



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**CAMPUS DE QUIXADÁ**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

**ANTHONY STEFFANO MOREIRA MARTINS**

**OS DESAFIOS DE EMPREENDER NOVOS NEGÓCIOS COM STARTUPS EM  
QUIXADÁ**

**QUIXADÁ**  
**2024**

ANTHONY STEFFANO MOREIRA MARTINS

OS DESAFIOS DE EMPREENDER NOVOS NEGÓCIOS COM STARTUPS EM QUIXADÁ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Sistemas de informação do Campus de Quixadá da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Sistemas de informação.

Orientador: Prof. Me. Carlos Igor Ramos Bandeira.

QUIXADÁ

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

M341d Martins, Anthony Steffano Moreira.

Os desafios de empreender novos negócios com startups em Quixadá / Anthony Steffano Moreira  
Martins. – 2024.  
53 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Campus de Quixadá,  
Curso de Sistemas de Informação, Quixadá, 2024.

Orientação: Prof. Me. Carlos Igor Ramos Bandeira.

1. startups. 2. inovação. 3. empreendedorismo. 4. novos negócios. 5. mortalidade de startups. I. Título.  
CDD 005

---

ANTHONY STEFFANO MOREIRA MARTINS

OS DESAFIOS DE EMPREENDER NOVOS NEGÓCIOS COM STARTUPS EM QUIXADÁ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Sistemas de informação do Campus de Quixadá da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Sistemas de informação.

Aprovada em: 27/09/2024.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Me. Carlos Igor Ramos Bandeira (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Brenno Buarque de Lima  
Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA)

---

Prof. Me. Wesley Castro Sabino  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

## AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Carlos Igor Ramos Bandeira, minha sincera gratidão pela orientação e valiosos ensinamentos. Agradeço por ter aceitado o desafio e por me guiar com sabedoria até a conclusão desta pesquisa.

Ao Prof. Enyo José Tavares Gonçalves, muito obrigado pelos seus ensinamentos. Reconheço que, como alunos, nem sempre enxergamos as situações da mesma forma que nossos professores, o que pode nos levar a tomar decisões equivocadas. No entanto, o senhor nunca deixou de acreditar em nós, mesmo quando nem eu acreditava em mim. Sua confiança fez toda a diferença.

À Prof<sup>a</sup> Rainara Maia Carvalho, minha profunda gratidão pela paciência e dedicação ao longo deste percurso. Como aluno, muitas vezes me senti perdido, mas sua compreensão e apoio foram essenciais para que eu pudesse seguir em frente.

Ao Coordenador Prof. Roberto Cabral Rabêlo Filho, meu especial agradecimento por todo o apoio e incentivo durante essa jornada. Sua dedicação e empenho em me guiar até a conclusão foram fundamentais, e seu exemplo de persistência me inspirou a não desistir, mesmo nos momentos mais desafiadores.

À minha família, meu alicerce e porto seguro, que esteve ao meu lado com amor incondicional e palavras de encorajamento. A vocês, minha eterna gratidão pela paciência, compreensão e pelo apoio inabalável em cada etapa dessa jornada, especialmente nos momentos mais desafiadores. Mãe, seu cuidado, dedicação e a segurança que você sempre me transmitiu foram fundamentais para que eu tivesse forças para seguir em frente. Este não é apenas um sonho meu sendo realizado, é um sonho nosso, fruto de tudo que você sempre fez por mim.

Aos meus amigos, em especial ao Ian Mateus Torres Pompeu e Jonas Bezerra da Costa Máximo, que compartilharam comigo os desafios e conquistas deste percurso. Obrigado pelas conversas, pela força e por acreditarem em mim. Vocês tornaram essa jornada mais leve, divertida e significativa.

"Inovação é a única maneira de vencer"  
(Steve Jobs)

## RESUMO

A inovação, impulsionada pelo avanço tecnológico, tem favorecido o surgimento de *startups* em diversas regiões do Brasil, incluindo no sertão central especificamente em Quixadá. Contudo, muitas dessas *startups* enfrentam desafios únicos devido à sua localização, fora dos grandes centros urbanos, onde o acesso a recursos, treinamentos, rede de contatos e oportunidades de financiamento é limitado.

Nesse contexto, a Universidade Federal do Ceará (UFC), Campus Quixadá, se destaca por sua atuação na divulgação do empreendedorismo por meio do Núcleo de Inovação e Empreendedorismo (INOVE). Esse núcleo desempenha um papel fundamental ao oferecer suporte as *startups*, através de auxílio nos programas de pré-aceleração, mentorias, monitorias e cria um ambiente favorável ao desenvolvimento de tecnologias inovadoras.

Este estudo investigou os principais desafios enfrentados pelas *startups* de base tecnológica vinculadas à UFC, Campus Quixadá. A pesquisa, realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com os fundadores, revelou desafios como o acesso limitado a investidores, falta de treinamentos especializados e a dificuldade de encontrar mentores com experiência na área que a *startup* atua. Além disso, constatou-se que a localização geográfica impõe barreiras adicionais, como menor participação de eventos, dificuldades em estabelecer uma base de confiança com investidores e dificuldade de encontrar mentores especializados. Com base nesses achados, foram sugeridas soluções para mitigar a mortalidade das *startups* e fortalecer o ecossistema empreendedor.

**Palavras-chave:** startups; inovação; empreendedorismo; novos negócios; mortalidade de startups.

## ABSTRACT

Innovation, driven by technological advances, has favored the emergence of *startups* in various regions of Brazil, including in the central hinterland, specifically in Quixadá. However, many of these *startups* face unique challenges due to their location, outside the major urban centers, where access to resources, training, networking and funding opportunities is limited.

In this context, UFC, Quixadá Campus, stands out for its work in promoting entrepreneurship through INOVE. This nucleus plays a key role in providing support to startups by helping with pre-acceleration programs, mentoring, monitoring and creating a favorable environment for the development of innovative technologies.

This study investigated the main challenges faced by technology-based startups linked to the Quixadá Campus. The research, conducted through semi-structured interviews with the founders, revealed challenges such as limited access to investors, a lack of specialized training and the difficulty of finding mentors with experience in the area in which the *startup* operates.

In addition, it was found that geographical location imposes additional barriers, such as less participation in events, difficulties in establishing a basis of trust with investors and difficulties in finding specialized mentors. Based on these findings, solutions were suggested to mitigate the mortality of *startups* and strengthen the entrepreneurial ecosystem.

**Keywords:** startups; innovation; entrepreneurship; new business; startup mortality.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Distribuição de empreendedores nascente por sexo . . . . .	21
Figura 2 – Distribuição de empreendedores nascente por faixa etária . . . . .	21
Figura 3 – Representação dos 22 itens na escala de medição do perfil empreendedor. . .	25
Figura 4 – Distribuição dos Fundadores por Faixa Etária. . . . .	31
Figura 5 – Maturidade das <i>Startups</i> nas Diferentes Fases . . . . .	32
Figura 6 – Participação das <i>Startups</i> nos programas de aceleração. . . . .	33

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Taxas (% população adulta) e estimativas (número de pessoas) de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil - 2019:2023 . . . . .	20
Tabela 2 – Escala Empreendedor . . . . .	26
Tabela 3 – Ranking das principais dificuldades . . . . .	36

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Comparativo entre os trabalhos relacionados e a proposta do trabalho. . . .	27
Quadro 2 – Comparação dos programas de aceleração. . . . .	35

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABS	Associação Brasileira de <i>Startup's</i>
AWC	<i>Academic Working Capital</i>
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
FIEC	Federação das Indústrias do Estado do Ceará
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IA	Inteligência Artificial
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
IES	Instituições de Ensino Superior
INOVE	Núcleo de Inovação e Empreendedorismo
IoT	Internet das Coisas
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais
MVP	Produto Mínimo Viável
Ninna	Núcleo de Inovação e Novos Negócios Aplicados
NUTEC	Núcleo de Tecnologia e Qualidade Industrial do Ceará
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
PJ	Pessoa Jurídica
PRAIA	Programa em Rede de Apoio à Incubação e Aceleração
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECITECE	Secretaria de Ciência, Tecnologia e Educação Superior
TCC	Trabalhos de Conclusão de Curso
TIM	<i>Telecom Italia Mobile</i>
UECE	Univesidade Estadual do Ceará
UFC	Universidade Federal do Ceará
UNICHRISTUS	Centro Universitário Christus
UNIFOR	Universidade de Fortaleza

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b>	13
1.1	<b>Objetivos</b>	15
1.1.1	<i>Objetivo principal</i>	15
1.1.2	<i>Objetivo específicos</i>	15
1.1.3	<i>Organização do trabalho</i>	15
2	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	16
2.1	<b>Inovação</b>	16
2.2	<b>Startups</b>	18
2.3	<b>Empreendedorismo e Educação Empreendedora</b>	19
3	<b>TRABALHOS RELACIONADOS</b>	22
3.1	<b>Mortalidade dos empreendimentos de Micro e Pequenas empresas: Causas e Aprendizagem</b>	22
3.2	<b>Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor</b>	24
3.3	<b>Este trabalho.</b>	26
3.4	<b>Quadro Comparativo.</b>	26
4	<b>METODOLOGIA</b>	28
4.1	<b>Método de Coleta</b>	28
4.2	<b>Seleção dos Participantes.</b>	29
4.3	<b>Procedimentos de Coleta de Dados</b>	29
4.4	<b>Análise dos Dados</b>	29
4.5	<b>Análise dos programas de apoio a startups no estado do Ceará</b>	30
4.6	<b>Apresentação dos resultados</b>	30
5	<b>RESULTADOS</b>	31
5.1	<b>Perfil dos Respondentes</b>	31
5.2	<b>Maturidade das startups</b>	32
5.3	<b>Participação dos programas de aceleração</b>	33
5.4	<b>Comparativo entre os programas de aceleração</b>	33
5.5	<b>Dificuldades Enfrentadas</b>	36
5.5.1	<i>Critérios para seleção das principais dificuldades</i>	36

5.5.1.1	<i>Treinamentos Especializados</i>	36
5.5.1.2	<i>Mentores mais especializados na área</i>	37
5.5.1.3	<i>Acesso a Investidores</i>	37
5.5.1.4	<i>Localização geográfica das startups</i>	38
5.5.1.5	<i>Relacionamento interpessoal com os membros das startups</i>	38
<b>6</b>	<b>CONCLUSÕES E TRABALHOS FUTUROS</b>	<b>40</b>
<b>6.1</b>	<b>Propostas de Soluções</b>	<b>41</b>
<b>6.1.1</b>	<b><i>Mentores e Treinamentos Especializados</i></b>	<b>41</b>
<b>6.1.2</b>	<b><i>Acesso a investidores</i></b>	<b>42</b>
<b>6.1.3</b>	<b><i>Localização Geográfica das Startups</i></b>	<b>43</b>
<b>6.1.4</b>	<b><i>Relacionamento Interpessoal com os Membros das Startups</i></b>	<b>44</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>45</b>
	<b>APÊNDICE A – ROTEIRO UTILIZADO PARA A ENTREVISTA</b>	<b>48</b>
	<b>ANEXO A – INFORMAÇÕES DA PESQUISA</b>	<b>51</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A importância das empresas na sociedade vai além da simples oferta de bens e serviços, elas desempenham um papel crucial no progresso econômico e social (Motta, 1979). No contexto cearense, o desenvolvimento industrial pode ser dividido em três fases: a fase espontânea (1881-1950), marcada pela indústria algodoeira e produção de óleos vegetais; a fase de intervenção planejada (1950-1987), caracterizada por crises industriais e atraso em relação ao sul do país; a fase de incentivos fiscais (1987-2000), que atraiu capitais nacionais e estrangeiros, consolidando a indústria local.

Durante essa última fase, com o objetivo de superar os desafios da inovação, foi criado o Fórum de Tecnologia na Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), sob coordenação do Instituto Euvaldo Lodi (IEL). Esse fórum foi um marco significativo, pois reuniu os principais atores da chamada *Triple Helix* – governo, universidade e indústria – e lançou as bases do Ecossistema Local de Inovação (Teixeira *et al.*, 2022).

Com a transição para a era da Indústria 4.0, a inovação se tornou um dos principais motores do desenvolvimento. As *Startups*, organizações focadas na criação de soluções tecnológicas, tornaram-se protagonistas desse cenário. Elas se destacam por sua capacidade de incorporar tecnologias emergentes, como a Inteligência Artificial (IA), Internet das Coisas (IoT), a robotização, atendendo novas demandas do mercado (Ottonicar; Valentim, 2021).

Muitos confundem inovação com novas ideias, belas concepções e teorias do que fazer ou como algo deveria ser. "Inovação é mais do que a ideia, é a ideia aplicada e executada"(Audy, 2017). Como define Melo e Leitão (2010), inovação é a introdução de produtos, processos ou sistemas novos ou com características diferenciadas, gerando repercussões socioeconômicas.

Empresas que inovam e diferenciam produtos têm algo a mais. É só pensar nas empresas que chamam atenção: elas têm algo de diferente, seja no produto, na relação de serviço ou no canal de comercialização, seja na marca, no *design* ou em outro aspecto qualquer. Segundo Salerno "Raramente a empresa dos sonhos é aquela de produtos comuns ou de serviço padronizado, pois são as empresas inovadoras que geram mais renda, além de inovação"(Negri; Kubota, 2008). Com essa busca de empresas inovadoras e com o avanço exponencial da tecnologia começaram a surgir novos recursos e meios para erguer organizações, com novas propostas e nova mentalidade, surgem as *Startups*.

"A *Startup* é uma instituição desenhada para criar um novo produto ou serviço,

em condições de extrema incerteza, que tem na inovação o centro de suas operações"(Ries, 2012). Com isso, pode-se dizer que elas têm um modelo não tradicional, mas com alta inovação e podendo ser concebida em um ambiente diferente das demais organizações. No total são cerca de 2.593 *startups* cadastradas no sistema da Associação Brasileira de *Startup's* (ABS), na qual o Ceará possui 63 cadastradas formalmente, existindo outras que estão em processo de formalização.

Nesse contexto, observou-se uma mudança na abordagem de algumas Instituições de Ensino Superior (IES) que tradicionalmente se preocupavam somente em preparar profissionais para o mercado de trabalho para Martens e Freitas (2008), mas agora têm capacitado profissionais para desenvolver novas iniciativas empresariais. As universidades têm promovido essas ações por meio da criação de espaços de *Coworking*, eventos e treinamentos para os estudantes.

A UFC sediada na cidade de Quixadá, tem atuado de maneira empreendedora ao participar ativamente com universitários que desejaram consolidar a ideia de criar suas *startups*, e vem colhendo grandes conquistas nessa caminhada. A criação do núcleo foi essencial para proporcionar programas de pré-aceleração e organizando diversas mentorias, além de criar um ambiente empreendedor e uma base para quem quer desenvolver tecnologias inovadoras. O INOVE visa estabelecer um ambiente de inovação e negócios dinâmicos, onde é possível trilhar o caminho completo da ideia até produtos e/ou serviços comerciais.

A criação e o desenvolvimento de *startups* enfrentam desafios significativos, especialmente em regiões afastadas dos grandes centros de inovação. Entre as principais dificuldades identificadas estão o difícil acesso a recursos financeiros e redes de investidores, a limitação de mentores e treinamentos especializados e a dificuldade em se conectar a ecossistemas de inovação mais amplos. Esses obstáculos afetam diretamente a capacidade dessas *startups* de expandir suas operações, conquistar novos clientes e atrair investimentos.

Nesse contexto, o presente estudo tem como objetivo analisar essas barreiras enfrentadas pelas *startups* na região de Quixadá. Além disso, busca propor soluções que possam fortalecer o ecossistema local, aumentar a taxa de sucesso dessas iniciativas e promover um ambiente mais favorável ao desenvolvimento tecnológico e econômico na região.

Compreender essas dificuldades é essencial para propor políticas públicas, programas de apoio e iniciativas que possam fortalecer o ecossistema empreendedor na região, além de aumentar a taxa de sobrevivência dessas *startups*.



## 1.1 Objetivos

### 1.1.1 *Objetivo principal*

Analisar as dificuldades enfrentadas por *startups* localizadas no interior do estado do Ceará, com foco especial na região do Sertão Central, Quixadá, particularmente aquelas que foram sediadas na UFC.

### 1.1.2 *Objetivo específicos*

- Identificar as principais dificuldades enfrentadas pelas *startups* do interior do Ceará, especialmente na região de Quixadá.
- Analisar o impacto da localização geográfica no desenvolvimento das *startups* no Sertão Central.
- Comparar os programas de apoio e aceleração de *startups* inseridos no Estado do Ceará.
- Propor soluções para reduzir a taxa de mortalidade das *startups* na UFC Quixadá.

### 1.1.3 *Organização do trabalho*

O presente trabalho está estruturado nos seguintes capítulos:

- No Capítulo 2, são apresentados os fundamentos teóricos necessários para a compreensão e argumentação deste estudo.
- No Capítulo 3, são discutidos os trabalhos relacionados, destacando as semelhanças e diferenças em relação ao estudo proposto neste trabalho.
- O Capítulo 4, descreve os procedimentos metodológicos adotados.
- No Capítulo 5, são expostos os resultados obtidos neste trabalho.
- No Capítulo 6, são apresentadas as conclusões e discutidos os possíveis trabalhos futuros a serem desenvolvidos.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção introduz os conceitos, notações e definições fundamentais sobre inovação, *startups* e empreendedorismo. Além disso, será abordado como as IES auxiliam as *startups* que oferecem serviços e produtos inovadores.

### 2.1 Inovação

De acordo com o Dicionário (DICIO, 2024), inovação se refere a algo novo, que surge recentemente. Nos últimos anos, o termo "inovação" tem sido amplamente utilizado, especialmente por seu papel em transformar empresas consolidadas no mercado. A literatura oferece diversas definições de inovação. A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) define:

Inovações tecnológicas de produtos e de processos compreendem a implementação de produtos e processos tecnologicamente novos e a realização de melhoramentos tecnológicos significativos em produtos e processos (OCDE, 1997, p.130).

Complementando essa visão, Negri e Salerno (2005) afirmam que a inovação é um dos principais motores da competição e do desenvolvimento industrial. Acrescenta (Schumpeter, 1961), que a inovação abre novos mercados e coloca os primeiros líderes à frente, destacando que aqueles que inovam consistentemente sempre estarão um passo à frente de seus concorrentes.

Existem três categorias principais onde a inovação pode ser classificada: incremental, radical e disruptiva, cada uma delas tem um papel crucial para o avanço tecnológico e competitivo. A inovação incremental envolve melhorias contínuas e gradativas em produtos, processos ou serviços existentes sem alterar sua essência. Segundo Tidd e Bessant (2015), a inovação incremental visa o aprimoramento de características ou a eficiência de um produto ou processo.

A inovação radical, por sua vez, provoca mudanças substanciais, introduzindo produtos ou processos completamente novos que alteram a dinâmica do mercado, comum em setores que dependem fortemente de pesquisa e desenvolvimento. E por fim a inovação disruptiva, segundo Christensen (2006), refere-se a um processo em que um produto ou serviço começa com soluções simples voltadas para o segmento inicial de mercado e avança gradualmente, se arriscando a mercados mais elevados. Esse modelo de inovação proporciona o acesso a produtos e serviços que anteriormente eram inaccessíveis para uma parcela da população.

Em geral, a inovação é uma melhoria em um produto ou serviço, e para ser considerado inovação necessita de sua implementação e obtenção de vantagens aos demais

competidores do mercado. Na literatura existem vários tipos de inovação, mas iremos abordar 4 deles, a inovação de produto, inovação de serviço, inovação em processo produtivo e inovação de modelo de negócios.

De acordo com Hang *et al.* (2011), a inovação de produto é essencialmente a melhoria de sua função original ou a introdução de uma nova função. Podemos entender com isso que a inovação de um produto pode gerar um novo mercado que não foi percebido até então ou pode melhorar o mercado que o produto já se encontra. Por exemplo, a criação do celular foi inovador na década de 70 pois apenas existia telefone fixo e gerou um novo mercado. Para a inovação de serviço, Economôico (1997) diz que as empresas podem oferecer um novo serviço sem alterar substancialmente o método pelo qual ele é oferecido, entretanto, apresentando uma melhoria significativa em seu processo.

A inovação é considerada como propulsora do desenvolvimento das nações, mesmo que se questione o "desenvolvimento", sendo imprescindível para a geração de novos conhecimentos, produtos ou serviços, podendo ser considerado o "motor da economia moderna"(Lu *et al.*, 2019).

Nesse contexto, a empresa Uber<sup>1</sup> que apresentou uma nova maneira de se locomover, essa inovação nos processos consiste na reconfiguração das atividades usadas na condução das operações internas à empresa, sendo que a inovação nesse setor promove o redesenho dos processos em busca de uma maior eficiência (BACHMANN; DESTEFANI, 2008), ou seja, haverá uma mudança no processo que vai melhorar o produto ou serviço.

Outro ponto que se pode explorar para tornar o entendimento mais tangível é destacar que algumas empresas automobilísticas ao longo dos anos têm realizado melhorias significativas em seus processos para aumentar a agilidade na produção de seus veículos. Além disso, muitas *startups* têm abraçado a inovação no modelo de negócios, focalizando em como entregam valor ao cliente e monetizam esse valor.

Para esse sistema que foca na entrega de valor e monetizar em cima disso, há uma ferramenta amplamente empregada, o *Business Model Canvas*, que "descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização"<sup>2</sup>, em outras palavras esse modelo verifica todos os passos antes da criação do produto. O objetivo é assegurar que a organização possua uma visão abrangente e bem estruturada de como gerar, entregar e capturar valor de forma eficiente e estratégica

<sup>1</sup> Disponível em: <https://uber.com/>. Acesso em: 17 set. 2024.

<sup>2</sup> Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley, p. 14.

## 2.2 Startups

"*Startups* é uma nova empresa que está começando ou em fase de constituição, que trabalha com projetos promissores, ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras" (Bachmann; Destefani, 2011)<sup>3</sup>. Em essência, trata-se de uma organização jovem, caracterizada por incertezas e riscos, que busca explorar novas oportunidades no mercado por meio de modelos de negócios inovadores e escaláveis. "Como a *Startups* é um desenvolvimento de um projeto, o objetivo principal é testar a inovação da ideia proposta com o modelo de negócio limitando-se ao tempo" (Veretennikova; Vaskiv, 2018)<sup>4</sup>.

De acordo com Blank e Eckhardt (2023), "a ferramenta mais adequada para gerenciar o processo de criação de um novo empreendimento deve ser o plano de negócio, sendo considerado por escolas de administração e por pesquisadores"<sup>5</sup>.

Segundo Ries (2012), há cinco princípios da *startup* enxuta: o primeiro afirma que empreendedores estão em todas as partes, dentro da organização a *startup* deve respirar o ar de empreendedorismo pelo meio em que estão inseridos; o segundo, que empreender é administrar, pois a *startup* é uma instituição e não um produto e requer atenção como uma empresa; o terceiro princípio defende que todo desenvolvimento é motivo de aprendizagem e que migra para o desenvolvimento de um negócio sustentável.

O quarto princípio, é necessário construir, medir e aprender, onde a organização deve transformar suas ideias em produtos rentáveis, verificar e medir com a satisfação do cliente, aprender com o *feedback* e, por fim, finalizar o produto ou recomeçar; e o quinto princípio, que afirma que a contabilidade é essencial para medir o progresso, definir marcos e priorizar o trabalho com o objetivo de melhorar os resultados<sup>6</sup>.

O desenvolvimento de uma *startup* passa por diversas fases, incluindo ideação, validação, tração e escala. Na fase de ideação, focado na concepção inicial da ideia de negócio, buscando definir claramente o problema que será solucionado, segundo Freeman e Siegfried (2015), "as incertezas relacionadas ao mercado, à viabilidade tecnológica e ao alinhamento estratégico tornam a fase de ideação especialmente desafiadora para os empreendedores"<sup>7</sup>.

<sup>3</sup> Bachmann, D. L., & Destefani, J. H. (2011). Metodologia para estimular o grau de inovação nas MPE. *Sebrae*.

<sup>4</sup> Veretennikova, N., & Vaskiv, R. (2018). Application of the Lean Startup Methodology in Project Management at Launching New Innovative Products. *2018 International Scientific and Technical Conference on Computer Sciences and Information Technologies (CSIT)*, 169-172. <https://doi.org/10.1109/STC-CSIT.2018.8526731>.

<sup>5</sup> Blank, S., Eckhardt, J. T. (2023). The Lean Startup as an Actionable Theory of Entrepreneurship. *Journal of Management*. DOI: <https://doi.org/10.1177/01492063231168095>.

<sup>6</sup> Ries, E. (2011). *A Startup Enxuta*. Crown Publishing Group. ISBN 0307887898.

<sup>7</sup> Freeman, D., & Siegfried, R. L. Jr. (2015). Entrepreneurial Leadership in the Context of Company Start-Up and

Em seguida, ocorre a fase de validação ou operação, onde o modelo de negócios é estruturado e o Produto Mínimo Viável (MVP), introduzido por (Ries, 2012), é desenvolvido com o objetivo de testar a aceitação do produto no mercado com recursos mínimos. A *startup* deve coletar *feedback* dos primeiros clientes, ajustar sua proposta e verificar se há demanda suficiente para o produto.

A fase de tração se caracteriza pela busca de crescimento, tanto em número de clientes quanto em receita. Finalmente, na fase de escala, o objetivo é crescer de maneira acelerada, consolidando a empresa como uma *scale-up*, ou seja, uma *startup* que já atingiu uma estrutura capaz de sustentar um crescimento rápido e contínuo

### 2.3 Empreendedorismo e Educação Empreendedora

O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades (Dornelas, 2008). O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais, de acordo com Schumpeter (1949). O empreendedor detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar.

O empreendedor necessita de três aspectos: primeiro, ter iniciativa para criar um negócio novo e paixão, utilizar os recursos disponíveis de forma criativa, e terceiro assumir os riscos calculados Dornelas (2008). A primeira disciplina de empreendedorismo que se tem dados surgiu em 1981, por iniciativa do professor Ronald Degen, com o nome de “Novos Negócios”, a partir de 1995, com a oferta da disciplina “Criação e desenvolvimento de novas empresas”.

Para Etzkowitz e Leydesdorff (2000), "a universidade é uma instituição produtora e divulgadora, desempenhando um papel de grande importância na inovação"<sup>8</sup>, já que esse papel anteriormente pertencia a grande parte da indústria ou governo. É natural que a sociedade espera que as universidades se tornem um polo de empresas inovadoras porque nelas se tem foco na tecnologia (Hasegawa; Sugawara, 2017).

O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) destaca que, no Brasil, houve um aumento na taxa de empreendimentos novos e estabelecidos em 2023, conforme mostrado na

---

Growth. *Journal of Leadership Studies*, 8(4), 35-39. <https://doi.org/10.1002/jls.21351>.

<sup>8</sup> Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4).

Tabela 1 – Taxas (% população adulta) e estimativas (número de pessoas) de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil - 2019:2023

<b>Ano</b>	<b>Total (TTE)</b>	<b>Inicial (TEA)</b>	<b>Nascente</b>	<b>Novo</b>	<b>Estabelecido (EBO)</b>
<b>Taxa (%)</b>					
2019	38,7	23,3	8,1	15,8	16,2
2020	31,6	23,4	10,2	13,4	8,7
2021	30,4	21,0	10,2	11,1	9,9
2022	30,3	20,0	7,5	12,6	10,4
2023	30,1	18,6	11,1	7,7	11,9
<b>Estimativa (número de pessoas)</b>					
2019	53.437.971	32.177.117	11.120.000	21.880.835	22.323.036
2020	43.986.939	32.646.954	14.200.981	18.730.815	12.061.053
2021	42.765.008	29.482.295	14.351.515	15.569.870	13.980.790
2022	42.157.295	27.884.679	10.467.952	17.543.018	14.432.248
2023	42.000.000	26.100.000	15.600.000	10.800.000	16.600.000

Fonte: Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Brasil 2019-2023, readaptado de <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/>.

Tabela 1. Por outro lado, a redução no empreendedorismo nascente de 2021 para 2022 reflete uma diminuição no entusiasmo dos brasileiros em iniciar novos negócios. De 2022 para 2023, essas variações indicam um cenário de recuperação geral. Observa-se que a taxa de empreendedorismo nascente, que havia sofrido uma redução significativa de 2021 para 2022, apresentou um leve aumento em 2023 (de 7,5% em 2022 para 7,7% em 2023).

Parte do aumento nas taxas de empreendedorismo no Brasil pode ser explicado pelo fenômeno da "pejotização", intensificado após a reforma trabalhista de 2017. A "pejotização" ocorre quando empresas contratam trabalhadores como Pessoa Jurídica (PJ), em vez de como empregados formais, o que reduz encargos trabalhistas. Embora esse modelo possa ser atraente para alguns profissionais, oferecendo flexibilidade e possibilidade de ganhos maiores, ele também traz a perda de benefícios trabalhistas e, em muitos casos, pode ser interpretado como uma forma de precarização do trabalho. Esse processo contribuiu diretamente para o aumento do número de microempreendedores e pequenas empresas no país, impactando as estatísticas sobre novos empreendimentos.

Por outro lado, a taxa de empreendedorismo novo registrou uma redução, o que pode sugerir que muitos dos empreendimentos nascentes não sobreviveram ao primeiro estágio, ou que alguns dos novos avançaram para o estágio seguinte, o dos empreendimentos estabelecidos. No entanto, uma análise mais aprofundada com base nos dados da Greco Edmilson de Oliveira Lima (2023) aponta para a relevância da variável de descontinuidade, que reflete as dificuldades que

muitos empreendedores enfrentam para manter seus negócios ativos. A descontinuidade é um indicador de que muitos empreendedores acabam abandonando seus projetos antes de atingirem estágios mais maduros, devido a obstáculos como falta de recursos, apoio insuficiente e um ambiente de negócios desfavorável. Além disso, o Brasil continua apresentando classificações baixas em termos de apoio governamental, alta carga tributária e burocracia, o que impõe restrições significativas ao crescimento e desenvolvimento de novos negócios.

De acordo com os dados da figura 2 e figura 3 disponibilizados pela GEM, observa-se que, em 2023, a maioria dos empreendedores nascentes era composta por homens (65,4%), ocupando a faixa etária entre 25 e 44 anos(20,1%). Além disso, um percentual significativo (28,2%) havia concluído o ensino superior.

Figura 1 – Distribuição de empreendedores nascente por sexo

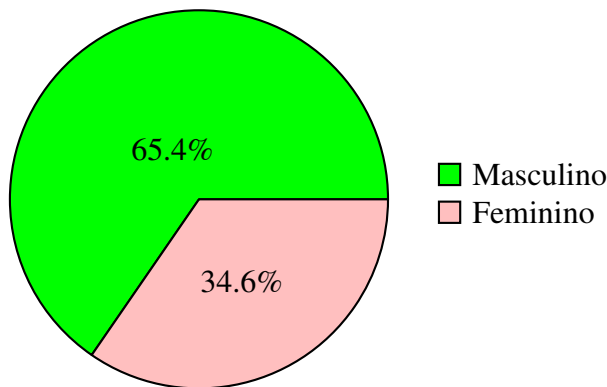
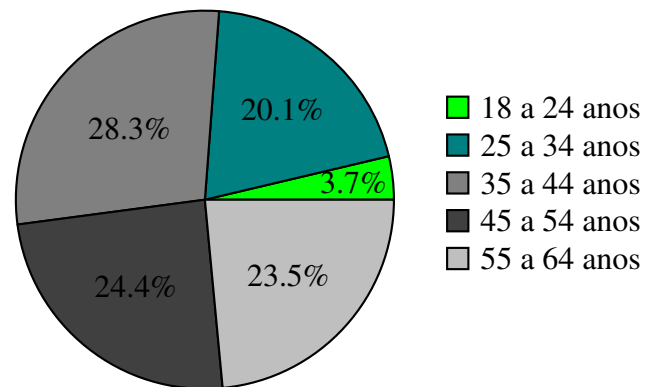


Figura 2 – Distribuição de empreendedores nascente por faixa etária



Fonte: Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Brasil 2019-2023, readaptado de <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/>.

### 3 TRABALHOS RELACIONADOS

Neste capítulo, foi realizado um levantamento bibliográfico de estudos que apresentam afinidades com o presente trabalho. Os trabalhos relacionados foram organizados em duas categorias principais: (i) estudos voltados para micro e pequenas empresas, com ênfase nas causas de seu insucesso; e (ii) estudos sobre o empreendedorismo no contexto universitário.

#### 3.1 Mortalidade dos empreendimentos de Micro e Pequenas empresas: Causas e Aprendizagem

Foi conduzido um estudo utilizando métodos científicos para explicar a relação de causa e efeito no insucesso empresarial. Segundo Bonacim *et al.* (2009), "utilizar uma coleta de dados qualitativa reforça o uso da pesquisa semiestruturada, devido ao seu potencial de permitir flexibilidade nas respostas dos entrevistados."<sup>1</sup> com isso o estudo foi dividido em duas etapas.

Na primeira etapa, foi realizada uma entrevista semiestruturada individualmente com os participantes, com uma posterior sessão de grupo focal <sup>2</sup>. Esse formato foi adotado para garantir que os membros do grupo se sentissem à vontade para compartilhar suas opiniões, evitando qualquer intimidação que pudesse inibir a expressão de pontos de vista importantes. As perguntas semiestruturadas foram subdivididas em três dimensões: características pessoais do empreendedor, planejamento estratégico e financeiro, e processo de aprendizagem e/ou incubação.

O segundo procedimento teve como objetivo analisar e compreender os principais motivos que influenciaram o insucesso de pequenos e médios empreendimentos. Foi utilizada uma técnica que consiste em reunir um grupo de pessoas com propósitos, tamanho, composição e procedimentos específicos, sendo essa maneira de entendê-las como se sentem ou pensam a respeito de um determinado problema ou serviço, técnica está alinhada ao método de Grounded Theory, que, segundo Mey e Mruck (2007), "permite que os dados emergentes das discussões do grupo sejam analisados indutivamente, sem hipóteses predefinidas, garantindo que as percepções dos participantes sejam exploradas em profundidade e levem à construção de teorias fundamentadas"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Bonacim, C. A. G., Cunha, J. A. C., Corrêa, H. L. (2009). Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: causas e aprendizagem. *Gestão & Regionalidade*, 25(74), 61–78. São Caetano do Sul. Disponível em: [http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_gestao/article/viewFile/220/95](http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/viewFile/220/95). Acesso em: 17 ago. 2024.

<sup>2</sup> Grupo focal: técnica qualitativa de pesquisa onde um grupo de pessoas discute e reflete sobre um tema específico, guiado por um moderador.

<sup>3</sup> Mey, G., & Mruck, K. (2007). *The challenges of grounded theory: using GTM in qualitative research*. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 8(3). Disponível em: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/791/1718>. Acesso em: 24 ago. 2024.



Havendo a necessidade dos indivíduos terem necessidades semelhantes e serem compartilhadas em grupos, e a quantidade adequada para o estudo foi conveniente a disponibilidade de atendimento dos pesquisadores e a quantidade que se julgou minimamente conveniente.

Com os dados obtidos foi verificado que três pessoas eram do sexo feminino e seis pessoas, do sexo masculino, a faixa etária variam entre 30 e 60 anos e o nível de escolaridade na escala do ensino fundamental até o empresário com pós-graduação, percebendo assim que a maioria dos entrevistados possuía certo grau de conhecimento. Das nove empresas pesquisadas, sete delas foram abertas no setor comercial, todas as organizações tinham estrutura de pequeno porte, possuindo uma média de sete funcionários.

Entre o tempo de permanência de funcionamento, verificou empresas que atingiram 23 anos, enquanto outras se mantiveram por menos de seis meses de existência que foi considerado curto, pois não tiveram tempo suficiente para repor os investimentos. Os resultados foram que 45% dos empresários continuaram no ramo de atividade que já desempenhavam, 55% montou negócio diferente de suas experiências, quando questionados a respeito dos motivos que os levaram a abrir uma empresa, 55,5%, disse ter identificado uma oportunidade de negócio, e 44,5% afirmaram que desejavam obter negócio próprio. Houve um consenso entre os empreendedores a respeito de que, antes da abertura de qualquer negócio, eles deviam procurar uma ajuda profissional. Os participantes não demonstraram uma consciência de que eles poderiam utilizar a experiência do antigo empreendimento para construir um novo negócios sem cometer os mesmos erros, não houve uma cultura de reflexão e percepção das falhas ocorridas que poderiam gerar novos conhecimentos.

Conforme Tidd e Bessant (2015)<sup>4</sup>, a inovação e a capacidade de adaptação são fatores essenciais para a sobrevivência das micro e pequenas empresas, especialmente em cenários de incerteza e alta competitividade. Contudo, as dificuldades encontradas pelos empreendedores em identificar oportunidades e inovar refletem-se nos resultados apresentados, onde muitos relataram a falta de percepção das falhas como uma oportunidade de aprendizado.

Importante ressaltar que os resultados demonstraram não ser suficiente apenas a vontade de empreender, é preciso aliar a capacidade empreendedora com a prática, definindo metas, riscos e buscando inovações. Vale ressaltar que os entrevistados não têm predisposição em demonstrar suas fraquezas pessoais. No mais, recomendou-se utilizar os fatores determinantes da falência de pequenos e médios empreendimentos, capazes de identificar quais destes são os

<sup>4</sup> Tidd, J., & Bessant, J. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. Wiley, London.

mais relevantes e críticos.

### **3.2 Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor**

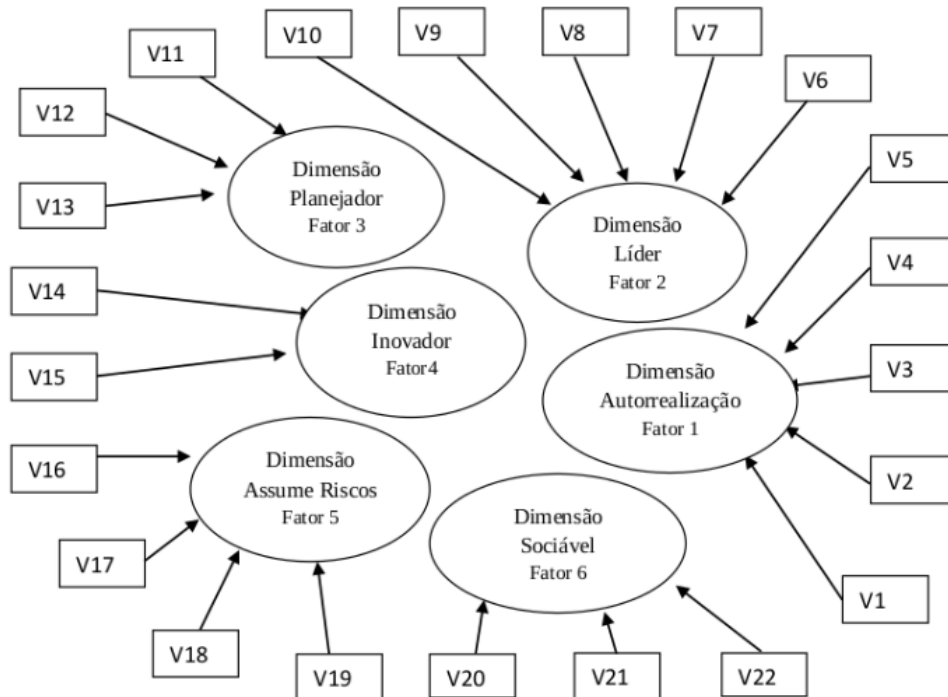
O segundo trabalho, conduzido por Rocha e Freitas (2014), consistiu em um estudo que utilizou "técnicas descritivas, quantitativas, de campo e transversais para descrever as características percebidas entre grupos de estudantes universitários que foram expostos à educação empreendedora nas universidades"<sup>5</sup>.

O universo desta pesquisa foi composto por alunos matriculados no curso de Administração de Empresas. Foram selecionadas quatro Instituições de Ensino Superior (IES), sendo duas públicas, a UFC e a Univesidade Estadual do Ceará (UECE), e duas particulares, a Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e o Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS). A amostra totalizou 407 participantes.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário estruturado, composto por 22 itens, conforme apresentado na Figura 4. Os itens referem-se à escala de medição do perfil empreendedor validada por (Schmidt; Bohnenberger, 2009). Os dados coletados foram submetidos a uma análise estatística descritiva, precedida por testes de consistência da escala, análise fatorial e análise de variância multivariada. Para o tratamento e análise dos dados, utilizou-se o software *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*.

<sup>5</sup> Rocha, E. L. C., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(4), 465-486. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac>. Acesso em: 17 set. 2024.

Figura 3 – Representação dos 22 itens na escala de medição do perfil empreendedor.



Fonte: Estevão L.C.R, Freitas A.A.F(2014) a partir Schmidt,S., Bohnenberger, M.C(2009).

Para assegurar maior efetividade na coleta de informações, os autores optaram por abordar os alunos em sala de aula para responder aos questionários, sempre acompanhados por monitores responsáveis pela distribuição e coleta dos mesmos.

A análise estatística revelou que a proporção entre homens e mulheres é bastante equilibrada (50,9% e 48,2%, respectivamente), com predominância de alunos de até 25 anos. No que diz respeito ao interesse pela educação empreendedora, 17,9% manifestaram interesse no 1º ano da universidade, 31,7% no 2º ano, 29,0% no 3º ano, e 20,4% no 4º e último ano.

Na análise fatorial, baseada nos conceitos validados por (Schmidt; Bohnenberger, 2009), foram identificados seis fatores correspondentes à escala do perfil empreendedor. A Tabela 2 apresenta os dados detalhados da pesquisa.

A pesquisa teve como objetivo investigar as transformações ocorridas entre estudantes universitários de cursos de Administração após sua participação em atividades educacionais voltadas ao empreendedorismo. No entanto, não foi possível identificar quais recursos geraram maior impacto na mudança do perfil empreendedor desses alunos, sugerindo a necessidade de uma pesquisa futura com egressos que abriram seus próprios negócios, a fim de comparar os perfis.

Tabela 2 – Escala Empreendedor

<b>Fator</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Variáveis</b>
1	Líder	V09, V07, V20, V08, V05
2	Autorrealização	V22, V04, V02, V03
3	Planejador	V11, V13, V10, V14
4	Inovador	V01, V16, V15, V06
5	Assume Riscos	V19, V17, V12
6	Sociável	V18, V21

Fonte: Estêvão L.C.R., Freitas A.A.F. (2014), a partir de Schmidt, S., Bohnenberger, M.C. (2009).

Este trabalho busca compreender as principais dificuldades enfrentadas pelas *startups* criadas no campus da UFC, em Quixadá, que não deram continuidade aos seus projetos. A Tabela 3 apresenta um comparativo entre este estudo e as pesquisas relacionadas.

### 3.3 Este trabalho.

O foco desta pesquisa é compreender os fatores que influenciaram a mortalidade dos projetos de *startups* originadas na Universidade Federal do Ceará, Campus Quixadá. A Tabela 3 apresenta um comparativo entre os achados deste estudo e os resultados encontrados em pesquisas correlatas.

### 3.4 Quadro Comparativo.

Quadro 1 – Comparativo entre os trabalhos relacionados e a proposta do trabalho.

<b>Trabalho Relacionado</b>	<b>(Bonacim <i>et al.</i>, 2009)</b>	<b>(Rocha; Freitas, 2014)</b>	<b>Proposta do Trabalho</b>
Abordagem individuais	-	✓	✓
Validação do Produto	-	-	✓
Setor de mercado que atuou	✓	-	✓
Entrevista semiestruturada	✓	-	✓
Realizado no Estado do Ceará	-	✓	✓
Resultado da validação	-	-	✓
Público alvo: <i>startups</i>	-	-	✓

Fonte: Elaborada pelo autor.

## 4 METODOLOGIA

A técnica de entrevista pode ser categorizada em várias categorias, incluindo entrevistas estruturadas, semiestruturadas e não estruturadas, com base no nível de controle que o pesquisador tem sobre o processo. A entrevista é uma das técnicas mais utilizadas na pesquisa qualitativa para obter dados detalhados e profundos.

O estudo adota uma abordagem qualitativa com a utilização de entrevistas semiestruturadas. Esse método permite captar as percepções e experiências dos fundadores de *startups* que não deram continuidade aos seus projetos, explorando desafios específicos enfrentados no contexto acadêmico e regional. Geralmente, a pesquisa qualitativa é empregada em circunstâncias onde existe um conhecimento limitado sobre o assunto em análise, visando explorar novos conceitos ou teorias.

As características fundamentais da pesquisa qualitativa englobam a utilização predominante do método indutivo, no qual as conclusões surgem diretamente da análise dos dados. A ênfase recai sobre a vivência humana, procurando entender as percepções, experiências e significados atribuídos pelos envolvidos. Ademais, o ambiente onde o estudo se desenrola é essencial, dado que as circunstâncias sociais e as interações interpessoais têm um papel fundamental. Em última análise, a pesquisa qualitativa produz informações ricas e aprofundadas, possibilitando um entendimento minucioso e contextual dos fenômenos analisados.

### 4.1 Método de Coleta

A obtenção de informações foi feita através de entrevistas semiestruturadas, que oferecem flexibilidade na abordagem dos temas principais do estudo, mantendo simultaneamente uma estrutura que assegura a comparabilidade das respostas. As entrevistas seguiram um roteiro estabelecido, contudo, possibilitaram que os entrevistados explorassem temas emergentes durante as discussões.

As entrevistas foram registradas, transcritas e depois examinadas através do método de análise de conteúdo, visando detectar padrões e tópicos frequentes nas respostas. Esta avaliação foi realizada com base nas categorias já estabelecidas e nas novas que surgiram durante a codificação dos dados.

A pesquisa adere estritamente aos princípios éticos de investigação, assegurando a confidencialidade e o consentimento informado dos participantes, em conformidade com a Lei

Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) (Lei nº 13.709/2018). De acordo com a Lei, "as operações de tratamento de dados pessoais devem observar a boa-fé e os princípios de finalidade, adequação e necessidade, transparência, segurança, prevenção e não discriminação"(BRASIL, 2018). Além disso, foi assegurado o direito dos participantes de solicitar a remoção de seus dados a qualquer momento, conforme previsto na legislação.

#### **4.2 Seleção dos Participantes.**

A escolha dos participantes seguiu critérios rigorosos, garantindo a representação das vivências dos fundadores e/ou cofundadores de *startups* da UFC Campus Quixadá. Foram incluídos os seguintes critérios de seleção: fundadores ou cofundadores de *startups* que estavam em um dos estágios de ideação, operação, tração ou *scale-up*; *startups* que estiveram instaladas no Campus Quixadá entre 2020 e 2024, período escolhido devido ao vínculo ainda mantido por esses alunos com a universidade, facilitando o acesso aos fundadores; e envolvimento em algum projeto de aceleração ou incubação.

Essa amostragem busca captar uma variedade de experiências, refletindo as diversas fases de crescimento das *startups* e os desafios enfrentados em cada uma delas.

#### **4.3 Procedimentos de Coleta de Dados**

As entrevistas semiestruturadas serão realizadas com aproximadamente 10 fundadores e cofundadores de *startups* que atenderam aos critérios de inclusão mencionados. A escolha por entrevistas semiestruturadas está fundamentada nos princípios de Minayo (2010), que consideram esse método crucial para captar percepções mais profundas e detalhadas. Cada entrevista terá uma duração média de 30 a 60 minutos e será conduzida de forma online, de acordo com a disponibilidade de cada participante. O roteiro das entrevistas abordará questões relacionadas às principais dificuldades enfrentadas na transição entre as fases de ideação e desenvolvimento, as facilidades percebidas ao longo desse percurso e as principais fontes de apoio ou barreiras encontradas durante o processo.

#### **4.4 Análise dos Dados**

A análise de dados é um processo essencial em qualquer pesquisa, sendo o momento em que os dados brutos coletados são organizados, interpretados e transformados em informações

que podem responder às questões de pesquisa. De maneira geral, há duas principais metodologias para a análise de dados: a análise quantitativa e a análise qualitativa. A seleção entre essas estratégias depende dos propósitos do estudo e do tipo de dados recolhidos.

No caso deste estudo, optou-se por utilizar a análise qualitativa, especificamente a técnica de análise de conteúdo, pois o objetivo principal é explorar as percepções e experiências dos fundadores de *startups* que interromperam seus projetos. A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas semiestruturadas, e a natureza das informações obtidas, predominantemente textuais e descritivas, justifica o uso dessa abordagem.

Para a análise dos dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo proposta por (Santos, 2012), que permite identificar padrões e inferir a partir das respostas dos participantes. As transcrições das entrevistas foram codificadas manualmente, com o objetivo de identificar categorias emergentes e temas recorrentes. O processo incluirá a leitura exaustiva das transcrições, de trechos relevantes, categorização das respostas e a identificação de padrões que podem explicar as principais dificuldades e facilitadores.

#### **4.5 Análise dos programas de apoio a *startups* no estado do Ceará**

A análise dos programas de apoio e aceleração de *startups* no estado do Ceará foi baseada em pesquisa documental e fontes secundárias, com o objetivo de mapear os principais programas que atuam no estado. A abordagem metodológica adotada será compreensível e direta, com o objetivo de identificar os principais fatores de apoio oferecidos por esses programas, tais como mentorias, recursos financeiros, capacitações e acesso a redes de investidores.

#### **4.6 Apresentação dos resultados**

Após a coleta e análise dos dados, os resultados foram apresentados de forma estruturada, destacando as principais dificuldades e facilidades enfrentadas pelas *startups* em cada uma das fases do ciclo de vida: ideação, validação, operação, atração e *scale up*. Os resultados serão organizados em categorias emergentes identificadas durante a análise de conteúdo. [a4paper,top=3cm,bottom=2cm,left=3cm,right=2cm]geometry adjustbox



## 5 RESULTADOS

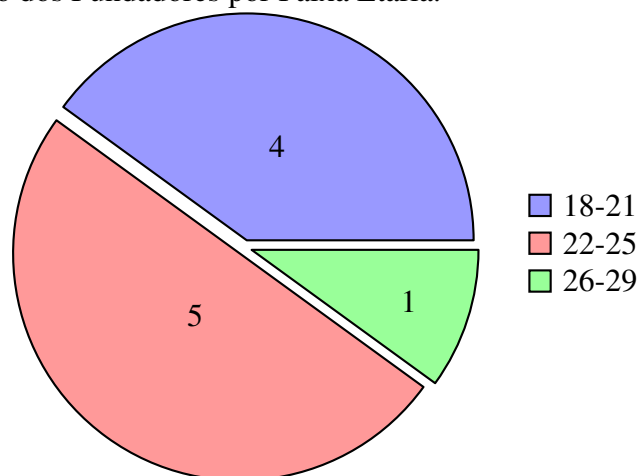
Nesta seção, apresentamos os resultados obtidos a partir da pesquisa realizada com empreendedores de *startups*. As informações foram coletadas por meio de entrevista semiestruturada, com apoio de um roteiro e organizadas em categorias de análise para facilitar a interpretação dos principais achados.

### 5.1 Perfil dos Respondentes

Os respondentes da pesquisa incluem fundadores e cofundadores, que já passaram por programas de apoio e aceleração no estado do Ceará. Com o objetivo de aumentar amostragem da pesquisa, foi feita uma pesquisa com algumas *startups* que participaram de modo ativo em algum programa de aceleração entre os anos 2020 até 2024 e conseguimos entrevistar 10 fundadores e cofundadores.

A pesquisa revelou que a maioria dos empreendedores que responderam ao questionário tem entre 20 e 25 anos, representando o grupo etário predominante entre os fundadores no interior do Ceará. Esse dado reflete uma tendência comum no ecossistema de *startups* onde jovens adultos, em fase inicial de suas carreiras, estão em um período propício à inovação e dispostos a assumir riscos. Além disso, o ingresso precoce na universidade pode contribuir para essa realidade, já que muitos empreendedores começam a explorar ideias de negócios durante ou logo após a conclusão de seus estudos superiores.

Figura 4 – Distribuição dos Fundadores por Faixa Etária.



Fonte: Elaborada pelo autor.

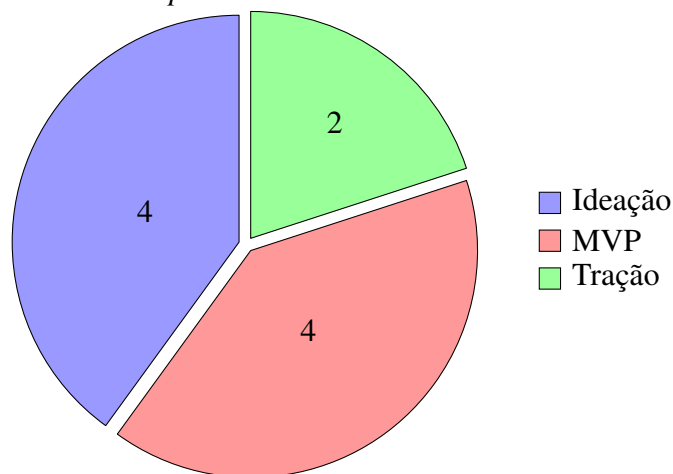
Além disso, identificou-se que seis fundadores estavam em sua primeira experiência

como empreendedores, enquanto quatro já haviam participado de projetos anteriores. A falta de experiência prévia se reflete diretamente na dificuldade em tomar decisões estratégicas nas fases iniciais do empreendimento, como ideação e validação. Esses dados apontam para um problema estrutural recorrente entre *startups*: a ausência de preparo adequado para enfrentar os desafios complexos de modelagem de negócios e testes de mercado. Isso indica a importância de programas de apoio que capacitem novos empreendedores desde o início, focando não apenas em aspectos técnicos, mas também no desenvolvimento de habilidades gerenciais e estratégicas.

## 5.2 Maturidade das *startups*

Identificou-se que quatro *startups* estão na fase de ideação, tendo encontrado uma oportunidade e atualmente estudando o mercado, a solução proposta e o público-alvo. Outras quatro possuem um MVP pronto e estão realizando testes com um grupo seletivo de usuários para análise e validação da aplicação. Além disso, duas *startups* encontram-se na fase de tração, com uma versão oficial do produto ou serviço já disponível no mercado e iniciando sua comercialização.

Figura 5 – Maturidade das *Startups* nas Diferentes Fases



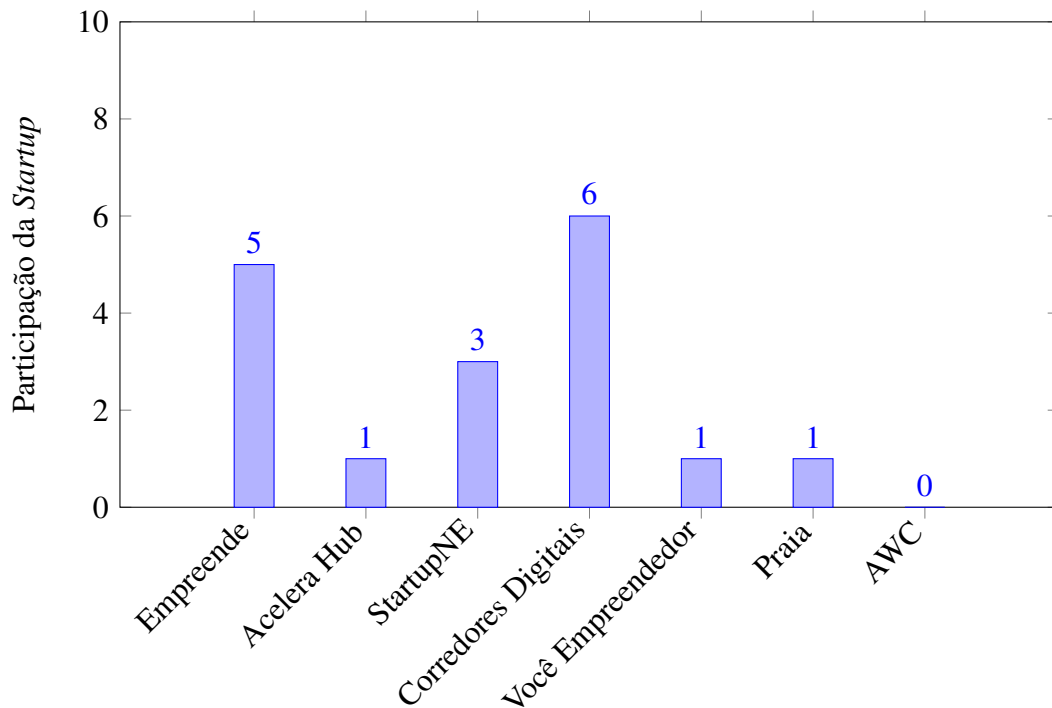
Fonte: Elaborada pelo autor.

Esses dados indicam que as *startups* analisadas encontram-se em diferentes estágios de maturidade, abrangendo desde as fases iniciais de desenvolvimento até aquelas que já iniciaram a geração de receita. Essa variação reflete a diversidade de desafios enfrentados por cada uma, evidenciando a necessidade de um suporte específico para cada etapa do ciclo de vida, desde a ideação até a fase de comercialização.

### 5.3 Participação dos programas de aceleração

Foi possível identificar os programas mais reconhecidos pelos entrevistados e aqueles nos quais participaram ativamente. Conforme ilustrado na Figura 6, o programa com maior participação foi o Corredores Digitais, evidenciando uma forte conexão entre o INOVE e a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Educação Superior (SECITECE), uma vez que o INOVE está inscrito como um ambiente de inovação na rede de apoio da SECITECE. Logo em seguida, destaca-se a Bolsa Empreende, sendo o segundo programa mais destacado, provavelmente devido à sua inserção na UFC, e também uma das iniciativas com maior número de participações entre os entrevistados.

Figura 6 – Participação das *Startups* nos programas de aceleração.



Fonte: Elaborada pelo autor.

### 5.4 Comparativo entre os programas de aceleração

Atualmente, o Ceará conta com diversos programas de aceleração que visam mitigar as dificuldades enfrentadas por novos negócios em seus projetos iniciais. Entre os principais programas estão: o Programa Empreende, apoiado pela UFC, que tem como objetivo principal incentivar e valorizar as atividades de empreendedorismo inovador desenvolvidas por estudantes de graduação, pós-graduação, bem como por servidores docentes e técnico-administrativos.

Associando teoria e prática com o intuito de induzir a criação de empreendimentos inovadores.

O Acelera Hub, sediado pelo Núcleo de Inovação e Novos Negócios Aplicados (Ninna) e promovido por Darwin Startups, Hub Salvador e o Banco do Nordeste polos de inovação, o programa busca proporcionar uma imersão e fomento à inovação para *startups* da Região Nordeste, alguns municípios do norte do Espírito Santo e do norte de Minas Gerais.

O StartupNE apoiado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) tem como objetivo fomentar o desenvolvimento sustentável, a competitividade e o aperfeiçoamento técnico das microempresas e empresas de pequeno porte do setores industriais, comerciais, agrícolas e de serviços. Como uma estratégia de desenvolvimento regional para fomentar e desenvolver *startups* na região do Nordeste.

O Bora Criar dos Corredores Digitais, apoiados pela SECITECE, que visa selecionar projetos em estágio inicial de validação que possuem todo o potencial das tecnologias digitais, com o objetivo de desenvolver a cultura empreendedora de forma regionalizada, apoiar o desenvolvimento de inovações tecnológicas, novos produtos ou processos, apoiar times na transformação de ideias em empreendimentos inovadores, competitivos, lucrativos e socialmente responsáveis baseados em um produto ou serviço. O corredores digitais tem 3 programas inseridos, que é o "Bora Criar", voltado para a jornada de criação do negócio ainda está nascente, o "Bora Crescer" voltado para a jornada de tração de negócio e por fim o "Bora Transformar" que busca unir ao Programa *Clusters* Econômico para ampliar o desenvolvimento das macrorregiões cearenses.

O Você Empreendedor, desenvolvido pela Núcleo de Tecnologia e Qualidade Industrial do Ceará (NUTEC), tem como objetivo selecionar projetos de *startups* atuantes, prioritariamente nas áreas de alimentos, materiais, energia renovável, manufatura aditiva, agropecuária e automação industrial, formadas por equipes de empreendedores nacionais, com pelo menos um membro residente no Ceará, voltadas para o desenvolvimento de produtos ou serviços inovadores, escaláveis e replicáveis. O programa é dividido em três ciclos: "Mão na Massa", "Jogando Duro" e "Agora Vai". A metodologia adotada é personalizada, ajustando-se às necessidades específicas de cada *startups*. As principais atividades em cada ciclo incluem mentorias coletivas, consultorias individuais, acompanhamentos quinzenais ou mensais e participação em eventos que promovem a conexão com o mercado. Cada ciclo tem um objetivo macro bem definido, orientando o desenvolvimento das startups ao longo do processo.

O Programa em Rede de Apoio à Incubação e Aceleração (PRAIA), fomentada pelo

Grupo Atlântico, visa amadurecer o ecossistema de empreendedorismo do Ceará, dando apoio à *startups* com treinamentos, tecnologia, mentorias e possibilidades de financiamento. Entre os benefícios do programa, destaca-se o investimento do Instituto Atlântico, que aloca profissionais especializados para integrar os times das *startups*, auxiliando no desenvolvimento de seus produtos. Outro grande diferencial é a possibilidade de as *startups* receberem o licenciamento de tecnologias já desenvolvidas pelo Instituto, agregando inovação e aceleração ao processo de construção de soluções.

E por fim o programa nacional *Academic Working Capital* (AWC), apoiado pela *Telecom Italia Mobile* (TIM), que incentiva a criação de novas empresas inovadoras, chamadas *Startups*, por meio do desenvolvimento de Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC), já estabelecido em escolas de Engenharia e cursos de graduação nas áreas de Computação, Arquitetura, Design, entre outras, nos quais os participantes/autores estejam matriculados.

Realizar uma comparação entre esses programas no Quadro 2

Quadro 2 – Comparação dos programas de aceleração.

Programa	Empreende	Ninna	StartupNE	Corredores Digitais	PRAIA	AWC
Apoio Financeiro	✓		✓			✓
Treinamento e Mentoria	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Exposição dos negócios	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Networking</i> e <i>Match</i> com investidores	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Apoio em infraestrutura(T.I)					✓	
Apoio Jurídico				✓		
Apoio em desenvolvimento					✓	
Precisa ter uma graduação						
Precisa ter prototipação de Trabalhos de Conclusão de Curso						✓
Rede de investidores		✓	✓	✓	✓	✓

Fonte: Elaborado pelo autor.

## 5.5 Dificuldades Enfrentadas

Com o objetivo de compreender melhor as principais dificuldades enfrentadas por essas empresas, as entrevistas revelaram alguns pontos de desafios comuns entre os entrevistados. Na Tabela 3, estão listadas todas as dificuldades identificadas durante as entrevistas.

Tabela 3 – Ranking das principais dificuldades

Identificação das dificuldades	Concorda	Discorda	Não sei
Dificuldade em participar de treinamentos mais focados para área da sua <i>startup</i> .	6	1	3
Dificuldade em encontrar tutores que já atuaram na sua área.	5	2	3
Dificuldade em participar de encontros presenciais do ecossistema de startups.	4	3	3
Dificuldade de aumentar <i>networking</i> .	6	1	3
Dificuldade em conseguir investidor.	3	0	7
Dificuldade em apresentar o seu projeto para pessoas interessadas.	3	0	7
Mercado disputado e concorrido.	1	5	4
Falta de conhecimentos específicos para desenvolver o produto/serviço.	1	9	0
Falta de material de trabalho para desenvolver o produto/serviço.	1	9	0
Dificuldade em manter contato com o público-alvo.	1	6	3
Conflito de interesses entre os membros.	4	0	6
Acesso a recursos financeiros.	4	0	6

Fonte: elaborada pelo autor.

### 5.5.1 Critérios para seleção das principais dificuldades

As principais dificuldades foram selecionadas com base na frequência com que os entrevistados as mencionaram e na relevância percebida para o sucesso das *startups*. Dificuldades que receberam mais votos de 'concordo' foram priorizadas para a análise detalhada. No entanto, é importante destacar que as respostas dos entrevistados refletem suas percepções individuais, e não necessariamente verdades absolutas ou gatilhos definitivos para a formação empreendedora.

As dificuldades encontradas, conseguimos perceber algumas dificuldades mais repetidas entre os entrevistados.

#### 5.5.1.1 Treinamentos Especializados

Muitos fundadores relataram dificuldade em encontrar treinamentos adequados para o setor específico em que suas *startups* atuam. Um dos entrevistados destacou uma dificuldade específica enfrentada no processo de aceleração: Um dos entrevistados relatou:

Tive dificuldade em participar de treinamentos mais especializados. Meu nicho é bastante específico, e nunca consegui encontrar, nos eventos de aceleração, um case de sucesso ou um profissional que atuasse nessa área. Sempre encontrava dois extremos: ou profissionais muito distantes da minha realidade ou exemplos que não se aplicavam ao meu contexto. (Entrevistado 1, 2024, p. 2)

Isso inclui a falta de programas voltados para áreas mais nichadas, ecossistema e com necessidades tecnológicas específicas, dificultando o desenvolvimento de produtos e serviços mais avançados.

#### 5.5.1.2 *Mentores mais especializados na área*

Foi observado que, embora tenham sido realizadas diversas mentorias com profissionais de várias áreas, alguns critérios específicos não foram plenamente atendidos. A maioria das *startups* desenvolve produtos e serviços disruptivos, o que torna mais desafiador e oneroso encontrar mentores com experiência prévia no mesmo setor e segmento de atuação. Conforme relatou o entrevistado 2:

"Os mentores tinham o cuidado de ajudar, mas sem a experiência da área em que estou atuando, a mentoria se impulsionava para algumas dicas mais generalizadas." (Entrevistado 2, 2024, p. 3)

Essa falta de especialização torna o apoio menos efetivo em contextos onde é necessária uma orientação específica para o nicho de atuação da *startup*.

#### 5.5.1.3 *Acesso a Investidores*

Foi revelado que, apesar de alguns programas de aceleração facilitarem o contato com investidores, a captação de recursos ainda é um grande desafio.

A falta de interação entre os investidores e o ecossistema local resulta em dificuldades para assegurar financiamento. Muitos investidores locais desconhecem a existência e o potencial das *startups* da região, ao mesmo tempo em que as *startups* enfrentam desafios para identificar e se conectar com esses investidores. Essa desconexão, se deve à falta de *soft skills* essenciais, como comunicação eficaz e *networking*. Fundadores que demonstram habilidades de comunicação, construção de redes e capacidade de adaptar seus projetos às expectativas do mercado conseguem romper essas barreiras e acessar investidores de maneira mais assertiva.

Conforme relatado pelo entrevistado 3: "Eu estou na etapa de operação e acredito que não seja o momento certo ainda em busca de investimento"(Entrevistado 3, 2024, p. 2).

Essa decisão de não buscar investimentos reflete não só uma avaliação da maturidade do projeto, mas também uma percepção sobre o momento certo de assumir riscos, uma habilidade importante para qualquer empreendedor em um ambiente de incertezas. Além disso, o entrevistado 4 comentou sobre a importância de criar uma relação de proximidade e confiança com investidores anjos:

Investidores anjos querem acompanhar o projeto de perto, tanto para ajudar quanto para estar imersos na *startup*. Contudo, *startups* do interior acabam não passando tanta credibilidade por estarem distantes dos grandes centros. (Entrevistado 4, 2024, p. 3).

Essas percepções reforçam a dificuldade de captar investimentos nas fases iniciais, especialmente em regiões afastadas, onde a proximidade com investidores e a construção de confiança são essenciais para o desenvolvimento dos projetos.

#### 5.5.1.4 *Localização geográfica das startups*

Observou-se que, embora as *startups* participem do núcleo de inovação INOVE, há uma carência de eventos presenciais específicos voltados para a inovação em seus respectivos segmentos de atuação, especialmente em comparação com o polo da capital do estado. Embora a UFC disponibilize transporte para participação em eventos, a maioria desses eventos são direcionados a programas mais generalistas, sem um foco exclusivo no setor de cada *startups*. Conforme relatado pelo entrevistado 5:

"Embora a UFC disponibilize transporte, muitas vezes são para eventos dos Corredores Digitais, que são bem 'genéricos'. Para eventos mais especializados, preciso pagar do meu bolso ou fico sem condições de ir devido a serem realizados na capital."

Além disso, foi percebido que, nos últimos anos, houve uma crescente colaboração entre a UFC e o SEBRAE para viabilizar o transporte de *startups* que participam ativamente dos programas oferecidos pelo SEBRAE.

#### 5.5.1.5 *Relacionamento interpessoal com os membros das startups*

Outro ponto observado durante as entrevistas foi que alguns membros enfrentaram conflitos de interesse, o que resultou na necessidade de se desligarem da empresa. Esses conflitos,



muitas vezes, estavam relacionados à forma como os recursos, como a bolsa oferecida pela UFC, seriam utilizados internamente.

Conforme relatado pelo entrevistado 6:

"Eu escrevi a *startup* no programa do Empreende e tínhamos combinado que a bolsa recebida pelos membros seria convertida para a organização, focando assim no crescimento da empresa. Contudo, houve conflitos, pois inicialmente todos concordaram, mas depois começaram a discordar." (Entrevistado 6, 2024, p. 4).

Além disso, foi relatado que alguns sócios das *startups* precisaram deixar o empreendimento para se focar integralmente nas atividades acadêmicas. Isso ressalta o desafio de equilibrar as responsabilidades acadêmicas e empresariais, especialmente em fases críticas de crescimento da *startups*, exigindo uma gestão eficiente do tempo e das prioridades.

Esses conflitos refletem a importância de alinhamento entre os membros desde o início, bem como a necessidade de habilidades de negociação e resolução de conflitos, que são fundamentais para manter a coesão e o foco nos objetivos da *startup*. A falta dessas *soft skills* pode levar a desentendimentos que afetam o desempenho e a continuidade do projeto.

## 6 CONCLUSÕES E TRABALHOS FUTUROS

O presente estudo teve como objetivo analisar as dificuldades enfrentadas por *startups* localizadas no interior do estado do Ceará, com foco no sertão central, Quixadá, especialmente aquelas que foram sediadas na UFC, participaram de programas de aceleração e apoio ao empreendedorismo entre 2020 e 2024. A pesquisa, realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com fundadores e cofundadores de *startups*, revelou obstáculos significativos que afetam o desenvolvimento e a sustentabilidade dessas empresas emergentes.

Os dados apontam que a maioria dos empreendedores entrevistados encontra-se na faixa etária de 20 a 25 anos, um perfil jovem que reflete a disposição para a inovação e o enfrentamento de riscos típicos do ecossistema de *startups*. No entanto, apesar dessa disposição, os desafios enfrentados pelos empreendedores são inúmeros, destacando-se a falta de treinamentos especializados e a dificuldade de acesso a mentores com experiência prática nas áreas de atuação específicas das *startups*. Tais deficiências impactam diretamente o processo de amadurecimento e crescimento dessas empresas.

Outro obstáculo crítico identificado refere-se à localização geográfica das *startups*. O fato de estarem situadas no interior do estado do Ceará dificulta a participação em eventos de *networking* e a exposição a potenciais investidores, fatores essenciais para a ativação e o crescimento dessas empresas. A distância dos grandes centros, onde o ecossistema de *startups* é mais consolidado, restringe as oportunidades de interação com atores-chave, limitando as chances de estabelecer conexões estratégicas que poderiam impulsionar o desenvolvimento dessas empresas.

No entanto, observou-se uma mobilização de iniciativas com o INOVE e a crescente parceria com o SEBRAE, que têm facilitado o acesso de algumas *startups* a eventos por meio da oferta de transporte. Contudo, é importante destacar que tais eventos, em sua maioria, possuem um caráter generalista, sem foco específico nos diferentes segmentos e áreas de atuação das *startups*, o que limita o impacto positivo dessas iniciativas no fortalecimento de suas capacidades técnicas e comerciais.

Embora o estado do Ceará conte com uma variedade de programas de aceleração, como o Empreende, Ninna para *startups*, Corredores Digitais e Praia, entre outros, a pesquisa demonstrou que esses programas, em muitos casos, não atendem plenamente às necessidades das *startups* locais. Aspectos como apoio financeiro, treinamentos e mentores especializados, foram mencionados como áreas carentes de maior atenção por parte dos programas de apoio existentes.

Notou-se também a criação de um ecossistema emergente no sertão central, conhecido como Monólitos Valley, formado por alguns atores com o objetivo de fortalecer o ambiente de inovação e criar um espaço que reúna agentes inovadores, como empreendedores, universidades, pesquisadores e profissionais do setor tecnológico. Esse ecossistema tem o potencial de se tornar uma importante porta de entrada tanto para a construção de novos *networking* dentro da própria região quanto para atrair atores de outras localidades, ampliando as conexões e fortalecendo o desenvolvimento da inovação local.

Além disso, outro ponto relevante levantado por este estudo é que cerca de 30% das *startups* entrevistadas já estão na etapa de operação, com Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) aberto. Embora seja uma estatística relevante, é importante considerar que este dado reflete uma amostra pequena, e portanto, deve ser interpretado com cautela. A fase de operação é crítica para o crescimento e sustentabilidade, sendo quando o produto ou serviço já está validado, e a empresa começa a buscar formas de escalar suas operações. No entanto, antes de escalar, é necessário alcançar tração, isto é, demonstrar um crescimento sólido e consistente no mercado. Para essas *startups*, a falta de infraestrutura tecnológica, capital para expansão e apoio especializado continuam sendo necessidades prementes.

## **6.1 Propostas de Soluções**

Com base nas dificuldades identificadas ao longo deste estudo, foram elaboradas propostas de solução que visam mitigar os desafios enfrentados pelas *startups* no ecossistema de inovação local. Essas sugestões são fundamentadas nas entrevistas realizadas e na análise dos dados, tendo como objetivo oferecer direções práticas que possam aprimorar o desenvolvimento das *startups*, facilitando seu crescimento e sustentabilidade. As soluções apresentadas buscam atender às necessidades específicas relacionadas a treinamentos, mentoria, acesso a investidores, desafios geográficos e a dinâmica interpessoal das equipes.

### **6.1.1 Mentores e Treinamentos Especializados**

- Mapear profissionais locais e regionais, dentro do Ceará, que possuam expertise nas áreas mais demandadas pelas *startups* e estejam disponíveis para realizar reuniões remotas: Com o apoio da SECITECE, em nível estadual, e do SEBRAE, tanto estadual quanto local, deve ser conduzido um levantamento detalhado desses profissionais, abrangendo suas áreas de

atuação, segmentos de mercado e especializações. O objetivo é identificar como esses profissionais podem contribuir efetivamente para o desenvolvimento das novas empresas. As informações devem ser disponibilizadas em um espaço *online*, com a possibilidade de agendar reuniões remotas, assegurando que os profissionais possam fornecer suporte, esclarecer dúvidas e oferecer orientações específicas de forma ágil e acessível.

- Utilizar plataforma digital para formação à distância e interação entre profissionais especializados e empreendedores: Atualmente, o *Moodle*, uma plataforma de ensino *online* já consolidada e amplamente utilizada pelos alunos da UFC, poderia ser aproveitada de forma estratégica. A ideia é criar um espaço dedicado ao grupo do INOVE, facilitando a centralização de conteúdos, serviços e treinamentos específicos para as *startups* da região, promovendo maior integração entre profissionais e empreendedores.
- Implementação de *Bootcamps* Setoriais: Realizar *bootcamps* focados em áreas específicas, tais como tecnologia médica, agronegócios, saúde, *fintechs*, entre outras, proporcionando formação intensiva e orientação específica para a área de atuação.
- Sessões de Mentoria Coletiva Regulares: A implementação de uma agenda fixa com sessões regulares de mentoria coletiva trará melhorias significativas para a cultura empreendedora na UFC. Essas sessões, realizadas quinzenalmente ou mensalmente, garantirão que o empreendedorismo seja uma prática constante no ambiente universitário, deixando de ser algo eventual ou pontual. Ao promover encontros frequentes entre profissionais, mentores e empreendedores, a programação fixa manterá o espírito empreendedor vivo e ativo.

### **6.1.2 Acesso a investidores**

- Desenvolvimento de Redes Locais de Investimento: Em parceria com entidades como o SEBRAE e SECITECE, organizar um primeiro encontro com empresários e investidores locais para a criação de um clube de investimentos regionais.
- Eventos Regionais de *Pitch* com Foco em *Startups* Locais: Organizar eventos regionais de *pitch*, reunindo tanto investidores locais quanto de outras regiões, proporcionando a oportunidade de conhecer e se familiarizar com o ecossistema de *startups* da região. Embora realizados de forma presencial, esses eventos devem ser transmitidos *online*, e divulgado nos principais canais de comunicação da UFC e de seus parceiros, ampliando o alcance e permitindo que um público maior tenha acesso, potencializando as oportunidades de conexão e investimento.

- Aproximação com Programas e Compartilhamento de Editais de Fomento: Criar um boletim digital quinzenal que reúna e compartilhe editais de fomento, subsídios e linhas de crédito disponíveis. O boletim pode ser distribuído através de plataformas como o *Moodle*, canais de comunicação oficial da UFC e *e-mails* diretamente às *startups* da região.
- Programas de Capacitação e Conscientização para Empresários Locais: Desenvolver *workshops* e programas educacionais voltados para empresários da região, destacando as oportunidades de investimento em *startups* e demonstrando como isso pode beneficiar os seus próprios negócios.
- Criação de Políticas Públicas de Incentivo ao Investimento Local: Uma maneira eficaz de fomentar o investimento local em *startups* é utilizar os mecanismos oferecidos pelo Marco Legal das *startups* (Lei Complementar n° 182/2021) e a Lei do Bem como base para desenvolver políticas públicas mais acessíveis e atrativas para investidores regionais. O Marco Legal das *startups* facilita a entrada de investidores anjos, reduzindo os riscos envolvidos no processo de investimento e oferecendo um ambiente regulatório simplificado. Já a Lei do Bem, por sua vez, oferece incentivos fiscais a empresas que investem em pesquisa e desenvolvimento (P&D), permitindo deduções no Imposto de Renda para valores destinados a projetos de inovação tecnológica.

### **6.1.3 Localização Geográfica das Startups**

- Projetos de Descentralização de Eventos: Promover a realização de eventos de inovação, *workshops* e encontros de *startups*, com o objetivo de evitar a concentração dessas atividades apenas na capital. Além disso, buscar parcerias com outras universidades da região para unirem forças para a causa do empreendedorismo e inovação, compartilhando recursos, conhecimento e infraestrutura.
- Fortalecimento de Eventos Online: Criar uma agenda sólida de eventos online, como *webinars*, palestras e feiras digitais, permitindo que as *startups* participem de eventos importantes sem a necessidade de deslocamento físico. A colaboração entre as universidades pode ampliar o alcance e o impacto dessas atividades.
- Incentivar *Hubs* de Inovação Regionais: Estimular o INOVE para ser um *hub* de inovação regional que possa sediar eventos de grande porte e atuar como um centro de *networking* para *startups*, investidores e mentores. Por meio de parcerias com outras universidades da

região, o INOVE pode ampliar sua atuação, servindo de ponto focal para o ecossistema de inovação em todo o interior do estado.

#### **6.1.4 *Relacionamento Interpessoal com os Membros das Startups***

- Capacitação em Gestão de Conflitos: Oferecer treinamentos e *workshops* sobre gestão de conflitos, comunicação interpessoal e trabalho em equipe para os membros das *startups*. Isso pode ajudar a minimizar desentendimentos e criar um ambiente de trabalho mais colaborativo

Portanto, embora este trabalho tenha identificado iniciativas relevantes, sugere-se que pesquisas futuras possam aplicar e expandir essas sugestões, investigando de forma mais aprofundada como as *startups* conseguem se sobressair diante das dificuldades enfrentadas. Além disso, a implementação das recomendações aqui apresentadas poderá servir como base para futuros aprimoramentos nos programas de aceleração, tornando-os mais abrangentes e especializados.

Dessa forma, esses programas poderão oferecer ferramentas e suporte mais adequados, facilitando que as *startups* superem os desafios e alcancem um crescimento sustentável no mercado, o que também pode abrir caminhos para novos estudos que analisem a eficácia dessas melhorias no longo prazo.

## REFERÊNCIAS

- AUDY, J. A inovação, o desenvolvimento e o papel da universidade. **Estudos Avançados**, USP, v. 31, n. 90, p. 75–87, 2017.
- BACHMANN, D. L.; DESTEFANI, J. H. Metodologia para estimar o grau de inovação nas mpe. **XVIII Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas**. Aracaju, p. 16, 2008.
- BACHMANN, D. L.; DESTEFANI, J. H. Metodologia para estimular o grau de inovação nas mpe. **Mensurando a inovação: avaliação em MPES participantes do programa agentes locais de inovação**, Sebrae, 2011.
- BLANK, S.; ECKHARDT, J. T. The lean startup as an actionable theory of entrepreneurship. **Journal of Management**, p. 01492063231168095, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/01492063231168095>, Acesso em: 17 ago. 2024 .
- BONACIM, C. A. G.; CUNHA, J. A. C. da; CORRÊA, H. L. Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: causas e aprendizagem. **Gestão & Regionalidade**, São Caetano do Sul, v. 25, n. 74, p. 61–78, 2009. Disponível em: [http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_gestao/article/viewFile/220/95](http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/viewFile/220/95), Acesso em: 17 ago. 2024 .
- BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet)**. 2018. Disponível em: [https://www.in.gov.br/materia/-/asset\\_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/37094664](https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/37094664), Acesso em: 15 set. 2024 .
- CHRISTENSEN, C. M. The ongoing process of building a theory of disruption. **Journal of Product Innovation Management**, Product Development & Management Association, v. 23, p. 39–55, 2006.
- DICIO. **Inovação**. 2024. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/inovacao/>, Acesso em: 17 set. 2024 .
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. São Paulo: Elsevier, 2008.
- ECONÔMICO, O. para Cooperação e D. **Manual de Oslo: Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação Tecnológica**. Paris: OCDE, 1997.
- ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. The dynamics of innovation: from national systems and “mode 2” to a triple helix of university–industry–government relations. **Research Policy**, v. 29, n. 2, p. 109–123, 2000.
- FREEMAN, D.; SIEGFRIED, R. L. J. Entrepreneurial leadership in the context of company start-up and growth. **Journal of Leadership Studies**, v. 8, n. 4, p. 35–39, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/jls.21351>, Acesso em: 20 ago. 2024 .
- GRECO EDMILSON DE OLIVEIRA LIMA, E. I. J. J. P. M. L. d. O. G. P. A. B. J. R. M. A. L. V. L. d. S. Simara Maria de S. S. **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil 2022**. s.l.: ANEGEPE, 2023. ISBN 978-65-980506-0-3.

HANG, C.; CHEN, J.; YU, D. An assessment framework for disruptive innovation. **Foresight**, Emerald Group Publishing Limited, v. 13, n. 5, p. 4–13, 2011.

HASEGAWA, K.; SUGAWARA, T. Characteristics of university startups in japan. In: **2017 IEEE Technology & Engineering Management Conference (TEMSCON)**. Santa Clara, CA, USA: IEEE, 2017. p. 1–7.

LU, Y. C.; MATUI, N.; GRACIOSO, L. Definição da inovação no âmbito da pesquisa brasileira: Uma análise semântica. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Universidade Estadual de Campinas, v. 17, p. e019023, 2019. ISSN 1678-765X. Disponível em: <https://doi.org/10.20396/rdbci.v017i0.8654703>, Acesso em: 23 ago. 2024 .

MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. Orientação empreendedora nas organizações e a busca de sua facilitação. **Gestão.org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 6, n. 1, p. 90–108, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/gestaoorg/article/view/21527>, Acesso em: 25 set. 2024 .

MELO, H. dos S.; LEITÃO, L. C. **Dicionário Tecnologia e Inovação**. Fortaleza: SEBRAE, 2010. 120 p. ISBN 978-85-60913-04-6.

MEY, G.; MRUCK, K. The challenges of grounded theory: using gtm in qualitative research. **Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research**, v. 8, n. 3, 2007. Disponível em: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/791/1718>, Acesso em: 10 ago. 2024 .

MINAYO, M. C. d. S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 29ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MOTTA, F. C. P. Controle social nas organizações. **Revista de Administração de Empresas**, v. 19, n. 3, p. 11–25, 1979. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-75901979000300002>, Acesso em: 05 set. 2024 .

NEGRI, J. A. D.; SALERNO, M. S. **Inovações, padrões tecnológicos e desempenho das firmas industriais brasileiras**. Brasília: IPEA, 2005.

NEGRI, J. A. de; KUBOTA, L. C. **Políticas de Incentivo à Inovação Tecnológica no Brasil**. Brasília: IPEA, 2008. 612 p. ISBN 9788578110086.

OTTONICAR, S. L. C.; VALENTIM, M. L. P. A indústria 4.0 e a inovação aberta em aceleradoras de startups. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, v. 10, n. 3, p. 1–10, 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5380/atoz.v10i3.81882>, Acesso em: 12 ago. 2024 .

RIES, E. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. São Paulo: Lua de Papel, 2012. Tradução de Carlos Szlak. ISBN 9788581780139.

ROCHA, E. L. de C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p. 465–486, 2014. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac>, Acesso em: 17 set. 2024 .



SANTOS, F. M. d. Análise de conteúdo: a visão de laurence bardin. **Revista Eletrônica de Educação**, v. 6, n. 1, p. 383–387, maio 2012. Disponível em: <https://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/view/291>, Acesso em: 12 ago. 2024 .

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 13, n. 3, p. 450–467, 2009. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/26630517>, Acesso em: 09 ago. 2024 .

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1949.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**. New York: Oxford University Press, 1961.

TEIXEIRA, C. S.; FREIRE, E.; BATISTA, F. R. da S. *et al.* **O Ceará da inovação: mapeamento do ecossistema de inovação do Ceará**. Fortaleza: SEBRAE/CE, 2022. 108 p. ISBN 9786555565546.

TIDD, J.; BESSANT, J. **Innovation and Entrepreneurship**. 3rd. ed. London: Wiley, 2015. 544 p. ISBN 978-1-118-99309-5.

VERETENNIKOVA, N.; VASKIV, R. Application of the lean startup methodology in project management at launching new innovative products. In: **2018 International Scientific and Technical Conference on Computer Sciences and Information Technologies (CSIT)**. Lviv, Ukraine: IEEE, 2018. p. 169–172.

## APÊNDICE A – ROTEIRO UTILIZADO PARA A ENTREVISTA

**Questão 1.** Pode informar o seu nome completo?

**Questão 2.** Qual o seu curso?

**Questão 3.** Qual sua idade?

**Questão 4.** Nome da sua *startup*?

**Questão 5.** Segmento de área sua *startup* atua?

- (a) *Fintech* - serviços e produtos financeiro.
- (b) *Edtech* - educação.
- (c) *Healthtech* - saúde e bem estar.
- (d) *Foodtech* - alimentício.
- (e) *Lawtech* - jurídica.
- (f) *Proptech* - imobiliário.
- (g) *RHtech* - recursos humanos.
- (h) *Energytech* - energia.
- (i) *Agrotech* - agronegócio.
- (j) *Construtech* - construção.
- (k) *Retailtech* - varejo.
- (l) *Insurtech* - seguros.
- (m) *Indtech* - indústria.
- (n) *Cleantech* - ambiental.
- (o) *Traveltech* - viagens.
- (p) *Pettech* - animais domésticos.

**Questão 6.** Sua ocupação na *startup*?

- (a) Analista, desenvolvedor.
- (b) Gerente de produto(PO).
- (c) Gerente de projeto(PM).
- (d) Analista de Qualidade.
- (e) Analista de Requisito.
- (f) Infraestrutura.
- (g) Designer.
- (h) Outro.

**Questão 7.** Já tem ou teve experiência na área que atua?

- (a) Sim
- (b) Não

**Questão 8.** Quantos membros tem sua startup contando com você?

- (a) Até 3 membros.
- (b) de 4 a 6 membros.
- (c) de 7 a 9 membros.
- (d) mais de 10 membros.

**Questão 9.** Qual melhor fase sua startup se encaixa?

- (a) Ideação(pre-seed) - "Achei uma oportunidade e estou estudando o mercado, a solução e o público alvo.
- (b) Operação(seed) - "Tenho um MVP lançado para um público seletivo para avaliar aceitação.
- (c) Tração(early stage) - "Tenho uma versão oficial do meu produto/serviço e comecei a comercializar."
- (d) Scale up(growth stage) - "Base sólida do modelo de negócio, conquistar a base de clientes e atrair rodadas de investimento."

**Questão 10.** Tem CNPJ?Caso não, explique o porque.

**Questão 11.** Você já teve contato com algumas desses editais/bolsa? Qual?

- (a) Bolsa empreende - Universidade Federal do Ceará.
- (b) Ninna para startup.
- (c) StartupCE - Sebrae.
- (d) Corredores digitais.
- (e) Você empreendedor.
- (f) Praia.

**Questão 12.** Quais principais problemas você já encontrou?

- (a) Dificuldade em participar de treinamentos mais focados para área da sua startup.
- (b) Dificuldade em encontrar tutores que já atuaram na sua área.
- (c) Dificuldade em participar de encontros presenciais do ecossistema de startups.
- (d) Dificuldade de aumentar networking.
- (e) Dificuldade em conseguir investidor.
- (f) Dificuldade em apresentar o seu projeto para pessoas interessadas.

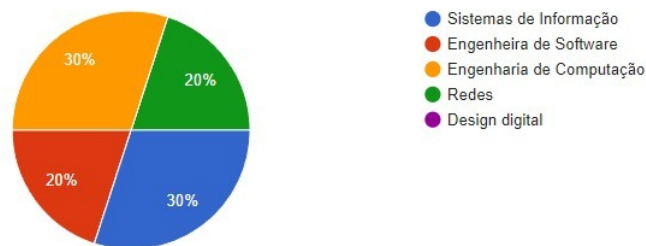
- (g) Mercado disputado e concorrido.
- (h) Falta de conhecimentos específicos para desenvolver o produto/serviço.
- (i) Falta de material de trabalho para desenvolver o produto/serviço.
- (j) Dificuldade em manter contato com o público alvo.

## ANEXO A – INFORMAÇÕES DA PESQUISA

Os anexos incluem informações adicionais que, apesar de relevantes, não foram inseridas no corpo principal do trabalho a fim de manter a clareza e objetividade da argumentação. Aqui, é possível encontrar documentos e evidências que proporcionam uma visão mais detalhada dos procedimentos, entrevistas realizadas e outros elementos empíricos utilizados no desenvolvimento desta pesquisa.

Qual o seu curso?

10 respostas



Qual melhor fase sua startup se encaixa

10 respostas



Ranking das principais dificuldades

