradoras são empresas criadas para auxiliar os empreendedores que dispõem de um projeto inovador e estão entrando agora neste meio, precisando de assistência de profissionais que possuem mais experiência, para introduzir seu negócio no mercado Trabuco(2017). Ainda de acordo com a mesma autora as aceleradoras surgiram na década de 90, mas só vieram repercutir a partir de 2005. A aceleradora pioneira foi a *Y Combinator*, que foi fundada no estado americano de Boston, porém foi transferida e passou a operar no vale do silício. Atualmente se encontram em todo mundo (AGUILHAR, 2014).

Os autores Sarmiento e Costa (2016), se referem a aceleradora da seguinte forma:

O acelerador se torna a "nova empresa", oferecendo orientação, mentoria, *networking*, conhecimento e *expertise* para novos empreendimentos, com o objetivo de ajudá-los a obter sucesso nas primeiras etapas do negócio, onde os riscos são consideravelmente maiores”.

Em conformidade com a percepção de Gomes (2017), as aceleradoras se propõem a ajudar no desenvolvimento de *startups*, inicialmente elas abrem um processo seletivo e os empreendedores que estiverem com o delineamento do negócio desenvolvido inscrevem-se e podem ter sua *startup* escolhida para ser acelerada. E a partir deste momento a aceleradora vai proporcionar participação em eventos relacionados aos seus objetivos, consultorias, e no terminativo desse processo o aporte financeiro.

Conforme Travers e Teixeira (2017), as aceleradoras dão suporte para as *startups* se desenvolverem, fornecendo subsídios essenciais para seu progresso e evolução no mercado, oportunizando o contato com todos os meios que lhe possibilitarão progredir e tornar uma grande organização, produzindo os efeitos esperados e alcançando os lucros desejados. As aceleradoras oferecem toda essa acessória e em troca recebem uma participação acionária na *startup*.

A primeira aceleradora no Brasil foi a de São Paulo e em seguida a 21212, no Rio de Janeiro, que foram fundadas entre os anos de 2010 e 2011. Essa ideia se difundiu tanto no país que o governo firmou parceria junto ao programa *Start-Up Brasil*, que é um programa de apoio as *startups* que além de oferecer ajuda financeira disponibilizavam de aceleradoras, pois observava uma grande potencialidade de crescimento deste mercado, porém faltava por parte dos empreendedores brasileiros conhecimento prático para desenvolver este modelo de negócio. (AGUILHAR, 2014)

De acordo com a percepção de Lynn (2012), as aceleradoras são organizações que ajudam *startups* oferecendo melhoria no modelo de negócio, oportunidades de *networking* com empreendedores que possuem vasta experiência no mercado, e ainda possibilidade de apresentação a investidores anjo ou até mesmo a empresas executivas. “O objetivo das mesmas é de oferecer o suporte necessário para as empresas desenvolverem seu modelo de negócios e alinharem-se com melhor eficiência em seus devidos mercados”. (RIBEIRO 2015, P. 7)

## 2.5 A importância do Investidor Anjo no processo empreendedor

O termo “Investimento Anjo” nasceu nos Estados Unidos em meados do século XX. No início, sua função era a de agir como um financiamento as peças teatrais e espetáculos. “O

investidor-anjo custeava parte da produção e participava de resultados a partir da venda de entradas e outras receitas” (BORNELI, 2014, p.6). Conforme este autor, além de investirem financeiramente nos espetáculos, era comum também o investidor anjo atuar como um mentor, contribuindo também com suas experiências profissionais para o sucesso daquele empreendimento. Segundo Zuine (2012), os investidores anjos eram chamados assim, pois assumiam o risco ao investir em produções teatrais da *Broadway*, já que não era garantido o sucesso do espetáculo, nem tão pouco que eles receberiam o dinheiro investido.

Com o passar dos anos, esse tipo de investimento começou a ser feito por mais pessoas e também passou a abranger uma diversidade maior de negócios. O empreendedor que vislumbrava uma boa oportunidade em um negócio, recebia financiamento e apoio intelectual de empresários e profissionais de diversas áreas que possuíam grande experiência nos negócios, um bom *network* e que tivesse um aporte financeiro que suportasse a evolução desse negócio (BORNELI, 2014).

Apesar de já existirem investidores anjos há um bom tempo, foi apenas na década de 1980 que eles se tornaram objeto de estudo. Wetzel (1983) realizou o primeiro estudo acerca das atitudes, comportamentos e características desse tipo de investidor que estava diretamente ligado ao mercado de capital de risco, e que tinha como principal característica, investir informalmente em pequenas empresas de tecnologia.

O estudo de Wetzel, definiu investidores anjos como:

Investidores que preenchem o que outros evitam no capital de risco, promovendo fundos de desenvolvimento para empreendedores de base tecnológica; capital inicial que não atinge os critérios de tamanho e crescimento para investidores profissionais de capital de risco. (WETZEL, 1983, p.23).

Para Wetzel (1983), os investidores anjos existem para preencher espaços que outros tipos de investidores preferem evitar. Justamente por ser um investimento de alto risco, no qual o investidor terá que apostar na ideia de outra pessoa.

Conforme Dornelas (2008), o investidor anjo é aquele que investe seu próprio dinheiro em negócios de alto risco. O investidor injeta o dinheiro no negócio e em troca recebe uma participação acionária na empresa. Para Zuine (2012), além de investir financeiramente, o investidor anjo também deve participar ativamente da gestão do negócio, a fim de beneficiá-la com sua experiência, conhecimentos e com um amplo *network*.

Gomes (2017), define investidor anjo como uma pessoa que coloca seu próprio dinheiro em uma *startup*. Geralmente são profissionais experientes, que por possuírem um maior conhecimento e um bom *network*, irão agregar valor ao negócio, além dos recursos financeiros. Um investidor anjo geralmente terá uma participação minoritária no negócio, consequentemente na maioria das vezes não terá uma posição executiva na empresa, apesar de poder atuar como um mentor auxiliando o empresário (ANJOS DO BRASIL, 2017).

### 3 METODOLOGIA

Este trabalho tem como objetivo principal analisar como é realizada a criação e desenvolvimento de negócios inovadores na cidade de Picos-PI. A metodologia utilizada se caracteriza quanto ao tipo como descritiva, pois procura entender as características particulares, verificando os perfis de pessoas, grupos, comunidades, processos, objetos e demais aspectos do horizonte estudado (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

Esta pesquisa é caracterizada quanto aos métodos como sendo de abordagem qualitativa, pois este é o método mais indicado quando tem por finalidade buscar a compreensão da perspectiva dos entrevistados. Com enfoque no caráter subjetivo do objeto analisado, estudando as suas especificidades e experiências individuais (FONSECA, 2013).

Em relação à coleta dos dados deu-se por meio de roteiros de entrevistas semiestruturados direcionados especificamente a cada parte analisada na pesquisa. O roteiro foi elaborado, levando em consideração os objetivos da pesquisa, de forma a englobar todos os questionamentos do objeto de estudo. As entrevistas foram realizadas pessoalmente pelos pesquisadores, sendo que foram entrevistados os proprietários das *startups* (denominadas de Entrevistado 01, Entrevistado 02, Entrevistado 03, Entrevistado 04, Entrevistado 05) totalizando aproximadamente 80% do universo da categoria, os investidores anjos e mentores da única aceleradora do Piauí (Entrevistado 06 e Entrevistado 07). No quadro seguinte estão dispostos os sujeitos da pesquisa.

**Quadro 2:** sujeitos da pesquisa

Sujeito entrevistado	Quantidade	Código do Entrevistado
Empreendedores de <i>Startup</i>	5	Entrevistado 1 a 5
Investidores Anjos e Mentores da aceleradora	2	Entrevistado 6 e 7

Fonte: dados da pesquisa

Para realização das entrevistas foram elaborados roteiros distintos para cada uma das categorias estudadas. Após as entrevistas os dados obtidos foram organizados em três categorias. Esse tipo de coleta de dados através de entrevistas é bastante demorado, porque após é necessário transcrever os áudios e organizá-los.

#### 4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Este estudo evidencia uma análise aprofundada a cerca do cenário de negócios inovadores de Picos-PI. Visando o entendimento de como ocorre a sua criação e desenvolvimento, realizou-se uma pesquisa envolvendo empreendedores, aceleradora e investidores.

Através do embasamento teórico estudado sobre negócios inovadores, foi possível compreender como é realizado a criação e desenvolvimento de negócios inovadores em Picos-PI. Para o estudo das entrevistas foram criadas algumas categorias de análise que irão facilitar o entendimento dos resultados.

**Quadro 3:** categoria de análise

Categorias	Descrição sumária dos resultados
Processo de criação e desenvolvimento de <i>startups</i> em Picos	Grande parte das <i>startups</i> nascem em ambientes acadêmicos; As <i>startups</i> em Picos estão em fase de validação do modelo de negócio.
Papel das aceleradoras	Ajudar as <i>startups</i> a se desenvolverem; Conseguir investimento para colocar a <i>startup</i> no mercado.
Importância do investidor anjo	É importante na agregação de valor e conhecimento ao negócio;

	Não é essencial na fase em que se encontra as <i>startups</i> em Picos,
--	---

**Fonte:** dados da pesquisa

Nas seções seguintes estão detalhadas as categorias dispostas no quadro 3 discutindo em relação ao referencial teórico.

#### 4.1 O processo de criação e desenvolvimento de *Startups* em Picos-PI

Em Picos, assim como ocorre no cenário brasileiro, é possível notar um certo padrão de como surgem as *startups*. Geralmente elas nascem em institutos de educação que incentivam a prática do empreendedorismo.

*A startup*, ela foi um projeto criado para atender outro projeto no IFPI e lá dentro a gente resolveu, e através desse projeto a gente começou a ter algumas ideias onde surgiu o Folder (Entrevistado 1).

Eu desenvolvi (a *startup*) no ensino médio no IFPI, quando eu fazia técnico de informática lá, eu desenvolvi um sistema em 2013 pra atender o evento do EITEC [...] aí eu desenvolvi para atender alguns eventos no IFPI, sistema acadêmico, aí quando eu entrei na graduação em 2015 aí eu separei, desvinculei do IFPI e aí eu criei, foi quando eu alterei o nome e inscrevi para participar de um evento em São Paulo (Entrevistado 5).

De acordo com as entrevistas percebe-se a importância no engajamento das universidades e institutos de educação para com o empreendedorismo. Conforme confirma Aguiar (2013) é importante o engajamento das universidades com o empreendedorismo, pois além de trazer benefícios financeiros, irá contribuir também para o aprendizado dos alunos aproximando-os da realidade técnica, econômica e social, que é o que se espera dos centros de pesquisa e das próprias universidades.

Depois da fase de formulação da ideia, o empresário vai em busca de orientação para o seu negócio, pois somente a ideiação não será suficiente para inserir a empresa no mercado, é preciso um estudo de análise e modelagem do negócio.

Na pré-aceleração, ela é um ajuste da ideia, de acordo com o que? Com o mercado, uma vez ajustada isso, isso culmina num modelo de negócio, então o modelo de negócio vai ser, ou seja, quem paga o que pra quem, quanto paga, como paga, você ajusta o modelo de negócio, aí uma *startup* dessas vai pra aceleração, que é botar ela no mercado, então acho que os fatores são esses (Entrevistado 7).

Quando você vem para a aceleradora, que você passa por um processo de pré-aceleração, começa a trabalhar as metodologias que são aplicadas, você vai pro campo mesmo, para a rua aplicar essa metodologia com seus clientes, aí você vê muita coisa que pra você é muito óbvio, quando você chega no mercado é diferente, então as metodologias que são aplicadas aqui na aceleradora é muito importante para fazer um negócio que funcione mesmo para o seu cliente (Entrevistado 3).

Ao desenvolver o modelo de negócio, é importante a busca de orientação. Conforme as entrevistas, ao buscar referência os empreendedores de *startups* em Picos costumam recorrer à aceleradora, pois lá ele encontrará metodologias que irão auxiliá-lo no desenvolvimento do negócio. De acordo com o SEBRAE (2016) nesse momento deve ser definido o valor do produto ou serviço que será entregue ao cliente, é importante também definir qual o segmento do público e como a empresa pretende arrecadar dinheiro e por fim determinar quais serão as fontes de receita.

Em concordância com Carvalho (2012), as *startups* em busca de um modelo de negócio apropriado utilizam uma ferramenta conhecida como *Business Model Canvas*, que possibilita a empresa representar qualquer modelo de negócio e suas relações.

Sim, a gente fez o *canvas* quando a gente tava trabalhando com a ideia ainda, para avaliar algumas coisas, e agora na pré-aceleração, a gente trabalha outros processos que no final vai gerar o *canvas*, que é a última etapa da pré-aceleração (Entrevistado 3).

Eu utilizei o *canvas* no modelo de negócio, principalmente quando eu decidi transformar em *startup*, lá em São Paulo, era um critério do evento, era mandar o *canvas*, então eu apliquei o *canvas* eu fiz modificações, dei uma melhorada. (Entrevistado 5).

Ainda não utilizamos o *canvas*, como a gente ainda está em fase de teste, o primeiro modelo proposto, a gente tá trabalhando ainda, não foi feita a modelagem do negócio (Entrevistado 4).

Com base nas respostas dadas, percebe-se que ao desenvolver o modelo de negócio a maioria das *Startups* em Picos fazem o uso da ferramenta *Business Model Canvas* (BMC) antes da validação do produto, porém, há também empresas que optaram por utilizar a ferramenta em questão somente após a validação, e isso é contrário ao pensamento dos autores estudados, como: Carvalho (2012), Rabelo (2012) e Gomes (2017), estes autores defendem a utilização do BMC em todas as fases da formulação do negócio.

Após a definição do modelo de negócio, Schiessl (2017), reitera que é necessário validar a viabilidade do produto ou serviço em questão, essa validação será possível através da criação de um protótipo ou Mínimo Produto Viável (MVP).

A aceleradora pode até receber algumas ideias, mas geralmente tem a tendência de receber pelo menos alguma coisa funcionando, que não é mais ideia, saiu da ideia, pelo menos o que a gente chama de MVP que é o mínimo produto viável, talvez nem precise ser um MVP, basta um protótipo, basta um protótipo porque o MVP já funciona e já tem o faturamento, no caso da Folder, já funciona, é um MVP, o Dr. Agenda tá fazendo seu MVP, o pessoal da Rádio já tem MVP, o pessoal da rádio é MVP, já funciona e já pode começar a ganhar dinheiro (Entrevistado 07).

Por enquanto a gente tá numa fase de testes, e está avaliando com pessoas próximas da gente também, no entanto, a aceitabilidade está bastante interessante, principalmente com relação as empresas (Entrevistado 04)

De acordo com o que foi falado nas entrevistas, percebe-se que atualmente a maioria das *startups* que atuam em Picos ainda estão em fase de validação, algumas já possuem o MVP e estão no processo de provação, isso ocorre porque apenas no início de 2018 aconteceu o lançamento da primeira aceleradora da cidade. De acordo com Ries (2011) o MVP ajudará os empreendedores a começar o processo de aprendizagem o mais rápido possível.

A existência de *startups* nem sempre esta ligada a aplicação da tecnologia da inovação, mas a utilização de tecnologia é uma ferramenta para conseguirem se desenvolverem no mercado e tornarem-se repetível e escalável.

É através de plataforma na web que você acessa pelo navegador e através dos aplicativos, hoje a gente trabalha com infraestrutura internacional, em Miami o

servidor e todas as informações estão lá por causa da internet lá que além de barata é de alta qualidade (Entrevistado 02).

A gente trabalha diretamente com o desenvolvimento da *startup*, com o desenvolvimento da plataforma, a gente tá terminando um sistema de evento em um aplicativo, estamos atualizando o aplicativo para poder publicar no *play store* e funciona basicamente 100% com tecnologia da inovação (Entrevistado 05).

Para o médico a gente trás essa questão financeira para ele ter o controle mais do caixa dele, do que entra e do que sai, isso no MVP, depois a gente vai trazer algumas funcionalidades como o medico colocar a receita no próprio aplicativo, nome do remédio, horário que eu tenho que tomar, dosagem, no aplicativo a gente vai colocar também um alarme para o remédio, então quando chegar no horário o aplicativo avisa, depois a gente pretende expandir para os exames serem também compartilhados para o aplicativo, todo o prontuário na verdade, então essa é a inovação que a gente trás (entrevistado 03).

Nas falas percebemos a utilização da tecnologia da inovação nas *startups* picoenses e isso repercute em toda a amostra estudada. Em conformidade com o SEBRAE (2016) o uso da tecnologia não é requisito para uma empresa se tornar *startup*, porem é uma ferramenta essencial para aplicação da inovação.

#### 4.3 Papel das aceleradoras

Sendo a cidade de Picos um polo de inovação, portanto um ambiente de constante desenvolvimento da cultura empreendedora, possuindo um cenário propício a adesão da tecnologia da inovação, somadas as instituições de ensino que existem aqui, com um grande número de jovens que estão disponíveis a empreender, a implementação de uma aceleradora é visto como algo de muita importância para o local, pois a aceleradora tem potencial de interferir de forma positiva neste cenário podendo auxiliar no desenvolvimento de um negócio inovador.

Treinar o empreendedor para poder fazer as coisas corretas, as vezes você tem uma ideia, mas as vezes você não está sabendo desenvolver o modelo de negócio, até mesmo a sua ideia você acha que é boa, mas quando você vai ver e modelar não é escalável, então a aceleradora vai formatar toda essa *startup* para ela esta pronta para alcançar outros níveis. (entrevistado 06)

Então a importância da aceleradora para a *startup* é essa, o empreendedor passa a ter de maneira bem profissional o uso de metodologias pra poder validar e errar menos, então a gente diminui o risco da *startup* de errar, e aumenta a possibilidade de acertar pro cenário em geral, quando se fala em Piauí, a gente tem a primeira aceleradora do Piauí, em Picos. (entrevistado 07)

Diante do que foi mencionado, a implementação da aceleradora em Picos é de extrema relevância para quem deseja entrar no mercado não somente da cidade em questão, mas de todo o cenário empreendedor que visa construir um modelo de negócio repetível e escalável. Segundo Ribeiro (2015) a aceleradora atua em forma de um '*boot-camp*', ou seja, um intervalo de tempo de imersão com foco voltado para mentorias concentradas no melhoramento do modelo de negócio.

De acordo com Gomes (2017), a primeira etapa para a aceleradora é selecionar as *startups* que vai acelerar. Portanto, a implementação de uma aceleradora em Picos se mostra de extrema importância, pois estará ao dispor dos empreendedores que tem uma ideia boa, mas tem dificuldade de torna-la a sua ideia em negócio, desta forma a aceleradora vai estar oportunizando o horizonte empreendedor e possibilitando a alavancagem do mercado inovador.

Primeiro tem que ter a ideia de uma *startup* que solucione uma dor ou um problema, você tendo essa ideia mesmo você não tendo desenvolvido ainda, você pode vim para fazer parte dos grupos de pré-aceleração que são aulas voltadas para empreendedorismo e desenvolvimento de ideias, aí vem a fase de formatação de software, aí o empreendedor tem que ter dinheiro ou então ter investidor anjo para desenvolver. (entrevistado 06).

Uma *startup* ela tem quatro fases: curiosidade, ideação, operação e tração. Aqui na nossa aceleradora a gente preza por exemplo: esses dois estágios iniciais, você pode chegar aqui com uma curiosidade e você pode chegar aqui com uma ideia, para *startup* o ideal é que venha com a definição já da ideia ou pelo menos um protótipo.(entrevistado 07)

Com base nas respostas, podemos observar que o empreendedor que pretende fundar uma *startup* já tem que ter em mãos no mínimo uma ideia bem formulada, quando ele for pedir auxílio na aceleradora. E como declara Ribeiro (2015), ao ultrapassar esta fase as melhores *startups* são selecionadas para serem apresentadas para venture capital, investidores anjo e possíveis parceiros ou clientes que possam contribuir para o desenvolvimento da empresa.

No momento em que as aceleradoras oferecem subsídios para as *startups* se desenvolverem, estarão também oportunizando seu desenvolvimento, pois o lucro da aceleradora é advindo do lucro das *startups*.

O ganho primeiro você participa e ganha autoridade neste aspecto voltado para *startup*, e toda *startup* acelerada ela deixa um percentual para a aceleradora, como se fosse um *smart money* você tá investindo não com dinheiro propriamente dito, mas com a aceleração dela”.(entrevistado 06)

“O ganho é no futuro quando essas *startups* começam a faturar, existe um contrato, entre aceleradora e cada *startup*, são contratos diferentes depende do nível de maturidade da *startup*, aí quando ela começa a faturar dependendo de como for o investimento a gente determina o percentual de participação”. (entrevistado 07).

De acordo com a fala dos entrevistados fica evidente que, as aceleradoras ganham participação acionária nas *startups*. Para Travers e Teixeira (2017) as aceleradoras investem durante o processo de desenvolvimento da *startup*, e em compensação ganha um percentual na participação dos lucros da empresa.

## 4.2 A importância do investidor anjo

Para Wetzel (1983) a principal importância dos investidores anjos é que eles preenchem espaços que outros tipos de investidores preferem evitar, justamente por ser um investimento de alto risco, na qual ele terá que apostar na ideia de outra pessoa. Para Zuine (2012) além de investir financeiramente, o investidor anjo também deve participar ativamente da gestão do negócio, a fim de beneficia-la com sua experiência, conhecimentos e com um amplo *network*.

É porque assim o investidor, ele não é essencial, ele é importante mas não é essencial, ele é importante por quê? Porque a grande maioria das *startups*, tem ideias legais, tem equipes legais, mas não tem o aporte para fazer a coisa funcionar, então assim, o investimento maior que é o investimento talvez que tenha mais sentido é o de marketing, tecnologia todo mundo faz, é muito fácil fazer essa tecnologia, agora

você vender essa tecnologia e fazer que ela seja bem vista, fazer com que as pessoas entendam como ela funciona, fazer com que as pessoas achem que ela é útil e necessária, é outra coisa, quem faz essa pegada é o marketing (Entrevistado 07).

O investimento, ele seria interessante justamente pela questão da escalabilidade, a expansão, como eu te falei anteriormente, a escalabilidade do negócio depende da estrutura física e de algumas pessoas para poder trazer o recolhimento, então o investimento seria interessante para isso (Entrevistado 04)

O investidor anjo é de fundamental importância, 100% [...] E o nosso investidor, a importância dele se torna maior ainda porque além de investir com o financeiro ele é um médico, também está dentro do mercado, então ele entende também e passa todos esses feedbacks o que dar certo e o que não dá (Entrevistado 03)

De acordo com as entrevistas, percebe-se que o investidor é importante não apenas pelo fator financeiro, mas também pelo valor que ele agregará ao negócio. Contudo, em picos, as *startups* estão ainda em fase de ideação, nesta fase o investimento ainda não é um fator essencial. Segundo SEBRAE (2016), esse momento de ideação se caracteriza por ser uma fase em que se prioriza a construção, consolidação e validação do modelo de negócio, apenas depois de definido o estrutura do negócio é que se aumentará a necessidade do investimento para que a empresa atinja escala.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao propor como objetivo de pesquisa e análise a realização, criação e desenvolvimento de negócios inovadores na cidade de Picos-PI, este estudo procurou conhecer esta realidade, a partir do posicionamento dos gestores de *startups*, aceleradora e investidores anjos.

Com a realização da pesquisa, foi perceptível que o horizonte de negócios inovadores em Picos-PI ainda está em fase prematura, porém, é possível notar o potencial inovador e a possibilidade de alavancagem destes negócios, assim como o surgimento de novos empreendimentos com modelo similar.

De acordo com o estudo é possível perceber os fatores que possibilitam a ascensão destes negócios na cidade, a existência de um ambiente favorável para abrigar empreendimentos inovadores, visto que o município é um polo de inovação, abrigando várias instituições de ensino e um grande número de jovens que estão dispostos a empreender.

Através da pesquisa foi possível identificar os fatores que envolvem a criação e o desenvolvimento de *startups* em Picos-PI. Foi visto que as empresas surgem geralmente de ambientes acadêmicos, em que os alunos são influenciados e estimulados a empreenderem, além de possuírem um bom aporte estrutural, pois os institutos de educação na cidade dispõem de profissionais capazes de conduzir de forma esplêndida.

O estudo revelou a atual situação das *startups* em Picos, foi possível notar que a grande maioria das empresas ainda estão em sua fase inicial, portanto, estão passando por uma etapa de validação do negócio e somente após esse período elas irão adentrar de fato no mercado. O principal motivo deste fenômeno é explicado pela recente criação de uma aceleradora na cidade.

Fez-se possível identificar através do estudo, o papel que exerce a aceleradora no cenário de negócios inovadores. Ela atua como uma grande facilitadora para os empresários de *startup*, pois através dela, será possível modelar e adequar à ideia do negócio de acordo com o mercado em questão, para consequentemente atingir um nível desejável de escalabilidade e repetitividade. Percebeu-se também a sua relevância não apenas para a região

de Picos, mas para todo o estado do Piauí, no qual desponta como a primeira aceleradora piauiense.

Em relação à importância exercida pelos investidores anjos em Picos, foi possível concluir que a sua atuação nas *startups* estudadas se dá mais pelo valor que ele irá agregar ao negócio do que pelo próprio investimento financeiro, isso acontece pelo fato de as *startups* estarem passando por uma fase em que o aporte financeiro não é determinante para o progresso da empresa, porém, se espera que futuramente, as referidas *startups* comecem a receber investimento financeiro para que possam atingir escala em seus negócios.

Essa pesquisa é de grande relevância para o tema estudado, visto que ela foi realizada em um momento de extrema importância no cenário de negócios inovadores em Picos, ao mesmo tempo em que surge na cidade a primeira aceleradora piauiense.

Apesar de o referido trabalho ter atingido o seu principal objetivo: analisar como é realizada a criação e desenvolvimento de negócios inovadores em Picos-PI, é percebido que ainda há a muito a se explorar acerca do tema tratado, por ser um assunto recente e que está em constante evolução. Portanto, esta pesquisa serve como um subsídio teórico-prático para que novos estudos com a mesma temática sejam elaborados, como registro bibliográfico e como fonte de pesquisa para a comunidade acadêmica, empresários e investidores que se interessem em compreender o cenário de negócios inovadores na cidade de Picos-PI.

## REFERÊNCIAS

AGUILHAR, L. **Aceleradoras de startups ganham força no Brasil: mas precisam provar eficiência.** 2012. Disponível em:<<https://link.estadao.com.br/noticias/geral,aceleradoras-de-Startups-ganham-forca-no-brasil-mas-precisam-provar-eficiencia,10000031831>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

ALEXANDRE, O. **Inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários.** Rio de Janeiro: Altas Book, 2011. 300p.

ALBERONE, M.; CARVALHO, R.; KIRCOVE, B. **Sua ideia ainda não vale nada – O guia prático para começar a validar seu negócio.** Rio de Janeiro, 2012.

ANJOS DO BRASIL. **O que é um investidor-anjo.** Disponível em:<<http://www.anjosdobrasil.net/o-que-e-um-investidor-anjo.html>>. Acesso em: 15 mai. 2018.

BACHHER, Jagdeep S.; GUILD, Paul D. **Financing early stage technology based companies: investment criteria used by investors.** *Frontiers of Entrepreneurship Research (Proceedings of the 16th Annual Entrepreneurship Research Conference)*, 1996, pp. 363–376, Babson College, Wellesley, MA.

BAGGIO, A. F. ; BAGGIO D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, v. 1, n. 1, p. 25-38. São Paulo, 2014.

BISPO, C.S.; SOUZA, D.J.; et al. **Empreendedorismo e Inovação.** Disponível em: [file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Rar\\$Dla0.141/artigo\\_empreendedorismo\\_inovacao\(3\)%201.pdf](file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Rar$Dla0.141/artigo_empreendedorismo_inovacao(3)%201.pdf). Acesso em 18 nov. 2017.

BRASSCOM - Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação. **Start Up.** Disponível em:

file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Rar\$DIA0.813/BRASSCOM.pdf> Acesso em: 20 abr. 2018

CLEAM, W. **O cenário de crescimento das Startups no Brasil**. Disponível em< <https://transformacaodigital.com/o-cenario-de-crescimentos-das-Startups-no-brasil/>>. Acesso em: 18 jun. 2018

COUTINHO, C, P. **Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática**. Edições Almeida: Coimbra, 2014.

BLANK,S. **Startup: manual do empreendedor: O guia passo a passo para construir uma grande empresa**. Rio de Janeiro:Alta Books, 2014.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

EMPREENDEDORISMO DIGITAL DE IMPACTOS. **Qual a diferença entre o Business Model Canvas e o Lean Canvas? 2012**. Disponível em:<<http://bizstart.com.br/qual-a-diferenca-entre-o-business-model-canvas-e-o-lean-canvas/>> Acesso em: 31 mai. 2018.

FONSECA, J.J.S. **Metodologia da pesquisa Científica**. Fortaleza: UEC, 2013. Apostila.

GITAHY, Yuri. **O que é uma startup?**. Empreendedor Online – Empreendedorismo na Internet e negócios online,2011 . Disponível em:<<http://www.empreendedoronline.net.br/o-que-e-uma-startup/>> Acessado em 23/11/2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil : 2016 \** Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2017. 208 p. : il.

GOMES, D.T.; MUNIZ, R. M.; DIAS, A. T.;GONÇALVES, C. A. **Apresentação de um projeto de estratégia em uma empresa inovadora**. Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, v. 5, n. 3, p. 413-438, SET./DEZ. 2012.

GOMES, T. **Nada Easy: O passo a passo de como combinei gestão, inovação e criatividade para levar minha empresa a 35 países em 4 anos**. São Paulo, Editora Gente, 2017

HISRICH, R. D., & Peter, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBQP, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. GEM, Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo, 2015.

LEITE, G.S.L.; JUNIOR,M.L.B. **os modelos de desenvolvimento de startups: um estudo de caso em uma empresa de comércio eletrônico**, 2013, 109 f.. Graduação ( Monografia) Engenharia de Produção da Escola Politécnica, Universidade Federal do Rio de Janeiro,2013.

LOPES, J. R. B. **Desenvolvimento e mudança social: formação da sociedade urbano-industrial no Brasil**. Rio de Janeiro: CEPS, 2008.

LUFT, M.P. **Startups: do surgimento ao sucesso nas estratégias de marketing.**2016. Disponível em:< [Luft https://startupipi.com.br/2016/01/estrategias-de-marketing-digital-para-Startups/](https://startupipi.com.br/2016/01/estrategias-de-marketing-digital-para-Startups/)>. Acesso em: 26 mai. 2018.

MASON, Colin M.; HARRISON, Richard T. **The Informal Venture Capital Market in the UK**, in: A. Hughes and D. J. Storey (eds) *Financing Small Firms*, 1994, pp. 64–111. London: Routledge.

MORAIS,R. **Principais startups da atualidade – e o que você pode aprender com elas.** Disponível em< <http://empreendedorx.com.br/brasil-e-empreendedorismo/principais-Startups-da-atualidade>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

PRIPAS, Flávio. Para ser *startup*, tem que ser uma empresa de tecnologia?. Youtube, 11 set. 2017. Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=nzSwe2JK5N8>>. Acesso em: 02 jun. 18.

REBELO,P. **Business Model Canvas, passo a passo.** 2012. Disponível em: < <https://www.infoq.com/br/articles/business-model-canvas-introducao>>. Acesso em: 31 mai. 2018.

RIBEIRO,A.T.V.B.; PLONSKI,G.A.; ORTEGA,L.M . **Um fim, dois meios: aceleradoras e incubadoras no brasil ( artigo) .** ALTEC: Pórtó Alegre, 2015. Disponível em: [file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Rar\\$DIa0.964/incubadoras\\_e\\_aceleradoras\\_no\\_brasil%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Rar$DIa0.964/incubadoras_e_aceleradoras_no_brasil%20(1).pdf)> Acesso em: 01 abr. 2018.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas.** São Paulo, Lua de Papel, 2011.

SARMENTO, M. R. C.; COSTA, L. F. L. G. **O papel das aceleradoras na consolidação de novas empresas de cultura empreendedora a luz da metodologia lean startup.**2016. Artigo. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, 2016. Disponível em: [file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Rar\\$DIa0.346/papel%20das%20aceleradoras.pdf](file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Rar$DIa0.346/papel%20das%20aceleradoras.pdf). Acesso em: 01 abr. 2018.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. D. P.B. **Metodologia da pesquisa.** 5. Ed. Porto Alegre: penso,2013.

SEBRAE: **E-BOOK Sua startup está pronta para captar recursos?** Disponível em: [file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Rar\\$DIa0.245/SEBRAE%20\(2016\).pdf](file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Rar$DIa0.245/SEBRAE%20(2016).pdf)

SCHIESSL, M. **MVP | o que é e como validar o MVP de sua startup de agtech.**2012. disponível em:< <http://www.startagro.agr.br/mvp-o-que-e-e-como-validar-o-mvp-de-sua-startup-de-agtech/>>. Acesso em: 21 mai. 2018

**STARTUP BRASIL. Rev. Galileu.** Disponível em:< <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI331599-17773,00-STARTUP+BRASIL.html> > acesso em: 03 jun. 2018

TEIXEIRA, C.S.; TAVERES,P.K. As características definidoras das aceleradoras e suas diferenças para outras organizações filantrópicas. **R. Eletr. do Alto Vale do Itajaí** –v. 6, n. 9, p. 98-107, jul., 2017

TRABUCO, J. **Aceleradoras de Startups ganham força no Brasil**; mas precisam provar eficiência. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,aceleradoras-de-Startups-ganham-forca-no-brasil-mas-precisam-provar-eficiencia,10000031831>. Acesso em 04 de maio de 2018.

TRABUCO, J. **O que são aceleradoras de Startups?** Disponível em: <https://www.montarumnegocio.com/o-que-sao-aceleradoras-de-Startups/>. Acesso em: 21 mai. 2018.

WETZEL, William E. *Angels and Informal Risk Capital*. Sloan Management Review, 24 (4), 23-24, 1983.

ZALUSKI, P. R. **O cenário de crescimento das Startups no Brasil**.2012. Disponível em:< - <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/o-papel-das-incubadoras-de-empresas-no-desenvolvimento-de-projetos-inovadores-em-universidades/80440/>

ZUINE, P. **4 fases que sua startup precisa superar para dar certo**.2014. Disponível em:< - <https://exame.abril.com.br/pme/4-fases-que-sua-startup-precisa-superar-para-dar-certo/>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

## APÊNDICE A – Roteiro de entrevistas às *Startups*



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
 CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS  
 CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO  
 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
 Rua Cícero Eduardo S/N Bairro Junco-64.600-000 – Picos- Piauí  
 Fone (89) 3422 – 1087 Fax (89) 3422-1043



### ROTEIRO DE ENTREVISTA

O objetivo desta entrevista é obter informações sobre o cenário de negócios inovadores em Picos-PI: *startups*, aceleradoras e investidores anjo.

1. Nome da empresa (*startup*)?
2. Nome do(s) mentor(s), empresário?
3. Quando foi fundada a *startup*?
4. Como foi o processo de desenvolvimento da ideia?
5. Como chegou a conclusão que aquela ideia tinha potencialidade para tornar - se um negócio?
6. Quais aspectos foram analisados para fundar a *startup*?
7. Na sua visão (do empresário) qual é o potencial de repetitividade e escalabilidade da empresa?
8. Como tem sido a receptividade da empresa pela sociedade Picoense?
9. É aplicada tecnologia da inovação na empresa, de que forma?
10. Quais são os aspectos inovadores da empresa?
11. Vocês utilizam ou já utilizaram o *Canvas* de modelo de negócios?
12. Como você vê a importância do investidor anjo no seu negócio?
13. Como você vê a importância da aceleradora no seu negócio?

## APÊNDICE B – Roteiro de entrevista a Aceleradora



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
Rua Cícero Eduardo S/N Bairro Junco-64.600-000 – Picos- Piauí  
Fone (89) 3422 – 1087 Fax (89) 3422-1043



### ROTEIRO DE ENTREVISTA

O objetivo desta entrevista é obter informações sobre o cenário de negócios inovadores em Picos-PI: *startups*, aceleradoras e investidores anjo.

1. Nome da empresa (aceleradora)?
2. Nome do responsável, empresário fundador?
3. Quando foi fundada a aceleradora?
4. Em que situação foi enxergada a necessidade de uma aceleradora em Picos?
5. Que fatores foram analisados para ver a possibilidade da aceleradora da certo, e suas potencialidades de se desenvolver?
6. Qual o objetivo principal de uma aceleradora?
7. Qual o papel das aceleradoras no processo de criação de startups?
8. O que o empresário que planeja fundar uma *startup* tem que dispor, quando for pedir auxílio para aceleradora?
9. Qual a importância de uma aceleradora no desenvolvimento de *startups*?
10. Qual o ganho para a aceleradora ao oferecer suporte para o desenvolvimento das *startups*?

## APÊNDICE C – Roteiro de entrevista aos investidores anjo



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
 CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS  
 CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO  
 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
 Rua Cícero Eduardo S/N Bairro Junco-64.600-000 – Picos- Piauí  
 Fone (89) 3422 – 1087 Fax (89) 3422-1043



### ROTEIRO DE ENTREVISTA

O objetivo desta entrevista é obter informações sobre o cenário de negócios inovadores em Picos-PI: *startups*, aceleradoras e investidores anjo.

1. Nome do investidor? Formação. Ocupação.
2. Há quanto tempo você investe em negócios inovadores?
3. Você costuma fazer outros tipos de investimentos? Quais?
4. Quais são os fatores essenciais que levaram você a investir em negócios inovadores?
5. Você prefere investir em algum tipo (ramo) de negócio específico? Qual? Por que?
6. Na decisão de investir ou não em um negócio inovador, quais os critérios você procura avaliar?
7. Com que frequência você costuma investir em novas empresas?
8. Você costuma participar ativamente da gestão da empresa? Se sim, de que forma?
9. Você costuma investir em negócios de outras cidades além de Picos?
10. Qual a sua importância no cenário de negócios inovadores em Picos?
11. Como você vê a importância da aceleradora no cenário de negócios inovadores em Picos?
12. Quais as principais vantagens em ser um investidor anjo?
13. Quais as principais desvantagens em ser um investidor anjo?



TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA  
"JOSÉ ALBANO DE MACEDO"

Identificação do Tipo de Documento

- ( ) Tese  
( ) Dissertação  
( ) Monografia  
( X ) Artigo

Eu, Delipe Pereira de Sousa Sontes e Andressa de Jesus Costa  
autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de  
02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar,  
gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação  
O cenário de negócios inovadores em Picos-PI:  
Startups, aceleradoras e investidores anjos.  
de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título  
de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 13 de Julho de 2018.

Andressa de Jesus Costa  
Assinatura

Delipe P. S. Sontes  
Assinatura