



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PROPADM
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

MARCELO REZENDE MARTINS

**RELAÇÕES ENTRE ATORES DE UM ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR:
ANALISANDO STARTUPS E UNIVERSIDADES DE SERGIPE**

SÃO CRISTOVÃO
2023

MARCELO REZENDE MARTINS

**RELAÇÕES ENTRE ATORES DE UM ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR:
ANALISANDO STARTUPS E UNIVERSIDADES DE SERGIPE**

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração.

**Orientador(a): Prof^a. Dr^a. Maria Elena
Leon Olave**

**SÃO CRISTOVÃO
2023**



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE - UFS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

Ata de Defesa de Dissertação

Mestrando (a): MARCELO REZENDE MARTINS

Título da dissertação: RELAÇÕES ENTRE ATORES DE UM ECOSISTEMA EMPREENDEDOR: ANALISANDO STARTUPS E UNIVERSIDADES DE SERGIPE.

Data e horário da defesa: 18/08/2023 às 15h.

Examinadores

- Profa.Dra. Maria Elena Leon Olave (Presidente - Orientador)
- Profa.Dra. Ludmilla Meyer Montenegro (Examinador Interno)
- Prof^o. Dr. Antônio Martins de Oliveira Junior (Examinador Externo ao Programa)

Parecer: Depois de avaliarmos a dissertação e realizados os ritos acadêmicos da defesa, em que o candidato Marcelo Rezende Martins apresentou em sessão pública seu trabalho de pesquisa e respondeu aos nossos questionamentos, atribuímos, em sessão privada, o seguinte conceito:

- Aprovado (a)
 Reprovado (a)

São Cristóvão, 18 de agosto de 2023

Profa. Dra. Maria Elena Leon Olave
(Presidente - Orientador)

Profa. Dra. Ludmilla Meyer Montenegro
(Examinador Interno)

Prof. Dr. Antonio Martins de Oliveira Junior
(Examinador Externo ao Programa)

Marcelo Rezende Martins
(Discente)

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

Martins, Marcelo Rezende

M386r Relações entre atores de um ecossistema empreendedor : analisando startups e universidades de Sergipe / Marcelo Rezende Martins ; orientador Maria Elena Leon Olave. – São Cristóvão, SE, 2023.
169 f. : il.

Dissertação (mestrado em Administração) – Universidade Federal de Sergipe, 2023.

1. Administração. 2. New business enterprises - Sergipe. 3. Inovação. 4. Empreendedorismo. 5. Universidades e faculdades – Sergipe. I. Olave, Maria Elena Leon, orient. II. Título.

CDU 658:005.342(813.7)

Aos meus pais, Horácio (*in memoriam*) e Marluce. As fundações da minha vida. Os pilares do meu ser. A essência da minha existência.

AGRADECIMENTOS

Percorrer este caminho foi desafiador. Talvez, uma das jornadas mais desafiadoras até então. Durante os dois anos e meio em que trilhei esse caminho, muitos desafios pessoais e profissionais aconteceram, de tal forma que afetaram o meu desempenho e me fizeram correr contra o tempo. Foram vários percalços e algumas poucas pessoas participaram, acompanharam e apoiaram esse processo.

Dentre elas, a Profa. Dra. Maria Elena, que me aceitou como orientando após um ano de curso já em andamento. Acabei passando por uma mudança de linha de pesquisa, de orientação e de tema, reiniciando a pesquisa do zero e tive toda a compreensão e apoio por parte dela. Foi uma das poucas pessoas a quem acabei desabafando várias coisas que aconteceram ao longo do caminho. Agradeço imensamente pela paciência, disponibilidade, atenção, orientação e pelo apoio. Já a conhecia desde a graduação, onde tive a grata experiência de cursar quatro disciplinas com ela, mas foi durante o mestrado que esse laço se tornou um pouco mais próximo. Obrigado pela confiança, por acreditar, por ser firme nos momentos necessários, mas também por ser empática e por acolher nas horas precisas. Mais que uma orientadora, uma mãe que a academia e a vida proporcionaram para guiar em todos os momentos que foram necessários.

À Profa. Dra. Florence, que iniciou a jornada como minha orientadora e que a todo momento foi prestativa e paciente. Por questões de alinhamento temático e linhas de pesquisa, acabei passando por essa mudança de orientação, mas agradeço o tempo compartilhado e dedicado durante o primeiro ano de curso como orientadora.

A todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPADM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), em especial à Profa. Maria Conceição, por também ser uma “mãezona”, sempre disposta a ouvir e acolher. Obrigado pela compreensão e por facilitar o caminho durante o curso. À Profa. Ludmilla, por colaborar de forma tão precisa com a evolução do trabalho por meio de seus apontamentos na banca de qualificação e posteriormente de defesa. Agradeço igualmente ao Prof. Antônio Martins, que apesar de não estar ligado ao PROPADM teve um papel fundamental na pesquisa, além de também participar das bancas. À Profa. Rúbia e ao Prof. Gustavo Dambiski da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), também pelas orientações nas escritas de artigos e pela importante contribuição no desenvolvimento dos conhecimentos voltados para as análises bibliométrica e sistemática, além de também terem escrito e colaborado juntos em artigos.

Aos meus colegas de turma, que dividiram as alegrias e tristezas dessa jornada. Esse período compartilhado foi um presente. Foram conhecimentos, experiências e conexões adquiridas e compartilhadas. Há alguns que se tornaram mais próximos e que não posso deixar de citar, mas o farei em ordem alfabética para evitar predileções: Adriana, Andresa, Érica, Filipe, José David, Juliana, Manuela, Rubem e Thiago. Agradeço a parceria, as colaborações em trabalhos, artigos e publicações, os apoios durante as aulas, compartilhamento de materiais e pelos dias divertidos nos encontros presenciais que ocorreram ao longo dessa caminhada. Dentre os colegas, agradeço em especial a Emanuela. Achou que eu iria esquecer de você Manu? Falei que não haveria predileção, mas houve. Não deixando de reconhecer a parceria dos demais colegas, mas Manu além de todo o apoio “institucional” também apoiou emocionalmente e psicologicamente. Uma colega que se tornou uma grande amiga na vida. Foi ouvinte e confiante. Um verdadeiro laço de amizade e um grande presente que a vida e a academia proporcionaram. Obrigado por tudo.

Aos entrevistados que participaram dessa pesquisa, meu muito obrigado. Sem vocês esse trabalho não poderia ter sido concluído. Obrigado pelo tempo dedicado, pela receptividade, pela atenção e pela disponibilidade. Tal contribuição foi importantíssima.

Aos meus amigos Diego Ferreira, Jandson Santos, Karine Leite, Marcel D’Alexandria, Marina Farias, Rafael Almeida, Renato Mendonça, Ricardo Barrios, Rui Rogers Cruz, Ruironald Cruz e Vanessa Duplat por todo o incentivo e suporte, não somente em relação ao mestrado, mas na vida. Vocês são presentes. Eu sou abençoado em poder citar tantos amigos, e que são amigos verdadeiros. Marcel e Renato, meus amigos irmãos de berço. Uma vida de amizade. A distância pode existir, mas o vínculo da nossa amizade é eterno. Diego e Ruis, amigos de infância que permanecem por toda a vida. Ricardo, um amigo irmão que a UFS me deu para a vida. Jandson, também amigo irmão e mais recentemente sócio. Rafael, também sócio e um amigo de valor. Karine, Marina e Vanessa, minhas melhores amigas mulheres. Vocês são poderosas e inspiradoras. A vida me agraciou com belas amizades. Amo todos vocês.

À minha família, agradeço a compreensão nesses anos complexos de trabalho e estudo, com o tempo restrito em que por vários momentos se tornou difícil estar presente. Obrigado tios e tias por entenderem os desafios desse período. Obrigado minha mãe, guerreira, por me colocar no caminho da educação, sempre ensinando a importância e valor do conhecimento. Obrigado pai (*in memoriam*), onde quer que esteja. Você tem uma gigantesca contribuição nessa conquista. Obrigado a toda a família, pela presença,

pelo apoio, pela preocupação, pelos cuidados, pela compreensão... Amo vocês imensamente.

Aos meus filhos, Ágata e Heitor. Muito embora ainda não tenham a dimensão do impacto que tiveram nessa conquista, foram motivos de força e inspiração para seguir em frente e não desistir.

Obrigado Wanessa Hipólito dos Reis, pelas palavras de incentivo, por acreditar e por ser tão querida. Você é uma pessoa muito especial. Te guardo em meu coração com muito carinho.

Agradeço a todos que, direta ou indiretamente, se envolveram e/ou participaram na construção dessa pesquisa. Estou seguro de que sem vocês essa etapa não teria sido concluída.

“Há uma diferença entre conhecer o caminho e percorrer o caminho.” – Morpheus (Matrix, 1999)

RESUMO

Os Ecossistemas Empreendedores têm emergido para proporcionar ambientes propensos à criação de novas empresas e ao desenvolvimento de inovações em determinado contexto geográfico. Essas empresas, predominantemente *startups*, são os principais atores nesses ambientes e se relacionam com diversos outros atores. Dentre esses, estão as universidades, que são atores fundamentais para incentivar o estímulo ao empreendedorismo e à inovação, além de exercerem um papel importante na disseminação de conhecimento e formação de talentos. Nesse contexto, os Ecossistemas Empreendedores são identificados como um conjunto de atores interconectados com o objetivo de gerar desenvolvimento e aumentar o desempenho de um ambiente empresarial local compreendido em um dado território. Para que haja essas interconexões, os atores de um Ecossistema Empreendedor estabelecem relações, interagindo formal e informalmente com o objetivo de desenvolver-se, assim como o Ecossistema Empreendedor local. Nos últimos cinco anos, várias ações vêm sendo realizadas pelos atores do Ecossistema Empreendedor sergipano para que haja sua evolução e desenvolvimento. Contudo, ressalta-se que para que isso ocorra, tais atores precisam estabelecer relações e agir de forma colaborativa, compartilhando informações e experiências de modo a corroborar tal desenvolvimento. Diante disso, a presente pesquisa teve como objetivo compreender como são construídas as relações entre as startups e universidades e suas influências no desenvolvimento e no sucesso do Ecossistema Empreendedor Sergipano. Para atender a esse objetivo, tal pesquisa adotou como procedimentos metodológicos uma natureza qualitativa, de tipos exploratório e descritivo. A estratégia usada foi o estudo qualitativo básico. Para coleta de dados foram utilizadas como fontes de evidência a observação participante em eventos que ocorreram no Ecossistema Empreendedor sergipano ligados à inovação e empreendedorismo, assim como a participação em reuniões e grupos em redes sociais de empreendedores de *startups*, a análise de documentos e relatórios e entrevistas semiestruturadas. Por conseguinte, foram aplicados dois tipos distintos de roteiros de entrevistas semiestruturadas, totalizando 22 entrevistas (15 com empreendedores de *startups* e 7 com profissionais representantes das universidades), selecionados a partir da técnica de amostragem *snowball sampling* (bola de neve). O tratamento e análise de dados foi realizado por meio de análise de conteúdo. A partir das análises realizadas, foi perceptível que: I) as relações construídas no Ecossistema Empreendedor sergipano são mais próximas entre startups, constituindo uma rede de apoio de empreendedores, enquanto as relações entre startups e universidades são mais distantes; II) foi percebido pelos entrevistados que existem impactos e/ou contribuições originadas por meio do estabelecimento dessas relações; III) foram identificados benefícios que emergem a partir das relações construídas entre os atores entrevistados. Concluiu-se que, embora existam frutos originados por meio dessas relações, há um distanciamento entre *startups* e universidades no Ecossistema Empreendedor sergipano, além de perceber-se que falta por parte das universidades publicidade das ações realizadas em prol do Ecossistema Empreendedor e do desenvolvimento de *startups*.

Palavras-chave: Ecossistema empreendedor. Empreendedorismo. Relações. Startups. Sergipe.

ABSTRACT

Entrepreneurial Ecosystems have emerged to provide environments conducive to the creation of new companies and the development of innovations in a given geographic context. These companies, predominantly startups, are the main actors in these environments and relate to several other actors. Among these are the universities, which are key players in encouraging entrepreneurship and innovation, in addition to playing an important role in disseminating knowledge and training talent. In this context, Entrepreneurial Ecosystems are identified as a set of interconnected actors with the aim of generating development and increasing the performance of a local business environment comprised in a given territory. In order for these interconnections to exist, the actors of an Entrepreneurial Ecosystem establish relationships, interacting formally and informally with the aim of developing themselves, as well as the local Entrepreneurial Ecosystem. In the last five years, several actions have been carried out by the actors of the Entrepreneurial Ecosystem in Sergipe for its evolution and development. However, it is emphasized that for this to occur, such actors need to establish relationships and act collaboratively, sharing information and experiences in order to corroborate such development. In view of this, the present research aimed to understand how the relationships between startups and universities are built and their influences on the development and success of the Sergipe Entrepreneurial Ecosystem. To meet this objective, this research adopted, as methodological procedures, a qualitative nature and exploratory and descriptive types. The strategy used was the basic qualitative study. For data collection, participant observation at events that took place in Sergipe's Entrepreneurial Ecosystem linked to innovation and entrepreneurship were used as sources of evidence, as well as participation in meetings and groups in social networks of startup entrepreneurs, analysis of documents and reports and semi-structured interviews. Therefore, two different types of semi-structured interview scripts were applied, totaling 22 interviews (15 with entrepreneurs from startups and 7 with professionals representing universities), selected from the snowball sampling technique. Data treatment and analysis was performed through content analysis. From the analyzes carried out, it was noticeable that: I) the relationships built in the Sergipe Entrepreneurial Ecosystem are closer between startups, constituting a support network for entrepreneurs, while the relationships between startups and universities are more distant; II) it was perceived by the interviewees that there are impacts and/or contributions originated through the establishment of these relationships; III) benefits that emerge from the relationships built between the interviewed actors were identified. It was concluded that, although there are fruits originating from these relationships, there is a gap between startups and universities in Sergipe's Entrepreneurial Ecosystem, in addition to perceiving that universities lack publicity for actions carried out in favor of the Entrepreneurial Ecosystem and the development of startups.

Keywords: Entrepreneurial ecosystem. Entrepreneurship. Relations. Startups. Sergipe.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Proposta teórica do estudo	24
Figura 02: Domínios do Ecosistema Empreendedor.....	38
Figura 03: Evolução de um Ecosistema Empreendedor	39
Figura 04: Modelo de negócios – <i>Business Model Canvas</i>	48
Figura 05: Caracterização da Pesquisa	55
Figura 06: Índice de Cidades Empreendedoras	69
Figura 07: Pilares do Índice de Cidades Empreendedoras: Aracaju/SE.....	70

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Evolução no número de pesquisas sobre EE.....	31
Gráfico 02: Os doze motivos de fracasso das startups	50
Gráfico 03: Segmentos de mercado das startups entrevistadas	72
Gráfico 04: Estágios de desenvolvimento das startups entrevistadas.....	73
Gráfico 05: Ano de fundação das startups pesquisadas.....	74
Gráfico 06: Pontos de contato nas universidades	81
Gráfico 07: Percepções dos empreendedores quanto às contribuições das universidades	83
Gráfico 08: Percepção dos benefícios obtidos por meio das relações com universidades	91
Gráfico 09: Percepções dos empreendedores quanto às contribuições entre startups.....	98
Gráfico 10: Percepção dos benefícios obtidos por meio das relações entre startups	103
Gráfico 11: Benefícios percebidos pelos atores das universidades provenientes das relações entre startups.....	109
Gráfico 12: Mecanismos de interação utilizados pelos atores.....	117
Gráfico 13: Visão geral dos elementos analisados na pesquisa.....	127

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Estágios de evolução de um ecossistema de negócios	26
Quadro 02: Síntese dos conceitos de ecossistema empreendedor e sua evolução.....	32
Quadro 03: Constructos teóricos que antecedem os EE	33
Quadro 04: Estudos em diferentes níveis de análise sobre EE.....	36
Quadro 05: Domínios do Ecossistema Empreendedor	38
Quadro 06: Estágios do <i>Customer Development Model</i>	46
Quadro 07: Taxas de mortalidade das <i>startups</i> no Brasil.....	49
Quadro 08: Elementos chave de um Ecossistema Empreendedor.....	51
Quadro 09: Categorias e elementos de análise	57
Quadro 10: Apresentação das fontes de evidência	59
Quadro 11: Presença do autor em eventos para a observação participante	60
Quadro 12: Dados das entrevistas realizadas com os profissionais das universidades ...	61
Quadro 13: Dados das entrevistas realizadas com os empreendedores de startups.....	61
Quadro 14: Características complementares das startups.....	74
Quadro 15: Quantidade de sócios e empregos gerados	76
Quadro 16: Formação dos entrevistados	77
Quadro 17: Percepções dos empreendedores quanto à formação das relações com as universidades	79
Quadro 18: Percepções dos empreendedores frente às relações com as universidades ..	82
Quadro 19: Percepções dos empreendedores frente à influência das universidades no desempenho empreendedor das startups	84
Quadro 20: Percepções dos empreendedores frente à influência das universidades na aprendizagem do empreendedorismo	85
Quadro 21: Percepções dos empreendedores quanto aos benefícios obtidos por meio das relações com universidades	93
Quadro 22: Percepções dos empreendedores frente às relações entre startups	96
Quadro 23: Percepções dos benefícios provenientes das relações entre startups.....	103
Quadro 24: Percepções dos entrevistados das universidades frente às relações com as startups.....	107
Quadro 25: Benefícios para a universidade ao estabelecer relações com startups.....	109
Quadro 26: Percepções dos entrevistados das universidades quanto às contribuições da universidade para o fomento do empreendedorismo	112
Quadro 27: Recursos disponibilizados pelas universidades para as startups	115

Quadro 28: Programas da Agência de Inovação da UFS	121
Quadro 29: Síntese dos resultados: Respostas aos objetivos.....	128

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABStartups	Associação Brasileira de <i>Startups</i>
AGITTE	Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia
ASES	Associação Sergipana de <i>Startups</i>
CEMP	Centro de Empreendedorismo
CINTTEC	Coordenação de Inovação e Transferência de Tecnologia
EE	Ecossistema Empreendedor
EMPAGRO	Empreenda Agro
ICE	Índice de Cidades Empreendedoras
ICT	Instituições de Ciência e Tecnologia
IES	Instituições de Ensino Superior
IFS	Instituto Federal de Sergipe
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IPO	Inova Pós
ITP	Instituto de Tecnologia e Pesquisa
JUCESE	Junta Comercial do Estado de Sergipe
PICS	Programa de Indução à Criação de Startups
POSGRAP	Pró-reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa
PPGPI	Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual
PROFIAP	Programa de Pós-Graduação em Administração Pública
PROPADM	Programa de Pós-Graduação em Administração
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SERGIPETEC	Sergipe Parque Tecnológico
TIC	Tiradentes <i>Innovation Center</i>
UFS	Universidade Federal de Sergipe
UNIT	Universidade Tiradentes
WEF	<i>World Economic Forum</i> (Fórum Econômico Mundial)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	15
1.1. PROBLEMA DA PESQUISA	19
1.2. OBJETIVOS.....	19
1.2.1. OBJETIVO GERAL	19
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
1.3. JUSTIFICATIVA	20
1.4. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	22
2. REFERENCIAL TEÓRICO	24
2.1. Os Diferentes Ecossistemas nas Ciências Sociais e Econômicas.....	24
2.1.1. Ecossistemas de Negócios	25
2.1.2. Ecossistemas de Inovação.....	27
2.1.3. Ecossistemas Empreendedores	30
2.2. Os Ecossistemas Empreendedores.....	37
2.2.1. Estágios e Ciclo de Vida dos Ecossistemas Empreendedores	37
2.2.2. Os Atores do Ecossistema Empreendedor	40
2.2.3. O Papel das Universidades nos Ecossistemas Empreendedores.....	42
2.2.4. O Papel das <i>Startups</i> nos Ecossistemas Empreendedores	45
2.2.5. Relações entre Atores nos Ecossistemas Empreendedores.....	50
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	55
3.1. Questões de Pesquisa.....	55
3.2. Classificação da Pesquisa	56
3.3. Categorias e Elementos de Análise	57
3.4. Estratégia de Pesquisa	58
3.5. Fontes de Evidência.....	59
3.6. Critérios de Validade e Confiabilidade	64
3.7. Tratamento e análise de dados.....	65
4. CONTEXTUALIZAÇÃO DO ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR SERGIPANO 67	
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	72
5.1. CARACTERIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS	72
5.2. A PERSPECTIVA DOS EMPREENDEDORES.....	78

5.2.1.	A construção das relações entre <i>startups</i> e universidades	78
5.2.2.	Impactos e contribuições percebidos pelas <i>startups</i> por meio das relações com as universidades	83
5.2.3.	Benefícios percebidos pelas <i>startups</i> advindos das relações com as universidades	90
5.2.4.	A CONSTRUÇÃO DAS RELAÇÕES ENTRE <i>STARTUPS</i>	95
5.2.5.	Impactos e contribuições originadas das relações entre <i>startups</i>	97
5.2.6.	Benefícios proporcionados pelas relações entre <i>startups</i>	103
5.3.	A PERSPECTIVA DOS ENTREVISTADOS DAS UNIVERSIDADES	106
5.3.1.	A construção das relações entre universidades e <i>startups</i>	106
5.3.2.	Benefícios percebidos pelos atores das universidades decorrentes das relações com <i>startups</i>	108
5.3.3.	Contribuições das universidades para o desenvolvimento de <i>startups</i> no EE sergipano.....	112
5.4.	MECANISMOS DE INTERAÇÃO	117
6.	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	120
7.	CONCLUSÕES.....	130
7.1.	Limitações e recomendações para pesquisas futuras.....	133
8.	RELATÓRIO À COMUNIDADE EMPREENDEDORA SERGIPANA	136
8.1.	Contribuições mapeadas	136
8.1.1.	Contribuições da Universidade Federal de Sergipe	136
8.1.2.	Contribuições da Universidade Tiradentes	138
8.1.3.	Percepção das contribuições pelos empreendedores	139
8.1.4.	Percepções gerais das contribuições	140
8.2.	Benefícios mapeados	142
8.2.1.	Benefícios percebidos pelos empreendedores: Relação startup-startup	142
8.2.2.	Benefícios percebidos pelos empreendedores: Relação startup-universidade	142
8.2.3.	Benefícios percebidos pelas universidades: Relação universidade-startup	143
8.3.	Canais e pontos de comunicação	143
8.4.	Conclusões.....	144
8.5.	Lista de siglas	145
	REFERÊNCIAS	146
	APÊNDICE A – PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE.....	162
	APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA R1.....	163

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA R2.....	166
APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	168
APÊNCICE E – TERMO DE COMPROMISSO DE DIVULGAÇÃO DA PESQUISA	169

1. INTRODUÇÃO

O conceito de Ecosistemas Empreendedores (EE) tem atraído atenção nos últimos anos (STAM, 2015; STAM; SPIGEL, 2017; ALVERDALEN; BOSCHMA, 2017) e pesquisas passaram a ser realizadas sobre ele (STAM, 2015). Em virtude do seu papel na geração de emprego e renda, geração e difusão de inovações e impulsionamento do desenvolvimento de regiões, os EE têm sido cada vez mais estudados entre acadêmicos e gestores de políticas públicas (SANTOS *et al.*, 2022).

Os EE são redes de atores interconectadas em uma comunidade geográfica local, comprometidos com a criação e desenvolvimento de empreendimentos sustentáveis e compostos por um conjunto de elementos como liderança, cultura, mercados e clientes que se relacionam de maneira complexa (COHEN, 2006; ISENBERG, 2010). O ambiente que constitui um EE se refere a uma área geograficamente delimitada, onde determinados atores mantêm relações (NAPIER; HANSEN, 2011), essas que devem fomentar as atividades empreendedoras e o desenvolvimento de inovações.

Um dos primeiros estudos a explorar o que viria a ser chamado de Ecosistema Empreendedor se deu na região conhecida como *Silicon Valley*, situada no estado da Califórnia nos Estados Unidos, tendo sido realizado por Bahrami e Evans (1995). Apesar de à época o termo utilizado ainda não ter sido o de EE, esses autores descreveram os principais atores desse ecossistema, identificando institutos de pesquisas, universidades, infraestruturas de suporte, dentre outros elementos presentes em um EE (GIMENEZ; STEFENON; INÁCIO JÚNIOR, 2022).

Ao se falar nos EE em um âmbito mundial, diversos estudos já foram realizados. Cao e Shi (2021) destacam especialmente estudos como o de Victoria no Canadá (COHEN, 2006), o de Tel Aviv em Israel (KON *et al.*, 2014), o da Estônia e da Coreia do Sul (KSHETRI, 2014) e o de Waterloo no Canadá (SPIGEL, 2017), que buscaram compreender fatores e elementos-chave ao desenvolvimento de Ecosistemas Empreendedores com base na literatura, sugerindo modelos ou propondo comparações entre os distintos EE.

No Brasil, a importância dada aos estudos sobre EE também tem se ampliado. Em 2022, o EGEPE (Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas), um dos eventos mais relevantes do país na área do empreendedorismo, dedicou o seu foco para o tema. Além desse fato, estudos brasileiros sobre os EE de João Pessoa (VIEIRA, 2019), San Pedro Valley em Belo Horizonte (PEREIRA, 2017), Campinas (GASPAROTO, 2019) e Belém (TORRES, 2016) demonstram que há uma

busca crescente pelo entendimento de ecossistemas empreendedores locais. No Estado de Sergipe, Martins (2020) analisou os elementos críticos ao sucesso de um EE apontados pela literatura, verificando sua presença ou ausência, para então identificar as oportunidades e desafios encontrados nesse ecossistema sob a ótica dos atores mapeados. Mesmo considerando a existência de estudos acerca do EE sergipano, estes não se aprofundam nas relações construídas dentro dele, o que de acordo com Fernandes e Ferreira (2021), é uma lacuna remanescente nos estudos sobre EE.

Outro ponto importante a ser considerado é que o EE sergipano ainda se encontra em fase embrionária, conforme identificado por Martins (2020), o que proporciona oportunidades de pesquisa para identificar elementos que fomentem o desenvolvimento do referido ecossistema. Martins (2020) utilizou o modelo de fases estabelecido por Moore (1993) para identificar o estágio de vida do EE sergipano. Desde o surgimento do conceito de ecossistemas empreendedores, diversos autores já realizaram estudos sobre a evolução dos EE (BROWN; MASON, 2014, 2017; MACK; MAYER, 2016; COLOMBELLI; PAOLUCCI; UGHETTO, 2019; HARIMA; HARIMA; FREILING, 2020; ROUNDY *et al.*, 2018; MALECKI, 2018).

Seja qual for o estágio de um EE, ele existe para estimular atividades empreendedoras que se conectam diretamente com a criação de *startups*, consideradas organizações que buscam se tornar negócios escaláveis e que surgem em um contexto de extrema incerteza (RIES, 2012). Alguns dos elementos que caracterizam esse cenário são a falta de trabalho tecnicamente qualificado, o uso limitado de informação e expertise, a dificuldade em atrair e assegurar financiamento, a incapacidade para disseminar o risco, a inadequação da gestão, o elevado custo da conformidade regulatória e a dificuldade de comercializar produtos em novos mercados (OLIVEIRA, 2022).

Nesse sentido, um dos papéis do EE é de colaborar com a redução desse cenário de extrema incerteza, conectando as *startups* aos diversos atores que compõem tal ecossistema. Segundo Autio e Thomas (2014), os EE abrangem uma comunidade de muitos envolvidos e que exercem funções distintas, englobando inclusive instituições que compartilham aprendizagem, habilidades e tecnologias, em um universo voltado para inovações e experiências.

De acordo com Adner (2006), para fomentar ideias inovadoras, proporcionar um ambiente de cooperação e reduzir as incertezas, é preciso que o ecossistema seja capaz de gerar a integração entre seus atores. Portanto, observa-se a necessidade de um ambiente

delimitado para que aconteçam interações entre tais atores, levando em conta que a unidade de análise dos referidos ecossistemas é o território (MARTINS; OLAVE, 2020).

Felizola e Aragão (2022) realizaram uma pesquisa observando os atores do ecossistema sergipano. Apesar do estudo ter sido focado na caracterização do ecossistema sergipano de inovação, esses mesmos atores fazem parte do referido ecossistema empreendedor. Tais atores são classificados como: aceleradoras, associações de classe e federações de empresários, centros de empreendedorismo, espaços de *coworkings*, incubadoras, instituições de suporte aos empresários, movimento de empresários das *startups*, parque tecnológico e universidades.

Apesar da vasta gama de atores encontrados nos EE e que foram analisados em diversas pesquisas, este estudo teve foco nas relações formadas entre as *startups* e as universidades. As *startups*, por serem consideradas o ponto focal de um EE, e as universidades, por serem agentes importantes nos processos de incentivo e dinamização do conhecimento, da inovação e do empreendedorismo (COUTINHO E SILVA, 2022), além de serem atores fundamentais nas ações transformadoras que orientam para uma sociedade do conhecimento, empreendedora, moderna e colaborativa (TORLIG; RESENDE JUNIOR, 2018).

Entender o papel das universidades no EE é fundamental, pois elas atuam como agentes integradores, criando espaços para que recursos e atores se alinhem de forma sistemática e consistente em busca de um objetivo comum (CELUCH *et al.*, 2018). Dentre os diversos atores de um EE, as universidades desempenham um papel especial, facilitando a interação entre a pesquisa e sua aplicação comercial (YOUTIE; SHAPIRA, 2008), bem como estimulando a produção e a difusão de conhecimento entre regiões (FINEGOLD, 1999), além de se destacarem pela infraestrutura, apoio em pesquisa e desenvolvimento (P&D), complementaridade de recursos, transferência de conhecimentos e tecnologias e treinamento de equipes (FACCIN; BALESTRIN, 2015).

Desta forma, esta pesquisa buscou estudar as relações entre *startups* e universidades no âmbito dos EE. Contudo, esses atores não foram estudados de forma isolada, mas sim avaliando as suas interações. Spigel (2017) destaca que a abordagem de EE incorpora características extraídas de diversos temas da literatura. Este autor destaca os conceitos de *clusters*, sistemas de inovação, geografia econômica, capital social e redes, para demonstrar por que algumas regiões promovem continuamente o sucesso de seus novos empreendimentos ao lado de altos níveis de atividades empreendedoras de alto crescimento (FERNANDES; FERREIRA, 2021). Nesse sentido, as relações

estabelecidas em cada EE são importantes, pois cada uma apresenta características únicas e impossíveis de serem replicadas da mesma forma em outras regiões (AUTIO *et al.*, 2014; COLOMBELLI; PAOLUCCI; UGHETTO, 2019; ISENBERG, 2010, 2011; SPIGEL, 2017).

Alguns autores (FERNANDES; FERREIRA, 2021; MOTOYAMA; KNOWLTON, 2017; MULDOON; BAUMAN; LUCY, 2018; SPIGEL, 2017; SPIGEL, HARRISON, 2018; STAM, 2015) destacam a importância do estabelecimento de relacionamentos entre os atores dos EE e ressaltam o papel dos elementos confiança e cooperação construídos por meio de laços fortemente interconectados que permitem um bom funcionamento e desenvolvimento do ecossistema. Além disso, as relações que se formam entre os atores, facilitam o acesso a diversos recursos, como capital financeiro, mão-de-obra qualificada, compartilhamento de custos, acesso a novas tecnologias, dentre outros. (MARTINS, 2020).

No estado de Sergipe, diversos atores vêm desenvolvendo ações para fortalecer a criação de *startups* e empregando esforços para estruturar e ampliar o EE do estado. Alguns atores que cabem ser mencionados são: o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a Federação de Comércio de Bens, Serviços e Turismo do estado de Sergipe (FECOMÉRCIO), o Conselho de Jovens Empreendedores de Sergipe (CJE-SE), a Associação Sergipana de *Startups* (ASES), as universidades públicas e privadas do estado como a Universidade Tiradentes (UNIT) e a Universidade Federal de Sergipe (UFS), dentre outros.

Contudo, ainda é necessário discutir e analisar as interações entre atores dentro dos EE, pois a literatura ainda precisa de tais estudos (MACK; MAYER, 2016). Por outro lado, não há quase nenhuma referência à literatura de redes (ALVEDALEN; BOSCHMA, 2017), o que indica a necessidade de mais estudos conectando ecossistemas empreendedores e redes (FERNANDES; FERREIRA, 2021).

Esta pesquisa seguiu uma metodologia de natureza qualitativa, de tipo exploratório e descritivo, usando como estratégia o estudo qualitativo básico, que busca verificar como determinadas questões se manifestam por meio de descrição, interpretação e compreensão do caso escolhido, diferente de um estudo de caso clássico que busca entender o caso em si, o estudo qualitativo básico visa entender como as questões críticas acerca do caso escolhido emergem (MARIZ *et al.*, 2005), sendo o caso em si um instrumento para investigar as questões estabelecidas para a pesquisa e para identificar padrões que venham a se repetir (MERRIAM, 1998).

1.1. PROBLEMA DA PESQUISA

A literatura sobre ecossistemas empreendedores ainda não explorou de forma suficiente as interações nos ecossistemas (ALVEDALEN; BOSCHMA, 2017; FERNANDES; FERREIRA, 2021), mesmo levando em conta o cenário previamente exposto dos ecossistemas empreendedores e de inovação, em que tanto o empreendedorismo como a inovação são pressupostos essenciais para o desenvolvimento econômico e para a geração de riquezas em determinado território.

Considerando que os ambientes propícios ao desenvolvimento de ecossistemas empreendedores se revelam por meio das relações entre os atores que fazem parte desses ecossistemas, é fundamental entender como esses atores percebem a construção das relações firmadas entre eles, quais as contribuições advindas dessas relações e quais os benefícios frutos delas. Diante desse cenário, esta pesquisa buscou responder à seguinte questão:

“Como são construídas as relações entre as *startups* e as universidades, no contexto do Ecossistema Empreendedor Sergipano, para que haja o desenvolvimento e sucesso desses empreendimentos?”

1.2. OBJETIVOS

De acordo com Saunders, Lewis e Thornhill (2009), os pesquisadores buscam relatar e descrever em suas pesquisas contextos, eventos, situações e fenômenos expostos em suas análises. Para tal, é necessário estabelecer objetivos que orientem tais pesquisas. Com isso, para direcionar esta pesquisa, foram estabelecidos os seguintes objetivos:

1.2.1. OBJETIVO GERAL

Compreender como são construídas as relações entre as *startups* e universidades e suas influências no desenvolvimento e no sucesso do Ecossistema Empreendedor Sergipano.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar as *startups* que integram o EE sergipano.
- Investigar as contribuições e/ou impactos percebidas pelas *startups* por meio das relações estabelecidas com as universidades e outras *startups* do EE sergipano.
- Identificar os benefícios e/ou ganhos obtidos pelas *startups* a partir das relações estabelecidas com as universidades e com outras *startups* no EE sergipano.

- Verificar as contribuições das universidades para o desenvolvimento de *startups* e do EE sergipano.
- Detectar os mecanismos de interação utilizados nas relações entre as *startups* e as universidades no EE sergipano.
- Elaborar um relatório sumarizado com os resultados da pesquisa para que seja apresentado aos atores entrevistados.

1.3. JUSTIFICATIVA

Embora as contribuições teóricas frente aos estudos dos ecossistemas empreendedores tenham avançado nos últimos anos com estudos de diversos autores em estudos empíricos (COHEN, 2006; KSHETRI, 2014; KON *et al.*, 2014; SPIGEL, 2017), revisões de literatura (CARAYANNIS; GRIGOROUDIS; WURTH, 2021; ALVEDALEN; BOSCHMA, 2017; CAO; SHI, 2020), estudos sobre mensuração e desempenho dos EE (STAM, 2015, 2017; LA ROVERE; SANTOS; VASCONCELOS, 2021; SANTOS *et al.*, 2022), estudos sobre o papel das universidades nos EE (TORLIG; RESENDE JUNIOR, 2018; SILVA *et al.*, 2019; GASPAROTO; FISCHER, 2020; PEDRINHO *et al.*, 2020), sobre relacionamentos entre atores em EE (FERNANDES; FERREIRA, 2021; SILVEIRA; SANTOS, 2022; MULDOON; BAUMAN; LUCY, 2018; MOTOYAMA; KNOWLTON, 2017), além de teses e dissertações que trabalham a temática de EE (VIEIRA, 2019; PEREIRA, 2017; GASPAROTO, 2019; TORRES, 2016; MARTINS, 2020), ainda há necessidade de explorar mais a forma como acontecem as relações entre os diversos atores do ecossistema empreendedor (FERNANDES; FERREIRA, 2021).

Do ponto de vista teórico, Stam (2015) afirmou que não existe uma única definição ampla e compartilhada, nem consenso sobre o conceito do ecossistema empreendedor. Com isso, a definição mais detalhada encontrada para o termo, e que foi adotada para a presente pesquisa, foi a de Mason e Brown (2014), que definiram os Ecossistemas Empreendedores como:

um conjunto de atores interconectados e relacionados ao empreendedorismo (tanto potenciais quanto existentes), organizações empreendedoras (por exemplo, firmas, capitalistas de risco, investidores-anjo, bancos), instituições (universidades, agências do setor público, órgãos financeiros) e processos empresariais (ex. taxa de natalidade de firmas, número de empresas de alto crescimento, nível de “empreendedorismo de alto impacto”, número de empreendedores em série, grau de orientação para *sellout*¹ dentro das empresas e níveis de ambição empreendedora) que formal e informalmente se fundem

¹ Processo de comercialização direta ao cliente final – B2C (*Business to Customer*)

para conectar, mediar e governar o desempenho dentro do ambiente empreendedor local. (MASON; BROWN, 2014, p. 5).

Em complemento, alguns estudos foram realizados sobre ecossistemas empreendedores (FERNANDES; FERREIRA, 2021; SILVEIRA; SANTOS, 2022; MULDOON; BAUMAN; LUCY, 2018; MOTOYAMA; KNOWLTON, 2017), mas que não exploraram especificamente as relações entre atores, à exceção do trabalho de Motoyama e Knowlton (2017) que analisou as relações entre *startups*, entre instituições de apoio e entre *startups* e instituições de apoio. Silveira e Santos (2022) detalham a importância dos mecanismos de interação, mas não adentram nas relações advindas do uso desses mecanismos. Fernandes e Ferreira (2020) destacam a importância da realização de estudos sobre interações pois realizaram uma revisão sistemática da literatura e identificaram essa temática como lacuna. Muldoon, Bauman e Lucy (2018) discorrem sobre a confiança em redes sociais em EE e citam relações que causam confiança e desconfiança.

Desta forma, a investigação sobre as relações formadas entre atores no âmbito dos EE, mais especificamente entre as *startups* e as universidades, apresenta oportunidades para identificar como tais relações acontecem, como cada ator percebe suas respectivas contribuições e os potenciais impactos que podem ser originados por meio de suas atuações dentro do ecossistema.

Outro fator que justificou a presente pesquisa se dá pelo fato de que ainda há pouco material escrito sobre EE em língua portuguesa (GIMENEZ; STEFENON; INÁCIO JÚNIOR, 2022), além de também não ter sido encontrado pelo presente pesquisador nenhuma dissertação ou tese especificamente sobre o tema. O trabalho com uma abordagem mais próxima foi o de Neves (2020), que explorou as redes formadas por *startups*, mas desconsiderou o contexto do Ecossistema Empreendedor, reforçando a viabilidade desta pesquisa.

Adicionalmente, este tema ainda carece de aprofundamento e compreensão (ALVEDALEN; BOSCHMA, 2017; FERNANDES; FERREIRA, 2021), havendo a necessidade de avaliações empíricas frente às dinâmicas, relações e interdependências entre os atores que compõem um EE (RITALA; GUSTAFSSON, 2018), o que demonstra a importância de novas pesquisas sobre a temática e justifica a sua execução, uma vez que a relevância teórica é assegurada pela necessidade de compreender e explicar o fenômeno em questão a partir da investigação das suas causas e consequências (MELO, 2018).

Martins (2020) ressalta ainda que a literatura voltada para os EE tende a analisar os EE de sucesso, a exemplo do Vale do Silício nos EUA, e que os estudos acerca de EE em fase inicial são escassos. Com isso, busca-se com esta pesquisa elucidar aspectos relacionados a essa temática, trazendo uma contribuição empírica, de um EE embrionário, que pode servir como referência para estudos futuros em outros EE.

Do ponto de vista prático, apesar de já haver pesquisas sobre o ecossistema empreendedor sergipano (MARTINS, 2020; MARTINS; OLAVE, 2020), ainda não há pesquisas que tratem especificamente sobre as relações constituídas nesse ecossistema.

Dessa forma, acredita-se que esta pesquisa poderá servir como referência para os gestores de *startups* e universidades permitindo que acessem os resultados que foram consolidados, podendo contribuir para a evolução das relações entre esses atores e torná-las mais dinâmicas.

Em relação às motivações do pesquisador, este tem como objetivo futuro fazer parte do EE local como um empreendedor. Nesse sentido, mostra-se relevante compreender as relações entre os atores elencados e como estas podem impactar no sucesso e desenvolvimento do EE. Logo, acredita-se que novas contribuições empíricas que possam auxiliar no direcionamento do desenvolvimento desse ecossistema possam se apresentar importantes.

1.4. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A presente dissertação está vinculada à linha de pesquisa em Sociedade, Organizações e Empreendedorismo do Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPADM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS) e foi estruturada em oito capítulos, sendo eles: (1) Introdução, (2) Fundamentação teórica, (3) Procedimentos metodológicos, (4) Contextualização do Ecossistema Empreendedor sergipano, (5) Apresentação e análise dos resultados, (6) Discussão dos resultados, (7) Conclusões e (8) Relatório à comunidade empreendedora sergipana.

O primeiro capítulo trata da introdução, apresentando o contexto da pesquisa, declarando o problema, os objetivos e a justificativa. O segundo apresenta o referencial teórico, o qual explora os diferentes conceitos e definições que direcionam a pesquisa. O terceiro elenca os procedimentos metodológicos escolhidos, detalhando abordagem, natureza, delineamento, caracterização, instrumentos de coleta e de tratamento dos dados usados na pesquisa. O quarto traz uma contextualização do EE sergipano, buscando identificar a atividade empreendedora, para que então venham a ser exploradas suas

relações. O quinto expõe os resultados dos dados coletados, analisando-os por meio das entrevistas semiestruturadas e da observação participante. O sexto discute os resultados, relacionando as perspectivas identificadas entre os dois grupos de atores entrevistados. O sétimo capítulo descreve as conclusões da pesquisa decorrentes das relações entre os atores pesquisados no Ecossistema Empreendedor do estado de Sergipe, assim como sugestões para o respectivo ecossistema, indicando também as limitações da pesquisa e recomendações para trabalhos futuros. O oitavo e último capítulo disponibiliza um relatório sumarizado da pesquisa, de forma mais simples e objetiva, apresentando um produto originado por meio da análise realizada para que os atores entrevistados e o EE sergipano de forma geral possam acessar e obter *insights* que auxiliem em seus desenvolvimentos e do EE.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo busca apresentar uma compilação de conceitos sobre o tema alvo desta pesquisa. O referencial expõe um arcabouço teórico acerca dos conceitos considerados fundamentais para o desenvolvimento deste estudo. A Figura 01 representa a estruturação dos temas, que se inicia pelos diferentes ecossistemas nas ciências sociais e econômicas, seguido pelos Ecossistemas Empreendedores, incluindo as relações entre as *startups* e universidades, que são o foco desta pesquisa.

Figura 01: **Proposta teórica do estudo**



Fonte: Elaborado pelo Autor (2023).

2.1. Os Diferentes Ecossistemas nas Ciências Sociais e Econômicas

O termo ecossistema surge com os estudos de Tansley (1935). Este autor, que foi o primeiro a utilizar este termo, entendia o ecossistema como um elemento na hierarquia dos sistemas físicos e, deste modo, como um sistema básico de análise da ecologia (GOLLEY, 1993). Com isso, a abordagem ecossistêmica da ecologia entende a natureza como sistemas autorregulados, integrados e em equilíbrio (VIGLIO; FERREIRA, 2013).

Já nas Ciências Sociais e nas Ciências Econômicas, o termo ecossistema é entendido como um sistema de relações mútuas entre os participantes do trabalho cooperativo, gerando fluxos de informação e conhecimento em um ambiente de tecnologia, infraestrutura e circulação de capitais (FERNANDES; FERREIRA, 2021). Nesse sentido, o termo ecossistema se popularizou com o trabalho de Moore (1993), que adaptou o conceito original da ecologia para descrever relações interdependentes entre organizações e atores (fornecedores, *stakeholders*, empresas complementares, dentre

outros) e o utilizou para se referir a um ecossistema de negócios (IKENAMI, 2016; MARTINS; OLAVE, 2020).

2.1.1. Ecossistemas de Negócios

Para Moore (1993), empresas bem-sucedidas evoluem rápida e efetivamente. Contudo, essas não conseguem evoluir de forma autônoma. Elas precisam atrair recursos de diversos tipos, como recursos financeiros e recursos humanos, tais como parceiros, fornecedores e clientes para criar redes cooperativas. Nesse sentido, é necessário então levar em consideração o ambiente em que elas estão inseridas.

Ainda de acordo com Moore (1993), uma empresa deve ser vista não como uma única indústria, mas como parte de um ecossistema de negócios que permeia uma variedade de indústrias. Em um ecossistema de negócios, as empresas coevoluem suas capacidades em torno de uma inovação, trabalhando cooperativamente e competitivamente para apoiar novos produtos, satisfazer as necessidades de clientes e, em algum momento, incorporar uma próxima rodada de inovações.

Mas como esses ecossistemas emergem? Dubini (1989) realizou um estudo que buscou compreender as motivações para iniciar *startups*. Nesse trabalho, a autora evidencia a importância da cultura empreendedora para a formação de ecossistemas de negócios, sugerindo que as motivações individuais para iniciar uma startup estão ligadas às percepções que os empreendedores têm do ambiente, ou seja, do ecossistema.

Ainda no caminho de compreender o desenvolvimento desses ecossistemas, Moore (1993) destaca que todo ecossistema de negócios se desenvolve em quatro estágios: nascimento, expansão, liderança e renovação ou, não havendo renovação, morte. No primeiro estágio, empreendedores focam em definir quem serão seus clientes, a proposta de valor de seus produtos e/ou serviços e a melhor forma de entregá-los. Na maioria das vezes, o sucesso no primeiro estágio se apresenta para quem define e implementa da melhor forma a proposta de valor para o cliente (MOORE, 1993).

No segundo estágio, os ecossistemas de negócios se expandem para conquistar novos e mais amplos territórios. Em geral, duas condições são necessárias para a expansão: (1) muitos clientes valorizando o negócio e (2) potencial de escala do negócio, ampliando-se em seu mercado. Então, os ecossistemas devem desenvolver relacionamentos com seus fornecedores que impeçam seguidores de se tornarem líderes (MOORE, 1993), o que faz com que o ecossistema entre no terceiro estágio, o de liderança. Nesse estágio, o ecossistema deve ser forte o suficiente para manter seu

crescimento e lucratividade, além de possuir uma estrutura de geração de valor que o torne estável.

Por fim, o quarto estágio ocorre quando um ecossistema maduro é ameaçado pelo surgimento de novos ecossistemas e inovações. Liderar sucessivas gerações de inovações torna-se crucial para a sobrevivência de um ecossistema. Seu sucesso a longo prazo depende da capacidade de se renovar (MOORE, 1993). Caso contrário, há o seu declínio e então a morte do ecossistema.

O Quadro 01 detalha os principais desafios cooperativos e competitivos em cada estágio evolutivo de um ecossistema de negócios:

Quadro 01: Estágios de evolução de um ecossistema de negócios

	Desafios Cooperativos	Desafios Competitivos
Nascimento	Trabalhar com clientes e fornecedores para definir uma proposta de valor baseada em uma inovação semente.	Proteger as ideias de outros que possam trabalhar para definir ideias semelhantes e aproximar clientes, fornecedores e canais importantes.
Expansão	Trabalhar com fornecedores para aumentar a oferta e alcançar a máxima cobertura de mercado.	Garantir o padrão de mercado dominando os principais segmentos.
Liderança	Encorajar fornecedores e clientes a trabalharem juntos para melhorar a oferta e prover uma visão convincente para o futuro.	Manter um forte poder de barganha em relação a outros atores do ecossistema, incluindo clientes e fornecedores valiosos.
Renovação	Trabalhar com atores inovadores que tragam novas ideias para o ecossistema.	Construir e manter barreiras de entrada que dificultem a construção de ecossistemas alternativos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023), adaptado de Moore (1993).

Iansiti e Levien (2004) resgataram o conceito de ecossistemas de negócios de Moore (1993). Para os autores, assim como em um ecossistema biológico, no ecossistema de negócios cada membro compartilha um destino determinado por sua rede, independentemente de sua aparente força. No estudo em questão, Iansiti e Levien (2004) afirmam que, apesar de serem cada vez mais centrais para os negócios modernos, os ecossistemas ainda são mal compreendidos.

A partir do ano de 2004, após a publicação do trabalho de Iansiti e Levien (2004), houve um movimento de reutilização do termo (IKENAMI, 2016). Desde então, outros autores passaram a conceituar ecossistemas de negócios de forma distinta, complementando o trabalho de Moore (1993). Os próprios Iansiti e Levien (2004) afirmam que os ecossistemas de negócios são “redes soltas” de fornecedores, distribuidores, empresas de terceirização, fabricantes de produtos ou serviços e provedores de tecnologia que afetam e são afetados pela criação e entrega de uma empresa

com ofertas próprias. Os autores reforçam que a maioria das empresas habita ecossistemas que vão além das fronteiras de suas próprias indústrias.

Outro autor que tece suas definições frente ao conceito é Li (2009), ao reforçar que o ecossistema de negócios é um conceito emergente com foco estratégico ligado ao crescimento empresarial e que pode fornecer uma orientação para criar inovações. Já Zahra e Nambisan (2012) conceituam o termo como um grupo de empresas e outras entidades que interagem e compartilham um conjunto de interdependências à medida que produzem bens, tecnologias e serviços que clientes precisam, muitas vezes orquestrados por um ator central que incentiva outras empresas a evoluir e a alinhar seus objetivos e atividades uns com os outros.

Outros autores também utilizaram o conceito de ecossistema de negócios em suas pesquisas (ISCKIA, 2009; BATTISTELLA *et al.*, 2013; RONG *et al.*, 2011) mas foi Adner (2006) que salientou um outro conceito derivado do ecossistema de negócios, o ecossistema de inovação, que é apresentado na subseção a seguir.

2.1.2. Ecossistemas de Inovação

O termo ecossistema de inovação foi criado por Adner (2006) para reduzir incertezas e riscos no campo da gestão da inovação (IKENAMI, 2016). O autor refere o termo a arranjos colaborativos em que as organizações cooperam para criarem juntas um valor que não seriam capazes de criar individualmente (MARTINS, 2020).

Martins (2020) comenta que o conceito de ecossistema de inovação é similar ao de redes de cooperação, mas destaca que a interdependência entre os atores faz com que seja criado um ambiente favorável à inovação e ao crescimento das empresas. Moore (1996) já destacava que a formação de redes de cooperação entre os diversos atores de um ecossistema propiciaria um ambiente fértil para o empreendedorismo voltado para a inovação, permitindo parcerias estratégicas que fortalecem as estruturas organizacionais e se voltam para uma política de desenvolvimento regional (ISENBERG, 2011) em um ambiente em que todos os atores envolvidos, sejam sociedade civil, instituições de apoio e fomento, governos e empreendedores, se relacionam sinergicamente para prover um aumento do poder econômico (COHEN, 2006).

Diante dos conceitos de ecossistemas de negócios, ecossistemas de inovação e ecossistemas empreendedores, Martins e Olave (2020) realizaram um estudo para caracterizar as tipologias e particularidades de cada ecossistema, definindo os ecossistemas de inovação como sistemas interorganizacionais, políticos, econômicos,

ambientais e tecnológicos da inovação, em que ocorre a catalisação, sustentação e apoio ao crescimento de negócios e são gerados pela união de dois ecossistemas, o ecossistema do conhecimento (voltado para pesquisa e desenvolvimento) e o ecossistema de negócios (RUSSELL *et al.*, 2011).

Nota-se que o conceito de ecossistema de inovação se tornou popular e houve um rápido crescimento da literatura sobre ele (GOMES *et al.*, 2018), possibilitando que diversos autores (ALLAHAR; BRATHWAITE, 2016; CUKIER; KON; LYONS, 2016; FAN; WANG; LU, 2012; FERRETTI; PARMENTOLA, 2015; JISHNU; GILHOTRA; MISHRA, 2011; RAJAHONKA *et al.*, 2015; REYNOLDS; UYGUN, 2018; SPIGEL, 2017; SPINOSA; SCHLEMM; REIS, 2015; YOGUEL; BORELLO; ERBES, 2009; XU *et al.*, 2018) pudessem avançar nas análises sobre o tema ao redor do mundo, evidenciando ambientes com redes complexas e níveis cada vez mais profissionais de conexão e governança corporativa (FELIZOLA; ARAGAO, 2022).

Como já supracitado, Martins e Olave (2020) chegaram a uma definição do ecossistema de inovação a partir de uma revisão bibliográfica que analisou as perspectivas conceituais de diversos autores que conduziram estudos acerca do tema (ADNER, 2006; ADNER; KAPOOR, 2010; WANG, 2010; JISHNU; GUILHOTRA; MISHRA, 2011; RUSSEL *et al.*, 2011; ALEXY; GEORGE; SALTER, 2013; THOMAS; AUTIO, 2014; SPINOSA; SCHLEMM; REIS, 2015).

Detalhando esses conceitos, iniciando por Adner (2006), os ecossistemas de inovação são arranjos colaborativos por meio dos quais as empresas combinam suas ofertas individuais em uma solução coerente e voltada para o cliente. Alexy, George e Salter (2013) complementam esse conceito apontando que esses arranjos colaborativos dependem do comportamento de outros atores para que obtenham retornos positivos à inovação. Adner e Kapoor (2010) entenderam os ecossistemas de inovação como um movimento coordenado entre parceiros em redes de trocas que são caracterizadas por cooperação e competição simultâneas. Já Wang (2010) os define como um sistema dinâmico de instituições e pessoas interconectadas, necessárias para impulsionar o desenvolvimento tecnológico e econômico.

Jishnu, Guilhotra e Mishra (2011) e Russel *et al.* (2011) conceituam os ecossistemas de inovação de forma parecida, referindo-se a eles como sistemas interorganizacionais, políticos, econômicos, ambientais e tecnológicos por meio dos quais um ambiente propício ao crescimento dos negócios é catalisado, sustentado e apoiado. Para Thomas e Autio (2014) são redes de organizações interconectadas que são

vinculadas ou operam em torno de uma organização ou serviço focal, enquanto Spinosa, Schlemm e Reis (2015) dizem que esses ecossistemas podem ser considerados como uma opção estratégica capaz de promover a produção e a inovação do conhecimento em harmonia com o desenvolvimento social e econômico.

Felizola e Aragão (2018), indicam que um ecossistema de inovação seria uma teia ou rede que agrupa além da sociedade civil, também empresas públicas e privadas, em prol da possibilidade de desenvolvimento de um ambiente cooperativo, que permita que empresas possam projetar para o mercado produtos e serviços realmente inovadores.

Em resumo, as definições do ecossistema de inovação geralmente enfatizam colaboração em detrimento de competição (GRANDSTRAND; HOLGERSSON, 2020). Gomes *et al.* (2018) argumentam que o conceito de ecossistema de inovação veio, em parte, como uma reação à captura de valor e foco competitivo que prevalecia na literatura pré-existente do ecossistema de negócios e que o conceito de ecossistema de inovação deu maior ênfase no valor da criação e da colaboração.

Moore (1993) já destacava, em seus estudos evidenciando ecossistemas de negócios, esses pontos de foco em colaboração e competição, afirmando que:

Em um ecossistema de negócios, as empresas coevoluem capacidades em torno de uma nova inovação: elas trabalham cooperativa e competitivamente para dar suporte a novos produtos, satisfazer as necessidades dos clientes e, eventualmente, incorporar a próxima rodada de inovações (MOORE, 1993, pág. 76).

Frente a essa ampla diversidade de conceitos oriundos da expansão dos estudos sobre ecossistemas de inovação, é notável que esse conceito se tornou rapidamente popular e com um crescimento exponencial nas produções bibliográficas (GOMES *et al.*, 2018), o que provoca um cenário de consenso limitado entre os pesquisadores sobre o que os ecossistemas de inovação realmente são (BAIYERE, 2018).

Martins e Olave (2020) apontam que na literatura sobre Ecossistemas de Inovação aparecem dois objetivos divergentes para o mesmo conceito: o primeiro sobre desenvolvimento do território (quando a unidade de análise é uma região geográfica) e o segundo quando se fala em possibilitar a inovação entre diferentes atores vinculados a uma organização focal (quando a unidade de análise é a organização). Adicionalmente, as autoras corroboram a assertiva de Baiyere (2018) quando concluem que não há consenso na literatura quanto à unidade de análise e quanto ao objetivo dos ecossistemas de inovação. Grandstrand e Holgersson (2020) argumentam ainda que nenhuma definição inclui todos os componentes do ecossistema de inovação de forma precisa, equilibrada e logicamente consistente.

Por conseguinte, as atividades inovadoras e empreendedoras conectam a inovação ao empreendedorismo, que é um fenômeno fundamental ao desenvolvimento econômico e à criação de novas empresas. A criação e manutenção de um ambiente propenso ao empreendedorismo conecta o ecossistema de inovação a uma outra abordagem de ecossistema, a do ecossistema empreendedor, apresentada na seção a seguir.

2.1.3. Ecossistemas Empreendedores

O conceito de ecossistemas empreendedores tem atraído muita atenção nos últimos anos (KON *et al.*, 2014; KSHTERI, 2014; STAM, 2015; STAM; SPIGEL, 2017; SPIGEL, 2017; ALVERDALEN; BOSCHMA, 2017; ROUNDY; BRADSHAW; BROCKMAN, 2018; CAO; SHI, 2020; CARAYANNIS; GRIGOROUDIS; WURTH, 2021) e várias pesquisas passaram a ser realizadas sobre ele (STAM, 2015). Contudo, mesmo diante desse cenário de destaque, somente em 2017 o termo ganhou força, em razão de um aumento no número de publicações científicas (CAVALLO; GHEZZI; BALOCCO, 2019).

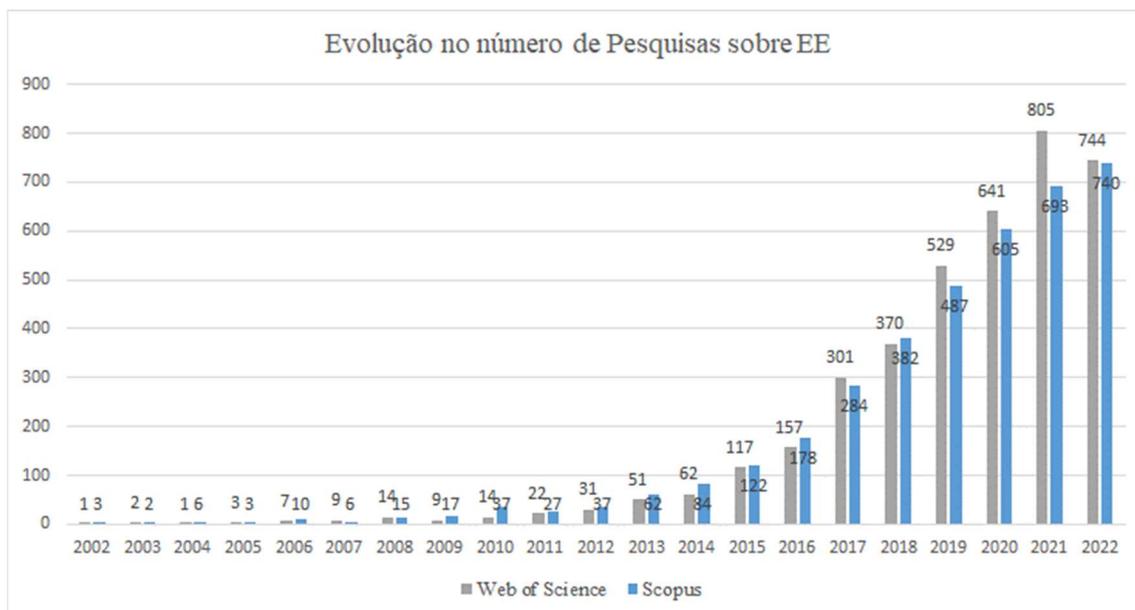
De acordo com Gimenez, Stefenon e Inácio Júnior (2022), foi nos últimos 5 anos que houve um crescimento substancial nos estudos sobre EE e muitos esforços têm sido direcionados para operacionalizar esse conceito, identificando e descrevendo seus componentes, orientando a formulação e implementação de políticas públicas, desenvolvendo maneiras de diagnosticar ou mensurar um EE, analisando suas dinâmicas evolutivas e buscando entender a contribuição de um EE para o desenvolvimento das regiões em que eles se formam.

Gimenez, Stefenon e Inácio Júnior (2022) afirmam ainda que o crescimento dos estudos está associado aos benefícios que o EE pode trazer a uma região, o que faz com que as pesquisas busquem entender o envolvimento de todos os diferentes atores, sejam eles governos, iniciativa privada com ou sem fins lucrativos e instituições de ensino e pesquisa, que possam vir a contribuir para o desenvolvimento equilibrado e sustentável de uma região, gerando empregos, renda e riqueza para sua população.

Para corroborar com esse cenário de crescimento nas pesquisas acerca dos EE, foi realizada uma busca nas bases de dados *Web of Science* e Scopus, no mês de janeiro do ano de 2023, utilizando os operadores de busca “entrepreneur* ecosystem”, para verificar as publicações acerca do tema, delimitando a busca nos últimos 20 anos. A escolha dessas bases se deu pois, de acordo com Motta, Garcia e Quintella (2015), a *Web of Science* é a

principal base científica global e a Scopus é uma das bases de dados de maior relevância. A quantidade de artigos encontrada nesta busca pode ser visualizada no Gráfico 01:

Gráfico 01: Evolução no número de pesquisas sobre EE



Fonte: Elaborado pelo Autor (2023).

Ao visualizar o gráfico 01, é perceptível que há um crescimento acelerado nas pesquisas sobre EE ao longo dos anos, corroborando a afirmativa de Stam (2015), ao destacar que o tema começou a ganhar força a partir das pesquisas realizadas no ano de 2015 e de Cavallo, Ghezzi e Balocco (2018), ao afirmarem que foi a partir de 2017 que o tema recebeu maior notoriedade. Este crescimento está associado à crença de que Ecosistemas Empreendedores prósperos contribuem para o desenvolvimento sustentável do território (GIMENEZ, 2022).

A primeira vez que o termo Ecosistema Empreendedor foi mencionado foi na publicação de Valdez (1988) nos anais do encontro anual do *Small Business Institute Director's Association*. Para o autor o EE se dividia em duas partes: 1) O potencial empreendedor, ou seja, uma pessoa com a intenção de abrir uma empresa e 2) o ambiente empreendedor, que englobaria recursos e influências do mercado. Contudo, este estudo propôs um conceito bem simples e foi com o trabalho de Cohen (2006, p. 3) que o termo ganhou relevância e visibilidade, sendo definido como “um grupo interconectado de atores em uma comunidade geográfica local comprometidos com o desenvolvimento sustentável por meio de suporte e facilitação de novos empreendimentos sustentáveis” e mantendo o destaque de Cohen (2006) como um dos primeiros autores a explorar Ecosistemas Empreendedores e defini-los.

Quatro anos depois Isenberg (2010, p.3) veio a definir um ecossistema empreendedor como “um conjunto de elementos individuais, como liderança, cultura, mercados e clientes que se relacionam de maneira complexa”. Iniciou-se então uma crescente atenção voltada para o tema de EE. Stam e Spigel (2018) definem o EE como um conjunto de atores e fatores interdependentes, coordenados de tal forma que possibilitem o empreendedorismo produtivo dentro de um determinado território.

Frente à vasta diversidade de definições, a mais detalhada e adotada para a presente pesquisa foi a de Mason e Brown (2014), apresentada na seção 1.3 da justificativa (p. 10). Esses autores citaram em sua definição diferentes atores que compõem o EE, dentre os quais destacam-se as empresas e as instituições de apoio ao empreendedorismo, mais especificamente as instituições de ensino superior que, junto às empresas *startups*, são o ponto focal desta pesquisa.

Além das definições já apresentadas (COHEN, 2006; STAM; SPIGEL, 2017; ISENBEGEG, 2010; MASON; BROWN, 2014), muitos pesquisadores também teceram suas definições sobre o ecossistema empreendedor ao longo dos anos (VOGEL, 2013; CARVALHO; VIANA; MANTOVANI, 2016; THOMAS; SHARAPOV; AUTIO, 2016; PARRACHO, 2017; SPIGEL, 2017; THEODORAKI *et al.*, 2018; FERNANDES; FERREIRA, 2021).

Entendeu-se, para fins desta pesquisa, que os conceitos de ecossistemas abordados até então passaram por um processo de evolução e adaptações, conectando-os com outros conceitos correlatos e evoluindo ao longo do tempo. Considerando que, dentre as abordagens de ecossistemas apresentadas, a abordagem de ecossistema empreendedor foi a escolhida como base para este trabalho. O Quadro 02 apresenta em ordem cronológica as diferentes conceituações realizadas pelos autores citados na revisão da literatura:

Quadro 02: Síntese dos conceitos de ecossistema empreendedor e sua evolução

Autores	Conceitos
Cohen (2006)	Grupo interconectado de atores em uma comunidade geográfica local comprometidos com o desenvolvimento sustentável por meio de suporte e facilitação de novos empreendimentos sustentáveis.
Isenberg (2010)	Conjunto de elementos interligados, como liderança, cultura, capital, mercados, habilidades humanas e suporte que fomentam o desenvolvimento empresarial.
Vogel (2013)	Comunidade interativa dentro de uma região geográfica, composta por diferentes atores e fatores, que evolui ao longo do tempo e cujos atores e fatores coexistem e interagem para promover nova criação de valor.
Mason e Brown (2014)	Conjunto de atores interconectados e relacionados ao empreendedorismo, organizações empreendedoras, instituições e processos empresariais que formal e informalmente se fundem para conectar, mediar e governar o desempenho dentro do ambiente empreendedor local.

Carvalho, Viana e Mantovani (2016)	Um ecossistema empreendedor diz respeito à relação que acontece entre um conjunto de elementos institucionais e individuais.
Thomas, Sharapov e Autio (2016)	Ecossistemas empreendedores se referem os recursos humanos, financeiros, profissionais e o ambiente institucional que apoiam e nutrem novos empreendimentos em localizações geográficas específicas, além de impulsionarem o desenvolvimento social e econômico, permitindo o acesso a mercados, capital humano e fundos de financiamento para <i>startups</i> .
Parracho (2017)	Fatores de dentro de uma região que apoiam o desenvolvimento e crescimento de <i>startups</i> inovadoras e criação de novos negócios.
Spigel (2017)	Combinações de elementos sociais, políticos, econômicos e culturais dentro de uma região que apoiam o desenvolvimento e o crescimento de <i>startups</i> inovadoras e encorajam empreendedores e outros atores a assumirem os riscos de começar, financiar e ajudar empreendimentos de alto risco.
Stam e Spigel (2018)	Conjunto de atores e fatores interdependentes, coordenados de tal forma que possibilitem o empreendedorismo produtivo dentro de um determinado território.
Theodoraki, Messeghem e Rice (2018)	Sistema interconectado com múltiplos participantes em nível micro e macro, composto por organizações empreendedoras como provedores de capital de risco, investidores anjos e bancos; várias instituições, como IES e agências do setor público; e empreendedores em geral, que formal ou informalmente conectam, mediam e governam o desempenho empreendedor.
Fernandes e Ferreira (2021)	Sistema de relações mútuas entre os participantes do trabalho cooperativo, gerando fluxos de informação e conhecimento em um ambiente de tecnologia, infraestrutura e circulação de capitais.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

A partir dessas definições pode-se perceber que em um EE cada ator envolvido é capaz de desenvolver o empreendedorismo, mas acaba por não conseguir sustentá-lo, pois são os atores em conjunto que impulsionam a criação e o crescimento de novos empreendimentos (ISENBERG, 2010), evidenciando que a atividade primária de um EE é o empreendedorismo (CANTNER *et al.*, 2021).

Apesar de haver muitas semelhanças entre essas definições, não há consenso entre os autores quanto ao tipo de empresas que o ecossistema empreendedor engloba. Um dos motivos que provoca esse conflito se relaciona aos diferentes conceitos que precederam os EE e possuem características semelhantes, como distritos industriais, *clusters*, arranjos produtivos locais (APL) e os próprios ecossistemas de inovação. Com isso, se faz necessário entender a distinção entre eles para que haja uma compreensão completa do conceito de Ecossistemas Empreendedores (BURATTI, 2022). O Quadro 03 apresenta de forma breve esses conceitos:

Quadro 03: Constructos teóricos que antecedem os EE

Constructo Teórico	Definição
Distritos Industriais	São aglomerações caracterizadas por um grande número de firmas envolvidas em vários estágios e em várias vias de produção de um bem homogêneo (PYKE; BECATTINI; SENGENBERGER, 1990).
<i>Clusters</i>	São “concentrações geográficas de empresas interligadas em um determinado campo” (PORTER, 1998, p. 78). A característica marcante de um <i>cluster</i> é que ele possui muitas empresas com padrões tecnológicos semelhantes, o que resulta na formação de um setor de

Arranjos Produtivos Locais (APL)

mão de obra especializada e qualificada (GLAESER; KERR; PONZETTO, 2010).

São “aglomerações de empresas e empreendimentos, fixados em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva, algum tipo de governança e mantêm vínculos de articulação, de interação, de cooperação e de aprendizagem” (SOUZA *et al.*, 2020, p. 189) e são caracterizados a partir de critérios como: quantidade de pequenas e médias empresas concentradas, índices de especialização da produção de determinados bens, existência de relacionamentos formais e informais (ARAÚJO *et al.*, 2016).

Fonte: Elaborado pelo Autor (2023).

O Quadro 03 detalha alguns constructos teóricos que precederam as abordagens de ecossistemas e que eventualmente são citados na literatura como conceitos que possuem alguma semelhança com essas abordagens. Contudo, ao verificar sinteticamente esses conceitos, é possível perceber que cada um possui alguma característica peculiar. Embora todos estejam remetidos a redes constituídas por empresas e atores de apoio, cada uma possui uma característica marcante. Os distritos industriais se caracterizam pela concentração de empresas que visam produção de um bem comum, os clusters pela concentração de empresas com padrões tecnológicos semelhantes e os arranjos produtivos locais pela especialização produtiva de um determinado bem em uma região.

Nessa linha, todos esses constructos conceituais previamente citados se referem a aglomerações empresariais com finalidades específicas, enquanto a abordagem de ecossistemas é multissetorial e foca nas condições que permitem às pessoas a criarem empreendimentos e gerarem inovações (GIMENEZ; STEFENON; INÁCIO JÚNIOR, 2022). A abordagem de ecossistemas de inovação já foi apresentada de forma mais ampla previamente na seção 2.1.2 neste referencial teórico (p. 17), mas para contextualizar de forma resumida ela coloca seu destaque para os esforços inovativos, enquanto na abordagem de ecossistemas empreendedores o foco está na ação empreendedora, ou seja, na criação de novos empreendimentos, podendo ou não decorrer de inovações, embora haja uma tendência de valorização às atividades empreendedoras baseadas em inovações (GIMENEZ; STEFENON; INÁCIO JÚNIOR, 2022).

Com isso, cabe a consideração de que as teorias dos distritos industriais, clusters, e os arranjos produtivos locais direcionam suas atenções às empresas incumbentes – com concessão ou permissão para realizar as atividades empreendedoras – e atribuem ao empreendedorismo em si um papel menor na economia, voltando os olhares para as aglomerações empresariais e quase que negligenciando as atividades empreendedoras (WURTH; STAM; SPIGEL, 2022), enquanto os EE colocam o foco central nessas atividades, ampliando sua importância para as economias locais (MALECKI, 2018).

Uma vez compreendido o foco das atividades empreendedoras em EE, se faz válido compreender quais tipos de empreendimentos são observados como de maior potencial nos referidos ecossistemas.

Isenberg (2010) inicialmente considerou que tanto negócios tradicionais como negócios de alto potencial poderiam fazer parte de um ecossistema empreendedor. Posteriormente, Isenberg (2011) passou a defender que apenas negócios de alto potencial – negócios que exploram oportunidades de novos bens e serviços visando o máximo valor agregado, maior possibilidade de crescimento e de inovação (STAM (2015) – deveriam ser considerados em ecossistemas empreendedores. Outros autores corroboram essa perspectiva (MASON; BROWN, 2014; STAM, 2015; STAM; SPIGEL, 2016, 2017; THOMAS; SHARAPOV; AUTIO, 2016; PARRACHO, 2017), especialmente referindo-se a *startups*.

Uma startup é uma organização que busca se tornar um negócio escalável e que surge em um contexto de extrema incerteza (RIES, 2012). Nesse sentido, conectando com o que foi exposto por Isenberg (2010, 2011) quando cita negócios de alto potencial, entende-se que as *startups* são atores fundamentais de um ecossistema empreendedor e que possuem como característica chave a escalabilidade. Logo, para reduzir a exposição ao contexto de extrema incerteza detalhado por Ries (2012), os demais atores do ecossistema empreendedor devem atuar de forma interconectada e relacionada, formal e informalmente, para conectar, mediar e governar o desempenho dentro do ambiente empreendedor local (MASON; BROWN, 2014).

Diversos autores (ISENBERG, 2010; 2011; VOGEL, 2013; MASON; BROWN, 2014; STAM; SPIGEL, 2016; THOMAS; SHARAPOV; AUTIO, 2016; PARRACHO, 2017; SPIGEL, 2017) atribuem o conceito de Ecossistema Empreendedor à ideia de localização geográfica, por isso, entende-se que a unidade de análise dos referidos ecossistemas é o território (MARTINS; OLAVE, 2020).

Contudo, Gimenez, Stefenon e Inácio Júnior (2022) apontam que pode haver diferentes níveis na unidade de análise do território, podendo essa delimitação ser feita a EE em cidades, em estados, distritos ou regiões, em países e até mesmo adotando delimitações mais específicas como regiões rurais ou universidades e seus entornos. O Quadro 04 detalha alguns exemplos de estudos realizados em diferentes níveis de análise frente a EE:

Quadro 04: Estudos em diferentes níveis de análise sobre EE

Nível de Análise	Localidade	Referência
Organizacional	Universidade de Chicago	Miller e Acs (2017)
Organizacional	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	Silva <i>et al.</i> (2019)
Organizacional	Universidade Federal de Minas Gerais	
Organizacional	Instituto Pedro Nunes de Coimbra	Valente, Dantas e Brito (2019)
	Tecnopolo de Sines	
Cidade	Victória, Canadá	Cohen (2006)
Cidade	Tel Aviv, Israel	Kon <i>et al.</i> (2014)
Cidade	Phoenix, Estados Unidos	Mack e Mayer (2016)
Cidade	Belém, Brasil	Torres (2016)
Cidade	Bangalore, Índia	Subrahmanya (2017)
Cidade	Waterloo, Canadá	Spigel (2017)
Cidade	Belo Horizonte, Brasil	Pereira (2017)
Cidade	João Pessoa, Brasil	Vieira (2019)
Cidade	Campinas, Brasil	Gasparoto (2019)
Estado	Pará, Brasil	Torres e Souza (2015)
Estado	Sergipe, Brasil	Martins (2020)
País	Brasil	Oliveira <i>et al.</i> (2013)
País	Coreia do Sul e Estônia	Kshetri (2014)
País	Portugal	Marques <i>et al.</i> (2015)
País	China	Chen <i>et al.</i> (2020)
País	França	Theodoraki e Catanzaro (2021)

Fonte: Elaborado pelo Autor (2023) adaptado de Gimenez, Stefenon e Inácio Júnior (2022).

Ao observar o quadro percebe-se que foram encontrados mais estudos que analisam os EE no nível de análise das cidades. Segundo Gimenez, Stefenon e Inácio Júnior (2022), a percepção é que as contribuições dos estudos sobre EE tendem a produzir melhores resultados a um nível regional ou local, especialmente quando a análise é realizada em países grandes que estão sujeitos a contextos regionais que podem ter características muito diferenciadas. O estudo de Oliveira *et al.* (2015), por exemplo, destacou o estudo do “Ecossistema Empreendedor Brasileiro”, mas analisou apenas os estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina e Rio de Janeiro, restringindo a análise aos contextos das regiões Sul e Sudeste do Brasil, não abrangendo nenhum estado das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, o que é inclusive apontado como limitação e recomendação de replicação na pesquisa. Em complemento, essa proposição de defender níveis de análise em contextos locais ou regionais para produzir resultados mais assertivos é defendida em alguns estudos (LOOTS *et al.*, 2021; BENNET, 2021; LACOBUCCI; PERUGINO, 2021).

Portanto, sintetiza-se, diante dos conceitos já expostos, que os ecossistemas empreendedores se desenvolvem a partir de conexões que resultam em relações que por sua vez proporcionam trocas entre os atores envolvidos nesses ecossistemas, sejam eles empresas, instituições de apoio ou governos, que contribuem e colaboram entre si com vistas a desenvolver o ambiente empreendedor de um determinado local.

2.2. Os Ecosystemas Empreendedores

Os Ecosystemas Empreendedores representam um guarda-chuva conceitual que abrange uma variedade de perspectivas (SPIGEL, 2017). De acordo com Roundy, Bradshaw e Brockman (2018), os estudos sobre ecosystemas empreendedores seriam mais úteis se focassem em identificar os componentes desse ecosystema para o estabelecimento de um entendimento mais amplo e profundo do seu funcionamento.

Dessa forma, as próximas subseções apresentam um arcabouço teórico que explicam alguns conceitos que compõem os Ecosystemas Empreendedores.

2.2.1. Estágios e Ciclo de Vida dos Ecosystemas Empreendedores

A evolução de um EE é um fenômeno complexo e apontado como um “processo não linear e caótico que muda ao longo do tempo” (HAARHAUS; STRUNK; LIENING, 2020, p. 1). Nesse sentido, cada EE passa por experiências particulares em cada estágio de seu ciclo de vida.

Conforme já descrito anteriormente nas conceituações acerca dos Ecosystemas de Negócios de Moore (1993), a evolução de um ecosystema de negócios passa pelos estágios de nascimento, expansão, liderança e renovação ou morte. Esse modelo serviu de inspiração para a conceituação de novos modelos de ciclo de vida dos ecosystemas empreendedores. A partir de então, diversos autores discorreram sobre a mensuração do desenvolvimento dos ecosystemas empreendedores e seus ciclos de vida (VOGEL, 2013; BROWN; MASON, 2014, 2017; MACK; MAYER, 2016; COLOMBELLI; PAOLUCCI; UGHETTO, 2019; HARIMA; HARIMA; FREILING, 2020; ROUNDY *et al.*, 2018; MALECKI, 2018).

Um dos primeiros pesquisadores a se preocupar com a mensuração dos elementos de um ecosystema empreendedor foi Vogel (2013, p. 9), ao afirmar que “se não medimos a eficácia dos vários componentes de um ecosystema, bem como o ecosystema como um todo, não seremos capazes de melhorar os programas existentes e implementar novos e complementares fontes”.

As métricas podem ajudar a determinar os pontos fortes e fracos de cada ecosystema, que por sua vez podem ajudar a interpretar suas qualidades ou deficiências especiais e a força do ecosystema ao longo do tempo (MASON; BROWN, 2014). É a partir desse momento, medindo os componentes dos ecosystemas, que começam a se consolidar os modelos que definem o ciclo de vida de um ecosystema empreendedor.

Mack e Mayer (2016) utilizaram os seis elementos chave dos domínios do ecossistema empreendedor proposto por Isenberg (2011) e observados na Figura 02:

Figura 02: Domínios do Ecosistema Empreendedor



Fonte: Isenberg (2011).

Para Isenberg (2011), o ecossistema empreendedor consiste em cerca de uma dúzia de elementos, agrupados em seis domínios, sendo eles: políticas públicas, capital financeiro, cultura, instituições de suporte, recursos humanos e mercados. O Quadro 05 mostra de forma resumida a composição de cada domínio:

Quadro 05: Domínios do Ecosistema Empreendedor

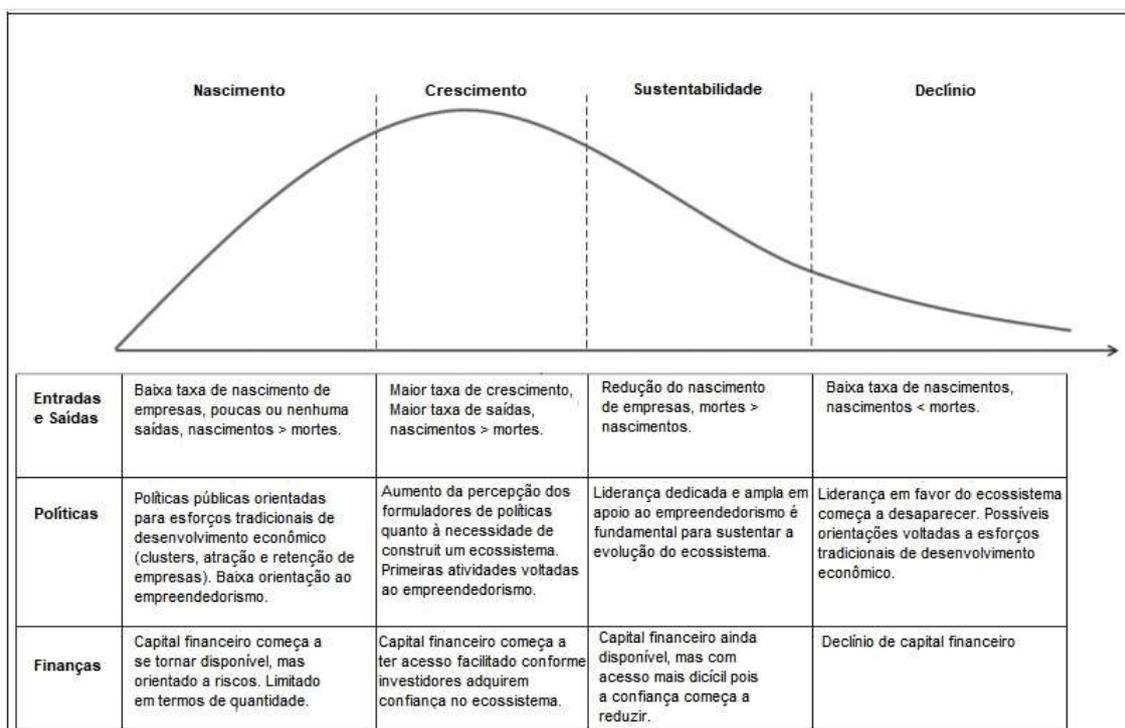
Políticas Públicas	Fatores ligados a marcos regulatórios, incentivos fiscais e outras estratégias para incentivar o empreendedorismo. É composto por lideranças e governo.
Capital Financeiro	Fatores ligados a investimentos e estruturas que atraiam pequenos investidores, investidores anjo, dentre outras fontes de financiamento. Aspectos relacionados às histórias de sucesso e normas da sociedade, desenvolvimento de uma cultura de tolerância ao erro, de reconhecimento social dos empreendedores e de incentivos que despertem uma ambição na comunidade para desempenhar atividades empreendedoras.
Cultura	Composto por infra-estrutura, profissões de apoio e instituições não-governamentais. Se relaciona ao apoio no fornecimento de infra-estrutura e disponibilização de serviços profissionais de suporte, como assessoria jurídica e contábil.
Instituições de Suporte	

Recursos Humanos	Fatores ligados à formação profissional para o empreendedorismo. Com isso, se conecta à mão-de-obra especializada e instituições de ensino.
Mercados	Composto por clientes iniciais e redes.

Fonte: Elaborado pelo Autor (2023) com base em Isenberg (2011).

Nesse sentido, cada elemento de cada domínio caracteriza uma variável que pode ser usada como métrica para mensurar a maturação do ecossistema e, por consequência, seu estágio no ciclo de vida. A seguir, a figura 03 expõe o ciclo de vida sugerido por Mack e Mayer (2016):

Figura 03: **Evolução de um Ecossistema Empreendedor**



Fonte: Mack e Mayer (2016).

O modelo de ciclo de vida proposto por Mack e Mayer (2016) revela, além dos estágios, como o EE se comporta em relação às entradas e saídas (nascimentos e mortes) de novos empreendimentos no ecossistema, além de detalhar aspectos relacionados às políticas orientadas para o desenvolvimento do EE e as diferenças frente a disponibilidade de investimentos em cada etapa.

Posteriormente, Brown e Mason (2017) propuseram uma estrutura básica de estágios de um EE, delimitando os ecossistemas em apenas dois estágios: embrionários ou em expansão. Segundo os autores, ecossistemas embrionários são de longe os tipos mais dominantes de ecossistemas empreendedores em âmbito mundial. Embora haja um grande número desses ecossistemas, cada um possui suas próprias peculiaridades, ainda que todos eles possuam certas semelhanças. Normalmente, são caracterizados por níveis

relativamente modestos de empreendedorismo orientado para o crescimento, têm níveis relativamente baixos de *startups* de alta tecnologia e níveis menos desenvolvidos de orientação empreendedora em comparação com os mais avançados “ecossistemas em expansão”, que possuem como principal característica a capacidade de produzir, apoiar e nutrir o crescimento de empresas em entidades corporativas maiores (BROWN; MASON, 2017).

Há ainda outros modelos que possuem características semelhantes. Cukier *et al.* (2015, 2016) sugerem quatro estágios: nascimento, evolução, maturação e autossustentação, que também se assemelha a outros modelos (HARRINGTON, 2016, 2017; GAUTHIER *et al.*, 2017; MULAS *et al.*, 2017). De acordo com Malecki (2017), identificar os contrastes entre ecossistemas fracos e fortes é útil, pois os processos pelos quais os empreendedores ajudam a criar um ecossistema empreendedor não são automáticos ou padronizados.

Conforme já evidenciado por Martins (2020), o ecossistema empreendedor sergipano encontra-se em estágio embrionário (MOORE, 1993) ou ainda, em estágio de nascimento (MACK; MAYER, 2016). Essa delimitação se faz necessária pois não é o objetivo principal desta pesquisa realizar um novo mapeamento do estágio de desenvolvimento do ecossistema pesquisado, mas sim investigar as relações estabelecidas entre determinados atores, mais especificamente as *Startups* e Universidades. Por tanto, este conceito não foi exaurido nesta pesquisa. Os atores do ecossistema empreendedor são detalhados nas seções a seguir.

2.2.2. Os Atores do Ecossistema Empreendedor

Os Ecossistemas Empreendedores são definidos como um conjunto de atores e outros elementos, tais como instituições, cultura, estruturas sociais e processos empreendedores, que se combinam e interagem de maneira orgânica e complexa para produzir empreendedorismo produtivo no âmbito de um território particular (ISENBERG, 2010. MASON; BROWN, 2014. STAM; SPIGEL, 2016; SANTOS *et al.*, 2022).

Nesse sentido, percebe-se que, em sua própria definição, os atores são o eixo central que caracterizam esses ecossistemas, sendo que os empreendedores são os principais atores (STAM, 2015). Os EE atuam como sistemas para fornecer recursos para empreendedores que visam explorar oportunidades empresariais por meio da criação de

novos empreendimentos que eventualmente contribuam para a geração de valor agregado para todo o ecossistema (WURTH; STAM; SPIGEL, 2021).

Seguindo essa linha, os demais atores de um EE devem dar suporte ao desenvolvimento das atividades empresariais dos empreendedores. Mason e Brown (2014) destacam como atores as organizações orientadas ao empreendedorismo (empresas, investidores, bancos) e as instituições (universidades e agências do setor público). Matos e Radaelli (2020) destacam como atores os fundos de investimento, as associações de investidores anjos, as agências de fomento, as aceleradoras, os *hubs* de inovação, as universidades e os centros de formação especializada, as redes e comunidades de empreendedores e os organizadores de grandes eventos de conexão, e apontam que esses agentes são essenciais para um EE saudável. Complementando os atores destacados por Mason e Brown (2014) e Matos e Radaelli (2020), há também os parques tecnológicos, incubadoras, *coworkings*, centros de empreendedorismo, associações de empresários, federações, institutos tecnológicos e de pesquisa e os serviços de apoio como SEBRAE, SENAC e Fecomércio.

Martins (2020) realizou um mapeamento dos atores do ecossistema empreendedor do estado de Sergipe. Segundo a autora, Sergipe reúne atores como a Fecomércio, universidades como a Universidade Federal de Sergipe (UFS) e a Universidade Tiradentes (UNIT), a Prefeitura de Aracaju, o Governo do Estado de Sergipe, o Banco do Estado de Sergipe (BANESE), o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o Centro de Empreendedorismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS), o Sergipe Parque Tecnológico (SERGIPETEC), a AceleraSE (Aceleradora de *Startups* Sergipana), o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) e o Caju Valley, que é um movimento de *Startups* que visa o fortalecimento do ecossistema empreendedor sergipano (FELIZOLA; ARAGÃO, 2022).

Complementando o levantamento de Martins (2020), outros importantes atores surgiram para fomentar o desenvolvimento do ecossistema empreendedor sergipano, como o Tiradentes *Innovation Center*, inaugurado em 25 de outubro de 2019, contando com incubadora, laboratórios e espaço de *coworking*, e a Associação Sergipana de *Startups* (ASES).

Dado esse contexto, a presente pesquisa toma como objetos de estudo as duas principais universidades do estado, sendo a Universidade Federal de Sergipe e a Universidade Tiradentes, as empresas *startups*, que são os atores centrais do ecossistema

empreendedor (STAM, 2015), e as relações cooperativas entre esses atores. Com isso, faz-se importante discorrer sobre as *startups*, as universidades e suas relações. Esses elementos estão expostos nas seguintes subseções.

2.2.3. O Papel das Universidades nos Ecossistemas Empreendedores

A universidade é uma peça-chave nos ecossistemas empreendedores (SPIGEL, 2017), desempenhando um papel importante no fomento do empreendedorismo (SCHUBERT; KROLL, 2016) e do próprio ecossistema empreendedor, promovendo uma cultura empreendedora e formando talentos capacitados (WEF, 2013). Além disso, estão se tornando atores cada vez mais ativos no cenário empreendedor, agregando valor aos processos de desenvolvimento regional e ancorando a importância do conhecimento no EE (MARKKULA; KUNE, 2015).

De acordo com Stam (2015, p.3), “as universidades são um excelente recurso para o desenvolvimento de tecnologias, talentos e devem estar bem conectadas à comunidade”. Essa conexão com a comunidade está diretamente ligada à educação que pode ser proporcionada pelas universidades, sendo essa a variável mais relevante para explicar a busca pelo empreendedorismo (URBANO *et al.*, 2017). Nessa linha, Bramwell e Wolfe (2008, p. 1176) afirmam que “as universidades passaram a enfatizar a relevância da pesquisa aplicada com o propósito de difundir conhecimento técnico e fornecer suporte para a indústria”, contribuindo para o fomento do empreendedorismo.

A participação das universidades como canal de disseminação do conhecimento empreendedor ou como promotoras do empreendedorismo é abordada em diversas pesquisas (BRAMWELL; WOLFE, 2008; MILLER; ACS, 2017; SUBRAHMANYA, 2017; URBANO *et al.*, 2017). A geração do conhecimento e criação de mecanismos para transferência do mesmo elevou a universidade a um papel central no desenvolvimento de territórios, redefinindo seus objetivos tradicionais – ensino e pesquisa – e ressaltando sua missão de formadora de capital intelectual, humano e social em prol do desenvolvimento de regiões (SILVA, 2019; FRITSCH; WYRWICH, 2018).

A partir dessa nova missão, as pesquisas conduzidas por professores e alunos não mais atenderiam objetivos apenas acadêmicos, mas também solucionariam problemas e sanariam demandas do mercado e, como consequência disso, a formação de novas empresas tornou-se objetivo das instituições universitárias, assim como a comercialização e transferência de tecnologia (ETKOWITZ, 2004).

Nesse sentido, a participação da universidade no ecossistema empreendedor é essencial, dada a sua importância para a geração de conhecimento, desenvolvimento de novas tecnologias, ensino de práticas empreendedoras, geração de novos empreendimentos e subsequente retorno à sociedade a partir de desenvolvimento econômico e social (FOSTER; SHIMIZU, 2013; FRITSCH; WYRWICH, 2018).

Schaeffer e Matt (2016) estudaram o papel da universidade de Estrasburgo no âmbito dos EE e revelaram que a universidade evoluiu tanto quanto o EE, desde a fase inicial do ciclo de vida do EE até que ela se tornasse um componente central do EE em sua fase sustentável.

Estudos apontam que a qualidade das universidades, dos pesquisadores, e dos investimentos em Pesquisa & Desenvolvimento influenciam diretamente o empreendedorismo (JAFARI-SADEGHI *et al.*, 2021; TAVASSOLI; OBSCHONKA; AUDRETSCH, 2021), o que faz com que o papel emergente de uma universidade empreendedora moderna seja dicotômico, focado tanto na inovação quanto no empreendedorismo, e contribua com a competitividade e o desenvolvimento econômico regional (URBANO; GUERRERO, 2013; AUDRESTSCH, 2014). Outro ponto de destaque são as atividades de P&D geradas em universidades, essenciais para a criação de conhecimento que podem criar oportunidades empreendedoras (TAVASSOLI; OBSCHONKA; AUDRETSCH, 2021).

Os empreendedores podem interagir com universidades, institutos de pesquisa e empresas de P&D, utilizando a infraestrutura de pesquisa para desenvolver inovações. Estas interações podem representar um fator impulsionador para o desenvolvimento de empreendimentos inovadores (MALERBA; MCKELVEY, 2020), além de proporcionar conexões entre estudantes e empreendedores (WIELE, 2017; MARTINS, 2020).

De acordo com Bellini, Pirolí e Pennacchio (2019), universidades e empresas possuem recursos complementares, implicando em sinergias potenciais, de modo que o ambiente de cooperação seja particularmente importante para as empresas. Com isso, as universidades podem constituir um papel importante na superação de obstáculos que surgem para as empresas ao longo de seus estágios evolutivos (CAMPOS; CARIO; BITTENCOURT, 2020; OLIVEIRA; GARCIA; BACIC, 2018).

Além das atividades de pesquisa fomentadas pelas universidades, a atividade de ensino também é essencial. De acordo com Michelacci e Schivardi (2020), empreendedores que receberam educação formal, especialmente o ensino superior, são mais propensos a criar empreendimentos inovadores. Com isso, é evidente que a educação

facilita o fomento do empreendedorismo (COLOMBO; PIVA, 2020), desenvolvendo a capacidade de indivíduos e empreendedores para absorverem os conhecimentos e transformá-los em inovações, o que é fundamental para a criação de novos empreendimentos, especialmente os empreendimentos inovadores (GANOTAKIS; D'ANGELO; KONARA, 2021).

Segundo Matos e Radaelli (2020), são crescentes as iniciativas de apoio e fomento ao empreendedorismo nas universidades. Os autores apontam que, historicamente, em boa parte dos casos, tais iniciativas estruturam-se de modo informal, por interesse dos próprios estudantes, na forma de projetos isolados e com apoio eventual de algum docente ou projeto de pesquisa. Essas iniciativas têm gerado organizações estudantis de apoio ao empreendedorismo, as chamadas “ligas empreendedoras”, em diversas universidades. Aos poucos, esses projetos vêm ganhando apoio das estruturas formais das instituições. Alguns exemplos de iniciativas são as empresas juniores, disciplinas de empreendedorismo com formatos mais práticos, grupos de estudo, eventos para compartilhamento de experiências.

Esse processo emergente de iniciativas contrasta com as estruturas formais mais antigas, como as incubadoras de empresas que, às vezes, parecem não suprir a demanda local. Tais iniciativas transparecem a importância das universidades em seus fomentos.

Silva *et al.* (2019) realizaram um estudo para analisar a contribuição de duas universidades de Belo Horizonte (MG) na formação de empresas de base tecnológica. Os autores identificaram que a universidade foi considerada como pouco influenciadora tanto na idealização dos negócios quanto na constituição das equipes de trabalho, não oferecendo ferramentas empreendedoras e não ofertando conhecimentos gerenciais e empreendedores. Os autores destacaram a falta de um vínculo mais permanente entre os empreendimentos e a universidade. Com isso, foi evidenciado que as ações de formação e estímulo ao empreendedorismo nas universidades pesquisadas são decorrentes de iniciativas de docentes interessados ou mais envolvidos com o tema, não se unindo a práticas planejadas pela administração superior (SILVA *et al.*, 2019).

Considerando que é esperado que as universidades contribuam para a geração de empreendimentos inovadores (DAHLSTRAND, 2007; GANOTAKIS, 2012) e para o desenvolvimento e crescimento do EE local, reforça-se a relevância da realização da presente pesquisa. Mas antes de adentrar na conceituação da importância das relações constituídas entre *startups* e universidades, assim como foi exposto o papel da

universidade no EE, faz-se importante entender também o papel das *startups* dentro dos EE.

2.2.4. O Papel das *Startups* nos Ecossistemas Empreendedores

A figura central de um EE é o empreendedor, a pessoa que percebe uma oportunidade de mercado e busca uma forma de ingressar neste mercado com um novo produto ou serviço, ou propondo uma solução, caso preveja um problema. É a partir do empreendedor que se observam as inter-relações entre os diversos atributos e é para ele que os instrumentos de apoio e estímulo devem ser direcionados quando se pretende fomentar o desenvolvimento de novos negócios (CORDEIRO; SPOLADORE, 2021).

Para que um ecossistema possa ser criado, deve haver forte conexão entre os empreendedores – pessoas que desejam estabelecer seus próprios negócios, observando oportunidades de mercado – e a estrutura socioeconômica ao seu entorno que favoreça e estimule o desenvolvimento destes novos negócios (CORDEIRO; SPOLADORE, 2021).

De acordo com Stam (2015), os ecossistemas empreendedores são citados como sistemas que produzem empreendedorismo bem-sucedido. O autor diz ainda que onde há empreendedorismo bem-sucedido, há uma tendência de haver um bom ecossistema empreendedor. Nesse sentido, Cordeiro e Spoladore (2021) apontam que o empreendedorismo de um ecossistema empreendedor se baseia em atividades inovadoras que agregam valor social e/ou econômico e destacam que nos EE os empreendedores são importantes tanto para a criação do ecossistema quanto para a manutenção dele.

Nesse contexto, destacam-se as *startups*, conceituadas como pequenas empresas recém-criadas ou ainda em fase de constituição que objetivam a criação de um novo produto, serviço ou processo, por meio de atividades ligadas à pesquisa e ao desenvolvimento de ideias inovadoras, com baixo custo de manutenção e com possibilidade de geração de lucro de forma rápida e consistente (PEREIRA, 2017).

Blank (2007), define *startups* como um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza, que trata das principais características e desafios deste tipo de negócio. Outro autor que reforça as condições de incerteza enfrentadas pelas *startups* é Ries (2012, p. 24), que define uma startup como “uma instituição humana projetada para entregar um novo produto ou serviço sobre condições de extrema incerteza”.

A ABStartups (2021) define que uma *startup* é uma empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente resolvendo

um problema real, do mundo real. Oferece uma solução escalável para o mercado e, para isso, usa a tecnologia como ferramenta principal. Ou seja, essas organizações são caracterizadas por ser um tipo de empresa que busca inovação, escalabilidade, repetibilidade, flexibilidade e rapidez (SCHIMCHAK, 2020), tendo como pressuposto o empreendedorismo por oportunidade. A criação de uma *startup* se dá por um indivíduo/empreendedor que organiza atividades, cria competências e mobiliza recursos, usando seu *networking* em um determinado ambiente a fim de criar valor (SALAMZADEH; KIRBY, 2017).

Diversos autores já teceram suas conceituações e definições acerca das *startups* (BLANK, 2007; BLANK; STEVEN; DORF, 2011; BLANK; DORF, 2012; TORRES, 2016; SALAMZADEH; KIRBY, 2017; RIES, 2012; PEREIRA, 2017). Esses conceitos compartilham de características em comum, como a capacidade de escalar o negócio, o direcionamento para soluções inovadoras, a possibilidade de crescer de forma acelerada, o potencial de lucros elevado, flexibilidade e adaptabilidade dos modelos de negócio, considerando um contexto de incerteza.

Devido a esse ambiente que envolve risco e incerteza, o investimento necessário para a criação dessas empresas é considerado de risco. Ainda assim, diversos investidores buscam esse tipo de empresa para aplicar seu capital. Isso se deve ao fato de que, caso a ideia inovadora prospere, o empreendimento terá alto crescimento, gerando um retorno financeiro também elevado (MARTINS, 2020).

Mesmo com todas as características previamente citadas que diferenciam as *startups* de empreendimentos tradicionais, e mesmo considerando a possibilidade de atrair e captar investimentos, muitas acabam perecendo em sua jornada. De acordo com Blank (2007), a principal razão de *startups* falharem é por falta de clientes interessados na solução e não por falha no desenvolvimento do produto. Seguindo essa linha, Blank (2007) desenvolveu o *Customer Development Model*, propondo quatro estágios de desenvolvimento de uma *startup*. Estes estágios são apresentados no Quadro 06:

Quadro 06: Estágios do *Customer Development Model*

Customer Development Model

Descoberta do Cliente (<i>Customer Discovery</i>)	Compreender as hipóteses formuladas e se há um problema efetivamente relevante sendo solucionado. O desafio nessa etapa inicial é encontrar o produto e o mercado potencial da <i>startup</i> , descobrindo os potenciais clientes e levantando informações sobre as necessidades destes clientes, definindo assim um modelo de negócios viável.
Validação do Cliente (<i>Customer Validation</i>)	Momento de lançar o produto para os seus primeiros clientes. O foco dessa etapa é no mercado – uma vez que se espera encontrar um

Geração de Demanda (<i>Customer Creation</i>)	modelo de vendas repetível – e na melhoria do produto a partir das informações fornecidas por estes clientes. É a fase de testes e validações dos conceitos junto ao cliente.
Estruturação da Empresa (<i>Company Building</i>)	Caso as validações sejam feitas e as soluções sejam aceitas, adentra-se na terceira fase, de geração de demanda, onde é possível escalar a solução, produto e/ou serviço. Esta etapa visa a atração massiva de clientes e busca por fidelização. Dentre as atividades-chave está o investimento em marketing. Por fim, a etapa considerada a “formatura” da <i>startup</i> . É o momento em que já se tem validado um modelo de negócio repetível e escalável, partindo então para a formalização de departamentos, transformando a <i>startup</i> em uma empresa rentável.

Fonte: Elaborado pelo Autor (2023) com base em Blank (2007).

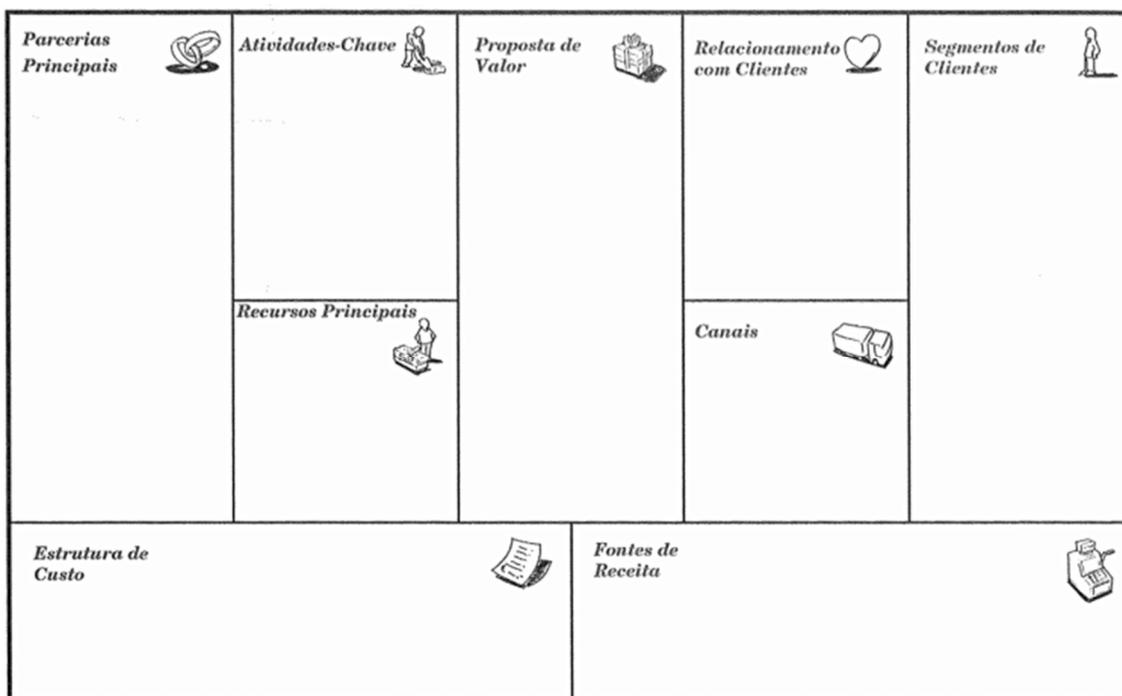
De acordo com Blank e Dorf (2011), o *Customer Development Model* tem por objetivo acelerar a identificação de um negócio capaz de sofrer aumento de escala e ser sustentável antes da realização do investimento financeiro necessário.

Além dos estágios de desenvolvimento propostos por Blank (2007) pelo *Customer Development Model*, o autor também propôs um modelo de ciclo de vida das *startups*, determinado pelas fases de descoberta, validação, eficiência e escala. Há outros modelos de ciclo de vida para *startups*, como o proposto pela ABStartups (2019), que aponta as fases de ideação, operação, tração e *scale-up*. A ideação é o momento de começar a colocar a ideia em prática e da validação da *startup*. A operação consiste na fase de ir em busca do mercado, de clientes e de expansão da operação, quando deve-se analisar a possibilidade de programas de aceleração e incubação. A fase da tração trata do crescimento da *startup*, especialmente por meio de investimentos. Por fim, a fase de *scale-up* é quando a empresa tem um crescimento de 20% durante três anos consecutivos em receita ou em número de colaboradores (ABSTARTUPS, 2019).

Visando aumentar a possibilidade de sucesso e avançar nas fases do ciclo de vida, as *startups* tendem a seguir metodologias como a *Lean Startup* (RIES, 2012), o *Business Model Canvas* (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010) e o próprio *Customer Development Model* (BLANK, 2007). Na metodologia *Lean Startup* proposta e desenvolvida por Ries (2012), há a defesa pela experimentação em detrimento da formulação de planos muito elaborados e o *feedback* do cliente em relação à intuição do empreendedor, pautando-se na ideia de que se deve falhar rápido e valorizar o aprendizado validado (RIES, 2012). Já o *Business Model Canvas* volta sua atenção ao modelo de negócio, focando em como as organizações criam, entregam e capturam valor de seu mercado (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010). A proposta de Osterwalder e Pigneur (2010) apresenta uma ferramenta gráfica que visa promover uma visão integral dos elementos que compõem o negócio, facilitando a comunicação entre as diversas partes da organização e permitindo ao

empreendedor questionar sobre a escalabilidade, repetibilidade e rentabilidade de sua startup, apoiando os empreendedores na criação, representação, experimentação, avaliação e validação de seus modelos de negócio. A representação visual deste modelo é vista na Figura 04:

Figura 04: **Modelo de negócios – Business Model Canvas**



Fonte: Osterwalder e Pigneur (2010, p. 44).

Logo, um negócio sustentável é, o resultado do aprendizado que permite a melhoria contínua dos produtos (RIES, 2012), tendo como ideia fundamental a validação da necessidade do mercado antes de construir uma solução definitiva (BLANK; DORF, 2012; BLANK, 2013).

A busca por essa sustentabilidade de negócio se inicia ainda nos estágios iniciais das *startups*, onde há a aplicação de dois conceitos que podem ser fundamentais na busca de um crescimento sustentável e de atingir um estágio de escalabilidade. Segundo Ries (2012), desenvolver o MVP (*Minimum Viable Product*) e saber o momento certo de pivotar uma ideia, conceito, produto ou solução proposta são atitudes essenciais no processo de desenvolvimento de uma startup.

De acordo com Ries (2012), o MVP é o primeiro passo numa jornada de aprendizagem. É um grupo de testes iniciais e experimentações práticas para um grupo de clientes, a fim de avaliar a viabilidade de um produto, serviço ou do próprio conceito da startup. É um produto com o mínimo de recursos possíveis para atender e resolver um problema básico que a startup se propõe a solucionar. Ainda não é o produto finalizado,

ele terá a proposta básica com o mínimo de funções. Desse modo, após diversas interações com o mercado, pode ser necessário modificar algum elemento do produto ou da estratégia, ato denominado *pivot*.

O conceito de pivotar elaborado por Ries (2012) se refere ao momento em que o teste realizado no MVP não obtém os resultados e performance esperados. Este é o momento que o empreendedor deve decidir pela grande mudança, alterando seu curso e corrigindo o rumo a ser trilhado. Ries (2012) destaca que os pivôs bem-sucedidos colocam os empreendedores no caminho do desenvolvimento de um negócio sustentável.

A decisão de pivotar é uma das situações mais difíceis a ser enfrentada pelo empreendedor. Ela é resultado de respostas negativas que foram colhidas após os testes de hipótese, prototipagens e MVPs. Pivotar ou perseverar é um dilema que o empreendedor possivelmente terá que enfrentar em algum momento na sua jornada. Os empreendedores que pivotaram muitas vezes chegaram à conclusão de que poderiam ter tomado esta decisão mais cedo e perderam tempo insistindo em uma solução ou modelo de negócio que não teria como sobreviver (RIES, 2012).

Mesmo fazendo o uso de metodologias que auxiliam no direcionamento das *startups*, a taxa de falha ainda é muito alta. Algumas pesquisas foram realizadas para verificar as taxas de mortalidade das *startups* no Brasil. Esses números podem ser verificados na Quadro 07:

Quadro 07: Taxas de mortalidade das *startups* no Brasil

<i>Nogueira e Arruda (2015)</i>	Antes de 1 Ano 25%	Antes de 4 Anos 50%	Antes de 13 Anos 75%
<i>Startup Farm (2016)</i>	Antes de 2 anos 18%	Entre 2 e 5 anos 67%	Após 5 anos 74%
<i>Startupi (2022)</i>		Entre 2 e 5 anos 70%	Após 5 anos 90%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2023).

A descontinuidade de *startups* no Brasil está mais relacionada a aspectos do ambiente em que estão inseridas e com a estrutura determinada no momento de sua concepção do que com as características do próprio empreendedor – nível de escolaridade, presença de exemplos de empreendedorismo na família, capacidade de *networking*, conhecimentos e experiências específicos na área de gestão ou relacionados ao negócio da empresa (VIEIRA, 2019).

Um levantamento realizado pela empresa americana CB Insights em 2021 apontou que são doze os principais motivos pelos quais as *startups* falham e comprometem sua sobrevivência. De acordo com a avaliação da CB Insights, não há um motivo único e

isolado que seja determinante para o fechamento de uma startup. Esses motivos podem ser encontrados no Gráfico 02:

Gráfico 02: Os doze motivos de fracasso das startups



Fonte: Elaborado pelo Autor (2023) com base em CB Insights (2021).

É perceptível que diferentes motivos proporcionam diferentes impactos na sobrevivência das *startups*. Para que esses riscos sejam reduzidos, além de ser necessário que exista um ambiente favorável à criação de novos negócios e que favoreça o crescimento e a continuidade dos empreendimentos existentes (MARTINS, 2020), o estabelecimento de relações entre as *startups* pode apontar uma alternativa para sobreviver neste mercado dinâmico, proporcionando o estabelecimento de redes (FERASSO; TAKAHASHI; GIMENEZ, 2015), estimulando e promovendo a formação e o crescimento dessas organizações (MALECKI, 2017; SPIGEL, 2017; COHAN, 2018). Essas relações são abordadas na próxima seção deste referencial teórico.

2.2.5. Relações entre Atores nos Ecossistemas Empreendedores

Empreendedores aumentam suas chances de sucesso ao estarem inseridos dentro de um ecossistema empreendedor (KURATKO *et al.*, 2017; KUCKERTZ; 2019; SPIGEL; KITAGAWA; MASON, 2020). Contudo, o simples fato de estar inserido em um EE pode não ser suficiente para garantir sua sobrevivência. É preciso que as organizações interajam com a finalidade de aumentar seus diferenciais competitivos, compartilhar recursos, obter vantagens e gerar inovações (SPIGEL, 2017; AUTIO *et al.*, 2018; AUDRETSCH *et al.*, 2019).

Seguindo essa linha, alguns autores (SPIGEL, 2017; ACS *et al.*, 2018) teceram críticas quanto à natureza dos estudos sobre EE quando não é considerada a natureza dinâmica das relações entre seus atores. De acordo com Audretsch, Cruz e Torres (2022), a literatura existente em EE tem se concentrado em entender as condições para o empreendedorismo no nível macro, não dando tanto foco para o empreendedor. Para esses autores, existem quatro elementos chave aos EE: funções, atores, interações e impactos. O Quadro 08 descreve brevemente cada um deles:

Quadro 08: Elementos chave de um Ecossistema Empreendedor

Elementos	Descrição
Funções	Caracteriza as principais influências e forças que conduzem ou impedem o empreendedorismo. Engloba capital humano e conhecimento. Também inclui fatores como demanda, recursos, mercados e demais fatores que podem funcionar como barreiras como investimentos, regulação e cultura.
Atores	Organizações de apoio, empresas e demais instituições envolvidas com o fornecimento dessas funções, moldando a atividade empreendedora.
Interações	Envolve as interações entre os vários atores. Essas interações fornecem fontes de informações que constituem interfaces entre esses atores, promovendo colaborações, conexões e contatos, gerando um <i>output</i> advindo delas.
Impactos	Considera os impactos econômicos e sociais causados pela atividade empreendedora do EE.

Fonte: Elaborado pelo Autor (2023) com base em Audretsch, Cruz e Torres (2022).

Com base nas descrições expostas no quadro 08 e considerando a necessidade de compreender aspectos individuais relativos aos atores de um EE, buscou-se nesta pesquisa compreender essas interações, visto que a interação entre os atores de um EE é considerada um elemento crítico para o seu sucesso. Com isso, é necessário consultar os atores para validar as prioridades que levarão a resultados no EE (AUDRETSCH; CRUZ; TORRES, 2022).

Para Silveira e Santos (2022) as interações entre os integrantes de um ecossistema empreendedor aumentam o desempenho empreendedor de uma região. Por outro lado essas interações são utilizadas pelas universidades e empresas para conseguir transferência tecnológica de conhecimentos (CUNHA, 1999; AZEVEDO; CÁRIO, 2018), para estimular a troca de informações e o compartilhamento de experiências entre seus integrantes, impulsionando a inovação (SANTOS; LIMA; FREIRE, 2020), para promover o desenvolvimento tecnológico (ACS *et al.*, 2017; KLERKX; ROSE, 2020) e para proporcionar o transbordamento de conhecimento que contribui com a geração de outras inovações e com o surgimento de novas empresas (TONIAL, 2020).

Segundo Malerba e McKelvey (2019), os relacionamentos entre os integrantes de um EE colaboram para a propagação do conhecimento, criação de novos produtos, assim como no uso e desenvolvimento de tecnologias. Essas relações geralmente ocorrem por

meio de redes informais, contatos pessoais ou com a utilização de aplicativos de mensagens para troca de informações (FIGUEIREDO, 2020), e favorecem a atualização dos conhecimentos e a capacitação do capital humano, influenciando no aumento do conhecimento e em sua replicação dentro do próprio ecossistema (ISENBERG, 2011).

Saxenian (1996), em seu estudo sobre o Vale do Silício, já enfatizava a importância de fatores sociais, institucionais e culturais que promovessem o sucesso da economia regional e da comunicação informal entre os integrantes desse ecossistema. Em complemento, Buratti (2022) destaca que as relações e interações únicas entre os vários atores de uma região produzem um ecossistema propício às atividades empreendedoras. Assim, além da proximidade geográfica, a colaboração entre os atores do ecossistema é importante para o desenvolvimento de inovações, especialmente com o estabelecimento de redes que proporcionam trocas de conhecimento e informações.

Alguns autores (SPECHT; ZOLL; SIEBERT, 2016; LAMERS *et al.*, 2017), consideram como principais mecanismos de interações a comunicação informal, os eventos formais e informais, as reuniões regulares, treinamentos, *workshops*, parcerias de negócios, atividades de colaboração, compartilhamento de recursos e projetos realizados em conjunto, bem como as comunicações como mensagens eletrônicas, jornais, cartazes e telefone.

Essas atividades, denominadas mecanismos de interação, são usadas para promover o suporte necessário para facilitar os relacionamentos entre pessoas (FERRAZ; DORNELAS, 2015).

Silveira e Santos (2022) reforçam que os mecanismos de interação são importantes para o relacionamento entre os integrantes do ecossistema. Os autores destacam a comunicação informal, a aquisição de conhecimento, os eventos, projetos em conjunto, reuniões regulares e a existência de meios de comunicação como os mecanismos de maior relevância. Ainda de acordo com os autores, a comunicação informal gera ideias, especialmente porque tornam os relacionamentos mais ágeis e dinâmicos, com conseqüente compartilhamento de informações.

De acordo com Roundy *et al.* (2018), os EE são sistemas complexos formados por atores e suas interações, entendendo que as ações de um ator provocam adaptações ou modificações no ecossistema. Spigel e Harrison (2018) destacam ainda a importância de manter recursos (tangíveis e intangíveis) e redes (que permitem o fluxo desses recursos entre os diversos atores), defendendo que essa conexão determina a sustentabilidade dos EE.

Nesse sentido, Fernandes e Ferreira (2021) destacam que as relações sociais e empresariais estabelecidas entre os múltiplos atores inseridos nos EE são os ativos intangíveis que promovem o surgimento de atividades empreendedoras produtivas, o crescimento de empreendimentos e por consequência o crescimento dos próprios EE, além de prover também o surgimento de ambientes propícios à inovação que impactam no desempenho dos EE.

Colombelli, Paolucci e Ughetto (2019) analisaram as relações estabelecidas entre atores do EE e sua evolução, comparando a evolução individual de determinados atores com a evolução do EE como um todo, visando demonstrar como os diferentes atores, mesmo operando de forma distinta, desempenham papéis fundamentais na evolução do EE, moldando sua configuração e as relações desenvolvidas dentro dele.

Uma outra análise foi realizada por Cannavacciuolo *et al.* (2017) em relação ao impacto da aprendizagem empreendedora das empresas no desempenho dos EE. A aprendizagem proporcionada por meio das relações estabelecidas no EE influencia a difusão e a troca de conhecimento entre as empresas, podendo impactar tanto as empresas individualmente como todo o EE.

As relações desenvolvidas entre os atores dentro de cada EE fazem com que eles apresentem diferentes configurações e características, tornando cada EE particular, único e impossível de ser replicado em outra região (AUTIO *et al.*, 2014; COLOMBELLI *et al.*, 2019; ISENBERG; 2010, 2011; SPIGEL, 2017). Os múltiplos atributos que compõem cada EE, suas características distintas e as diversas relações que se estabelecem entre eles fazem com que o estabelecimento dessas relações seja importante para o êxito de cada EE (FERNANDES; FERREIRA, 2021). Essa assertiva pode explicar por que algumas regiões dentro de um mesmo país permanecem consistentemente como pontos focais para altos níveis de empreendedorismo enquanto outras ainda não atingiram tal maturidade e desenvolvimento.

As diferenças de contexto impulsionam o estabelecimento (entre os diversos atores de EE) de relacionamentos de diferentes naturezas, que impactam na configuração e no funcionamento do respectivo EE (SPIGEL, 2017; SPIGEL; HARRISON, 2018). O contexto e as relações constituídas sofrem uma evolução permanente que impactam a natureza e a evolução dos EE (COLOMBELLI; PAOLUCCI; UGHETTO, 2019; COLOMBO *et al.*, 2019).

A abordagem ecossistêmica precisa considerar cuidadosamente as escolhas estratégicas dos múltiplos atores, uma vez que estas determinarão as relações

estabelecidas e, em última instância, impactarão na configuração do próprio ecossistema (ADNER, 2016).

Fernandes e Ferreira (2021) enfatizam que a força das redes interconectadas, baseadas em confiança e cooperação, estabelecidas entre os atores do EE promove e facilita as atividades empreendedoras inovadoras e de alto crescimento, mas também destacam como as redes fracas ou tendenciosas podem revelar um problema que não só impacta nos resultados dos EE, mas também afeta as atividades empreendedoras e dificulta o desempenho e crescimento do EE.

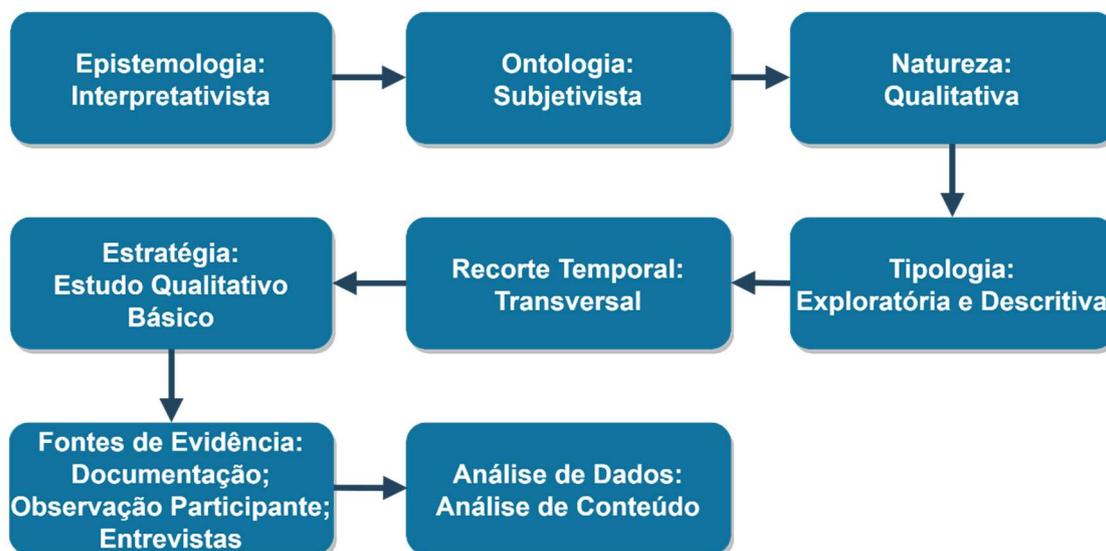
Diante de um cenário em que se faz tão importante o estabelecimento de interações entre os atores de um EE, Matos (2018) salienta a necessidade de interação entre universidades e empresas, com o objetivo de fomentar o nascimento de *startups* acadêmicas. Frente a esse apontamento, Fernandes e Ferreira (2021) recomendam o desenvolvimento de mais estudos que analisem como as universidades impactam no surgimento e na organização estrutural das *startups*, além de como as relações entre esses atores afetam no crescimento e competitividade dos empreendimentos estabelecidos nos EE no qual estão inseridas.

Este capítulo teve a intenção de apresentar a literatura relativa aos Ecossistemas Empreendedores e conceitos correlatos, buscando proporcionar um direcionamento para a criação das categorias e elementos de análise expostos no capítulo 3, que detalha os procedimentos metodológicos escolhidos para este estudo. Por consequência, a literatura também foi utilizada como fundamento para a elaboração dos instrumentos de pesquisa – roteiros de entrevista semiestruturados – que foram usados para a coleta de dados, além de servir também como referência para a delimitação da pesquisa.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A ciência é uma compilação de explicações que se voltam para esclarecer o funcionamento das coisas em geral, desde a química e o sistema solar, até as culturas, encontrando na pesquisa a base da percepção e da compreensão humana (STAKE, 2011). Nesse sentido, este capítulo apresenta os caminhos escolhidos e os procedimentos metodológicos utilizados para a condução de cada etapa da presente pesquisa, visando responder o problema da pesquisa e cumprir com os objetivos definidos. A Figura 05 apresenta de forma resumida as escolhas metodológicas:

Figura 05: **Caracterização da pesquisa**



Fonte: Elaborado pelo Autor (2023).

Com essa direção, espera-se responder o seguinte questionamento: Como são construídas as relações entre as *Startups* e as Universidades no contexto do Ecosistema Empreendedor Sergipano, para que haja o desenvolvimento e sucesso desses empreendimentos?

A partir do problema previamente descrito, o objetivo geral foi o de compreender como são construídas as relações entre as *startups* e universidades e suas influências no desenvolvimento e sucesso do Ecosistema Empreendedor Sergipano.

De acordo com o problema e objetivo expostos, foram definidas as questões de pesquisa, apresentadas na seção a seguir.

3.1. Questões de Pesquisa

As questões de pesquisa indicam os questionamentos que devem ser respondidos no estudo, além de servirem como um roteiro para a pesquisa (VERGARA, 2016). Nesse

sentido, de acordo com os objetivos específicos elencados no capítulo de introdução, as questões de pesquisa que norteiam o presente estudo são:

1. Qual o perfil das *startups* que integram o EE sergipano?
2. Como ocorre o processo de formação das relações construídas entre *startups* e entre as *startups* e as universidades no EE sergipano?
3. Como as universidades contribuem para a criação e desenvolvimento de *startups* no EE de Sergipe?
4. Quais as contribuições e/ou impactos percebidos pelas *startups* originadas por meio das relações estabelecidas entre *startups* e com as universidades no EE sergipano?
5. Quais os resultados e/ou benefícios obtidos pelas *startups* a partir das relações construídas com as universidades e com outras *startups* no EE de Sergipe?

Na próxima seção, apresenta-se a classificação da pesquisa.

6. Quais os mecanismos de interação utilizados no estabelecimento de relações entre *startups* e entre as *startups* e as universidades no EE sergipano.

3.2. Classificação da Pesquisa

Este estudo fará uso da abordagem interpretativa, utilizando uma perspectiva qualitativa, pois esta é compatível com perguntas de pesquisas exploratórias, que procuram entender o “como” (CRESWELL; CRESWELL, 2021). Logo, a perspectiva interpretativista foi adotada pois, segundo Morgan (2005, p. 5), baseia-se “na visão de que o mundo social possui uma situação ontológica duvidosa e de que o que se passa como realidade social não existe em qualquer sentido concreto, mas é um produto da experiência subjetiva e intersubjetiva dos indivíduos”. Para complementar a ideia, Josemin (2011, p. 10) afirma que “pesquisadores interpretativos partem do pressuposto de que o acesso à realidade (dada ou socialmente construída) somente é possível através de construções sociais tais como a linguagem, a consciência e significados compartilhados”. Com isso, este trabalho busca compreender um fenômeno estudado a partir da interpretação das pessoas, pesquisador e pesquisados, com base na realidade e experiências de vida delas, contextualizadas no fenômeno organizacional estudado.

Dado o contexto, optou-se por uma abordagem de natureza qualitativa, pois a pesquisa busca entender seus objetivos por meio da relação que o indivíduo estabelece com o meio. De acordo com Van Maanen (1979), os métodos qualitativos contemplam um amplo conjunto de técnicas interpretativas que buscam dar sentido ou significado aos

fenômenos. A pesquisa qualitativa não está preocupada em medir constructos ou frequências de um fenômeno, mas com a descrição ou decodificação de como fazer e então dar o significado que as pessoas atribuem ao fenômeno.

Quanto aos fins, a presente pesquisa caracteriza-se como exploratória, pois busca descobrir novas informações, entende-las e desenvolvê-las (STAKE, 2011), visto que esta busca compreender as relações entre atores do EE sergipano e pesquisas sobre este tema ainda são insuficientes na literatura (ALVERDALEN; BOSCHMA, 2017; FERNANDES; FERREIRA, 2021), e descritiva, uma vez que a pesquisa descritiva busca descrever as descobertas do pesquisador para outras pessoas, expondo resultados pertinentes e as interpretações da pesquisa de forma confiável (STAKE, 2011), o que converge com a finalidade de descrever as características provenientes dessas relações.

Em relação ao recorte temporal, a pesquisa realizará um corte transversal, considerando a análise dos elementos a serem pesquisados em um período específico. A realização da pesquisa de campo se deu entre os meses de janeiro e maio do ano de 2023.

Como este é um estudo qualitativo, faz-se necessária a definição de categorias e elementos de análise, apresentados na seção 3.3.

3.3. Categorias e Elementos de Análise

Visando maior organização para a pesquisa, foram instituídas categorias com os elementos de análise de acordo com os objetivos propostos. As categorias foram distribuídas com base na revisão da literatura, conforme demonstrado no Quadro 09:

Quadro 09: Categorias e elementos de análise

Objetivos Específicos	Categorias	Elementos de Análise	Base Conceitual	Questões
Caracterizar as <i>startups</i> sergipanas.	Caracterização dos atores	<ul style="list-style-type: none"> • Informações Demográficas • Informações Corporativas • Informações de Mercado 	StartupBase Distrito Programa Centelha ASES	R1: 1 a 15
Investigar as contribuições e/ou impactos percebidas pelas <i>startups</i> por meio das relações estabelecidas com as universidades e outras <i>startups</i> do EE sergipano.	Contribuições	<ul style="list-style-type: none"> • Desempenho Empreendedor • Aprendizagem Empreendedora • Transferência de Conhecimento e Tecnologia • Troca e Compartilhamento de Informações • Estímulos à inovação 	Silveira e Santos (2022) Cannavacciuolo <i>et al.</i> (2017) Azevêdo e Cário (2018) Ferraz e Dornelas (2015) Fernandes e Ferreira (2021)	R1: 18 a 23 R1: 30 a 34 R2: 8 e 9

Identificar os benefícios e/ou ganhos obtidos pelas <i>startups</i> a partir das relações estabelecidas com as universidades e com outras <i>startups</i> no EE sergipano.	Benefícios	<ul style="list-style-type: none"> • Empreendedorismo • Estímulo à Inovação • Cultura Empreendedora • Capacitação e Conhecimento • Infraestrutura e Tecnologia • Investimentos 	Matos e Radaelli (2020) Fernandes e Ferreira (2021) Isenberg (2011) Malerba e McKelvey (2020) Bramwell e Wolfe (2008) Miller e Acs (2017) Foster e Shimizu (2013) Fritsch e Wyrwich (2018)	R1: 24 a 27 R1: 35 a 39 R2: 10 a 14
Verificar as contribuições das universidades para o desenvolvimento de <i>startups</i> e do EE sergipano.	Contribuições	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento ao Empreendedorismo • Estímulo à Inovação • Cultura Empreendedora • Capacitação e Conhecimento • Infraestrutura e Tecnologia • Investimentos 	Matos e Radaelli (2020) Fernandes e Ferreira (2021) Isenberg (2011) Malerba e McKelvey (2020) Bramwell e Wolfe (2008) Miller e Acs (2017) Foster e Shimizu (2013) Fritsch e Wyrwich (2018)	R2: 16 a 23
<i>Detectar os mecanismos de interação utilizados nas relações entre as startups e as universidades no EE sergipano.</i>	Mecanismos de interação	<ul style="list-style-type: none"> • Mecanismos de Interação 	Ferraz e Dornelas (2015) Silveira e Santos (2022) Specht, Zoll e Siebert (2016) Lamers <i>et al.</i> (2017)	R1: 28 e 40 R2: 15

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

A estratégia de pesquisa e os instrumentos de coleta de dados utilizados são detalhados na próxima seção.

3.4. Estratégia de Pesquisa

Quanto à estratégia de pesquisa, foi adotado o estudo qualitativo básico. Mariz *et al.* (2005) explicam que no estudo qualitativo básico o pesquisador se acerca do caso escolhido com as questões críticas já em mente e procura verificar, por meio de descrição, interpretação e compreensão, como elas ali se manifestam. Isso contrasta com o que ocorre num estudo de caso clássico, cujo delineamento conduz o pesquisador a entender o que é importante no caso em si. A análise dos dados, no estudo qualitativo básico, comumente, resulta em uma identificação de padrões recorrentes, por meio do emparelhamento com conceitos, modelos e teorias. Complementando, Merriam (1998) apresenta os principais traços do estudo qualitativo básico: O caso é um instrumento para

verificação de questões estabelecidas *a priori*; inclui descrição, interpretação e compreensão; identificação de padrões recorrentes (categorias, fatores, variáveis e temas); arcabouço teórico preexistente.

O caso é o Ecossistema Empreendedor de Sergipe. Especificamente, como descrito na conceituação do estudo qualitativo básico, a finalidade foi compreender como são construídas as relações entre *startups* e universidades e como elas influenciam no desenvolvimento das *startups* e do EE sergipano.

A seção 3.5 detalha as fontes de evidência para a realização da pesquisa.

3.5. Fontes de Evidência

De acordo com Yin (2015), a coleta de evidências pode ser feita com base em seis tipos distintos de fontes: 1) documentação, 2) registros em arquivos, 3) entrevistas, 4) observações diretas, 5) observação do participante e 6) artefatos físicos. Para que seja possível coletar informações diferentes que possam ser utilizadas para triangulação de dados (YIN, 2015), três fontes de evidência serão utilizadas nesta pesquisa: documentação, observação participante e entrevistas.

Os documentos analisados foram: 1) Relatórios extraídos da Base de dados de *startups* da StartupBase; 2) Base de dados da Associação Sergipana de *Startups* (ASES); 3) Relatórios da Distrito; e 4) Relatórios do Programa Centelha. A análise dos relatórios forneceu uma base consolidada dos principais atores entrevistados. Além dos relatórios, também foi usada a rede de relacionamento do pesquisador, para contatar algumas *startups* que participaram por conveniência.

Para elucidar e contextualizar as fontes de evidência apresentadas acima e para realizar uma apresentação breve sobre esses atores, foi elaborado o Quadro 10:

Quadro 10: Apresentação das fontes de evidência

Fonte de evidência	Descrição dos atores selecionados
StartupBase	Plataforma digital desenvolvida pela ABStartUps para ser uma rede de desenvolvimento de <i>Startups</i> , ajudando os ecossistemas empreendedores e de inovação de todo o Brasil (STARTUPBASE, 2022).
Distrito	Plataforma de inovação com propósito de ajudar empresas a se transformarem através de tecnologia, conectando grandes empresas, <i>startups</i> , investidores e acadêmicos para gerar novos modelos de negócios (DISTRITO, 2022).
Programa Centelha	Programa de abrangência nacional que visa a geração de novas empresas de base tecnológica; a geração de inovações que sejam de interesses sociais e empresariais; e a formação da cultura do empreendedorismo inovador, a fim de fortalecer os ecossistemas de inovação do país (CENTELHA, 2022).
Caju Valley	Movimento de <i>Startups</i> iniciado em 2012 em prol do fortalecimento do ecossistema de inovação do Estado de Sergipe com intuito de impulsionar as <i>startups</i> locais de Sergipe, criando um espaço onde elas pudessem divulgar suas

empresas, suas propostas de serviços e realizar eventos para dinamizar o trabalho (FELIZOLA, 2016).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Quanto à observação participante, nela o pesquisador se torna parte da situação observada, adquirindo uma visão detalhada dos eventos observados (MOREIRA, 2004). A observação participante foi realizada por meio da presença em eventos direcionados às *startups* no estado de Sergipe. Os eventos escolhidos para a observação participante delimitaram-se aos que apresentaram relações com o tema de Ecossistemas Empreendedores ou ainda temas correlatos como Ecossistemas de Inovação, Empreendedorismo e *Startups*, visando acessar e conhecer mais *startups* que fazem parte do EE de Sergipe. Foi utilizado um protocolo de observação exposto no Apêndice A. Os eventos que compuseram a observação participante são expostos no Quadro 11, assim como suas respectivas datas, organizadores e um breve descritivo dos assuntos abordados em cada evento.

Quadro 11: Presença do autor em eventos para a observação participante

Nome do Evento	Data	Organização	Descrição
57º Encontro do Caju Valley	26/01/2023	ASES e Caju Valley	Discussão de assuntos ligados ao desenvolvimento de startups como investimentos, mentores, conhecimentos e promoção de mais eventos ao longo do ano e promoção de networking entre startups e atores presentes.
58º Encontro do Caju Valley	03/03/2023	ASES e Caju Valley	Foram apresentadas ações desempenhadas pela comunidade empreendedora e líderes da comunidade.
07Inove	15/03/2023	Tiradentes Innovation Center e Acelera-SE	Evento contou com uma mesa redonda com membros de uma aceleradora e debateu assuntos como inovação e desenvolvimento de startups, dificuldades nas relações entre startups e grandes empresas, o que os investidores buscam em startups e expectativas do mercado e dos investidores em startups.
59º Encontro do Caju Valley	28/03/2023	ASES, Caju Valley, SEBRAE e BNB	Apresentação da agenda de eventos do SEBRAE voltados para startups. Apresentação de parcerias da comunidade com hubs de inovação no Brasil. Apresentação de programas de crédito do BNB específicos para startups. Apresentação de pitches de startups para os atores presentes.
Inov23	15/04/2023	ASES, Caju Valley, SERGIPETEC e SEBRAE	Programação trouxe palestras de empreendedores de startups, apresentação de atores do ecossistema empreendedor e discutiu o cenário para empreendedorismo em Sergipe.
Startups Privacidade	20/04/2023	Tiradentes Innovation Center e ASES	Palestra sobre privacidade para startups abordando aspectos jurídicos. Evento contou com minipalestras complementares de empreendedores de edtechs.
60º Encontro do Caju Valley	27/04/2023	ASES, Caju Valley e SERGIPETEC	Apresentação da nova incubadora de startups do Sergipetec. Espaço aberto para pitches de startups.

07Inove	03/05/2023	Tiradentes Innovation Center e Acelera-SE	Palestras sobre as leis de inovação municipal e estadual de Aracaju e Sergipe e discussões sobre o impacto dessas leis para os empreendedores.
<i>Startup Day</i>	27/05/2023	SEBRAE-SE	Evento de abrangência nacional que ocorreu simultaneamente em várias cidades do Brasil. Contou com palestras sobre como atrair investidores, a importância da marca para <i>startups</i> , além de horários reservados para vitrines de <i>startups</i> , <i>pitches</i> , <i>demoday</i> e uma seletiva para o desafio Sebrae Like a Boss 2023.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Além dos eventos, a participação no grupo de WhatsApp do Caju Valley também forneceu conexões e informações importantes para a realização da pesquisa. Os empreendedores e atores presentes no grupo divulgam frequentemente agendas de eventos locais, regionais e nacionais, discutem iniciativas que envolvem o ecossistema empreendedor sergipano e o fomento do empreendedorismo, especialmente no tocante à criação e desenvolvimento de *startups*, mobilizando também encontros informais entre empreendedores para ampliar a rede de relacionamentos, compartilhar experiências e conhecimentos. A presença no grupo proporcionou acesso a diversos empreendedores, tornando mais fácil a expansão da cadeia de informantes para a realização das entrevistas com os empreendedores de *startups*.

Por fim, a última fonte de evidência elencada para o estudo é a de entrevistas. Yin (2015) considera que a entrevista é uma fonte essencial de evidências, dado que o entrevistador se verifica e valida as informações que recebe. As entrevistas foram realizadas com profissionais das duas principais universidades do estado de Sergipe, Universidade Tiradentes (UNIT) e Universidade Federal de Sergipe (UFS). Os informantes-chave são gestores, coordenadores, diretores e reitores, pedagógicos ou executivos de iniciativas realizadas pelas instituições de ensino ligadas ao fomento do empreendedorismo e impacto no ecossistema empreendedor. Foram utilizados roteiros de entrevistas semiestruturados. Foram realizadas entrevistas também com os empreendedores das *startups*, igualmente usando um roteiro de entrevistas semiestruturado.

As entrevistas foram realizadas presencialmente ou virtualmente, a depender da disponibilidade e acesso aos empreendedores e gravadas mediante autorização dos entrevistados, fazendo o uso de uma autorização prévia fornecida por meio de assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), exposto no Apêndice D.

Foram elaborados dois tipos diferentes de roteiros de pesquisa (R1 e R2) – expostos nos Apêndices B e C – sendo que o R1 foi aplicado aos gestores das *startups* e o R2 aos representantes das universidades.

Para acessar as *startups* que participam da pesquisa, foi utilizada a técnica de amostragem *snowball sampling*, também conhecida como cadeia de informantes ou método bola de neve, uma forma de amostra não probabilística que utiliza cadeias de referência (BIERNACKI; WALDORF, 1981; VINUTO, 2014). Esta técnica foi utilizada pois ainda não existe um mapeamento consolidado e atualizado das *startups* sergipanas, o que dificulta o conhecimento e acesso a elas.

Para determinar a quantidade de entrevistas, foi utilizado o critério de saturação teórica de Glaser e Strauss (1967), que é “quando a coleta de dados novos não mais desperta novos *insights* teóricos, nem revela propriedades novas dessas categorias teóricas centrais”. Nesse sentido, identifica-se o momento de suficiência da amostra quando as respostas começam a se repetir e não fornecem mais informações novas (FRASER; GONDIM, 2004).

As entrevistas foram realizadas entre os meses de fevereiro e abril de 2023. Mais adiante, no item 3.6, expõe-se o protocolo de pesquisa. Seguindo o protocolo de pesquisa, foi realizada uma entrevista piloto para cada roteiro de entrevista, visando analisar se os roteiros estavam coerentes e adequados aos objetivos da pesquisa. Foi percebido que algumas perguntas não eram necessárias, uma vez que havia perguntas que recebiam respostas muito semelhantes, as quais foram aglutinadas em uma única pergunta ou ainda perguntas alocadas mais ao final do roteiro que acabavam sendo respondidas em perguntas anteriores, sem que o entrevistado chegasse a ser questionado diretamente sobre elas. Contudo, essas entrevistas foram mantidas para análise, uma vez que não houve prejuízo na mudança do roteiro e as informações fornecidas trouxeram contribuições importantes para a pesquisa.

Foram realizadas 22 (vinte e duas) entrevistas no total, sendo 15 (quinze) com empreendedores de *startups* sergipanas e 7 (sete) com profissionais das universidades. A maioria das entrevistas foi realizada presencialmente, sendo 17 (dezessete) delas. As 5 (cinco) que não foram possíveis de serem realizadas de forma presencial foram realizadas via Google Meet. O volume de entrevistas realizado converge com a assertiva de Nascimento *et al.* (2018), que afirmam que quando o roteiro de entrevistas é adequado, o ponto de saturação geralmente é atingido em, no máximo, 15 (quinze) entrevistas.

As entrevistas realizadas foram gravadas mediante autorização prévia e expressa dos entrevistados. Os nomes das *startups* e dos entrevistados, assim como seus respectivos cargos, foram mantidos em sigilo de forma a não possibilitar a identificação mediante qualquer associação entre suas empresas ou instituições. Os participantes das *startups* entrevistados são identificados nesta pesquisa como ES (Empreendedor de *Startup*), variando de 1 (um) a 15 (quinze), e os profissionais das universidades como E (Entrevistado), variando de 1 (um) a 7 (sete). Os Quadros 12 e 13 a seguir expõem os dados relativos às entrevistas.

Quadro 12: Dados das entrevistas realizadas com os profissionais das universidades

Profissional	Duração	Formato	Universidade	Titulação
E1	01:09:23	Presencial	UFS	Mestrado
E2	00:43:39	Presencial	UNIT	Especialização
E3	00:24:41	Presencial	UFS	Doutorado
E4	00:39:11	Google Meet	UNIT	Mestrado
E5	00:31:57	Presencial	UNIT	Doutorado
E6	00:52:45	Presencial	UFS	Doutorado
E7	00:56:36	Google Meet	UFS	Doutorado

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Em relação ao perfil dos entrevistados, todos são professores envolvidos em alguma atividade de gestão acadêmica ligada a algum núcleo, departamento, programa ou centro relacionados ao empreendedorismo ou inovação e que possuem algum relacionamento com *startups*. Quanto às *startups*, todas as entrevistas foram realizadas com os fundadores, o que proporciona maior confiabilidade, uma visão estratégica do negócio, maior detalhamento dos problemas enfrentados e maior conhecimento e participação no ecossistema empreendedor sergipano. Para tipificar o estágio das *startups* foi utilizado o modelo proposto pela ABStartups (2019), já exposto na subseção 2.2.4 (p. 37) do referencial teórico.

Quadro 13: Dados das entrevistas realizadas com os empreendedores de *startups*

Profissional	Duração	Formato	Ano de Fundação	Segmento	Estágio
ES1	00:48:52	Presencial	2000	Saúde	Tração
ES2	00:41:41	Presencial	2018	Educação	Tração
ES3	00:42:17	Presencial	2021	Educação	Operação
ES4	00:31:20	Presencial	2022	Saúde	Operação
ES5	00:49:35	Google Meet	2019	Agro	Tração
ES6	01:13:40	Google Meet	2020	Social	Ideação
ES7	00:28:47	Presencial	2020	Social	Operação
ES8	00:57:14	Presencial	2021	Condomínios	Operação
ES9	00:43:42	Presencial	2021	Educação	Tração
ES10	00:55:58	Presencial	2017	Segurança	Tração
ES11	01:18:28	Presencial	2018	Educação	Tração
ES12	00:35:19	Presencial	2021	Saúde	Tração
ES13	00:56:18	Presencial	2018	Educação	Tração

ES14	01:09:43	Presencial	2019	Logística	Tração
ES15	00:32:08	Google Meet	2004	Entretenimento	Escala

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

As entrevistas totalizaram aproximadamente 18 horas de gravação (17 horas e 43 minutos), sendo 5 horas e 21 minutos com os profissionais das universidades e 12 horas e 22 minutos com os empreendedores das *startups*.

3.6. Critérios de Validade e Confiabilidade

O estudo qualitativo básico configura-se como um meio de investigação por excelência (MARIZ *et al.*, 2005), sendo uma proposta proveitosa para pesquisadores na área da administração (MERRIAM, 1998), uma vez que não se atém a uma fase meramente exploratória da pesquisa como nos estudos de caso (COOPER; SCHINDLER, 2003). Dessa forma, a escolha metodológica pelo estudo qualitativo básico se justifica pois não busca apenas explorar o campo, mas também aprofundar-se na compreensão acerca da construção das relações estabelecidas dentro do EE sergipano, descrevê-las e analisá-las.

De acordo com Saunders, Lewis e Tornill (2009) a confiabilidade em uma pesquisa consiste em técnicas de coleta e de análise de dados que proporcionam resultados consistentes, ao passo que a validade compreende que os resultados devem transmitir o que realmente significam para a pesquisa. Com isso, a confiabilidade e a validade são critérios importantes para a obtenção de resultados precisos e confiáveis.

Nesse sentido, com vistas a aumentar os critérios de confiabilidade e validade da pesquisa, o protocolo é uma das principais ferramentas. Ele empodera o pesquisador, orientando a coleta de dados e minimizando os erros e a parcialidade do estudo (YIN, 2015). Para atender às questões de pesquisa, o presente estudo seguiu o protocolo logo mais descrito:

1. Identificação de empreendedores de *startups* e profissionais das universidades envolvidos com o ecossistema empreendedor sergipano;
2. Elaboração dos roteiros de entrevistas;
3. Contatos realizados com os atores identificados para confirmar a disponibilidade e interesse em participar da pesquisa;
4. Agendamento das entrevistas;
5. Realização da primeira entrevista como caso-piloto com um empreendedor e um profissional de uma universidade;

6. Ajustes nos roteiros de entrevistas com base nas informações coletadas nas primeiras entrevistas;
7. Coleta de dados completa até a obtenção do ponto de saturação;
8. Transcrição das entrevistas com o apoio da ferramenta de transcrição de áudio do Microsoft Office 365;
9. Registro das observações diretas e participantes;
10. Descrição e análise das informações obtidas por meio das entrevistas realizadas, das observações e dos documentos – quando e se disponibilizados;
11. Consolidação das informações levantadas nas entrevistas com empreendedores de *startups* e profissionais das universidades;
12. Análise comparativa das entrevistas de acordo com o grupo a qual o entrevistado pertence (empreendedor de *startup* ou profissional de universidade);
13. Análise relacional entre as informações obtidas dos empreendedores de *startups* e dos profissionais das universidades;
14. Elaboração do relatório final;

Na próxima seção apresenta-se a forma de análise e tratamento dos dados.

3.7. Tratamento e análise de dados

Para tratar e analisar os dados obtidos por meio das entrevistas realizadas com empreendedores de *startups* e profissionais das universidades, foram agrupadas as percepções referentes aos relacionamentos e demais pontos pertinentes frente ao ecossistema empreendedor estudado de acordo com o papel de cada grupo entrevistado, tais sejam os empreendedores de *startups* ou os profissionais das universidades. Por este motivo, foram utilizados roteiros de entrevistas distintos de acordo com cada grupo, o que acarretou o uso de dois roteiros de entrevistas.

A análise dos dados foi realizada a partir da análise de conteúdo que, conforme explica Bardin (2016), trata-se de uma interpretação pessoal do pesquisador com relação aos dados coletados. Para Bardin (2016), a análise de conteúdo faz o uso de técnicas para analisar as comunicações, usando procedimentos objetivos e sistemáticos para descrever o conteúdo das mensagens, configurando uma metodologia que pode ser aplicada em uma variedade de discursos e em todas as formas de comunicação.

Ainda de acordo com a autora, existem três etapas que devem ser seguidas para tratar dados usando a análise de conteúdo, que são: pré-análise, que é quando ocorre a

escolha e organização dos dados a serem analisados para então sistematizar as ideias iniciais; exploração do material, que trata da descrição analítica, realizada com a aplicação de técnicas de codificação do material; e o tratamento dos resultados, inferência e interpretação, momento dedicado às inferências e interpretações dos dados coletados (BARDIN, 2016).

Bardin (2016) afirma que a análise de conteúdo deve compreender as comunicações de forma objetiva e sistemática, descrevendo o conteúdo das mensagens. Com isso, não foram consideradas as intenções dos entrevistados, mas sim a busca do pesquisador pelo real significado da comunicação, visando capturar informações implícitas nas entrevistas.

As 22 entrevistas foram transcritas com o auxílio do recurso de transcrição de áudio do *software* Microsoft Office 365 e totalizaram 198 páginas de transcrição, com fonte Times New Roman tamanho 12 e espaçamento simples em formato .docx. Para confirmar a assertividade da transcrição, todas as entrevistas foram ouvidas na íntegra em leitura simultânea às transcrições para confirmar e verificar se o conteúdo em áudio foi capturado de forma fidedigna. Alguns trechos tiveram a sua captura prejudicada por ruídos de ambiente ou falha na interpretação do *software* de transcrição, os quais foram corrigidos manualmente pelo autor durante a verificação.

Para facilitar a visualização e tratamento dos dados de modo a viabilizar a análise de conteúdo, foi utilizado o *software* Microsoft Excel 365. Os dados foram agrupados em abas distintas para cada pergunta, dispondo as respostas dos entrevistados em linhas. Para cada pergunta, as respostas foram lidas, categorizadas e codificadas, de modo a proporcionar uma melhor organização dos dados e fornecer uma facilitação na apresentação desses dados.

Finalmente, os dados foram interpretados utilizando a codificação estabelecida e os resultados foram discutidos com base na literatura apresentada no capítulo 2. Os resultados, apresentando a interpretação e descrição dos dados analisados pelo autor, são evidenciados nos capítulos 5 e 6.

4. CONTEXTUALIZAÇÃO DO ECOSISTEMA EMPREENDEDOR SERGIPANO

Embora não faça parte dos objetivos deste estudo caracterizar o Ecosistema Empreendedor em si, apresenta-se neste capítulo uma contextualização generalista do cenário do EE sergipano até a data de conclusão desta pesquisa. Optou-se por apresentar este contexto em complementaridade e atualização à pesquisa de Martins (2020).

Sergipe é um estado brasileiro que faz parte da Região Nordeste do país. É a menor unidade federativa do Brasil em extensão territorial, dispendo de uma área de 21.938,188 km² (IBGE, 2022). De acordo com dados do IBGE (2021), a população estimada de Sergipe é de 2.338.474 pessoas. Em relação à quantidade de empreendimentos, no último levantamento realizado pela Junta Comercial do Estado de Sergipe (JUCESE) em 2022, o Estado contava com 62.605 empresas ativas (JUCESE, 2022).

Em relação às *startups*, é difícil obter um número preciso pois não há um mapeamento unificado e consolidado. No mapeamento mais recente da ABStartups (2023), estão mapeadas 17 *startups* sergipanas. Martins (2020) já havia identificado por meio de um levantamento realizado pelo SEBRAE-SE em 2017 um número de 33 *startups*.

Já em 2023, por meio de um levantamento *in loco* com gestores de diversos atores do EE sergipano realizado para fins da presente pesquisa, observou-se que potencialmente existe um número superior de *startups* disseminado em diversos ambientes e que não há um mapeamento centralizado entre estes atores. Os atores investigados foram o Tiradentes Innovation Center (TIC), Sergipe Parque Tecnológico (SergipeTEC), Coordenação de Inovação e Transferência de Tecnologia da Universidade Federal de Sergipe (CINTTEC) – atual Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia (AGITTE), Empreenda Agro da Universidade Federal de Sergipe (EMPAGRO), Conviva *Coworking* e Associação Sergipana de Startups (ASES).

Até a data da pesquisa, o TIC contava com a presença de 19 *startups*. O SERGIPETEC mantinha em incubação 4 *startups*. A AGITTE estava realizando o acompanhamento de 16 *startups* em estágios de ideação ou operação. O EMPAGRO dispunha de um programa semelhante, incentivando o desenvolvimento e operação de outras 15 *startups*. O Conviva *Coworking* contava com 18 *startups* distintas que mantinham o *coworking* como endereço fiscal. Já a ASES contava com 28 *startups* associadas. Esses dados foram levantados até o mês de abril do ano de 2023. Com isso,

percebe-se que Sergipe já conta com ao menos 100 *startups* em diferentes estágios de desenvolvimento.

Uma outra evidência do crescimento do número de *startups* no Estado nos últimos anos foi apresentada no “*Startup Nordeste 2022*”, uma iniciativa promovida pelo SEBRAE, caracterizada como um programa de aceleração para fomentar os ecossistemas de empreendedorismo e de inovação sergipanos. O programa visou capacitar empreendedores, fornecendo mentorias, *networking* e investimentos para os finalistas selecionados (SEBRAE, 2022). Foram 219 projetos inscritos, 179 foram selecionados na fase de pré-aceleração e 27 foram aprovados para passar pelo processo de aceleração e receber os investimentos.

Com relação à atividade empreendedora nas cidades, existe o Índice de Cidades Empreendedoras (ICE), uma pesquisa anual realizada pela Escola Nacional de Administração Pública (ENAP) com o apoio da Endeavor, rede formada por empreendedores das empresas brasileiras de maior crescimento no mundo, que tem por objetivo analisar e comparar os ecossistemas empreendedores das cidades mais populosas do Brasil, explorando as condições que essas cidades oferecem para o desenvolvimento da atividade empreendedora.

O ICE foi lançado em 2014 e iniciou sua série histórica medindo indicadores em 14 cidades brasileiras. Na edição 2020, o número de cidades analisadas passou para 100, contemplando as cidades mais populosas do país. Em 2022, 101 cidades passaram a ser analisadas por uma mudança no ranking de cidades mais populosas, onde Marabá (PA) ultrapassou Santa Maria (RS). Dessa forma, para manter a comparabilidade entre os anos, a edição de 2023 investigou as mesmas 101 cidades do ano anterior.

Para efeitos comparativos, Martins (2020) apresentou em sua pesquisa o ICE (2017) que analisou 32 cidades e destacou Aracaju – capital do estado de Sergipe – como a 22^a cidade mais empreendedora dentre as 32 cidades analisadas. Já no ICE (2023), Aracaju passou a ocupar a 24^a posição dentre as 101 cidades analisadas, mostrando que apesar de descer duas posições no ranking (ver figura 06), é evidente uma notável evolução do EE sergipano frente aos indicadores analisados. Destaca-se também que, dentre as 24 primeiras no ranking, Aracaju é a única cidade da Região Nordeste, o que a configura como a cidade mais bem posicionada desta Região no ano de 2023.

Figura 06: Índice de Cidades Empreendedoras

Posição	UF	Cidade	Pontuação	Posição	UF	Cidade	Pontuação
1	SP	São Paulo	8,673	16	SP	São Bernardo do Campo	6,837
2	SC	Florianópolis	8,411	17	SP	São José dos Campos	6,787
3	SC	Joinville	7,992	18	MG	Belo Horizonte	6,787
4	DF	Brasília	7,962	19	SP	Santo André	6,719
5	RJ	Niterói	7,828	20	PR	Maringá	6,714
6	RR	Boa Vista	7,782	21	RS	Caxias do Sul	6,699
7	PR	Curitiba	7,775	22	AM	Manaus	6,658
8	RJ	Rio de Janeiro	7,729	23	PR	Londrina	6,622
9	AP	Macapá	7,494	24	SE	Aracaju	6,605
10	GO	Goiânia	7,386	25	SP	Piracicaba	6,519
11	SP	Osasco	7,299				
12	SP	Jundiaí	7,186				
13	SC	Blumenau	7,185				
14	RS	Porto Alegre	7,085				
15	TO	Palmas	6,845				

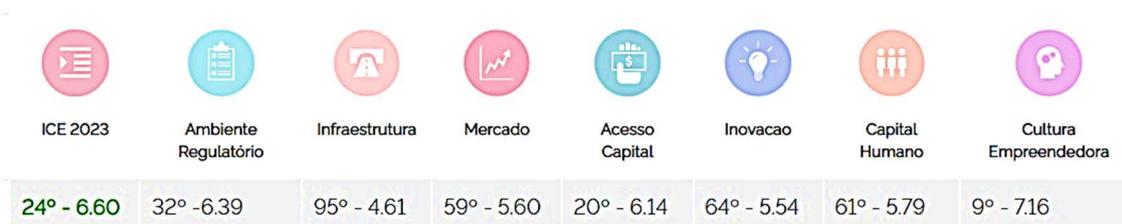
Fonte: ICE (2023).

Os indicadores analisados pelo ICE são: Ambiente regulatório, infraestrutura, mercado, acesso a capital, inovação, capital humano e cultura empreendedora. Sergipe destaca-se no pilar ambiente regulatório, sendo apontado como um estado que vem adotando medidas para desburocratizar o registro empresarial, contando com a operação da Junta Comercial do Estado de Sergipe (JUCESE) 100% digital e facilidades como o Portal Agiliza Sergipe e a automatização de diversos procedimentos. Outro pilar de destaque para Aracaju está no acesso a capital, obtendo a 20ª posição no ranking. O pilar de maior destaque para a cidade de Aracaju foi o de cultura empreendedora, no qual a cidade se destaca na 9ª posição (ICE, 2023).

O ICE define cultura como padrões sociais e conhecimento compartilhados, assim como crenças, normas, valores, rotinas e histórias. Nesse sentido, a cultura empreendedora remete à orientação empreendedora, figurando indivíduos que se engajam em tomar risco e inovar, serem proativos e criarem soluções. Assim, quando tais crenças e valores encontram instituições e organizações que podem proporcionar a realização das pessoas por meio do empreendedorismo, há o estímulo para que as pessoas orientem suas ações para este fim (ICE, 2023). Esta assertiva se confirma por meio de ações de

instituições como o SEBRAE, tal como a iniciativa *Startup* Nordeste para fomento do empreendedorismo, assim como a institucionalização da Associação Sergipana de Startups (ASES) em 2022, aos encontros mensais promovidos pela comunidade Caju Valley e aos eventos, palestras e cursos promovidos pelo Tiradentes Innovation Center e pelo Centro de Empreendedorismo da Universidade Federal de Sergipe, por exemplo. A figura 07 a seguir ilustra a posição da cidade de Aracaju em cada pilar:

Figura 07: **Pilares do Índice de Cidades Empreendedoras: Aracaju/SE**



Fonte: ICE (2023).

Ainda que tenha havido uma evolução evidente no ecossistema empreendedor sergipano, tal como demonstrado pelos indicadores do ICE, ainda há oportunidade para desenvolvimento. Os estudos sobre ecossistemas empreendedores sempre destacaram a centralidade da inovação no processo de criação de empreendimentos de alto valor agregado. Inovações só são possíveis quando há sinergia entre uma rede de variáveis. Cada um dos nós representa um dos determinantes, cujas relações se referem a correlação entre eles (ICE, 2023).

Em Sergipe há atores focados na identificação dessas oportunidades e que têm direcionado esforços para conseguir evoluir no cenário do empreendedorismo e da inovação no estado. Alguns exemplos de atores que são possíveis evidenciar nesse contexto são: o SEBRAE, que tem organizado eventos em conjunto com outros atores para identificar, atrair e fomentar o desenvolvimento de negócios inovadores; o SERGIPETEC, que atualizou suas trilhas de desenvolvimento de *startups* nos programas de incubação e também tem apoiado e promovido eventos e ações para este público; a ACELERA-SE, aceleradora que tem apoiado e participado de eventos, buscando identificar potenciais negócios que se conectam com seus mercados alvo, ajudando no processo de aceleração e em alguns momentos até investindo em *startups*; o Caju Valley, que tem organizado e promovido eventos mensais conectando atores e *startups*, sendo um ator importante na construção de relacionamentos entre as *startups* do Ecossistema Empreendedor sergipano; a ASES, que tem empregado esforços em reunir *startups* na associação, com o objetivo de ganhar força em uma entidade jurídica devidamente

constituída para ampliar o relacionamento com outros EE brasileiros e de aumentar a visibilidade do EE sergipano nacionalmente, além de apoiar, participar de eventos e atuar com mentorias; e as próprias universidades que compõem este estudo (UFS e UNIT), que de modo constante têm buscado colaborar com o desenvolvimento do EE, seja por meio das ações de ensino, pesquisa e extensão, que são ou pilares da atividade acadêmica, seja por meio da criação de núcleos, laboratórios e centros especialmente dedicados à inovação e ao empreendedorismo.

Dado esse cenário, as relações em um ecossistema empreendedor merecem atenção, conforme destacado, e representam o objeto de estudo da presente pesquisa. O próximo capítulo apresenta os dados coletados e as análises realizadas em busca da compreensão das relações construídas entre *startups* e universidades no ecossistema empreendedor sergipano.

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

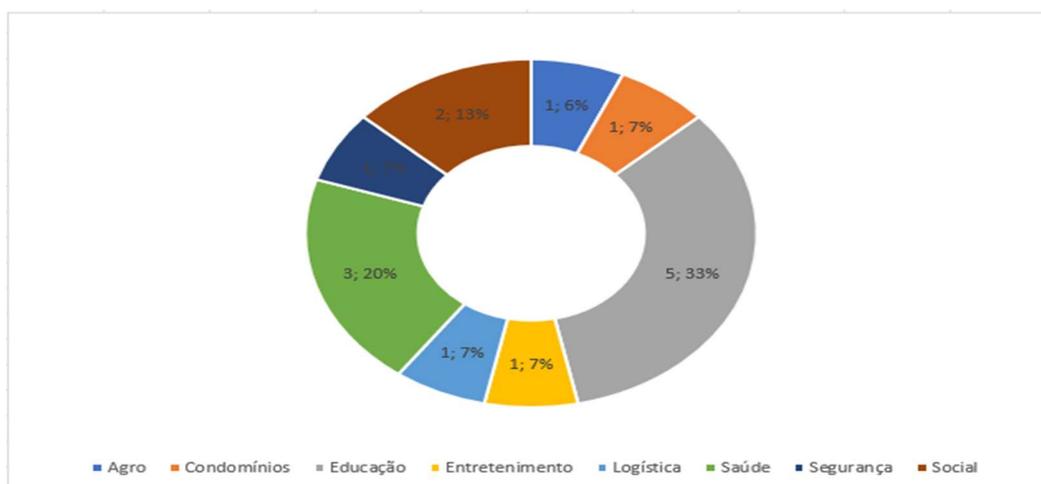
Este capítulo apresenta as características e perfis dos entrevistados, assim como os resultados obtidos por meio das entrevistas realizadas com os empreendedores das *startups* e com os representantes das universidades frente à percepção destes em relação à formação das relações entre estes atores no Ecosistema Empreendedor Sergipano, assim como a apresentação de dados obtidos por meio de análise documental e observação participante. As análises dos resultados que se seguem dialogam com a fundamentação teórica previamente apresentada no capítulo 2 deste trabalho.

5.1. CARACTERIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS

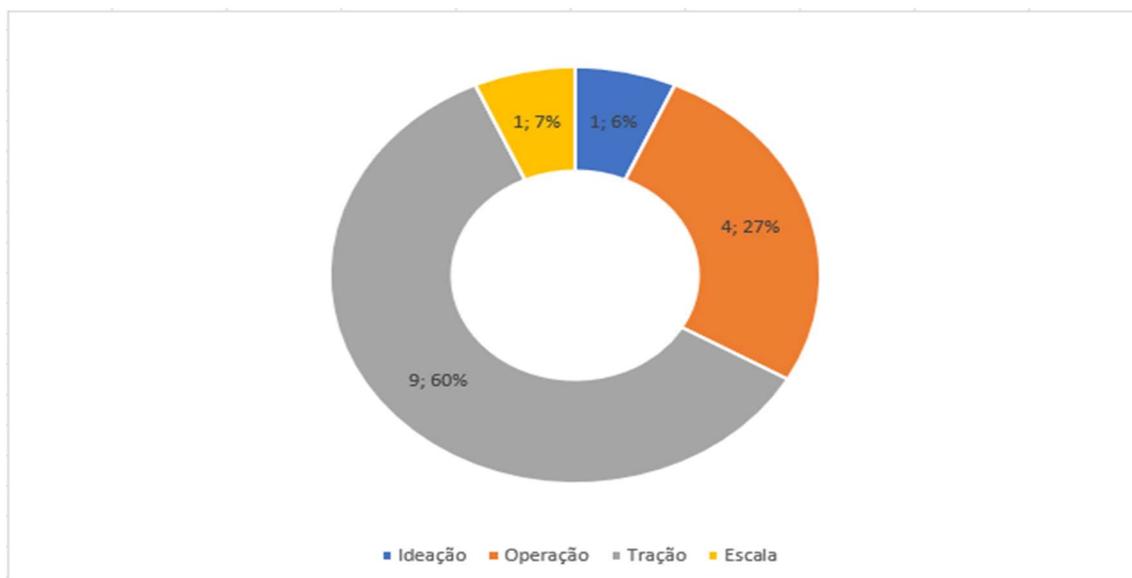
De acordo com informações já apresentadas previamente na seção 3.5 do capítulo 3 relativos à metodologia, vinte e duas entrevistas foram realizadas, sendo quinze com empreendedores de *startups* e sete com profissionais que representaram as universidades. A maior parte dos entrevistados foi de empreendedores das *startups* (68%), tanto por estes serem os principais atores do EE (STAM, 2015) como pela proporção destes atores frente aos potenciais participantes das universidades, além da percepção que estes empreendedores têm frente às características do mercado e do EE. Os profissionais das universidades representaram 32% dos entrevistados nesta pesquisa.

As *startups* pesquisadas compreendem segmentos de atuação diversos, assim como estavam em diferentes estágios de desenvolvimento no momento da entrevista, conforme já exposto no quadro 13 (p. 53). Embora já evidenciado anteriormente, considerou-se viável expor essas informações de forma visual, buscando facilitar a leitura, resgatando e reforçando os dados, que seguem expostos nos gráficos 03 e 04:

Gráfico 03: Segmentos de mercado das *startups* entrevistadas



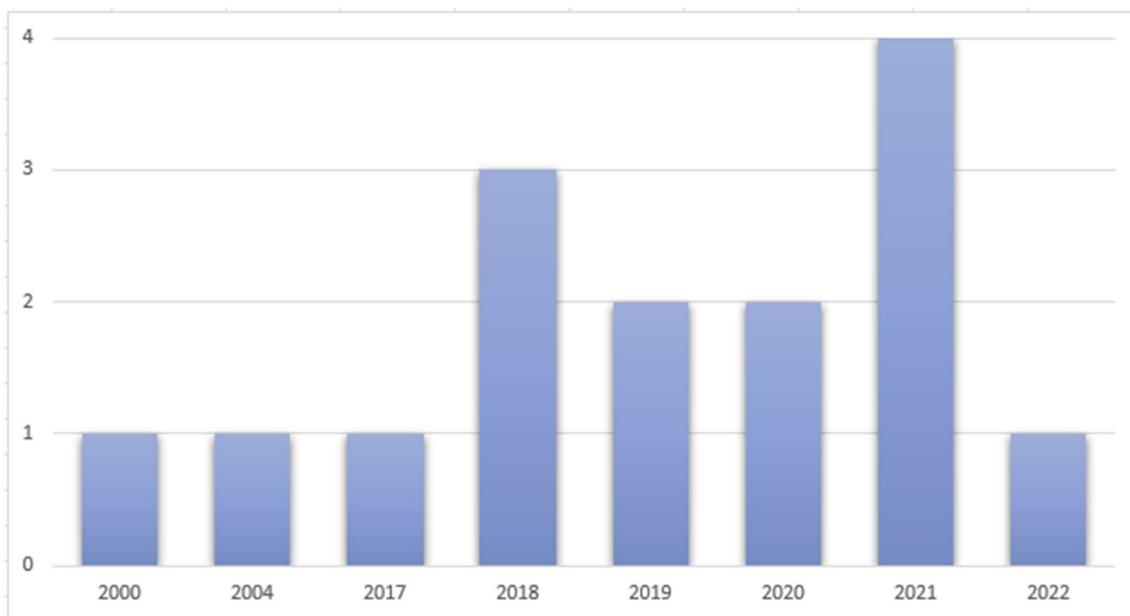
Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Gráfico 04: Estágios de desenvolvimento das *startups* entrevistadas

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Os gráficos apresentados demonstram que o perfil das *startups* que participaram da pesquisa é diverso, tanto em mercados de atuação como em estágios de desenvolvimento. Contudo, embora não seja possível afirmar de modo determinante por conta da limitação da amostra, pode-se observar que o segmento de educação (*edtechs*) apresenta um destaque dentre as *startups* entrevistadas, compreendendo 33% do total, o que pode indicar que o EE sergipano possui um olhar empreendedor voltado para este segmento. Todavia, isso também pode ser justificado pelo fato de a presente pesquisa ter utilizado a técnica de amostragem bola de neve, o que pode ter levado a recomendações do mesmo segmento dentre os empreendedores.

Outro ponto refere-se ao estágio das *startups* entrevistadas. O gráfico 05 mostra que 60% das *startups* entrevistadas encontram-se em estágio de tração, o que pode indicar que o EE sergipano contém negócios viáveis, escaláveis e que estão em desenvolvimento. Além disso, outro ponto identificado é que 67% das *startups* possuem mais de dois anos de fundação e 40% delas mais de cinco anos. Esses dados podem levar a inferir que as *startups* sergipanas constroem negócios viáveis e sustentáveis, contrapondo a literatura no que tange às taxas de mortalidade de *startups*, que giram em torno de 70% para *startups* entre dois e cinco anos e 75% em *startups* após os cinco primeiros anos de existência, conforme já exposto anteriormente no quadro 07 (p. 39) do referencial teórico. O gráfico 05 ilustra o ano de fundação de cada uma das *startups* que participaram da pesquisa:

Gráfico 05: Ano de fundação das *startups* pesquisadas

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao observar o gráfico 05 é possível perceber que, dentre as *startups* participantes, o número de empreendimentos apresenta uma crescente após o ano de 2017, compreendendo 80% das *startups* entre os anos de 2018 e 2022. Isso reflete que nos últimos anos houve ações no EE que fomentaram a criação e desenvolvimento de *startups*.

Algumas outras características complementares foram levantadas, tais como a participação em programas de aceleração, de incubação, o recebimento de investimentos, se foram fundadas dentro do ambiente universitário e se o empreendedor já empreendeu ou empreende em outras *startups*. O quadro 14 detalha essas características:

Quadro 14: Características complementares das *startups*

Entrevistado	Participação em programas de aceleração	Participação em programas de incubação	Fundação em ambiente universitário	Já empreendeu ou empreende em outras <i>startups</i>	Recebeu investimentos
ES1	Sim	Não	Não	Sim	Sim
ES2	Sim	Não	Não	Sim	Sim
ES3	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
ES4	Sim	Não	Sim	Não	Não
ES5	Sim	Não	Não	Não	Sim
ES6	Sim	Não	Não	Não	Não
ES7	Sim	Não	Não	Não	Não
ES8	Sim	Não	Não	Não	Sim
ES9	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
ES10	Não	Não	Não	Sim	Não
ES11	Sim	Não	Não	Sim	Sim
ES12	Sim	Sim	Não	Não	Sim
ES13	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
ES14	Sim	Não	Não	Não	Sim
ES15	Não	Sim	Sim	Não	Sim

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Em relação à participação em programas de aceleração, das quinze *startups* entrevistadas, apenas duas não participaram de nenhum tipo de programa de aceleração, o que aponta que a grande maioria (87%) buscou acessar essa modalidade de recurso para impulsionar seus negócios.

Quanto à participação em programas de incubação, apenas quatro das quinze *startups* entrevistadas passaram ou passam por um processo de incubação. Sendo assim, apenas 27% destas estavam inseridas em um ambiente dedicado especificamente ao fomento do empreendedorismo.

Já acerca do ambiente de fundação, considerando que o foco do presente estudo se volta para as relações entre *startups* e universidades, foi indagado se a *startup* foi fundada dentro da universidade. Das quinze *startups* entrevistadas, apenas duas (13%) foram criadas dentro de um ambiente universitário, uma na UFS e uma na UNIT. Nesse sentido, aparenta-se que ainda são tímidos os esforços das universidades para fomentar a criação de *startups* dentro das dependências universitárias.

Falando na experiência dos empreendedores, buscou-se identificar se os empreendedores entrevistados já tiveram ou têm experiências empreendendo em outras *startups*. Dos empreendedores entrevistados, sete (47%) já tiveram outras *startups* ou têm um ou mais outros negócios concomitantemente ao negócio foco da entrevista realizada. Depreende-se, nesse sentido, que boa parte dos empreendedores sergipanos é experiente, já tendo passado por experiências empreendendo em negócios no passado, ou ainda empreendendo em mais de um negócio simultaneamente, podendo ter passado por processos de pivotagem, falência, fechamento, dissolução da sociedade ou venda de negócios anteriores, o que confere um *know-how* empreendedor particular a esses empreendedores.

Finalmente, quanto ao recebimento de investimentos, apenas quatro das quinze *startups* entrevistadas não recebeu nenhum tipo de investimento. As outras onze (73%) receberam investimentos de fontes diversas, tais como: FAPITEC, SEBRAE, investimento anjo, *smart money*², verba de subvenção econômica do governo, *pre-seed*³

² *Smart Money*: Investimento que vai além do valor financeiro. Dá-se quando o investidor traz, além do valor monetário, forte experiência no mercado em que a *startup* atua, auxiliando no desenvolvimento da empresa por meio de *insights* importantes sobre o modelo de negócio, conhecimento especializado, histórico de investimentos na área, *networking*, dentre outros (SEBRAE, 2022).

³ *Pre-seed*: Investimento realizado nas fases iniciais da *startup* com o objetivo de auxiliar na construção do MVP e na identificação do mercado ideal (DISTRITO, 2020).

ou investimentos de grupos particulares de investidores. Essa informação corrobora o exposto pelo ICE (2023), que colocou a cidade de Aracaju/SE na 20ª posição no *ranking* de acesso a capital no relatório em questão. Outro dado relevante é o valor destes investimentos. Visando preservar as informações confidenciais das *startups*, apenas a média e o valor total são apresentados. Das onze *startups* que receberam investimentos, nove informaram os valores. A média geral ponderada do valor de investimentos recebidos por estas *startups* foi de R\$422.111,11, o que representa um valor total recebido de R\$3.799.000,00. Mais uma vez reforça-se o fato da possibilidade de acesso a investimentos no EE sergipano, embora todos os casos tenham sido ligados a *startups* em fase de tração, com produtos e serviços já em comercialização e buscando crescimento de mercado.

Os entrevistados das *startups* também foram questionados quanto à geração de empregos e quantidade de sócios envolvidos no negócio. Esses dados permitem identificar o impacto que essas *startups* representam no mercado de trabalho local. O quadro 15 expõe esses pontos a seguir:

Quadro 15: Quantidade de sócios e empregos gerados

Entrevistado	Quantidade de sócios	Quantidade de empregos gerados
ES1	1	2
ES2	6	0
ES3	2	15
ES4	3	0
ES5	3	12
ES6	2	0
ES7	2	0
ES8	2	0
ES9	3	6
ES10	2	22
ES11	4	10
ES12	2	5
ES13	3	16
ES14	2	7
ES15	1	44

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Observando a quantidade de sócios, duas *startups* (13%) possuem apenas o empreendedor entrevistado no quadro societário. Sete delas (47%) possuem dois sócios. Quatro (27%) têm três sócios e em outras duas (13%), uma possui quatro e outra seis sócios. Com isso, observa-se que a grande maioria (74%) possui dois ou três sócios, enquanto as restantes destoam dessa predominância, possuindo apenas uma pessoa à frente do negócio ou, em dois casos, mais de três. Observou-se durante as entrevistas que a os negócios com dois ou mais sócios buscaram diversificar as áreas de conhecimento dos empreendedores, apresentando um sócio técnico (*core business*, voltado para a área

de atuação específica) e um sócio da área de tecnologia de informação. Quando mais de dois sócios, havia uma tendência a ter a presença de um sócio mais ligado às áreas de gestão, mais dedicado à análise do mercado e sua exploração, comercialização e promoção.

No tocante à geração de empregos, dez das quinze *startups* (67%) geravam empregos quando as entrevistas foram realizadas, conforme exposto no quadro 15. No total, foram 139 empregos gerados por estas *startups*. Este número é um indicador relevante na importância do empreendedorismo para a geração de emprego e renda.

Quanto à formação dos entrevistados, o quadro 16 detalha os graus e áreas de formação:

Quadro 16: Formação dos entrevistados

Entrevistados	Grau de Formação	Área de Formação
ES1	Pós-Graduação	Ciência da Computação
ES2	Ensino Médio Completo	-
ES3	Mestrado	Biomedicina
ES4	Graduação Incompleta	Medicina Veterinária
ES5	Mestrado	Nutrição
ES6	Graduação Completa	Design Gráfico
ES7	Graduação Incompleta	Publicidade e Propaganda
ES8	Mestrado	Geografia
ES9	Graduação Completa	Química
ES10	Graduação Incompleta	Sistemas de Informação
ES11	Graduação Completa	Publicidade e Propaganda
ES12	Graduação Incompleta	Sistemas de Informação
ES13	Graduação Completa	Engenharia Elétrica
ES14	Graduação Completa	Sistemas de Informação
ES15	Graduação Completa	Ciência da Computação
E1	Doutorado	Administração Propriedade Intelectual
E2	Pós-Graduação	Administração Administração Estratégica
E3	Doutorado	Administração Propriedade Intelectual
E4	Mestrado	Administração Desenvolvimento e Meio Ambiente
E5	Mestrado	Ciência da Computação
E6	Doutorado	Engenharia Química
E7	Doutorado	Engenharia Agrônoma

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Nota-se ao observar o quadro anterior que a grande maioria dos empreendedores (67%) se encontram no nível de graduação, sendo seis (40%) com graduação completa e quatro (27%) com graduação incompleta. Três (20%) empreendedores possuíam a titulação de mestre e apenas um com pós-graduação (especialização) e apenas um sem educação superior, tendo concluído o ensino médio.

As áreas de formação são diversas, não tendo nenhuma predominância evidente. Apenas o caso de cursos de tecnologia de informação (sistemas de informação e ciência da computação) apresentaram uma concentração maior dos empreendedores, sendo cinco (33%) o número de entrevistados nesses cursos.

Já quanto aos profissionais das universidades, a maioria é composta por doutores, sendo quatro dos sete entrevistados. Outros dois com mestrado e um com pós-graduação (especialização). Dentre estes profissionais, houve um destaque para a formação em administração, com as especializações, mestrados e doutorados em áreas complementares. Em relação à instituição de ensino onde laboram os profissionais entrevistados, quatro foram da UFS e três da UNIT, e todos estavam envolvidos com a coordenação ou direção de algum projeto, núcleo, centro ou laboratório ligado a empreendedorismo ou inovação.

5.2. A PERSPECTIVA DOS EMPREENDEDORES

A presente seção apresenta as percepções dos empreendedores das *startups* em relação às relações construídas no contexto do Ecossistema Empreendedor sergipano, também frente aos impactos e contribuições dessas relações para a criação, desenvolvimento e evolução das *startups*, aos benefícios proporcionados por essas relações, aos mecanismos de interação utilizados para estabelecer essas relações e as potenciais melhorias que podem ser proporcionadas por meio dessas relações, tanto nas relações estabelecidas entre *startups* e universidades como entre *startups* com outras *startups* do EE.

As relações construídas em um EE aumentam as chances de sucesso das *startups*, seu desempenho empreendedor, impactam na aprendizagem empreendedora, colaboram para a propagação de conhecimento, desenvolvimento de inovações, sejam elas novos produtos, serviços, processos ou tecnologias, e desempenham um papel fundamental na evolução do EE (SILVEIRA; SANTOS, 2022; MALERBA; MCKELVEY, 2019; FERNANDES; FERREIRA, 2021; CANNAVACCIUOLO *et al*, 2017; COLOMBELLI; PAOLUCCI; UGHETTO, 2019; COLOMBO *et al.*, 2019). Dessa forma, as subseções a seguir apresentam essas nuances de acordo com as percepções dos empreendedores entrevistados.

5.2.1. A construção das relações entre *startups* e universidades

Primeiramente, buscou-se entender a visão dos entrevistados em relação a como a construção dessas relações é percebida por eles. A percepção geral dos empreendedores foi que as relações com as universidades são muito limitadas. Nas entrevistas, os empreendedores apontaram essa deficiência de diversas formas, tais como “não existe

interação”, “não é ideal”, “quase nula”, “praticamente não há contato”, “a universidade não é acessível”, “relação fraca” e “muito deficitário”.

Os empreendedores entrevistados criticaram unanimemente a postura das universidades a nível institucional. Alguns empreendedores apontaram que quando há algum movimento por parte da universidade, este acaba sendo por ações isoladas de professores ligados às áreas de empreendedorismo e inovação.

De forma a evidenciar essas percepções, o quadro 17 mostra os comentários dos empreendedores entrevistados em relação às suas percepções quanto às relações com as universidades:

Quadro 17: Percepções dos empreendedores quanto à formação relações com as universidades

Entrevistado	Comentários dos empreendedores entrevistados
ES1	“Então, eu acho muito fraco. Eu vejo que dentro da universidade tem várias <i>startups</i> sendo criadas [...]. Mas eu não vejo muito a universidade oferecendo serviços para as <i>startups</i> de fora. A minha <i>startup</i> tem 2 estagiários. São alunos da UFS. Mas assim, eu acho que a universidade poderia oferecer serviços, ter uma interface mais fácil com quem está de fora.”
ES2	“Na minha experiência e visão, [...] de uma maneira geral, sempre é nós empreendedores buscando e forçando o relacionamento com as instituições. Não me recorro pelo menos aqui no meu estado, de ter visto ou de ter sido convidado para ações que essas universidades fizeram e convidar os empreendedores de <i>startups</i> .”
ES3	“Bom, a minha percepção é que ainda não está ideal, né? [...] Mas como a nossa <i>startup</i> está incubada dentro da universidade e dentro da universidade também tem um centro que é o UNIT carreiras, que facilita essa relação entre a universidade também junto com os alunos. Então ainda não está uma relação ideal. Já com a UFS, eu não tenho relação.”
ES4	“Eu não vou dizer que ela [a universidade] atrapalha, mas ela também muitas vezes não incentiva essas relações, não incentiva o empreendedorismo, ela não ensina. A universidade deveria servir como um lugar de <i>networking</i> .”
ES5	“Eu diria que é uma proximidade quase nula. Olha só com a UFS não vejo muita abertura para a possibilidade. Com a UNIT, já teve abertura. A gente já entrou na UNIT, por um convite deles. [...] Então, basicamente é esse relacionamento, mas é uma linha muito fina de proximidade.”
ES6	“Eu acho muito deficitário, extremamente deficitário. A universidade não publicita isso, não divulga, não quer promover o ambiente. Eu diria até que é um ambiente hostil. Não tem um direcionamento claro, aberto e objetivo. O aluno precisa entender que existe em algum lugar, um departamento sobre empreendedorismo ou alguém que vai te dizer o que fazer. O único incentivo parte de ações isoladas de alguns professores entusiastas do empreendedorismo. A instituição universidade não se coloca à disposição de fato.”
ES7	“Da minha <i>startup</i> , entre a <i>startup</i> e a UNIT, não tenho nenhum contato. Com a UFS também não tenho nenhum contato.”
ES8	“Eu acho que não existe interação em relação entre <i>startups</i> e universidades. Hoje eu já vejo alguns núcleos se desenvolvendo dentro da universidade para trazer essa visão de negócio mesmo para os alunos que saem [...]. Mas não é uma manifestação da instituição. [...] Acho que precisava ser algo mais, mais contextualizado, mais dentro de um programa mesmo. Na minha visão, é muito isolada [a universidade].”
ES9	“Eu não tenho relação com a UFS. A única relação é quando eu sou convidado para dar alguns cursos, eu já tive lá para dar algumas oficinas. Mas é tudo em prol do ecossistema, como participante, ajudando o ecossistema. Com relação a UNIT, eu tenho uma relação com Innovation Center que é dentro da UNIT que é a universidade. Na UFS eu fui convidado através de pessoas que estão dentro da universidade, que acabaram me convidando por ser ativo no ecossistema.”

ES10	“Hoje o ponto que liga a <i>startup</i> é que nós fizemos uma parceria com a universidade para a aquisição de mão de obra, no caso estagiários. Então já passou por aqui cerca de 4 ou 5 estagiários da UFS. Atualmente, eu trabalho com algumas pessoas, vinculadas à universidade, com projetos à parte, alguns doutores e alguns mestres, desenvolvendo os projetos, que acho que vai impactar muito o segmento que estamos trabalhando. Além disso, não temos vínculo com a universidade, não fomos e não somos procurados por universidades.”
ES11	“As universidades estão afastadas do mercado em alguns aspectos, não em todos, mas em alguns aspectos. A relação que eu tive com a universidade, é uma relação muito restrita. Não é a universidade em si que eu tenho uma relação. Geralmente é um coordenador ou alguém que está querendo fazer alguma coisa. [...] Quando se trata de startups, você tem indivíduos que têm intenção de querer unir esses mundos. O que eu acho que talvez falte muito para as universidades, é chamar mais a gente do mercado, tipo assim as <i>startups</i> sergipanas. [...] É mais interesse da universidade vir atrás da gente do que a gente ia atrás da universidade.”
ES12	“Quanto às instituições, hoje com a UFS a gente não se relaciona. Não temos nenhum relacionamento. Mas com a UNIT a gente tem. A gente apresentou o produto para o RH deles e eles viram isso realmente como uma alternativa boa. Então a <i>startup</i> hoje se relaciona com o RH da UNIT. Eles enxergaram que é um produto bom, que pode realmente preencher uma lacuna deles. E posso dizer aqui que realmente é UNIT abre, sabe, desses canais para inovação, eles realmente ouvem as startups, que foi algo assim até que me surpreendeu, sabe?”
ES13	“Então eu acho que não só em Sergipe, mas no Brasil isso deixa muito a desejar. As empresas estão correndo por um lado, a universidade está por outro lado, e o estado está para o outro. Eu acho que temos que trabalhar na colaboração. A universidade tem que ser mais aberta. Os indicadores que eu vejo dentro das universidades são baseados em publicar artigo científico e gerar patente, mas a meta final é gerar patente e não gerar um negócio com aquela patente, não visa o negócio. Então eu acho que esse indicador está errado, não é? [...] Quando a gente fala de negócio, falando na nossa realidade, infelizmente isso é zero.”
ES14	“Eu iniciei a faculdade em 2012. A gente via que a UNIT tinha muito mais força, com relação a essa ideia de empreendedorismo, de criar programas, de criar palestra, até de trazer palestras e minicursos relacionados a esse ponto. [...] E essa relação da UFS com o empreendedorismo, para a gente, ela praticamente não existiu. Pelo menos naquela época. Estou um pouco afastado, não sei se hoje existe. Hoje não temos nenhuma relação direta. Eu sou muito grato à UFS, por muita coisa, se não fosse a UFS eu não teria encontrado meu sócio e a gente não teria feito o que fez até hoje.”
ES15	“Eu sou formado em ciência da computação na UNIT. Começou daí a relação com a UNIT. A empresa começou em 2004 lá na incubadora de base tecnológica da UNIT também. A empresa passou 3 anos no processo de incubação. Com a UNIT eu mantenho relações de ajudá-los em momentos específicos, não tem nenhum vínculo formal. Mas eu ajudei na formação do curso de jogos digitais deles. Hoje eu sou mentor do Innovation Center, tentando ajudar as <i>startups</i> que estão lá. Com a UFS eu tenho relações com professores da área, porque a gente tenta atrair alunos.”

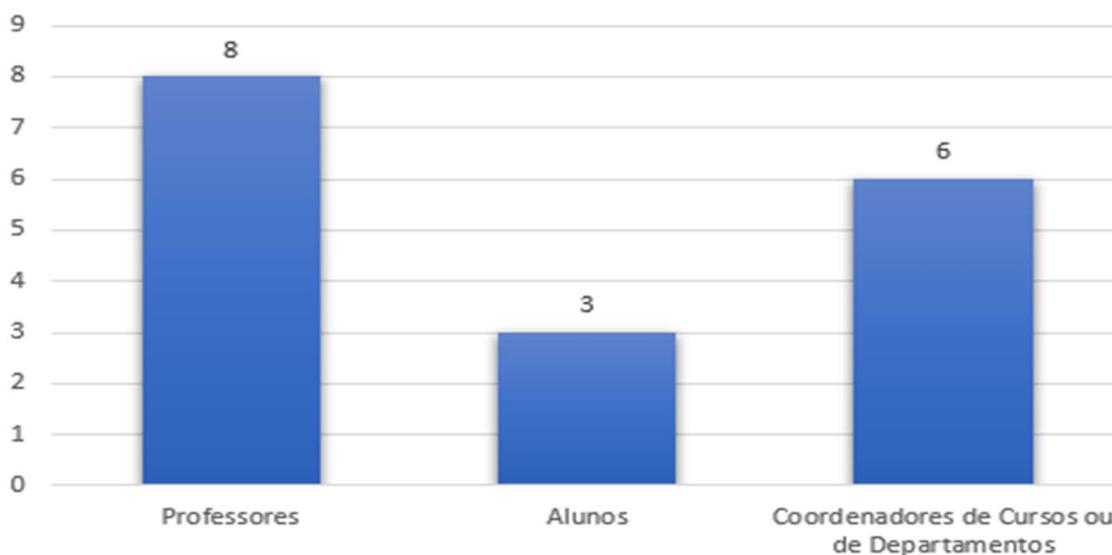
Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Percebe-se com os depoimentos evidenciados no quadro 17 que as relações entre *startups* e universidades são muito incipientes. Quatro dos quinze empreendedores de *startups* entrevistados (27%) apontaram que mantém algum tipo de relação com as universidades unicamente com a finalidade de obtenção de talentos (ES1, ES10, ES11 e ES15). Em relação à UNIT, 40% dos empreendedores entrevistados (ES3, ES5, ES9, ES12, ES13 e ES15) mantém relações mais próximas, seja pela relação com o Innovation Center (ES3, ES9, ES12, ES13), por atuarem como mentores (ES9, ES13 e ES15) ou por terem relação comercial (ES12). Em relação à UFS, apenas dois (13%) afirmaram algum

tipo de relação estabelecida. Um deles (ES10) afirmou manter relações com professores e pesquisadores de sua área com vistas a desenvolver projetos de tecnologia que se conectam com sua área de atuação e outro (ES15) disse ter relações com alguns professores de departamentos conectados à sua área de mercado. A maioria dos entrevistados não possui nenhum tipo de relação com as universidades. Os empreendedores ES1, ES2, ES4, ES6, ES7, ES8, ES10, ES11 e ES14 afirmaram não possuir nenhuma relação com a UNIT, representando 60% da quantidade de entrevistados, enquanto os empreendedores ES2, ES3, ES4 ES5, ES6, ES7, ES8, ES9, ES11, ES12, ES13 e ES14 disseram não ter nenhuma relação com a UFS, o que corresponde a 80% dos empreendedores entrevistados.

Os empreendedores foram questionados sobre quem são, na perspectiva deles, os principais pontos de contato nas universidades. O gráfico 06 exibe essa visão dos entrevistados:

Gráfico 06: Pontos de contato nas universidades



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Nota-se que os empreendedores apontaram indivíduos como principais pontos de contato a buscarem quando da necessidade de algum contato com a universidade. Nenhum apontou a universidade em si ou algum centro, núcleo ou departamento como ponto de contato institucional. À exceção do Tiradentes Innovation Center, que não foi levado em consideração nessa exposição por já ter sido apontado previamente por alguns empreendedores, nenhum outro órgão das universidades foi apontado. Com isso é possível perceber que não há um envolvimento institucional direto das universidades para

com as *startups*, na perspectiva dos empreendedores entrevistados. O quadro 18 complementa essa assertiva, apresentando as respostas de alguns entrevistados:

Quadro 18: Percepções dos empreendedores frente às relações com as universidades

Entrevistado	Comentários dos empreendedores entrevistados
ES2	“O contato é com professores entusiastas de inovação e de empreendedorismo, que muitas vezes acabam fazendo parte da comunidade empreendedora. Alguns professores com esse perfil e que empreendem também, que são sócios de startups. Os próprios alunos também, que às vezes são contratados para trabalhar nas startups ou se candidatam às vagas e acabam se relacionando com as <i>startups</i> .”
ES5	“Vai variar. Na UNIT, foi o coordenador do curso de nutrição. Na UFS, quando eu procuro estagiários, eu converso geralmente com a coordenação do curso. Por ter estudado na UFS, eu tenho muito contato com os professores, mas não é um contato que eu faço relacionado à <i>startup</i> .”
ES8	“Se eu hoje fosse precisar para desenvolver a <i>startup</i> , ia procurar os colegas universitários. Outros professores ou os alunos mesmo da universidade. Eu não iria em algo diretivo, em algo que estivesse relacionado com a gestão administrativa. Porque eu acho que é muito fechado. A universidade ela produz coisas para o os universitários. Ela literalmente dá as costas para a sociedade e vive o mundinho dela. Enquanto você está ali dentro você estabelece relações e quando não está mais lá dentro, você perde o vínculo total.”
ES12	“Os pontos de contato são indivíduos. Às vezes tem um coordenador que realmente tem a intenção de querer aprender para trazer algo, algum evento.”
ES13	“Cara, a única relação que eu tenho são com professores diretamente, então sempre educadores que estão com algum tema relacionado e que às vezes acaba nos procurando para tentar ou fomentar algo que seja dentro do nicho da <i>startup</i> ou para ajudar a tracionar o ecossistema.”
ES14	“Em relação a estágio, a gente envia um comunicado para universidade, compartilha as vagas, e aí o ponto de contato seriam os departamentos. Hoje a gente tem muito mais contato com o departamento de tecnologia e aí agora a gente quer iniciar com esse departamento da administração.”
ES15	“Na UNIT, coordenadores de curso. Professores também. O pessoal do Innovation center. Na UFS, coordenadores de curso de ciência da computação e sistemas de informação.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

A percepção geral é que a relação com as universidades é estabelecida por meio de professores ou coordenadores de cursos entusiastas do empreendedorismo e da inovação que assumem um compromisso pessoal de contribuir de alguma forma para o EE. Os entrevistados apontam que não há, na percepção deles, algo institucional, centralizado e publicitado, de conhecimento comum dos atores do EE que possam buscar dentro da universidade. O empreendedor da *startup* 8 complementou um comentário nesse sentido:

“Eu acho que quando, de alguma forma organizam um núcleo, por exemplo, pró reitoria de pesquisa, pró reitoria de extensão, quem tem o perfil acaba indo para esses lugares e buscando informações nesses lugares, buscando um programa, eu acho que se existisse uma pró reitoria ou um núcleo específico de empreendedorismo, viriam recursos específicos, criaram-se projetos específicos e eu acho que a educação empreendedora de uma maneira geral ela se espalharia dentro das universidades.” (ES8)

Ou seja, não é de conhecimento dos empreendedores das *startups* ações institucionais realizadas pelas universidades com a finalidade de desenvolver o EE. Sendo

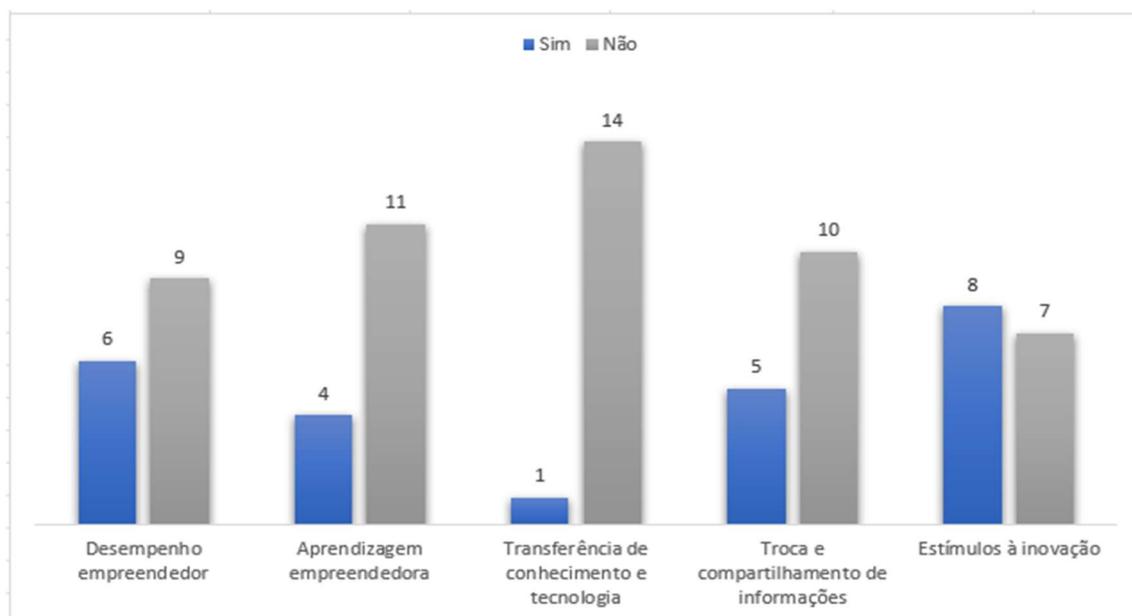
assim, a opinião perceptível dos entrevistados é que, de fato, as universidades não evidenciam o interesse da instituição em se conectar com as *startups* do EE, assim como não é de conhecimento dos empreendedores ações das universidades para promover essas relações e ajudar no desenvolvimento das *startups*.

5.2.2. Impactos e contribuições percebidos pelas *startups* por meio das relações com as universidades

Conforme já exposto de forma mais detalhada no referencial teórico e comentado no início da presente seção, a construção de relações em um EE auxilia no desempenho empreendedor das *startups* (SILVEIRA; SANTOS, 2022), assim como em sua aprendizagem empreendedora (CANNAVACCIUOLO *et al.*, 2017), na troca e compartilhamento de informações (SANTOS; LIMA; FREIRE, 2020), na transferência de tecnologia e conhecimentos (CUNHA, 1999; AZEVEDO; CÁRIO, 2018) e gera estímulos às inovações (SANTOS; LIMA; FREIRE, 2020; TONIAL, 2020). Por tanto, para compreender esses aspectos na visão dos entrevistados, foram feitas perguntas direcionadas a esses elementos.

As percepções frente a esses elementos variaram bastante. Para introduzir essas percepções, de modo a proporcionar uma visão ampla dessas perspectivas, o gráfico 07 a seguir as apresenta:

Gráfico 07: **Percepções dos empreendedores quanto às contribuições das universidades**



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Nota-se que em quase todos os elementos a percepção dos empreendedores entrevistados foi negativa. A única exceção foi em relação aos estímulos à inovação por parte das universidades no EE. Começando pela percepção da influência da universidade no desempenho empreendedor das *startups*, seis dos quinze entrevistados (40%) acreditam que a universidade tem um impacto positivo nesse elemento. O quadro 19 apresenta trechos das entrevistas com a opinião dos empreendedores entrevistados frente a esse elemento:

Quadro 19: Percepções dos empreendedores frente à influência das universidades no desempenho empreendedor das *startups*

Entrevistado	Comentários dos empreendedores entrevistados
ES1	“Então, eu não vejo ajuda nenhuma para <i>startups</i> criadas fora da universidade. Então, quem é criado lá dentro normalmente tem mais apoio dos professores de pesquisas [...]. Mas também por outro lado existe uma questão legal que atrapalha muito o desenvolvimento de startups internas, que é a questão dos 70% dos direitos que ficam para a universidade. Então assim, isso desestimula quem está lá dentro a criar negócios.”
ES2	“Não. Eu sou um pouco radical nesse meu feedback, porque eu acredito que a própria instituição tem ali na sua natureza que conectar os seus alunos com o mercado [...]. Então eu realmente não percebo ações acontecendo e sempre que acontecem é uma provocação da comunidade, não da universidade. Pelo menos não que eu tenha conhecimento desde 2017, que é desde quando eu me relaciono com essas instituições.”
ES3	“Eu acho que a relação com a universidade acelera o processo do desenvolvimento e crescimento da <i>startup</i> . Eu acho que toda <i>startup</i> de uma maneira inicial ela sempre precisa de muita contribuição, principalmente por causa da aquisição financeira. Falta de recurso financeiro e falta de equipe. Então são os 2 pontos principais do desenvolvimento de uma <i>startup</i> .”
ES4	“Com certeza o EmpAgro. O EmpAgro foi onde eu abri a mente para esse mundo das <i>startups</i> e onde eu desenvolvi minha ideia [...]. Com o pessoal do EmpAgro ela foi de um nicho para outro e foi aprofundando no nicho que agora a gente está. E tudo isso ocorreu por causa do EmpAgro. Se não fosse pelo EmpAgro, provavelmente eu não estaria aqui.”
ES5	“Não vejo. Desempenho da minha <i>startup</i> , zero. [...] Quando eu abri a empresa, [...] eu senti muita falta de muitas habilidades que eu precisei, estou precisando desenvolver e comecei quase que do zero para o meu negócio dar certo. Habilidade de comunicação, habilidade de venda, habilidade de fazer <i>networking</i> , de entender o que é uma empresa, o que é um CNPJ, quais são os impostos que a gente paga, sabe, coisas tão reais no dia a dia, mas que, na prática, assim, na escola mesmo e na faculdade você não vê nada. Então é muito difícil não ter tido acesso a essas informações antes e começar do zero.”
ES6	“Acaba que não tem nenhuma contribuição do professor fora da sala de aula, fora da grade curricular, para desenvolver algo relacionado a empreendedorismo. Não há incentivo e falta quem compre a ideia. Sinto que não houve nenhuma ajuda para desenvolver minha <i>startup</i> .”
ES7	“Acredito que hoje não. Pelo menos na universidade que eu estou, a UNIT, não. Porque eu não vejo programas nenhum de fomento que a minha startup possa ser inserida, até porque, do eixo social as coisas parecem que são bem mais difíceis para ter. Eu vejo da educação, eu vejo de todos os outros, mas assim social, aonde o meu se encaixa, não tem.”
ES8	“Nada. As universidades não contribuem nem com o que seria a essência da universidade, que é a produção de conhecimento, nem com isso ela contribui para o meu negócio enquanto empreendedora. O que me deixa muito triste.”
ES9	“A UNIT, através do Innovation Center. A UFS, absolutamente nada. As contribuições são <i>networking</i> , contato que eu tenho, por ser extremamente nichado, somente edtech, então eu tenho acesso algumas pessoas que trabalham no mesmo ramo e que tem um

	conhecimento bacana da área de educação. [...] Fora isso, oficialmente, não tem ajuda. Acaba sendo extremamente pontual, extremamente pontual.”
ES10	“Não. A universidade, ela poderia contribuir se chamasse as <i>startups</i> justamente para dentro da universidade. Conversar com os alunos, conversar com os empreendedores e tentar fazer esse <i>link</i> direto. Isso não acontece. [...] A universidade fica muito isolada. É muita teoria e pouca ação.”
ES11	“É o seguinte: a UNIT foi nosso primeiro cliente. Eu tipo assim, nunca, jamais vou dizer que a instituição nunca contribuiu em nada porque ela acreditou na gente. Ela apostou na gente como clientes.”
ES12	“Quando a gente está incubado dentro da universidade [UNIT], e aí a gente tem essa porta aberta e a gente pode testar o nosso produto aqui [na UNIT] e a gente tem um <i>feedback</i> bom dos alunos. [...] Então por isso que eu acho importante em negócio. Se a UNIT aceitou nosso produto, a gente já chega com outra visão lá para outra universidade. Então acredito que é muito importante.”
ES13	“Tem, não posso ser injusto. Não no viés de propriedade intelectual, não na criação de produtos, mas sim na formação de mão de obra.”
ES14	“Não. A gente não teve nenhum tipo de apoio. A gente pode falar de apoio do Sebrae.”
ES15	“Não. Um pouco. [...] Teve muita ajuda no início, ajuda de gestão, algumas viagens importantes que eu fiz junto com o coordenador lá, foi importante, mas de uma forma muito limitada. Meu curso em si não tem, não tinha empreendedorismo na época, então eu sei programar, mas eu não sei empreender e aprendi meio que na prática. Para a UFS especificamente não teve nenhuma relação que tenha me ajudado.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Observa-se que há uma percepção negativa predominante nas percepções dos empreendedores entrevistados. Algumas exceções se manifestam em empreendedores que tiveram influência direta de algum centro ou iniciativa, como o EmpAgro da UFS (ES4) e o *Innovation Center* da UNIT (ES3, ES9, ES12). Outros citaram que a UNIT contribuiu por ter se tornado cliente da *startup* (ES11 e ES12). Um deles (ES13) ligou a influência no desempenho de sua *startup* em relação à formação de talentos por parte da universidade. Os demais, não apontaram ações das universidades que tenham impactado no desenvolvimento ou desempenho de suas *startups*.

Em relação ao papel da universidade na aprendizagem empreendedora dos entrevistados, o cenário também foi amplamente negativo. O quadro 20 mostra essas percepções:

Quadro 20: Percepções dos empreendedores frente à influência das universidades na aprendizagem do empreendedorismo

Entrevistado	Comentários dos empreendedores entrevistados
ES1	“Tem sim, isso é algo que fazem muito bem. Tem o núcleo de empreendedorismo da UFS. Então, eu já tive contato com o pessoal de lá que aí assim é muito bom o trabalho que eles fazem de pegar os alunos e estimular a desenvolver o empreendedorismo [...]. Mas eu não participo. [...] A gente tentou fazer alguma coisa mais junto com eles, mas não foi muito para a frente. É mais questão de política lá da UFS mesmo. E aí dependia de aprovação de reitor, vice-reitor, umas coisas assim e aí não foi para frente.”
ES2	“Não. Hoje eu me considero um autodidata. Eu mesmo vou lá e busco meu conhecimento, vou me formando ali por cursos livres, ou por mentorias, ou por leituras e pesquisas.”
ES3	“Não. Eu acho isso aí é um ponto que eu vejo como uma grande deficiência, não só da universidade, mas como do instituto que a gente está incubado. Acho que falta muito ainda principalmente aqui em Sergipe, essa capacitação do empreendedor. Então a gente

	erra muito no processo do desenvolvimento da <i>startup</i> , de ideação, de validação, de todo esse processo e meio que a gente está num barco sem os remos e isso acaba atrapalhando bastante. Acredito que se a universidade pudesse estar mais presente, junto com os empreendedores, a quantidade de erros seria menor e a evolução e agilidade do desenvolvimento da <i>startup</i> seria muito mais rápido.”
ES4	“Fora o EmpAgro, não. A gente tem que aprender um pouco mais sobre gestão, sobre finanças, sobre como fazer dinheiro mesmo.”
ES5	“Como técnica, não tenho que falar, me capacitou muito bem no técnico. Agora, como empreendedora... Muito difícil falar alguma coisa assim que eu trouxe de lá, sabe? Eu acho que o tema empreendedorismo poderia ter sido abordado.”
ES6	“Não. Como falei, não há incentivo. Um professor ou outro isoladamente acaba contribuindo de alguma forma, mas a universidade não acho que tenha influenciado.”
ES7	“De empreendedorismo, acredito que sim. Na UNIT, eu já participei de um evento sobre empreendedorismo e falava sobre inovação e despertava essa ideia de inovação. Eu participei como aluna e me senti bem interessada em criar algo. Talvez tenha começado um pouquinho daí, essa ideia de criar algo inovador dentro da minha área.”
ES8	“Eu acho que a universidade tem um papel fundamental, mas que ela não está contribuindo como deveria. Por exemplo, se ela promovesse, se ela não produzisse conhecimento, que é o objetivo fim de universidade, mas ela promovesse encontros entre a sociedade, entre os empreendedores, [...] então a universidade, ela teria um papel fundamental nessa conexão, trazendo o que na essência, que a produção do conhecimento, técnicas, inovação em termos de novas formas de fazer uma coisa, poderia agregar para muitos negócios empreendedores.”
ES9	“A única forma que a minha habilidade, de conhecimento de empreendedor, é de mim para universidade e não da universidade para mim.”
ES10	“Não. Na minha vida não. Acho que o empreendedor aprende mais na prática do que na universidade.”
ES11	“Vou falar um sim com ressalvas. Vejo que tem muitas palestras que acontecem, que tem coisas bacanas. Falando sobre gestão de empresas, eu particularmente acho que são dois cursos que eu acho que deveriam existir em qualquer curso, deveriam ser como parte do currículo de qualquer curso, que é direito e administração. Tudo que eu aprendi na minha <i>startup</i> , foi com base em coisas que eu persegui. Então eu nunca tive uma aula de Excel, por exemplo, na universidade, sabe? Existe uma área, um momento técnico da gente falar sobre coisas que são de gestão, de ferramentas, analisar dados, performance. Então são coisas que eu não senti da universidade.”
ES12	“Neste sentido, não. A universidade não contribuiu nesse sentido em nada. Tudo que eu sei hoje de negócio realmente foi a prática, foram esses programas de aceleração a partir do SEBRAE e a prática mesmo, sabe? A prática realmente contribuiu. A universidade não.”
ES13	“Não. O contrário, na verdade, eu levei o conhecimento do empreendedorismo para dentro das universidades. Então, a própria UNIT me contrata para falar de desenvolvimento de produto, tecnologia para os clientes do Innovation.”
ES14	“Não. Vou frisar, Não. Campus Mobile, Inovativa Brasil e Capital Empreendedor. Esses programas é que realmente ajudaram a gente a evoluir.”
ES15	“Não. A incubadora teve algum direcionamento. Os coordenadores da incubadora entendiam sobre gestão, então era algum tipo de suporte, mas a gente não tinha metodologia, não tinha muita coisa. Então era a gente que se virava.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Os empreendedores entrevistados enfatizaram que falta, por parte da universidade, o direcionamento para que os empreendedores e potenciais empreendedores adquiram conhecimentos sobre gestão de negócios e empreendedorismo. Assuntos como abertura de CNPJ, regimes de tributação, contabilidade, finanças, marketing e vendas foram citados como conhecimentos fundamentais ao empreendedorismo que não estão sendo ensinados pela universidade, nem durante a graduação, nem no momento que o empreendedor já está empreendendo e precisaria desse apoio da instituição. O

entrevistado ES11 frisou essa importância, afirmando que conhecimentos de administração deveriam ser ministrados em todos os cursos.

Percebe-se que há uma grande lacuna entre o conhecimento necessário para que o empreendedor tenha menos dificuldades para empreender e o que é proporcionado pelas universidades.

No tocante à transferência de conhecimento e tecnologia, apenas um empreendedor destacou que sim, percebe a influência positiva da universidade nesse quesito. A fala do empreendedor foi a seguinte:

“Percebo que existe muito conhecimento sendo construído dentro das universidades, via seus laboratórios, bolsistas, professores e entusiastas. Eu já tive contato com alguns projetos [...], por exemplo, um projeto que a gente chegou a mapear e conversar com o empreendedor, que era um equipamento para poder fazer a colheita e o plantio de maneira autônoma. Então eu percebo que tem, sim muito conhecimento sendo gerado ali dentro, mas eu sinto dificuldade em me conectar com as pessoas que o estão gerando e com o próprio conhecimento chegar ao mercado.” (ES2)

A fala do empreendedor demonstra que ele tem a percepção que essa transferência de conhecimento e tecnologia ocorre no ecossistema, mas que ele não se conecta com os cenários em que isso ocorre. Os demais empreendedores não percebem ou não conhecem casos em que há esse fenômeno acontecendo na prática. Alguns empreendedores citaram que percebem a importância da universidade na produção de conhecimento e tecnologia, mas não percebem isso atingindo o mercado, como pode ser observado nas falas deles:

“Acho que a universidade tem muitos recursos, como laboratórios, pesquisas, experimentos, bibliotecas, mas que falta integração disso com o empreendedor.” (ES6)

“Eu particularmente não sei onde, o tipo de pesquisa que a gente desenvolve para produção de soluções práticas. Assim, pelo menos na área da gente, sabe? Então talvez possa ter na área de saúde, agronegócio, essas coisas podem até existir. Na minha área eu desconheço totalmente alguma coisa nesse sentido.” (ES11)

“Cara, acredito que possui só que no momento eu não enxergo isso acontecer.” (ES12)

“Eu acho que as métricas que a universidade tem de fazer a transferência tecnológica ainda são através de artigos e da propriedade intelectual, mas isso não chega para o mercado.” (ES13)

“Todo o trabalho que eu tenho aqui é desenvolvido com tecnologia que a gente adquiriu fora.” (ES15)

Nessa linha, há uma percepção da importância da universidade nesse papel, mas ao mesmo tempo há uma interpretação que, se algo é produzido pela universidade com potencial de ser transferido para o mercado, isso não chega no mercado.

Quando se abordou o assunto de troca e compartilhamento de informações, mais uma vez houve uma predominância de percepções negativas. Os empreendedores

acreditam, em sua maioria, que a universidade não propõe um ambiente favorável para que essas trocas aconteçam. A visão é que, enquanto alunos, havia uma troca dentro do ambiente universitário. Enquanto empreendedores, não há um envolvimento da universidade em convidá-los e envolvê-los com atividades que fomentem o empreendedorismo nas instituições e fomentem essa troca. Até as respostas positivas tiveram um viés negativo, o que pode ser percebido na fala dos empreendedores:

“Eu acho que de forma geral, sim. Mas assim, eu não vejo uma interface fácil da gente trocar esses conhecimentos dentro da universidade. É uma dificuldade de acesso.” (ES1)

“Eu vejo que tem no *Innovation Center* alguns eventos de tecnologia. Para a minha *startup* em si, não. Mas assim, de tecnologia para outras *startups* que eu vejo participando e tal, então acho bacana.” (ES7)

“Ela facilita. Mas assim, eu não ligaria para um professor meu para pedir uma opinião, um conselho sobre um negócio meu. Apesar de adorar todos os professores que eu tenha trabalhado, eu não tenho essa conexão ao ponto de chegar assim, falar assim, pô tô com esse desafio. Geralmente eu consulto pessoas do mercado, pessoas que eu sei que tem sucesso no negócio.” (ES11)

“Esse último ano de 2022, mais precisamente no segundo semestre, me surpreendeu. A universidade [UNIT] começou a praticar mais isso. Estão começando, acredito que precisa ser melhorado. Estão sendo realizados alguns eventos, que aí reúne realmente a comunidade e incentiva essa troca de informações. Então acredito que está começando, mas pode ser melhorado, sabe?” (ES12)

Com base nas falas desses empreendedores, há um indicativo que as trocas de informações proporcionadas pelas universidades ocorrem em eventos abertos à comunidade. O destaque por parte dos empreendedores foi para a UNIT, mais especificamente eventos no *Tiradentes Innovation Center*. Há uma percepção também que falta uma manifestação de interesse por parte das universidades em convidar as *startups* para que haja essas trocas, como pode ser percebido na fala dos empreendedores:

“Cara, então, a *startup* já existe há mais de 3 anos. O corpo docente de maneira geral de várias universidades e faculdades, conhecem a minha *startup*. E a gente nunca foi convidado para fazer essa troca.” (ES5)

“O ideal seria fomentar mais eventos dentro da própria instituição para que a gente pudesse ter essas relações mais próximas, a facilitar o elo entre a *startup* e outros empreendedores.” (ES3)

Outro ponto criticado foi que a universidade não promove essa troca institucionalmente no que tange ao conhecimento produzido por ela.

“Não se sinta ofendido com o que eu vou dizer agora. A universidade usa a sociedade, capta todos os dados, formata bonitinho num documento, numa pesquisa e publica nas revistas científicas. Ela não dá resposta para a sociedade daquelas informações que ela captou. Eu já respondi várias pesquisas de mestrado, eu não vejo problema nenhum nisso. Mas em nenhuma delas retorna para o grupo o resultado daquela pesquisa, o resultado daquela visão. Eu acho que é uma deficiência da universidade, de trazer a devolutiva. Então é uma troca que muitas vezes não acontece. Mas é um defeito da própria academia.” (ES8)

Esses depoimentos apontam que o cenário de troca e compartilhamento de informações no EE sergipano envolvendo as universidades precisa de maior atenção por parte dessas instituições.

Por fim, para finalizar o bloco das percepções dos empreendedores frente às contribuições das universidades, foi levantado o questionamento em relação aos estímulos à inovação por parte da universidade. Nesse ponto, as opiniões ficaram divididas de maneira mais equilibrada, tendo oito dos quinze empreendedores manifestando que percebem essa contribuição das universidades e sete apontando que não percebem. A maior percepção positiva se dá por conta dos programas de iniciação científica, laboratórios e pesquisas, como pode ser identificado nas falas:

“As próprias bolsas de iniciação científica disponibilizadas, laboratórios e algumas universidades fomentam alguns editais ali com algum tipo de recurso para empreender ou criar alguma solução ali dentro do seu próprio ambiente.” (ES2)

“Acredito que sim, por conta dos projetos de pesquisa, projetos de extensão, projetos ligados a tecnologia, nesse sentido acredito que sim.” (ES6)

“Eu acredito que sim [...]. A inovação está atrelada a um retorno financeiro. A pesquisa científica não necessariamente. E às vezes, para eu chegar naquela inovação, eu vou ter várias pesquisas científicas que talvez nunca nem chegassem perto de gerar negócio. Então eu acho que a universidade tem que ter essa separação. Uma coisa é o que é pesquisa científica com base só no horizonte de ciência e o que é viés de negócio. Nem tudo vai ser negócio.” (ES13)

Nesse sentido, há uma percepção de alguns empreendedores entrevistados que a atividade de pesquisa desenvolvida pela universidade está ligada ao estímulo a inovações. Ainda assim, também há a impressão de que essas inovações ficam restritas aos muros da universidade, como é percebido na fala:

“Então, eu vejo isso interno. A universidade estimula isso. Sempre que eu vou participar do programa centelha ou de qualquer outro edital, aparece muita *startup* que vem da universidade né, de projetos internos de pesquisa. Isso é muito forte internamente. Agora falta aquele meio de campo para atrair as *startups* de fora, algum tipo de colaboração nas pesquisas, tem muita coisa que dá para fazer em conjunto com *startups*.” (ES1)

Dois entrevistados (ES3 e ES7) comentaram que há outros estímulos, esses mais capitaneados pela UNIT, para a realização de *hackathons*⁴. Contudo, houve fortes críticas por parte de alguns empreendedores, transmitindo um entendimento que a universidade não colabora com esse estímulo. Isso pode ser percebido nas falas:

“Não, não estimula a inovação. Eu acho que a gente na universidade não é muito estimulado a pensar fora da caixa, a gente é estimulado a fazer e pensar dentro da caixa. As aulas não favorecem o procedimento da criatividade, da

⁴ *Hackaton*: Evento que reúne programadores, *designers* e outros profissionais ligados ao desenvolvimento de *software* para uma maratona de programação, cujo objetivo é desenvolver um *software* ou solução tecnológica que atenda a um fim específico. (HACKATHON BRASIL, 2023)

criação, do empreender. Então, assim, nesse sentido, eu acho que ela não estimula.” (ES8)

“Não. Minha opinião aqui é que não. Apesar de existir pontualmente a criação do *Innovation Center* na UNIT, eu acho que poderia fazer mais. Mais programas, mais eventos, mais atividades, mais fomento, abraçar outros atores do ecossistema. Isso acaba ficando difícil, isso é meio utópico.” (ES9)

“Cara, no meu segmento, não. A área de tecnologia é uma área que vem se reinventando com uma velocidade que eu acho que os professores não conseguem acompanhar. Se você vai estudar hoje, tem professor passando linguagens antigas, com metodologias antigas, eu não acho que se possa acompanhar a evolução da tecnologia na universidade.” (ES10)

“Ainda não. Eu acho que basta olhar para as universidades hoje e a gente vê pouca inovação, pouca inovação sendo feita. O mercado, ele está sendo muito inovador. Estão surgindo várias *startups* disruptivas. Eu acho que as universidades já perceberam que realmente a tecnologia, a inovação, estão em um novo momento. E elas estão começando a fazer isso, só que não chegou ainda no ponto. Então, se a gente vir, olhar para as universidades hoje, existe muita coisa obsoleta, sabe?” (ES12)

Nota-se que há uma divisão de opiniões frente à pauta de inovação nas universidades. Por um lado, percebe-se que há um reconhecimento de inovações sendo geradas pelas atividades de pesquisa e promoção de eventos com viés mais inovador. Por outro, critica-se a estrutura obsoleta das universidades e o atraso na atualização do corpo docente e de conteúdos que são ministrados. É possível notar, frente a todos esses eixos, que a percepção dos empreendedores é que as potenciais contribuições das universidades para o desenvolvimento de negócios e do próprio EE ainda são insuficientes e que há espaço para ações mais orientadas ao empreendedorismo e à inovação, especialmente envolvendo a sociedade, fora da comunidade acadêmica.

Além da percepção das contribuições realizadas pelas universidades, a pesquisa buscou explorar os benefícios obtidos pelas *startups* a partir das relações estabelecidas com as universidades, expostos na subseção a seguir.

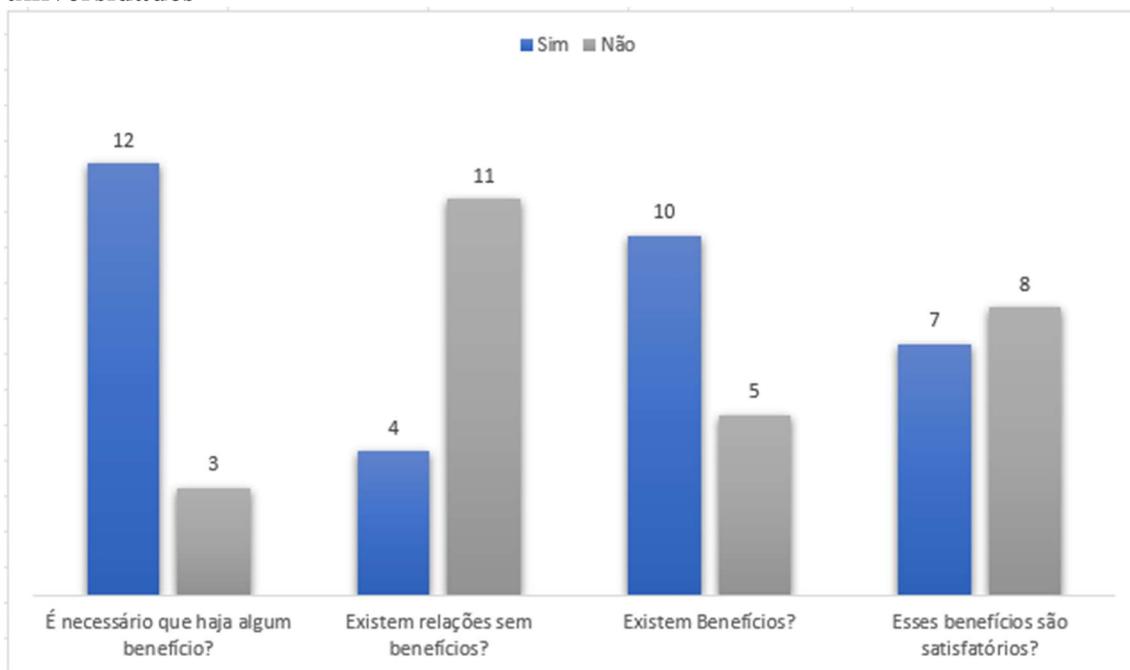
5.2.3. Benefícios percebidos pelas *startups* advindos das relações com as universidades

Malerba e McKelvey (2020) apontam que ao estabelecer relações com as universidades, as *startups* podem ter ganhos e benefícios que impulsionem o desenvolvimento dos seus negócios, seja por meios de pesquisa e desenvolvimento, pela disponibilidade de infraestrutura, pelos estímulos a inovações ou por conexões que podem ser geradas no ambiente acadêmico.

Nesse sentido, foram levantadas algumas questões ligadas às percepções desses benefícios por parte dos empreendedores entrevistados. Tais perguntas foram: I) Na sua visão, para estabelecer uma relação com uma universidade, é necessário que haja algum

tipo de benefício ou ganho para a sua *startup*? Comente as suas percepções; II) Você identifica relações com universidades em que não há nenhum tipo de benefício ou ganho? Comente as suas percepções; III) Você percebe que há benefícios ou ganhos ao estabelecer relações com universidades (financeiro, tecnológico, conhecimento, experiência, rede de relacionamento)? Comente as suas percepções; e IV) Você considera esses benefícios ou ganhos satisfatórios? Comente as suas percepções. Com vistas a facilitar a visualização dessas respostas, expõe-se o gráfico 08 a seguir:

Gráfico 08: Percepção dos benefícios obtidos por meio das relações com universidades



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Quanto à percepção de que é necessário que haja algum benefício para a *startup*, a grande maioria, doze dos quinze entrevistados (80%) afirmaram que essa necessidade é latente.

As respostas tenderam para benefícios específicos, como conhecimento:

“Quem está desenvolvendo uma *startup* não tem muito tempo, não tem muito dinheiro. Então assim, se vai gastar um tempo, vai ter um trabalho interagindo com a universidade, tem que ter algum retorno, não necessariamente financeiro, mas talvez muito mais de aprendizado [...]. Se tivesse alguém dentro da universidade disposto a dar mentoria [...], é só conhecimento que eu tô ganhando, mas tipo para mim isso vale ouro.” (ES1)

“Sim, porque tem a questão do retorno de conhecimento, quando a universidade traz um evento, fomenta a ideia do empreendedor, não só a questão financeira, mas acho que também a questão ampliar um pouquinho mais o leque de temáticas, de outras temáticas de *startups*.” (ES7)

“Então, por exemplo, eu tenho uma deficiência na parte contábil, em entender determinadas coisas, como é que funcionam. Um curso de extensão que ajudasse a gerir meu negócio, financeiramente, de olhar para investimento, de no momento certo de expandir, seria muito mais proveitoso.” (ES8)

“Precisa. Para o meu negócio não. Mas precisa para alguns projetos que eu tenho. Eu tenho um projeto justamente que envolve pessoas da universidade, pessoas aqui da empresa para a gente transformar isso em alguns projetos para a sociedade, para a população mais carente, recursos de programação, de eletrônica, jogar, trazer mesmo as pessoas lá da comunidade, da população mais pobre, e a gente criar um projeto e colocar essas pessoas em um projeto mais de inclusão. Eu acredito nisso. Vejo muitos jovens com vontade de aprender e que não tem onde. Não tem esse conhecimento. Eu acho que tem que partir da universidade essa parceria, não da empresa.” (ES10)

Alguns empreendedores destacaram mais as conexões entre pessoas e *networking*:

“Na universidade tem a criação de muitos eventos, muitas coisas assim, que traz as pessoas juntas e tudo isso é uma oportunidade para qualquer empresa. Nos eventos podem ter um espaço para falar sobre a empresa, captar até clientes, possíveis clientes, e divulgar [a *startup*].” (ES4)

“Principalmente *networking*. Acho que toda *startup* precisa ter algum tipo de ganho. Mas dentro das limitações que já existem, acho que estimular o *networking* dentro da universidade já seria bom. Gerar palestras, conexões.” (ES6)

“Na minha *startup*, tem que ter um retorno muito claro, seja ele de *networking*, seja ele financeiro, que geralmente vem como consequência, mas eu tenho que sentir que tem que ter um retorno. O de conhecimento também é importante, mas eu só vou para um evento que vai ter algo que eu precise aprender.” (ES11)

“Cara, o primeiro retorno que a gente procura é *networking*. É essa conexão. Porque é assim que a gente começa a fazer negócio. Quando você está à frente de uma empresa, o importante no final do dia, é se você fechou algum negócio. Então, se você não junta pessoas e junta pessoas boas que querem fazer algo, que tem algum propósito, você não tem como gerar emprego, gerar desenvolvimento.” (ES14)

Outros apontaram como principal benefício a obtenção de mão-de-obra:

“Por muito tempo, durante 3 anos, praticamente eu tive muita relação com as universidades, porque eu trabalhava na minha *startup* com estágio, então a gente tinha que ter essa relação, inclusive jurídica e contratual com essas instituições de ensino.” (ES2)

“Eu acho que sim, [...] a *startup* está trazendo os próprios estudantes para que eles possam colaborar no desenvolvimento da *startup* e assim gerar prováveis, primeiros empregos ou estágios [...]. Você tem pessoas que têm uma capacidade de inteligência gigantesca e, no entanto, a mão de obra é barata.” (ES3)

“É, assim, precisa, mas talvez não nos termos que a maioria das pessoas entende como benefício. Eu conto como benefícios captação de mão de obra por exemplo. Então, para mim, é importante estar em conexão com a universidade para garantir que pessoas de destaque nas aulas possam ser direcionados para a gente e a gente consiga captar essas pessoas e mantê-las aqui no estado.” (ES15)

Em algumas respostas, os empreendedores falaram que não necessariamente precisa existir algum ganho para a *startup* e apontaram o ganho mútuo como algo inerente a essas relações, como percebe-se nas falas:

“O que acontece é que o ganha-ganha numa *startup* muitas vezes não se dá em valor de remuneração em retorno, mas na divulgação daquele conhecimento.” (ES8)

“Eu acho que nessa relação entre *startup* e universidade o ganho ele tem que ser de ambos os lados.” (ES3)

“Eu acho que ela [a relação] pode acontecer independente disso [do benefício], porque querendo ou não toda troca e eu estou falando de colaborar, *startup* é colaboração cara, é troca de informação. Então, quando isso está ocorrendo você está tendo um retorno.” (ES13)

“Toda relação tem que ter um ganha-ganha.” (ES12)

Essa interpretação de que as relações proporcionam ganhos mútuos se conecta com a posição da maioria em relação a não haver relações sem nenhum tipo de benefício. Onze dos quinze entrevistados (73%) afirmaram que não há relações sem nenhum tipo de benefício. Nesse ponto, todos os onze empreendedores foram unânimes em afirmar que sempre há algum tipo de ganho, ainda que indireto. Seguindo essa linha, as conexões e relacionamentos (*networking*) entre os diversos atores envolvidos nas relações com universidades, sejam professores, alunos, coordenadores, outros empreendedores ou potenciais clientes configuram o principal benefício percebido pelos entrevistados (ES5, ES6, ES8, ES10, ES13), além das respostas mais genéricas afirmando que “sempre há algum tipo de benefício” ou que “não há relação sem nenhum tipo de benefício” (ES1, ES2, ES4, ES7, ES15).

Quanto à percepção de haver ou não, de fato, benefícios provenientes das relações com universidades, as respostas trouxeram percepções peculiares. O quadro 21 detalha essas falas:

Quadro 21: Percepções dos empreendedores quanto aos benefícios obtidos por meio das relações com universidades

Entrevistado	Comentários dos empreendedores entrevistados
ES1	“Da universidade, nunca tive benefício nenhum, é um fato. Tirando os estagiários, são bons alunos e tal, mas de relacionamento direto com universidade, nunca tive.”
ES2	“Na minha visão, o ganho é somente de relacionamento. Por muitas vezes ao buscar o relacionamento com as pessoas que fazem parte dessas instituições, eu diria que 50 a 60 por cento das pessoas eram receptivas, ouviam a proposta e realizavam as primeiras reuniões, mas poucas a gente conseguia realmente firmar um acordo e após firmar um acordo executar alguma ação.”
ES3	“Eu acho que para minha <i>startup</i> , o melhor benefício foi a questão do potencial intelectual dos alunos e da questão do baixo recurso investido, porque são alunos ainda de graduação, ainda estão em formação, mas tem um potencial gigantesco intelectual. A outra coisa [...] que eu vejo uma diferença muito grande da gente, enquanto <i>startup</i> incubada dentro de uma universidade, é que a gente recebe o tempo todo na visita de outros empreendedores, de professores ou coordenadores.”
ES4	“Seria estar em contato com as pessoas que eu quero que sejam meus clientes no futuro.”
ES5	“Essa relação quase não existe. Em alguns momentos teve sim, porque eu consegui divulgar a marca. Mas assim foram momentos muito pontuais. Apenas a nível de divulgação, bem superficial.”
ES6	“Acho que benefícios mais sociais, do ambiente acadêmico. A possibilidade de conhecer professores e alunos que pode gerar aprendizado.”
ES7	“Conhecimento, relacionamento a mim, e para a minha <i>startup</i> é sobre relações, é sobre conexões e conexões são relacionamentos. Então, em relacionamento, é o dia a dia ali com as pessoas, então ter esses contatos, ter espaço na em alguma universidade, espaço com os próprios agentes das universidades. Acho que seria muito positivo para nós. Eu não percebo isso hoje.”

ES8	“Assim, já trouxe benefícios. É como eu digo, são ações isoladas, mas que elas acontecem. O que eu queria era uma ação mais conectada com o próprio mercado. [...] Então eu acho que quando ela consegue fazer o papel dela, que é a produção do conhecimento, promover encontro de pessoas e negócios, saem resultados muito bons.”
ES9	“Para minha <i>startup</i> , no caso da UNIT, a criação do <i>Innovation Center</i> permitiu com que eu tivesse algumas vantagens. Então, por exemplo, um exemplo prático, prático mesmo, eu faço gravações de alguns cursos. Eu não pago para estar aqui no espaço utilizando. Então, se eu pagasse, com certeza, se eu pagasse um aluguel, por exemplo, de um lugar para fazer as gravações, com certeza eu teria um gasto muito maior na minha <i>startup</i> [...]. E o outro é <i>networking</i> .”
ES10	“Fora o <i>networking</i> , não. Nenhum tipo.”
ES11	“Rapaz, sempre se contribui com alguma coisa, né, cara? Assim das conexões que são feitas. Mas eu diria que o mais direto mesmo foi o fato da UNIT se tornar cliente da gente.”
ES12	“Quando a gente estabeleceu a relação com o RH da UNIT, eu acredito que o acesso a coordenadores, a setores aqui dentro para divulgar o nosso serviço ficou mais fácil. [...] Aí a gente já tem mais abertura para desenvolver projetos com os alunos, então acredito que esse foi um benefício.”
ES13	“A formação de mão-de-obra. Então hoje, capacitação, como marca empregadora. Então acho que isso foi muito bacana.”
ES14	“Então o benefício real seria isso os próprios alunos, né? Então, como falei, o nosso corpo de desenvolvedores ele é formado 100% de alunos da UFS. O nosso benefício é isso, a mão de obra. A gente não pode negar que a universidade não tem um papel importante com relação a isso. Mas não é a universidade que está nos mostrando pessoas, a gente que está buscando pessoas na universidade.”
ES15	“A criação do curso de jogos da UNIT. Isso é um benefício real, mesmo que indireto. Essa proximidade com a universidade de poder direcionar melhor o curso, como vão ser as ementas, isso ajuda a garantir que os profissionais vão estar um pouco mais bem treinados para o mercado e isso é bom para a gente.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Diante desse cenário, reforça-se a percepção de que os principais benefícios obtidos sejam ligados a *networking*, mão-de-obra e conhecimentos. Ainda que haja uma dicotomia nessas percepções, onde alguns empreendedores apontam que esses benefícios existem, esses não são diretamente proporcionados pelas universidades. Interpreta-se que os empreendedores em sua maioria buscam o respaldo da universidade, mas não o obtêm por iniciativa dela, sendo os benefícios uma consequência causalmente indireta dessas relações, que em muitos casos foram originadas em suas graduações.

Já quanto à satisfação diante desses benefícios, as opiniões ficaram divididas. Sete dos quinze entrevistados consideraram os benefícios satisfatórios e oito não. Mesmo os que consideraram satisfatórios, a percepção é que as universidades poderiam fazer mais, seja promovendo mais eventos e encontros, proporcionando melhores recursos de infraestrutura como laboratórios e tecnologias, apoiando as *startups* na divulgação das marcas, fomentando parcerias e tornando o conhecimento empreendedor mais acessível.

De forma ampla, a percepção dos empreendedores é que a universidade deveria estimular mais a construção de relacionamentos, usando seu ambiente para promover eventos, atrair pessoas, fomentar projetos colaborativos e realizar mais ações convidativas

que agreguem as pessoas e atraiam atores do EE, especialmente potenciais investidores.

Algumas dessas percepções podem ser observadas nas falas:

“Acho que a universidade poderia fazer muito mais. Eu acho que fomentar mais eventos, talvez programas, algo do tipo que fomente mais, principalmente quem está investindo em *startups*.” (ES7)

“Acho que podia fazer mais. Eu acho que ela tenta. Mas eu não acho que ela sabe como fazer. Raras são as coisas que eu vejo que realmente são bem direcionadas. Quando a instituição faz um evento, ela chama a atenção do aluno. Agora, tem que chamar o interesse do empreendedor, chamar a atenção para qual negócio pode ser gerado lá.” (ES11)

“Precisa falar mais sobre *startups*. A universidade está deixando os negócios de lado. A gente vê isso, por exemplo, no curso de administração. Então eu acho que hoje, no curso da administração, está sendo muita teoria e pouca prática. A gente tem aqui em Sergipe um grupo de *startups*, uma comunidade, e esse grupo nunca foi chamado. Sei lá, em um curso, para apresentar os negócios, para botar os alunos na prática. Então eu acho que isso resume bem. Está sendo muita teoria e pouca prática.” (ES12)

Diante do exposto, é possível afirmar que as universidades têm espaço para agir de forma mais atuante no EE sergipano, se aproximando mais dos empreendedores e gerando conexões mais próximas e fortes com eles. É fático que a universidade desempenha um papel importante para a sociedade, especialmente no que tange a suas principais atividades de ensino, pesquisa e extensão. Contudo, se faz necessário que a universidade interaja mais com a comunidade empreendedora e estreite as relações com as *startups* e com o mercado.

5.2.4. A CONSTRUÇÃO DAS RELAÇÕES ENTRE *STARTUPS*

As relações entre *startups* no EE passam por um cenário diferente em comparação às relações com as universidades. Enquanto as *startups* entrevistadas, em sua maioria, apontaram críticas frente às relações com as universidades, entre *startups* essas relações demonstraram ser mais próximas e frutíferas. Observou-se um cenário de colaboração perceptível quando essas relações ocorrem entre *startups*. O quadro 22 apresenta trechos das falas dos empreendedores quanto a esse ponto:

Quadro 22: Percepções dos empreendedores frente às relações entre *startups*

Entrevistado	Comentários dos empreendedores entrevistados
ES1	“Eu tenho relacionamentos pelo Caju Valley e pelo Conviva <i>Coworking</i> . Quando chegam aqui [no Conviva <i>Coworking</i>] acabam indo por causa do Caju Valley também. Mas é o principal caminho: o Caju Valley.”

- ES2 “Elas acabam se dando [as relações], em sua maioria, por eventos promovidos para essas *startups* e muito pela própria comunidade, até porque a comunidade também promove esses eventos. Então, eu enquanto empreendedor comecei a me conectar com outros empreendedores de *startups* a partir do momento que eu encontrei, percebi que existia a comunidade e fui até ela. Acabou sendo meu primeiro contato com empreendedores.”
- ES3 “Eu acho que a gente tem uma relação bacana com outras *startups* para a formação, inclusive de parcerias, para que uma possa apoiar outra, então existe uma relação mais próxima com relação a isso.”
- ES4 “Eu ainda não comecei um relacionamento com outra *startup*. Mas a gente teve uma conversa com meu sócio e talvez a gente vá pedir ajuda a outras *startups*.”
- ES5 “É, então, geralmente a gente tende a se aproximar. Fui conhecendo o ecossistema e os empreendedores, vira e mexe tem algum evento de *startups* e a gente colava junto.”
- ES6 “Vejo que as pessoas são muito contributivas. As relações são formadas de forma que sempre uma pessoa está disposta a ajudar a outra. Há uma troca.”
- ES7 “Relações, *networking*, uns com os outros. Neste momento, através do Caju Valley.”
- ES8 “A gente tem um movimento do Caju Valley, esse movimento realmente ajuda muito de *startup* para *startup*. E a oficialização da ASES, a Associação Sergipana de *Startups*. Fora isso o SEBRAE sempre foi um ponto de conexão entre as *startups*.”
- ES9 “Eu acho que o relacionamento é bacana, apesar de que falta maturidade para muitas pessoas que fazem parte das *startups*, e quando eu falo maturidade é conhecimento técnico, é participação em aceleração, porque você só pode ajudar o próximo se você tiver o conhecimento para fazer isso. Caso contrário você só vai ser ajudado, você não vai ter aquela troca que talvez quem está do outro lado espera um pouco mais.”
- ES10 “Eu conheço muita gente hoje que tem *startup*. Tem empresas já consolidadas. Eu particularmente cara, acho que eu poderia me envolver mais no ecossistema. Alguns amigos que têm empresa já consolidada no mercado poderiam se envolver mais. Infelizmente é uma questão de tempo [...]. Eu estou deixando a desejar para o ecossistema. Mas eu tenho uma comunicação muito boa com todas as empresas dentro da comunidade.”
- ES11 “Ah geralmente velho acontece via eventos ou conexão mesmo pela internet, né? [...] Essa conexão acontece por meio de eventos. A gente tem uns grupos, né? Tem um grupo do WhatsApp do Caju Valley.”
- ES12 “Relações com a comunidade de Sergipe, acredito que hoje, na prática é muito fraca. Existe muita teoria, sabe, muita coisa assim que se diz poder ajudar uma *startup* ou outra. Só que na prática mesmo eu enxergo que ainda é fraco [...]. Há barreiras. Então, no momento que se cria essa barreira em uma comunidade, na prática, essa comunidade não está servindo de basicamente nada. Então acredito que tem [...], poucos negócios realmente acontecendo entre *startups* na comunidade. No meu ecossistema, que seria aqui, onde a gente está incluído [*Innovation Center*], existe muita troca de conhecimento, então a gente se ajuda aqui dentro. Por mais que não faça negócios, só que a gente cria ponte para se criar negócios.”
- ES13 “Esse é muito legal [...]. Como eu vim de São Paulo [...], eu sabia que tinha uma organização de *startups* e eu pesquisei rapidamente e descobri o Caju Valley. Então você entra num grupo de WhatsApp e começa a participar dos eventos, começa a entender o ecossistema da região.”
- ES14 “Depois que a gente veio aqui para o Conviva [*Coworking*], eu convivo muito mais com algumas pessoas, entendeu? Passo, converso e tudo mais. Em eventos, realmente que o cara fala a dor que está sentindo. A relação entre *startups* ela depende muito desses convívios, entendeu? E os programas eles trazem isso, não é? Esses eventos que o SEBRAE faz trazem isso, os eventos que são feitos lá na UNIT trazem isso, os eventos do Caju Valley trazem isso, então a comunidade ela só cresce se ela for unida.”
- ES15 “Aqui de Sergipe a gente não tem relações com outras *startups*. A gente tem relações com outras empresas, não necessariamente *startups*.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao observar as falas dos empreendedores, apenas dois deles (ES4 e ES15) afirmaram não ter relações com outras *startups* dentro do EE, embora o ES4 tenha apontado que ainda não teve, mas que iria buscar essas conexões. Apenas um

empreendedor (ES12) afirmou que, na visão dele, as relações entre *startups* no EE sergipano são fracas e que ainda carecem de mais parcerias e geração de negócios. Outros dois atores foram citados: O SEBRAE (ES8 e ES14), por meio da promoção de eventos; e o Conviva *Coworking* (ES1 e ES14), um espaço de *coworking* localizado na cidade de Aracaju/SE que concentra algumas *startups* em seu ambiente, como clientes. Além disso, o Caju Valley foi citado por sete dos quinze empreendedores entrevistados (47%), sendo apontado como uma comunidade que tem sua importância na realização de eventos e na geração de *networking* entre as *startups* do EE.

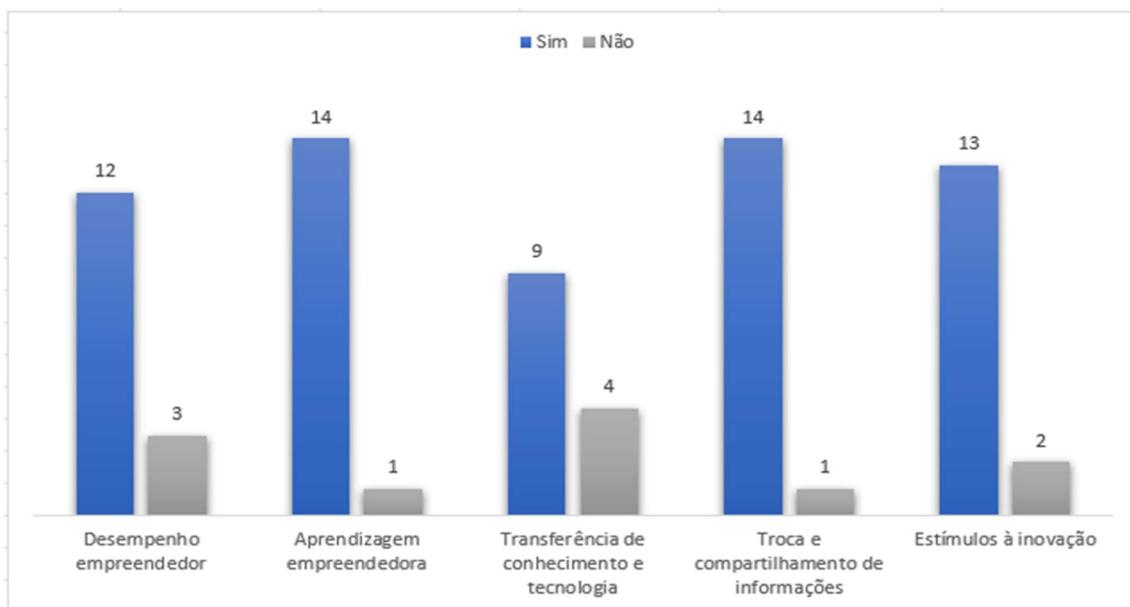
Ficou evidenciado pela maioria dos entrevistados que, entre *startups*, as relações no EE sergipano são mais próximas e mais frequentes, ainda que haja algumas exceções que não compartilhem da mesma visão, mas que são uma minoria, três dos quinze empreendedores entrevistados (20%).

Além de expor como essas relações são formadas, os empreendedores também discorreram sobre os potenciais impactos e/ou contribuições advindas dessas relações. Assim como exposto nas relações com as universidades, esses foram categorizados em contribuições para o desempenho empreendedor, aprendizagem empreendedora, transferência de conhecimento e tecnologia, troca de informações e estímulos a inovações, e são expostos a seguir.

5.2.5. Impactos e contribuições originadas das relações entre *startups*

Enquanto nas relações entre *startups* e universidades a percepção das contribuições foram predominantemente negativas, dentre as *startups* esse cenário se apresentou de modo totalmente diferente. A maioria dos empreendedores respondeu de forma positiva às perguntas relacionadas a esse eixo (ver gráfico 09):

Nota-se que quando se trata das relações entre *startups* há um reconhecimento de que as contribuições são mais perceptíveis pelos empreendedores que estabelecem relações com outras *startups* do EE do que com as universidades.

Gráfico 09: Percepções dos empreendedores quanto às contribuições entre *startups*

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Quanto ao desempenho empreendedor, doze das quinze *startups* (80%) percebem que há uma contribuição. Nesse ponto, uma das principais percepções se refere ao compartilhamento de experiências de empreendedores mais experientes ao contarem suas histórias, discorrerem sobre suas dificuldades e relatarem seus erros e acertos, tal afirmação pode ser constatado nas seguintes falas:

“O principal é a troca de ideias. Conversar com os empreendedores, conhecer os projetos, conhecer as dificuldades, pedir ajuda, dar palpites, mostrar o projeto, né? Sempre tem críticas, críticas boas e críticas ruins, mas tem muita coisa, porque as outras *startups* falam e ajudam a repensar o seu projeto e a fazer alguns ajustes.” (ES1)

“A gente acaba nas conversas percebendo que as dores são similares ou que a gente já passou por alguma dor que o outro não passou e vice-versa. E essa troca acaba sendo muito rica para pegar *insights* ali, rápidos, poderosos e, em muitos casos, os próprios empreendedores acabam se disponibilizando a ajudar uns aos outros.” (ES2)

“Eu, enquanto empreendedora iniciante [...] tenho aprendido muito com as outras *startups*, com os outros CEOs das *startups* que já estão num processo mais avançado do que o nosso. Então essa relação está sendo importante porque a gente está aprendendo mais na prática.” (ES3)

Percebe-se que os empreendedores mais experientes, que estão à frente de *startups* em fase de tração ou escala, acabam tendo uma bagagem importante para compartilhar com empreendedores mais jovens e atuarem como mentores. Notou-se um comportamento colaborativo nos empreendedores mais experientes direcionado para contribuir com o desenvolvimento de *startups* mais novas, em estágios de ideação ou operação, com o propósito coletivo de desenvolvimento do EE sergipano.

Quando há uma percepção negativa, essa se dá pelo fato de o empreendedor não estabelecer relações com outras *startups* ou quando é o caso de o empreendedor ser mais experiente e tem mais a oferecer do que a absorver, como observa-se na seguinte fala:

“Tem muita gente boa, fazendo muito trabalho bom. Eu já trouxe aqui para a empresa algumas *startups*. Eu senti que naquele momento eles não tinham condições técnicas e nem financeiras para tocar projetos e eu acho que as empresas hoje que tem uma condição melhor, financeiramente, tem que ajudar essas outras empresas menores, essas outras *startups* que estão surgindo, porque eu entendo essas limitações, que são alunos na grande maioria das vezes. Então, com a parte técnica, a gente dá uma consultoria.” (ES10)

Já quanto à aprendizagem empreendedora, a percepção positiva foi quase unânime. Somente o ES15 afirmou que na experiência dele não houve contribuição nesse sentido, pois as relações estabelecidas foram mais voltadas para atores de outros ecossistemas fora do EE sergipano.

Nesse sentido, todos os outros quatorze empreendedores entrevistados (94%) relataram que há um impacto positivo no aprimoramento e obtenção de conhecimentos acerca do empreendedorismo advindos das relações construídas entre empreendedores do EE. Isso pode ser percebido nas falas:

“Às vezes você tem uma ideia ali na sua cabeça e só de você estar podendo jogar para fora, mesmo se aquela outra pessoa não tenha um grande conhecimento naquilo que você faz, [...] há uma troca, há uma conversa, na prática a gente sempre ganha.” (ES9)

“Eu conversei com um empreendedor, pois na época, eu tinha uma dificuldade que era montar uma DRE. E aí ele compartilhou comigo uma planilha de um outro negócio que ele tem e isso daí já me ajudou a ter uma referência para poder montar as minhas próprias. Então, assim, a experiência prática dessa comunicação, elas sempre são muito evidentes e vice-versa também, sabe?” (ES11)

“Eu, enquanto empreendedora iniciante [...] tenho aprendido muito com as outras *startups*, com os outros CEOs das *startups* que já estão num processo mais avançado do que o nosso. Então essa relação está sendo importante porque a gente está aprendendo mais na prática.” (ES3)

“Eu tenho 21 anos e meu sócio 23. Então, quando a gente entra no ecossistema e tem caras montando *startup* com 35 anos, com 40 anos, esses caras eles passaram por problemas, e aí eles falam desses problemas para gente, como é que a gente pode evitar. Então acho que é isso. A gente teve esse aprendizado com os erros deles, e aí a gente consegue realmente evitar esses problemas.” (ES12)

“Sim. Na parte de gestão financeira, de governança, a gente tem muita troca sobre isso. Algo que está funcionando em alguma *startup* que está em um estágio maior que a gente e, a gente pega para ver como é que pode ser aplicado e a gente aplica na nossa.” (ES14)

Ao observar esses relatos, nota-se que o ponto de vista dos empreendedores segue a mesma perspectiva frente à contribuição dessas relações para o desempenho empreendedor. As declarações dos entrevistados apontam para a construção e manutenção de um ambiente colaborativo no qual os empreendedores se reúnem e se

conectam para compartilhar experiências e conhecimentos em prol do desenvolvimento das *startups* do EE.

No quesito transferência de conhecimento e tecnologia, o posicionamento manteve-se bastante similar a essa linha, com nove dos quinze empreendedores entrevistados (60%) abordando a questão de forma positiva, o que pode ser visto nas falas:

“Eu vou dar um exemplo [...]. Eu já tinha ouvido falar do Chat GPT, mas não tinha pegado para testar ainda. Aí, outro empreendedor colocou no WhatsApp dele lá que você conversa com o Chat GPT e eu entrei ali, comecei a fazer algumas perguntas relacionadas com meus produtos. E aí, o que que virou? Eu ia contratar uma pessoa para poder tirar as dúvidas dos meus usuários e aí acabei substituindo pelo Chat GPT, que é mais barato e talvez responda até melhor do que aquela pessoa o tipo de pergunta que eu coloquei, então foi uma coisa que surgiu ali da comunidade e evoluiu para a melhoria do produto.” (ES1)

“Por exemplo, hoje tem uma *startup* que resolveu um problema muito grande que ela estava tendo com sua plataforma de educação, porque eu estava pesquisando sobre o tema, encontrei uma plataforma e indiquei. Então ele fechou com essa plataforma por indicação e é um empreendedor bem experiente de uma *startup* que já fez *exit* e que faturava 500.000.000 por ano e ele não tinha encontrado a ferramenta. E eu, por um acaso encontrei. Sabia que se encaixava para uma problemática que ele tinha me apresentado e até hoje ele usa a ferramenta. Então, tecnologia e conhecimento de maneira geral, a relação com o empreendedor gera muita troca, gera muita troca.” (ES2)

“Olhe quando eu estava buscando um *software house* para desenvolver o App, parecia que a gente precisava estar fora de Sergipe para se conectar com um *software house*. E em uma conversa outro empreendedor [...] ele deu 2 alternativas: Olha, você pode contratar um *software house*, ou contratar uma pessoa para trabalhar x horas para você. Me lembro que era 3000 horas. Será que 3000 horas dá para fazer o meu negócio funcionar? Então, assim, aí ele foi me explicar com toda a experiência que ele tinha de montar o site, de montar o negócio da *startup* dele, como isso tinha contribuído para ele. Eu acho que essa troca é fundamental.” (ES8)

Contudo, nesse ponto, houve algumas críticas e/ou pontos de vista negativos, que são expressos nas falas:

“Não existe, na minha opinião, pelo que eu vejo, não existe. Não tenho esse conhecimento de ver nenhuma *startup* transferindo o conhecimento na prática tecnológica para o *startup*, não me recordo.” (ES9)

“Eu vejo como algo muito novo no Brasil. Em outros países como Estados Unidos, a cultura é totalmente diferente. Os caras trocam tecnologias e conhecimentos a todo momento. Aqui a gente meio que tem receio de transferir tecnologia, muitas vezes as pessoas têm medo até de falar da ideia. Então há um medo de passar e querer conversar e trocar os conhecimentos.” (ES10)

“Hoje no meu ambiente não existe. Eu vejo a possibilidade de ter [...]. Eu acho que tem que ter mais transparência. Eu acho que a galera precisa dizer ‘cara, eu estou precisando disso aqui, como é que você pode me ajudar?’ Então, aí eu acho que se pode realmente criar esse aprendizado, mas a galera não faz isso hoje.” (ES12)

Uma observação pertinente se dá pelo fato de que, na pergunta relacionada a esse tema, dois empreendedores não souberam responder. Transpareceu-se que esses dois

entrevistados não estavam familiarizados com o conceito de transferência de conhecimento e tecnologia.

Costa Neto, Perin e Ferreira (2019) apontam que as transferências de conhecimento e tecnologia são interações entre universidades e empresas com a finalidade de obter melhor desempenho tecnológico, inovações em produtos, serviços ou processos e geração e adoção de novas tecnologias. Essas atividades se dão por meio de comunicações formais e informais entre os envolvidos, comumente por meio da formação de redes de relacionamento e *networking*.

Seguindo essa linha, as relações informais construídas entre os empreendedores do EE sergipano em encontros e eventos favorecem não só a transferência de conhecimentos e tecnologias entre eles, mas também impactam o seu desempenho e conhecimento quanto empreendedores.

Em relação ao questionamento acerca da troca e compartilhamento de informações, dentre os empreendedores, as respostas foram bastante repetitivas, sem revelar nenhuma nova perspectiva relevante a ser discutida. Nesse ponto, também houve uma concordância quase que unânime. Quatorze dos quinze entrevistados (94%) responderam que acreditam que há trocas e compartilhamento de informações de forma aberta e constante entre empreendedores do EE sergipano. Um ponto que, mais uma vez, apareceu como destaque, foi a citação do Caju Valley como agente facilitador dessas trocas.

Finalmente, falando sobre a percepção dos empreendedores face aos estímulos à inovação provenientes dessas relações, as impressões também se mostraram muito positivas. Dos quinze empreendedores, treze afirmaram que percebem contribuições para a inovação no EE decorrentes das relações construídas entre *startups*. Essa visão pode ser observada nas falas:

“Tem muita coisa que surge de um cara que mexe com *hardware* e outro que mexe com *software* e aí eles se conhecem e começam a desenvolver alguma coisa juntos. Criam algo.” (ES1)

“Eu vejo *startups* aqui que se destacam e que são da área de tecnologia. Também tem a questão dos processos em si, como se organizam, como eles tocam os projetos das próprias *startups* para a frente. Então acho muito bacana e isso acaba me incentivando.” (ES7)

“Eu acredito nisso porque a *startup* ela é muito ligada a trazer soluções. E com o uso da tecnologia, com a evolução da tecnologia, acaba que muitas *startups* usam tecnologia de ponta. Então, estão sempre inovando. Novas soluções, novas tecnologias e passando isso adiante com outras empresas.” (ES10)

“Um negócio, uma ideia inovadora, pode até ser no mercado de negócio tradicional, mas principalmente em *startups*, nada é criado sozinho. Quanto mais pessoas envolvidas, mais chances de sucesso daquilo alavancar e você

conseguir aperfeiçoar, porque nada nasce pronto, sabe? Uma ideia 100% pronta, eu vou lá lançar, vendeu e acabou. Então é a melhoria contínua, né? É o *Lean Startup* mesmo na prática teste, meço, aprendo. Esse ciclo contínuo e esse ciclo com outras *startups* acaba sendo vivo.” (ES13)

“Gera demais. Porque assim, quando você coloca uma *startup* com um desempenho maior, em frente às outras que estejam iniciando, então, está com desempenho menor, você anima. Então você mostra que é possível.” (ES14)

Dois empreendedores concordaram no fato de perceberem uma contribuição nesse sentido, porém, acreditam que o impacto é pequeno. Relataram que essas contribuições existem, mas são poucas ou insuficientes, como percebe-se nas falas:

“Existem estímulos. Isso não quer dizer que são os melhores estímulos do mundo, sabe? Eu acho que novamente, muitas vezes, o que está faltando na nossa comunidade não é necessariamente ideia. Eu acho que não falta ideia, [...] falta *startup*. Falta gente fazendo negócio. *Skin in the game* que a gente chama, né? Falta gente querendo arriscar grana para poder fazer o negócio acontecer, sabe? Sentir na pele, não ficar só teorizando.” (ES11)

“Muito pouco, existem, mas muito poucos. É difícil de numerá-los [...]. A gente já participou de algumas ações no *Innovation Center*, em incubadoras. Mas acho que muito pouco.” (ES15)

Dois outros empreendedores também responderam de forma negativa, informando que não percebem estímulos para inovações por consequência dessas relações, o que aparece nas falas:

“Acho que muitas vezes rola a sensação de ‘estou ali para competir, não para colaborar’. Então, muitas vezes é essa sensação de competitividade. Acho que isso atrapalha essa questão das próprias *startups* em relação a inovação.” (ES6)

“Eu acho que aqui em Sergipe, falar da nossa Terra, aqui de uma forma específica, a gente ainda é muito tradicional. Sergipano é muito desconfiado. A gente não quer falar do nosso negócio. A gente não partilha do nosso negócio e termina sofrendo exatamente por isso [...]. Eu nunca vi uma *startup* estar com outra *startup* para juntas pensarem numa solução específica.” (ES8)

Compreende-se que há a predominância de uma percepção positiva nesse item. Esse resultado não corrobora o pilar inovação do ICE (2023), que colocou a cidade de Aracaju/SE na 64ª posição neste quesito. Contudo, pode caracterizar uma correlação positiva com o pilar cultura, que ficou na 9ª posição. De acordo com Isenberg (2011), uma cultura local voltada à inovação e ao empreendedorismo é caracterizada pela propensão à experimentação, à criatividade e à tolerância aos erros e riscos por parte do empreendedor. Isso se conecta com a fala do ES11, ao afirmar que “falta gente querendo arriscar a grana para poder fazer o negócio acontecer”, indicando que, na percepção dele, essa tolerância a riscos ainda é baixa e muitos empreendedores participantes do EE falham em operacionalizar suas ideias.

Ainda assim, de forma geral, os elementos investigados no tocante às contribuições percebidas pelas *startups* decorrentes das relações entre elas foram vistas de um modo positivo, apontando que as relações entre *startups* no EE sergipano geram

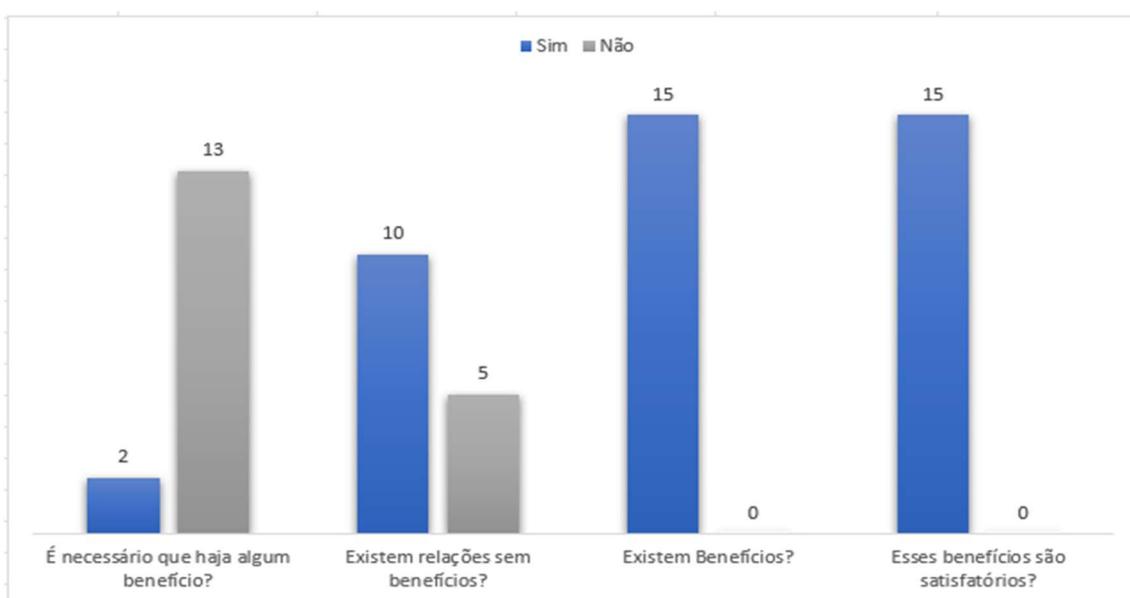
contribuições evidentes entre elas e contribuem para o desempenho e aprendizagem empreendedora, para as trocas de informações, transferências de conhecimento e tecnologia e estimulam inovações entre empreendedores que estabelecem essas relações.

Além dessas contribuições provenientes das relações entre *startups*, a pesquisa buscou identificar a percepção dos entrevistados em relação aos benefícios proporcionados pelo estabelecimento dessas relações, que são expostos a seguir.

5.2.6. Benefícios proporcionados pelas relações entre *startups*

Mais uma vez foi feito o questionamento aos empreendedores entrevistados em relação à percepção de benefícios. Contudo, desta vez a atenção foi voltada ao entendimento de benefícios adquiridos por meio das relações entre *startups*. O gráfico 10 exibe essas percepções:

Gráfico 10: Percepção dos benefícios obtidos por meio das relações entre *startups*



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

No primeiro ponto, referente ao entendimento de se deve ou não haver algum benefício como pré-requisito para que ocorram relações entre *startups*, a maioria, treze das quinze *startups* (87%) afirmou que não é necessário. O quadro 23 expõe essas falas:

Quadro 23: Percepções dos benefícios provenientes das relações entre *startups*

Entrevistado	Comentários dos empreendedores entrevistados
ES1	“Então, qual que é a diferença: A Universidade é um lugar que você espera que as pessoas conheçam mais e que você vá obter conhecimento. Nas relações com outras <i>startups</i> , nem sempre isso acontece. Você pega uma startup que está mais atrasada ou que as pessoas estão buscando conhecimento. Mas assim, vale a pena você fazer aquela interação ali que, no futuro, pode se surgir alguma coisa.”
ES2	“O empreendedor raiz ele empreende, porque ele quer, além de ganhar dinheiro, ter liberdade. Ele quer ajudar pessoas. Acaba sendo cultura, o que perpassa para a

	comunidade o intuito de ajudar. Então, nem sempre eu estou ajudando o outro porque eu quero ser ajudado. Às vezes eu estou ajudando o outro porque eu sei que em algum momento alguém vai também se disponibilizar a me ajudar.”
ES3	“Eu vou falar o que eu sinto. Eu sinto aqui das startups que a gente colabora entre si [...]. A gente se junta para fortalecer o ecossistema no estado, entendeu? No meu ponto de vista, não existe, essa coisa de ‘eu vou colaborar naquela startup porque a minha startup vai ter um benefício’. É algo que sinto também dos colegas, de outras startups. Muitos deles chegam até a gente, trazendo <i>feedbacks</i> que a gente não tinha noção. Trazem <i>feedbacks</i> para que a gente possa ter melhorias com a nossa startup. Então é uma rede de apoio mesmo.”
ES4	“Acho que a gente sempre ter que estar onde todo mundo ganha. Se não, não tem muito propósito.”
ES5	“O que a gente tem hoje, [...] é essa troca, só a conversa, sabe da gente se encontrar e compartilhar essas as vitórias, alegrias, as tristezas. Isso já soma. Você já tem alguém ali que está passando ou já passou coisas semelhantes, então ela te entende.”
ES6	“Acho que sim. Vejo as indicações que posso conseguir para me conectar com clientes.”
ES7	“Não precisa. Existe essa troca de conhecimento.”
ES8	“Não precisa ter um retorno. Eu acho que a partir do momento que você está em outro ambiente com outras startups que sofrem as mesmas dores. Quando eu falo em sofrer as dores, de não ter conhecimento, de bater cabeça, de buscar um prestador de serviço, você termina que no próprio relacionamento você já tem a relação de ganha-ganha.”
ES9	“A partir do momento que eu me pré-disponho, tempo, por exemplo, para passar conhecimento para uma startup para ensinar a ela como fazer um <i>pitch</i> , para ajudar ela a construir o OKR dela, isso é um ganho, uma troca, sem que ela me dê necessariamente nada em troca. Eu já dividi espaço de <i>coworking</i> , por exemplo, com outra startup. Eu ganhava porque eu deixava de pagar metade do valor da incubadora, do <i>coworking</i> , do espaço. Então existe relação com ganho e existe relação sem ganho.”
ES10	“Eu acho que é a questão da humanidade. Eu acho que se você puder fazer com que uma empresa dê certo, faz. Começa a ajudar um projeto para que em algum momento a pessoa possa andar com suas próprias pernas. A gente tem que fomentar.”
ES11	“Não precisa ter [...]. Geralmente com outras startups eu tenho muito mais tranquilidade de dizer que eu tenho um ganho de conhecimento muito mais produtivo do que a universidade, porque os caras estão tendo experiência prática, compartilhando dificuldades [...]. O ganho acontece invariavelmente, porque ele do outro lado também está querendo contribuir. O outro lado não tem tempo a perder para ficar divagando.”
ES12	“Acredito que sim. Como deve haver também para startup que eu me relacionar. Acredito que tem que ser um ganha-ganha.”
ES13	“Eu já ajudei várias startups e já fui ajudado por outras sem nenhuma contrapartida.”
ES14	“Pronto. Veja. A gente está precisando agora de um <i>report</i> para investidor. Eu estou com uma reunião marcada com um colega empreendedor para ele me passar o modelo dele. Eles criaram um modelo com vários outros <i>reports</i> e a gente vai pegar o modelo deles e tentar implementar. Então, se a gente não tivesse uma conexão, por mais que a startup dele for de um segmento totalmente diferente, eu não ia chegar nunca nesse ponto, que é essa troca. Não existe uma ideia de que só vamos fazer a conexão se voltar isso. Não tem essa ideia, não.”
ES15	“Não. Pela posição que a gente está hoje a gente tem muito mais a oferecer. Então, sempre que eu busco relações no mercado local é para tentar auxiliar, dar suporte para quem está começando.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

É nítida a percepção de que existe uma cultura colaborativa entre os empreendedores de *startups* sergipanas. É quase que geral a percepção de que a relação deve ser de ganhos mútuos, ou “ganha-ganha” como mencionado por alguns. Apenas os entrevistados ES6 e ES12 afirmaram que precisa existir algum ganho ou benefício. Ainda assim, o entrevistado ES12 reforçou que o ganho precisa ser para as duas partes e citou o “ganha-ganha”. Esse cenário corrobora com a ideia defendida por Malerba e McKelvey

(2020) ao destacar que o estabelecimento de relações acarreta benefícios que alavancam o desenvolvimento das *startups* e do EE.

Quando questionados se existem relações sem benefícios, dez dos quinze empreendedores responderam que sim, existem. Essa visão demonstrou estar ligada ao fato de empreendedores mais experientes se disponibilizarem a doar seu tempo e se fazerem presentes para auxiliar no desenvolvimento e aprendizagem de empreendedores mais jovens ou inexperientes, o que pode ser percebido nas falas:

“Algumas startups que a gente tem relação acabam utilizando muito do meu conhecimento [...]. Então eu tenho é colegas de outras *startups* que a gente acaba colaborando, com o nosso conhecimento para aquela startup, entendeu?” (ES3)

“Eu tenho uma consultoria uma vez por semana, com uma pessoa que já tem uma experiência de uma outra *startup*. Sempre que a gente pode, a gente se senta, valida, paga um cafezinho e acaba chegando a conclusões que muito possivelmente eu teria que marcar uma mentoria com alguém, ou cobraria para que alguma coisa acontecesse.” (ES9)

“Hoje tem algumas startups menores que a gente conversa, que a gente ajuda. A gente conversa tranquilamente [...]. Eu acho que você fomentando o ecossistema você vai fomentar sem querer a sua própria empresa. A ideia é criar um polo tecnológico em Sergipe.” (ES10)

“Então, o ecossistema é dessa maneira. Se a gente está em um nível maior, ajuda quem está em um nível menor [...]. E aí vamos compartilhando informações. E dessa maneira a gente vai fomentando também.” (ES14)

De forma ampla, a manifestação foi reforçando o espírito colaborativo entre os empreendedores. Os que responderam que existem relações sem benefícios justificaram suas visões, seja pelo momento enfrentado pelas *startups* ou pelo nível de conhecimento do empreendedor. Em contrapartida, os entrevistados que responderam que não há relação sem benefícios reafirmaram as relações “ganha-ganha”.

Quanto ao questionamento acerca da percepção de existirem benefícios notáveis decorrentes dessas relações, a resposta foi unânime. Todos respondem que existem benefícios decorrentes das relações entre *startups*, assim como também afirmaram de forma generalizada que esses benefícios são satisfatórios. Alguns dos principais benefícios citados pelos empreendedores foram: *networking*, sociedades, troca de conhecimentos, acesso a tecnologias, ferramentas e metodologias, mentorias, acesso a investidores anjo, troca de experiências, acesso a clientes, formação de parcerias de negócios e acesso a profissionais e mão-de-obra.

A partir dos resultados expostos, interpreta-se que as relações entre *startups* se demonstram muito mais frutíferas e resolutivas do que as relações entre *startups* e universidades, essas que carecem de maior aproximação e apontaram poucas

contribuições e benefícios de acordo com a perspectiva exposta pela maioria dos entrevistados.

Contudo, para não se ater a somente um ponto de vista, esta pesquisa buscou investigar também a perspectiva de atores das universidades, apurando também as suas percepções e identificando quais as contribuições que são realizadas pelas universidades. Essas perspectivas são apresentadas na seção a seguir.

5.3. A PERSPECTIVA DOS ENTREVISTADOS DAS UNIVERSIDADES

A universidade desempenha um papel importante no desenvolvimento de tecnologias e na geração de talentos (STAM, 2015), no fomento do empreendedorismo (SCHUBERT; KROLL, 2016), na difusão de pesquisas e inovações (BRANWELL; WOLFE, 2008), na educação e disseminação de conhecimento (MILLER; ACS, 2017; SUBRAHMANYA, 2017; URBANO *et al.*, 2017) e na transferência de conhecimento e tecnologias (SILVA, 2019; FRITSCH; WYRWICH, 2018).

Nesse sentido, buscou-se investigar a perspectiva de atores das universidades, abrangendo professores, coordenadores, diretores e/ou reitores vinculados a algum núcleo, departamento, centro ou laboratório diretamente envolvido com atividades ligadas a empreendedorismo e/ou inovação.

5.3.1. A construção das relações entre universidades e *startups*

Seguindo o modelo sequencial do questionário direcionado aos empreendedores, buscou-se compreender o ponto de vista dos atores, representantes das universidades quanto à construção de relações entre elas e as *startups* do EE sergipano. Reforça-se que o autor desta pesquisa delimitou as instituições de ensino no estado de Sergipe, às duas principais universidades, sendo elas: a Universidade Federal de Sergipe (UFS) e a Universidade Tiradentes (UNIT).

As opiniões foram particulares e com pouca concordância entre elas. Cada entrevistado pontuou alguma característica peculiar no tocante a essas relações. Alguns trechos dessas falas são apresentados no quadro 24:

Quadro 24: Percepções dos entrevistados das universidades frente às relações com as startups

Entrevistado	Comentários dos atores das universidades entrevistados
E1	“Eu acho que ainda não são. Porque ainda faltam programas robustos dentro da universidade [UFS] para que isso possa ser feito.”
E2	“Existe o desenvolvimento de uma criação de um relacionamento entre as startups que estão aqui dentro com a própria universidade [...]. E a universidade [UNIT] também pensou em fazer essas parcerias, [...] atrair startups tanto do mercado e ajudando o meio acadêmico também a desenvolver suas startups e assim poder também, quem sabe, consumir esses projetos desenvolvidos.”
E3	“Eu acho que a universidade, ela tem uma relação muito forte [...], no momento de incentivar os alunos a construírem suas startups. Eu acho que começa daí. Eu acredito que por iniciativa de alguns professores que estão ligados ao tema, da vontade de alguns estudantes também empreenderem e eu acho que a instituição também cria alguns mecanismos, tais como: Editais específicos para <i>startups</i> , a universidade ela tem o centro de empreendedorismo, que é uma ação que também auxilia nisso, o CINTTEC também é importante, mas nessa perspectiva de entregar esses produtos para a sociedade [...]. Então, eu acho que a UFS ela dialoga com todo o ecossistema. É uma participação importantíssima que ela tem.”
E4	“Existe uma falta mesmo de comunicação, de entendimento do papel de cada um nesse processo. É uma burocracia muito grande [...]. Existe uma dificuldade de concretização dessa relação em alguns momentos.”
E5	“Há uma lacuna. A universidade precisa entender que necessita preparar pessoas para não só serem empregados e pesquisadores. Não vai ter emprego para todo mundo e é importante que vocês ensinem as pessoas a criarem seu próprio emprego. Uma das formas de criar um próprio emprego é empreender. Então, será que os cursos das universidades estão formando profissionais com espírito empreendedor? Eu digo que a universidade precisa repensar um pouco.”
E6	“Veja, a gente pode considerar que a gente tem dois tipos. Eu tenho um tipo que é o relacionamento das <i>spin-offs</i> que você porventura possa ter da universidade e que porventura venha a ter uma startup. A nossa cultura aqui na UFS ainda é uma cultura incipiente. Outro tipo, de ações externas, de startups procurarem a universidade, startups, empresas ou microempresas de base tecnológica procurarem a UFS de fora da UFS. Isso ainda é muito incipiente [...]. Eu acho que nesses quatro anos que eu estou aqui, acho que a gente recebeu duas pequenas empresas interessadas em como a universidade poderia ajudá-las em um determinado nicho do negócio deles. Então, se eu pensar nisso, falando de quatro anos, eu acho que é muito pouco. De uma forma sistematizada, não existem ações para atrair essas relações. Elas ainda são esporádicas. Eu diria, baseada em editais específicos que surjam.”
E7	“Eu acho, a minha percepção, inicialmente, é de necessidade, entendeu? Nós temos muitas competências no nosso grupo de estudantes. Pessoas muito talentosas. E a gente, por anos, eu tenho quase 26 anos de UFS [...]. E nesse ínterim aí, nesse espaço de tempo, como que a gente abrigava essas competências? Em nível de projetos de iniciação científica, iniciação tecnológica e extensão. Só que nem todos os estudantes estão interessados em participar de programas nesse nível, eles querem mesmo desenvolver um modelo de negócio [...]. É aí que entra o empreendedorismo. Aqueles que têm interesse podem formatar modelos de negócio. Esses modelos de negócio podem, não necessariamente devem, mas podem virar startups [...]. Eu acho que a universidade, ela pode trabalhar a educação empreendedora e ela pode se relacionar com o privado [...]. Ela tem que estar o tempo todo se comunicando e interagindo com esse mercado, não é? Mas não há uma conexão com as startups de mercado.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Percebe-se que apenas os entrevistados E2 e E3 apontaram que percebem relações constituídas. O entrevistado E2, como representante da UNIT, afirmou que há iniciativas da instituição para construir relacionamentos de forma interna, entre as startups incubadas

no Tiradentes Innovation Center (TIC) e a universidade, assim como também atraindo *startups* de mercado para a instituição. O entrevistado E3, como representante da UFS, transmitiu uma perspectiva da relação da universidade mais ligada às suas atividades primárias de ensino e extensão, assim como por meio de editais específicos. Contudo, ele fala que isso está ligado a iniciativas de professores que trabalham com a temática, o que corrobora a percepção dos empreendedores entrevistados quando falam que as relações entre *startups* e universidades são ações isoladas que ocorrem por meio de professores entusiastas.

Ademais, os outros cinco entrevistados se manifestaram de forma negativa, afirmando que essas relações não existem (E1), que há falta de comunicação e dificuldade em estabelecer essas relações (E4), e que ainda existe uma lacuna nesse sentido (E5), que não existem ações sistematizadas de parte da universidade para construir essas relações e que elas ainda são esporádicas (E6) e que ainda persiste a necessidade de que essas relações ocorram já que não há uma relação da universidade com as *startups* de mercado.

Interpreta-se nesse contexto que a percepção predominante, tanto de atores da UFS como da UNIT, é que a universidade ainda não está tão próxima quanto deveria do mercado. Expondo que ainda há uma lacuna a ser preenchida no tocante a essas relações e que as universidades deveriam e poderiam criar mecanismos institucionais para atrair e fomentar tais relações com as *startups*. Há, em ambas as universidades, algum estímulo ao empreendedorismo e inovação por meio de ações e programas internos como o Centro de Empreendedorismo (UFS), a Agência de Inovação (UFS) e o Tiradentes *Innovation Center* (UNIT), mas os movimentos para atrair *startups* de fora dos muros das universidades ainda se demonstram insuficientes.

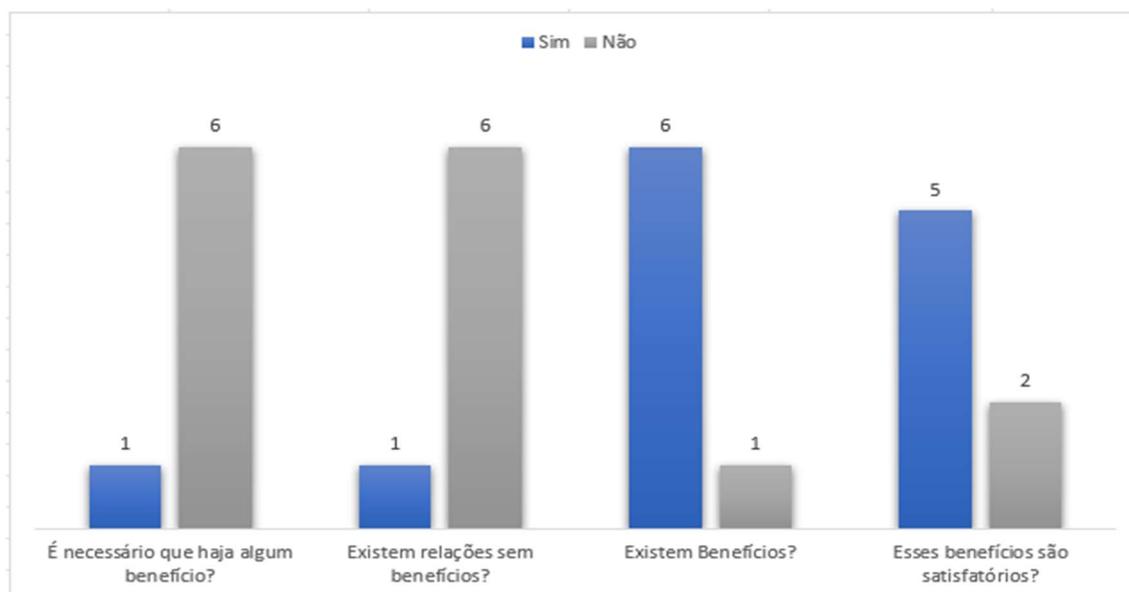
5.3.2. Benefícios percebidos pelos atores das universidades decorrentes das relações com *startups*

Os entrevistados também responderam perguntas em relação à percepção de haver ou não benefícios originados a partir das relações com *startups*. O gráfico 11 apresenta uma visão geral das respostas para as perguntas realizadas:

Mais uma vez, seguindo o padrão previamente adotado para este bloco de perguntas, as quatro perguntas se repetiram. A percepção quanto à necessidade de haver algum benefício para que existam relações entre universidades e *startups* por parte dos entrevistados foi predominantemente negativa. Somente um entrevistado (E3) respondeu

que sim, na visão dele é necessário que haja algum tipo de ganho, mas não necessariamente para a universidade, mas para a sociedade.

Gráfico 11: **Benefícios percebidos pelos atores das universidades provenientes das relações entre *startups***



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

O quadro 25 apresenta essas percepções:

Quadro 25: **Benefícios para a universidade ao estabelecer relações com *startups***

Entrevistado	Comentários dos atores das universidades entrevistados
E1	“Não. A única coisa que eu acho que impede mais a relação das <i>startups</i> hoje com as universidades a partir do momento que elas são desenvolvidas pela universidade federal, é a questão da propriedade intelectual, que o percentual, salvo engano, não sei como é que está na nova política de inovação da UFS, mas é um percentual muito alto de participação com propriedade intelectual. Então acho que ‘esse ganho’ da universidade, acaba atrapalhando muito a relação entre ela e a startup desenvolvida pela universidade. A startup se preocupa muito com esse percentual. Eu acho que esse percentual precisa ser repensado para que fosse o mínimo possível. Patentes, tudo bem. Mas em relação às startups, acho que isso precisaria ser repensado.”
E2	“Não. Quando a gente fala de interação entre universidade e <i>startups</i> é que tem que ser bom para os dois. Não adianta eu pegar uma <i>startup</i> iniciante e levar para dentro do grupo onde só quem vai consumir é a <i>startup</i> . Tem que ser bom para os dois. O que a <i>startup</i> vai ganhar e o que a universidade vai ganhar. Como os dois juntos podem se beneficiar dessa parceria.”
E3	“Eu acho que sim. Eu não sei se é um retorno para a Universidade, mas eu acho que é um retorno para a sociedade. A Universidade tem uma função pública, de dar esse retorno para a sociedade. Não acho que necessariamente ela tem que ter, digamos, aquela <i>startup</i> tem que ter um produto ou gerar uma inovação que seja uma inovação utilizada pela universidade. Eu acho que não, mas eu acho que a universidade, ela, por ter um objetivo público, essas <i>startups</i> teriam que dialogar sim com algum intuito público, algum impacto social, algum impacto ambiental.”
E4	“Não. Eu acredito em uma relação ganha-ganha. Quando eu falo ganha não precisa necessariamente ser um ganho material ou financeiro, mas um ganho de reconhecimento, de melhoria da reputação, de fortalecimento da imagem.”
E5	“O ganho é como você faz com que o conhecimento que você desenvolve, que você cria, que você trabalha dentro da universidade, ele pode ser aplicado na realidade para resolver um problema e que traga riqueza e que dá ganhos financeiros ou não financeiros para a

- sociedade. Então, qual é o ganho da universidade? É a maneira de você tangibilizar o que você ensinou. Tangibilizar o que você criou [...]. A gente está formando pessoas que criam e que resolvem problemas. Então, precisa ter um retorno para a sociedade.”
- E6 “Não. Eu acho que o principal ganho para que sejam estabelecidas relações com *startups*, é a universidade poder contribuir com a formação dessas pessoas.”
- E7 “Eu acho que isso é inevitável [...]. Esses meninos, todos são universitários, jovens universitários. Eles vão voltar para beber dessa fonte [...]. Então essa relação ela não termina. Sempre vai ter alguma necessidade de buscar alguma informação que eles não têm. Ou de necessidade de trazer também ideias, que podem ser incubadas ali ou desenvolvidas na universidade para ganhar, porque a universidade, ela é muito amigável, ela recebe sem criar preconceitos ou dificuldades. A universidade é um espaço para isso. Então essa relação, eu acho que na medida que eles vão criando modelos de negócio, daí já entram no mercado, daí a pouco novas possibilidades vão surgir e eles retornam para conversar. Entendeu? Tem acontecido isso.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Alguns entrevistados (E3, E5) partilham de uma visão do impacto social da universidade, na qual o retorno não precisa existir para a universidade, mas para a sociedade. Outros (E2, E4, E7) apontam o ganho mútuo, onde a instituição e a startup estabeleçam uma relação ganha-ganha. Um comentário que se distinguiu foi o do E1, que destacou a visão em que há uma dificuldade de criação de startups no âmbito da UFS por conta de uma política interna de propriedade intelectual que estabelece um percentual elevado de participação da universidade no negócio. Esse percentual não foi revelado.

Quanto à identificação de relações em que não há nenhum tipo de benefício, apenas um entrevistado (E2) comentou que isso acontece. Essa percepção é exposta na fala:

“Eu tive uma relação com uma *startup* onde nós pegamos o produto, fizemos o relacionamento com um grupo, fechou-se uma relação contratual, de entrega, e isso não floresceu. A *startup* disse que não estava maduro o produto, estava pivotando e isso arranhou o relacionamento [...]. Como é que eu tenho uma *startup* aqui dentro que nós estamos acompanhando, validando e na primeira relação com a universidade a *startup* não entrega aquilo que ela prometeu que ia entregar. Então foi uma relação que não deu frutos. Mas é o risco.” (E2)

Os demais ressaltaram que sempre há algum tipo de ganho, seja de reconhecimento para a instituição, benefícios administrativos ou de pesquisa, desenvolvimento de tecnologias e/ou inovações, retorno para a sociedade ou até mesmo retorno financeiro, seja direta ou indiretamente.

Os entrevistados também expuseram suas percepções acerca da existência de benefícios tangíveis originados das relações entre universidades e *startups*. Seis dos sete entrevistados confirmaram que percebem benefícios provenientes dessas relações. Neste item, as respostas se repetiram, seguindo a mesma linha do que foi exposto no parágrafo anterior. Apenas um entrevistado (E1) disse que não percebe benefícios reais tangíveis.

“Não conheço. A não ser de sair no jornal que a UFS apoiou alguma *startup*. Só.” (E1)

Quanto a considerar os benefícios satisfatórios, cinco dos sete entrevistados ressaltaram que sim, são visíveis esses benefícios. Isso pode ser visto nas passagens:

“Por enquanto, sim. Muita gente só pensa no ganho financeiro. Nossa visão não é essa. A nossa visão é de ganho mútuo. Eu estou ajudando a fortalecer minha marca [...]. Então, estou tirando uma marca que tem uma visão tradicional e botando ela numa visão de marca que trabalha com inovação.” (E2)

“São sim. Existe uma vertente da instituição que é justamente dar essa devolutiva para a sociedade. É através desses eventos que a gente consegue dizer assim, nós estamos aqui e nós contribuímos dessa forma para o desenvolvimento da sociedade. Eu acho que é gratificante demais.” (E4)

“Eu acredito. Os órgãos de controle, não. Os órgãos de controle, eles esperam que se você tem 10 *startups* ao final você chega com 10 *startups* funcionando. Se não os órgãos de controle acreditam que o dinheiro público não foi bem utilizado. TCU, CGU, AGU, são todos órgãos de controle que fiscalizam essas verbas.” (E6)

“Sim. É tudo muito novo. Então esse pessoal que passou, de alguma forma, já vai influenciando os que virão. Porque passou a experiência. Mesmo que ele não crie uma *startup*, ele já tem uma noção de mercado, de como formular um negócio. Entendeu? Se ele lá na frente, ele resolve ofertar serviço, ofertar produto, eles sabem um passo a passo disso para fazer de uma forma mais assertiva, entendeu? Então, esse é um processo de amadurecimento.” (E7)

A partir dessas falas, nota-se que há uma preocupação diferente entre o que é considerado satisfatório para a IES pública e para a instituição privada. A exemplo da fala do E2, que destaca o fortalecimento da marca na IES privada, enquanto o E6 aponta as dificuldades em adquirir e manter recursos destinados à criação e desenvolvimento de *startups* pela necessidade de comprovação de resultados junto aos órgãos de controle. Nota-se que, apesar dos desafios apresentados pelas IES serem diferentes, ambas denotam uma preocupação com o impacto social, de proporcionar um retorno para a sociedade, ao passo que partilham de uma preocupação voltada para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Buscar compreender os pontos de vista dos entrevistados das universidades e dos empreendedores de *startups* em face à construção das relações entre eles e dos benefícios que podem surgir dessas relações foi parte fundamental desta pesquisa. Contudo, buscou-se também entender a percepção dos empreendedores de *startups* frente às contribuições e/ou impactos percebidos por eles originados a partir das relações com as universidades. Nesse sentido, fez-se importante também compreender quais são as contribuições que as universidades realizam para impulsionar o desenvolvimento do EE sergipano. Para tal, os entrevistados das universidades responderam um bloco de perguntas voltadas para identificar essas contribuições.

5.3.3. Contribuições das universidades para o desenvolvimento de *startups* no EE sergipano

De acordo com Fritsch e Wyrwich (2018), a participação da universidade no EE é fundamental para estimular a criação de novos empreendimentos, fomentar práticas empreendedoras, desenvolver novas tecnologias e inovações e gerar novos conhecimentos. Nesse sentido, a presente pesquisa buscou investigar junto aos entrevistados de que forma as universidades contribuem para o EE sergipano.

Essa investigação iniciou-se buscando identificar as contribuições para o fomento do empreendedorismo e para o desenvolvimento de novos negócios. Ocorreu que as respostas se misturaram bastante com as perguntas direcionadas às ações para a capacitação empreendedora e conhecimentos ligados à gestão de negócios. O quadro 26 exibe esses apontamentos:

Quadro 26: Percepções dos entrevistados das universidades quanto às contribuições da universidade para o fomento do empreendedorismo

Entrevistado	Comentários dos atores das universidades entrevistados
E1	“Criar uma jornada com as <i>startups</i> . Já foi feito pelo centro de empreendedorismo [UFS]. Acho que esse é um início. As startups sabem que a universidade tem uma jornada desse tipo. Desenvolver um trabalho de educação empreendedora. Isso já é feito. A gente já trabalhou a formação empreendedora dentro das características do comportamento empreendedor dentro da universidade [...]. O que eu acho que pode ser feito é fazer isso dentro da universidade e convidar o ecossistema.”
E2	“A instituição [UNIT], ela vem pensando em empreendedorismo já faz algum tempo. Em 2004 nós fomos, como instituição privada, criadores da segunda incubadora do estado. Existia uma antes que era da universidade federal, era o SISE e nós criamos a I-tech, isso já fomentando, ajudando a desenvolver o empreendedorismo de base tecnológica []. Isso veio a culminar no <i>Innovation Center</i> mais para frente. Isso é muito importante, uma contribuição imensa. Perpassando isso também, colocando a matéria de empreendedorismo para os alunos, desde 2003, quando começou a ser ofertada. Hoje quase todos os cursos nossos possuem essa matéria, fomentando o desenvolvimento da cultura empreendedora nos nossos alunos.”
E3	“Eu acho que muito mais a formação de cursos, de disciplinas que formam empreendedores ou que despertam nas pessoas o viés empreendedor. Porque eu não sei se uma disciplina só de empreendedorismo é capaz de fazer isso, formar alguém, mas eu acho que ela desperta. Aí entram os cursos, palestras, o centro de empreendedorismo e grupos de pesquisa que trabalham com empreendedorismo e inovação.”
E4	“Temos projetos que rendem para a gente simpósios de educação empreendedora, feiras de empreendedorismo, uma série de outros eventos envolvendo a comunidade acadêmica, mas fica muito na seara interna da universidade [...] Eu acredito que esses eventos estilo <i>bootcamp</i> , <i>hackatons</i> , são eventos bons [...]. Alguns eventos são abertos à comunidade, mas essas ações empreendedoras são fechadas para o corpo discente [...]. Eu acredito que hoje as instituições de ensino elas são um pouco passivas, pois elas esperam que as demandas cheguem até elas. É difícil ela sair para buscar uma demanda. Então a gente fica geralmente à mercê da necessidade de alguém vir aqui nos procurar com uma necessidade para que a gente possa atuar.”
E5	“Eu tenho uma crítica muito grande ao ensino do empreendedorismo. Eu acho que erramos muito ao ensinar empreendedorismo dentro da sala de aula. Eu acho que ninguém ensina o cara a ser empreendedor em sala de aula. A primeira coisa é tirar a disciplina de empreendedorismo da sala de aula e colocar no mercado e colocar nas incubadoras do centro de inovação, fazendo com que ele se torne empreendedor.”

- Empreendedor aprende na prática. Então, a primeira coisa que eu digo em relação a isso é como é que a gente continua ensinando empreendedorismo na sala? A gente tem que tirar essa cadeira de empreendedorismo da sala e colocar isso na prática. E uma das formas de fazer isso é através de uma incubadora, através de um centro de inovação.”
- E6 “Participação em todos os eventos dos diferentes *players* que a gente tem do ecossistema. Basicamente, programas de capacitação e mentoria, seja no PPGPI (Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual), seja no PROPADM (Programa de Pós-Graduação em Administração), seja no PROFIAP (Programa de Pós-Graduação em Administração Pública), que também tem uma parte de gestão e inovação tecnológica. Acho que esses são os 3 principais programas, seja mestrado acadêmico, mestrado profissional ou doutorado acadêmico que a universidade contribui. Fora os diferentes mestrados profissionais. Então, você contribui muito com a formação empreendedora nos mestrados profissionais. Porque o mestrado profissional, diferente do mestrado acadêmico, ele tem que entregar ‘um entregável’, ele tem que entregar um produto, ele tem que entregar alguma coisa. Isso faz com que tenha uma aplicação muito mais direta no mercado. Então, a UFS auxilia nisso. A agência de inovação, além dos programas que eu já falei do PICS (Programa de Indução à Criação de Startups), do IPO (Inova Pós), do Inova TCC, Minha Patente UFS, projetos de inovação social, socialize-se, esses são projetos e ações que a gente tem direto. Sem contar as mentorias que nós ajudamos o pessoal a escrever patente, uma mentoria conjunta da agência com o INPI, são números muito, muito grandes. A gente precisa divulgar esses números nossos. Contribuição na política de inovação, da lei do município, participação efetiva da UFS nos grupos de trabalho da prefeitura e do governo do estado. Essas são ações relacionadas com o ecossistema público. E outras ações que a gente faz, com o ecossistema privado. Então, por exemplo, a gente está agora em negociação com o grupo ENEVA, que comprou ali a CELSE, com capacitações na área de inovação. Petrobras, que entrou hoje na responsabilidade socioambiental. Turismo inteligente que entrou para a gente fazer um mapeamento das ações de turismo, preferencialmente com micro e pequenas empresas e startups. E ações que fomentam o ecossistema aqui do estado. Acho que é por aí.”
- E7 “A primeira, a maior e mais importante, é mobilizar estudantes nos seus processos seletivos, na diversidade de cursos e apresentar para eles essa possibilidade, do empreendedorismo. Eles precisam saber que existe essa possibilidade [...]. Mas eu acho que a universidade poderia realizar mais. É muito pouco o que ela faz, entendeu? [...] Hoje, a universidade contribui por meio do Centro de Empreendedorismo [UFS]. Esse, sem dúvida nenhuma é e foi um marco, um divisor de águas. Ele atrai, por exemplo, programas como o Empreenda [...]. O Centro de Empreendedorismo é um importante *player* nessa história, sem dúvida. O CINTTEC (Agência de Inovação), que é esse canal que eu acho que propaga e processa os editais em nível local e nacional, focados no desenvolvimento de startups, ou na possibilidade de criação de startups. Então, a gente algumas possibilidades. Eu acho que o Centro de Empreendedorismo precisa provocar mais. [...] Eu acho que o empreendedorismo ainda não é uma área, efetivamente, que ainda não recebe a atenção que eu acho que merece.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

O conjunto de ações narradas pelos entrevistados corrobora as afirmações de Silva (2019), ao destacar que a universidade desempenha um importante papel no desenvolvimento de regiões, indo além dos seus objetivos tradicionais de ensino, pesquisa e extensão, e de Fritsch e Wyrwich (2018) ao apontar como destaque o papel da universidade na formação de capital intelectual, humano e social. Diversas iniciativas das universidades foram elencadas, desde atividades ligadas às missões primárias da universidade – ensino, pesquisa e extensão – como os programas de pós-graduação acadêmicos e profissionais, mas também iniciativas direcionadas para atividades empreendedoras e inovadoras, como o Centro de Empreendedorismo da UFS, a Agência

de Inovação da UFS e o *Tiradentes Innovation Center* da UNIT, órgãos vinculados a essas instituições com o propósito de contribuir para o fomento do empreendedorismo e da inovação no estado. É por meio desses centros que são desenvolvidas atividades de criação, capacitação, orientação, mentoria, incubação e aceleração de *startups* e para *startups*.

Houve alguns comentários complementares no tocante aos estímulos à inovação por parte das universidades. Estes podem ser vistos nas falas:

“Em 1998 a universidade cria o ITP, um instituto de pesquisa. Então hoje eu tenho uma gama de doutores, que desenvolvem pesquisas e que essas pesquisas são levadas para o mercado.” (E2)

“A gente trabalha com a metodologia de aprendizagem baseada em projetos, onde a gente transforma as demandas da sociedade em projetos e esses projetos são trabalhados com os alunos.” (E4)

“Quando a pesquisa termina no papel, ela não inova. Para inovar, ela tem que aplicar isso no mercado. Temos um longo caminho pela frente em relação à questão de inovação. O que é que a gente tem feito? Transformou uma parte da universidade num centro de ideação para transformar problemas, projetos, em solução para colocar para a inovação acontecer. Inovação é gerar nota fiscal. Como assim gerar a nota fiscal? É colocar o produto na prática que gere um desenvolvimento econômico [...]. Então eu diria que esse é o ponto importante que é a gente precisa sair das pesquisas, precisa sair do ensino para ajudar a sociedade na prática. E aí a gente só inova quando o conhecimento sai da universidade e é aplicado. Se ele continuar na universidade, se continuar na biblioteca, não gera inovação.” (E5)

“A gente tem editais específicos, por exemplo, que são o MAI e o DAI, que são o Mestrado Acadêmico em Inovação e o Doutorado Acadêmico em Inovação. São programas específicos onde os orientadores e os alunos eles têm que resolver dores das empresas com soluções inovadoras. Esse programa existe desde 2018 [...]. Esses programas não são *Strictu Sensu* como o PROPADM. Ele é um programa, como se fosse um guarda-chuva, que diz que quem tem projetos inovadores de qualquer área, se vocês fizerem em parceria com prefeituras, bancos e tal, desde que você resolva um problema de forma que ninguém resolveu. Ele é elegível a todos os professores, orientadores, todos os alunos que participam de programas de pós-graduação.” (E6)

Percebe-se que existem ações importantes, mas que contam com limitações institucionais que restringem o alcance desses centros e programas a pessoas vinculadas às instituições. Ações como os programas de pós-graduação profissionais e os programas acadêmicos de inovação da UFS restringem-se aos estudantes de pós-graduação. Os programas promovidos pela Agência de Inovação da UFS e pelo EmpAgro limitam-se a estudantes de graduação da UFS.

Na UNIT, o *Tiradentes Innovation Center*, apesar de estar dentro do espaço da universidade, possui um CNPJ diferente. Com isso, há mais flexibilidade para algumas ações alcançarem a sociedade de forma mais aberta. Porém, também se percebem limitações. Essas aberturas se dão por meio de eventos, feiras, palestras e congressos. O espaço é aberto à sociedade, mas isso não é amplamente divulgado. Quanto às *startups*,

existem aquelas que não foram criadas na UNIT e estão incubadas no TIC. A limitação nesse ponto dá-se com relação ao nicho de atuação dessas *startups* que, até o momento de realização desta pesquisa, se restringia as *edtechs*, *startups* do segmento de educação, o que é reforçado pela fala:

“Hoje a gente trabalha com a vertical da educação. Isso foi uma decisão estratégica nossa por causa da linha de negócios da universidade. O Grupo Tiradentes trabalha com educação. Então, a nossa ideia é estar pensando na educação para o futuro.” (E2)

Os entrevistados também foram questionados se existem recursos fornecidos pelas universidades, sejam financeiros ou estruturais, para facilitar a jornada das *startups*. O quadro 27 exibe essas informações:

Quadro 27: Recursos disponibilizados pelas universidades para as *startups*

Entrevistado	Comentários dos atores das universidades entrevistados
E1	“Através do PICS. Elas recebem estímulo financeiro, inclusive. Mas o reitor tem intenção de fazer mais. Inclusive com investimentos altos. Isso aí eu posso lhe dizer com propriedade, porque ele já conversou, ele tem intenção de intensificar mais, principalmente a questão da inovação e do empreendedorismo também.”
E2	“Hoje aqui dentro do <i>Innovation</i> , tenho um Fab Lab, um laboratório de prototipagem, com todos os equipamentos possíveis e necessários que eles (empresários) podem estar utilizando para prototipar produtos, dentre outras coisas, aberto à comunidade. Hoje eu tenho um espaço físico aqui todo para nossas startups, onde ela pode estar desenvolvendo seus negócios, utilizando como cenário de gravação, como muitas startups utilizam para estar produzindo conteúdos, dentre outras coisas. Eu acho isso tão básico, mas uma internet de alta qualidade, é ofertada para eles, para que eles possam estar ali trabalhando, desenvolvendo seus negócios. Tudo isso é posto para que eles possam facilitar o dia a dia deles.”
E3	“Olha, já teve alguns editais onde se consegue alguns recursos [...]. Ela [a UFS] tem alguns recursos sim. Eu sei que existem algumas amarras que são amarras jurídicas para conseguir esse recurso, mas sim.”
E4	“A gente oferece infraestrutura física e tecnológica, a gente oferece alguns serviços para qualificar esses empreendedores, para facilitar o processo de criação do negócio deles, tudo isso voltado para a educação, tem um espaço de coworking e colaboração.”
E5	“O centro [<i>Innovation Center</i>] tem proporcionado que a própria universidade crie uma <i>startup</i> , um modelo de startup aqui dentro para resolver um problema que não está ligado a um departamento. Ela está se apropriando do conceito de startup para criar sua própria startup aqui dentro. Na nossa realidade, sim. É criado investimento, mas ainda é muito tímido. Eu acho que a gente precisa mais. Mas não é pegar o dinheiro, não é pegar o recurso e sair distribuindo. É com métrica. Com resultado. Tem que dar um resultado para que você possa ter o retorno daquilo lá. Um retorno de resolver um problema é o retorno social.”
E6	“Veja, não existe da universidade para as startups. Existe da universidade para a agência (Agência de Inovação – UFS). Então eu tenho um recurso para a agência e esse recurso da agência ele pode ser direcionado para startups.”
E7	“Nós buscamos muito fora, entendeu? Porque, como não existiam editais [...], eu não posso bater na porta lá da reitoria e preciso de R\$10.000,00 para desenvolver uma ação. Não é assim que funciona. Eu tenho que estar em um edital e esse edital tem que me propiciar esse recurso. Então, como não existem esses editais, eu fui batendo nas portas fora da universidade. Eu conheço muita gente, sabia mais ou menos quem poderia apoiar. Então é uma coisa muito de amigo, né? E eu dei sorte de eles responderem e dizerem, ‘ajudamos, sim’. Então, não. Ainda não temos, sabe, aquele edital. Não temos recursos para isso.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Nesse aspecto, direcionado aos recursos disponibilizados, há algumas perspectivas divergentes e outras complementares. No caso dos entrevistados que representaram a UFS, houve uma divergência de percepções entre os entrevistados. Os entrevistados E1 e E6 apontaram que a UFS disponibiliza recursos para a Agência de Inovação e esses recursos são direcionados para programas como o PICS. Porém, esses recursos limitam-se ao alcance das *startups* vinculadas à Agência de Inovação, não extrapolando esses limites para atingir startups originadas de outros programas dentro da universidade. O entrevistado E3 afirmou que existem editais publicados pela universidade que disponibilizam recursos financeiros para o fomento de startups. Contudo, o entrevistado E7 frisou que não percebe a existência desses editais e busca levantar recursos fora da universidade.

Já os representantes da UNIT destacaram outros recursos além da possibilidade de investimento financeiro destacado pelo entrevistado E5. Os entrevistados (E2, E4 e E5) citaram a disponibilização de recursos como internet de qualidade, espaço físico de *coworking* para as *startups*, ambiente físico para a produção de conteúdos e gravações, um laboratório de prototipagem (Fab Lab) aberto, inclusive à comunidade não acadêmica, e serviços de apoio ao processo de criação de negócios.

Nesse sentido, de infraestrutura, houve algumas críticas institucionais à UFS por parte dos entrevistados, o que pode ser visto nas falas:

“A gente precisa de um ambiente que não tem. Uma sala dedicada para o ensino do empreendedorismo, não tem. Por incrível que pareça isso vai nascer no CODAP, no Colégio de Aplicação. Precisa primeiro do ambiente [...]. Porque não adianta a gente levar essas *startups* para lá para levar para uma sala de aula comum. Eles precisam ganhar um ambiente específico, adequado.” (E1)

“Eu acho que a universidade ela poderia ter um incubadora para começo de conversa. A universidade poderia ter uma incubadora dentro da universidade. Não apenas a do parque tecnológico [...]. O parque tecnológico é terreno da universidade, mas uma incubadora dentro da universidade poderia ser um caminho.” (E3)

Nota-se que existem, em diferentes proporções, ações voltadas para apoiar a criação, desenvolvimento e manutenção de *startups* nas universidades. Na UFS, a interpretação é que as amarras burocráticas dificultam a aplicação de ações com mais velocidade e em maior quantidade de forma a se tornar mais perceptível para o EE sergipano, enquanto na UNIT as ações tornam-se mais perceptíveis.

Esta pesquisa evidenciou até o presente ponto as visões dos empreendedores de *startups* e dos entrevistados das universidades frente a temas como a construção de relações, contribuições e impactos dessas relações e benefícios que surgem a partir dessas

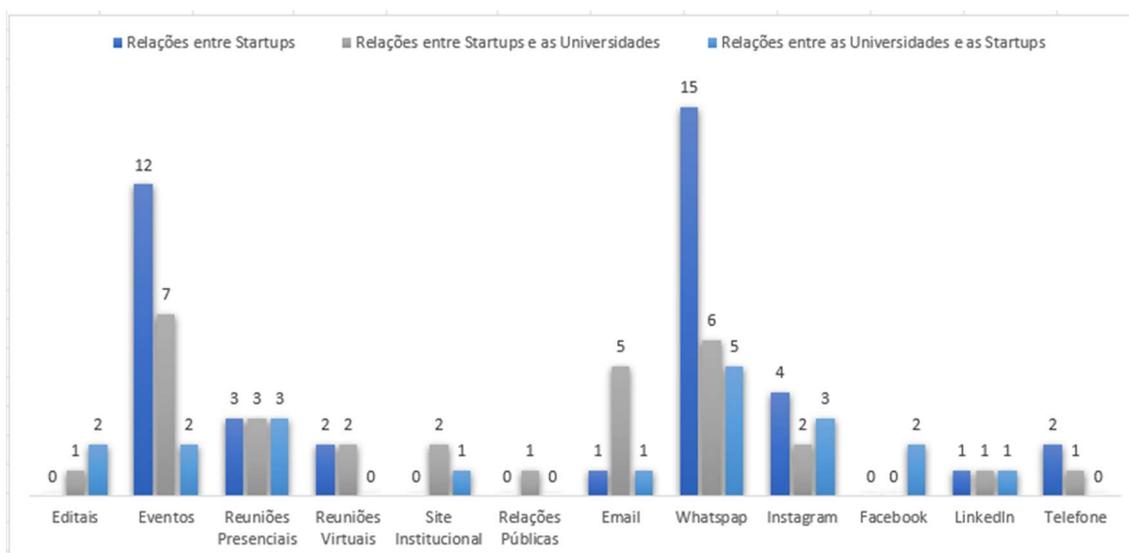
relações. Além disso, para que essas relações ocorram e as contribuições e benefícios aconteçam, é preciso a existência de interfaces para estabelecer essas conexões. Essas interfaces utilizadas como canais de comunicação, também identificadas na literatura como mecanismos de interação, são detalhadas a seguir.

5.4. MECANISMOS DE INTERAÇÃO

Os mecanismos de interação são ferramentas importantes para que ocorra a construção de relacionamentos entre os atores de um ecossistema empreendedor (SILVEIRA; SANTOS, 2022), sendo considerados as principais interfaces para o estabelecimento de comunicações formais e informais (LAMERS *et al.*, 2017) e usados para facilitar as comunicações entre pessoas (FERRAZ; DORNELAS, 2015).

Eles se apresentam de diversas formas, sejam presenciais ou virtuais, e podem se manifestar no formato de eventos, reuniões, treinamentos, mensagens eletrônicas, redes sociais e telefone, por exemplo (SPECHT; ZOLL; SIEBERT, 2016; LAMERS *et al.*, 2017). O gráfico 12 apresenta os mecanismos de interação apontados como utilizados pelos entrevistados e mapeados durante o processo de coleta de dados da presente pesquisa:

Gráfico 12: Mecanismos de interação utilizados pelos atores



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao observar o gráfico, é nítido que os canais *WhatsApp* e eventos são os mais utilizados em todas as verticais de interações. Destaca-se que as barras azul-escuras e cinza compreendem um universo de quinze empreendedores, enquanto a barra azul clara compreende um grupo de sete entrevistados das universidades.

O mecanismo de interação mais utilizado pelas *startups* para se relacionar com outras *startups* foi o *WhatsApp*. Todos os empreendedores entrevistados utilizam esse canal de comunicação como ferramenta para estabelecer relações com *startups* do EE sergipano. Além do uso desse canal para comunicação um a um, os empreendedores também participam de grupos, o que pode ser verificado nas falas:

“Tem alguns grupos. O Caju Valley é o principal. Mas tem alguns outros, criados pelo Sebrae, sabe?” (ES1)

“No WhatsApp a própria comunidade Caju Valley, dentro dos próprios grupos e comunidades do WhatsApp, sempre tem uma possibilidade de um relacionamento de uma *startup* com a outra.” (ES9)

“Existe um grupo hoje, um grupo de *startups* aqui de Sergipe, chamado Caju Valley [...]. A relação entre a gente aqui dos nossos ecossistemas também tem um grupo próprio. São grupos de WhatsApp.” (ES12)

Para que as *startups* estabeleçam relações com as universidades o *WhatsApp* foi a segunda interface mais utilizada, perdendo apenas para eventos. Contudo, essas comunicações não são institucionais. Elas acabam sendo direcionadas a professores entusiastas de empreendedorismo e inovação que estão direta ou indiretamente envolvidos com esses campos. O que pode ser constatado nas falas:

“Email, WhatsApp e LinkedIn. Mas, especificamente com professores.” (ES6)

“WhatsApp e eventos. Mas direcionado a alguns indivíduos diretamente no WhatsApp.” (ES11)

“Toda vez que eu tive uma relação com a universidade foi através de educadores [...]. Então talvez não tenha sido o papel fundamental deles, eles estavam ali como, tentando fazer isso por conta própria. Talvez nem era algo institucional que a universidade obrigaria.” (ES13)

Nota-se que há uma percepção por parte dos empreendedores que as universidades não se envolvem institucionalmente nas relações com *startups* no EE. Já em relação aos entrevistados das universidades, o *WhatsApp* também se destacou como o canal mais utilizado, tendo cinco dos sete entrevistados informando que utilizam esse mecanismo como canal de comunicação. Os entrevistados das universidades corroboram a visão dos empreendedores no tocante à relação ocorrer entre professores e empreendedores, e não por vias estabelecidas pela instituição, conforme as falas:

“Não. Não tem. A comunicação da universidade em si com as *startups* acaba sendo por editais. Ou, em alguns eventos desenvolvidos por coordenações pontuais. Fora isso, é via professores ligados ao empreendedorismo.” (E1)

“Eu acho que, na verdade, os professores, aqueles que estão na coordenação das pós-graduações, nas coordenações, professores que estão ligados ao empreendedorismo, eles acabam entrando nesses canais, que são grupos no WhatsApp [...]. Mas eu não sei se existe por parte da universidade, aí é uma dúvida realmente, um canal de diálogo com esses empreendedores que seja um canal oficial. Aí realmente eu não conheço. Eu conheço mais na informalidade. Eu vejo muitos professores participando de vários grupos. Eu mesmo participo de alguns. Mas institucionalmente, não.” (E3)

“Aqui é o WhatsApp sem sombra de dúvida. Relação direta, grupos, mas no WhatsApp. WhatsApp é o principal [...]. Mas essas comunicações não são institucionais da UFS, são via agência [de inovação].” (E6)

Seguido do *WhatsApp*, o mecanismo de interação mais citado no geral foi o de eventos. Doze dos quinze empreendedores se relacionam com outras *startups* por meio de eventos. Já com as universidades, sete deles destacam que há relações estabelecidas em eventos. Porém, mais uma vez, com atores isolados, tais como professores e coordenadores. Quanto aos entrevistados das universidades, dois destacaram os eventos como um mecanismo importante e apontaram que participam destes.

O destaque nesse meio se volta para os encontros do Caju Valley, que tem acontecido de forma recorrente todos os meses, o que pode ser verificado nas falas:

“Os encontros presenciais do Caju Valley são superimportantes” (ES1)

“Temos encontros, *meetups*, *workshops* e interações da comunidade da maneira geral, quando é aberto para todos, tem sido presenciais [...]. Em 2023, a meta é termos 12 encontros mensais [do Caju Valley]. Já tivemos o primeiro em janeiro, o segundo em fevereiro e assim sucessivamente.” (ES2)

“Agora estou ingressando mais, e frequentando mais as reuniões do Caju Valley” (ES3)

“Tem o 07Inove que [...] está voltando agora. O encontro da Caju Valley [...] que já tem um calendário pré-programado junto à ASES.” (ES9)

Além dos encontros mensais do Caju Valley, também tem ocorrido com frequência o 07inove, conforme destacado pelo empreendedor entrevistado ES9, trazendo algum tema relevante para o EE sergipano. Outros mecanismos que foram mencionados por três a cinco entrevistados foram e-mail, Instagram e reuniões presenciais, porém sem comentários específicos que reforcem o modo de uso desses meios. Além desses, também foram citados editais divulgados pelas universidades, reuniões virtuais, site institucional das universidades, canal de relações públicas das universidades, Facebook, LinkedIn e telefone.

Diante do cenário apresentado, a partir dos elementos apresentados neste capítulo, foi realizada uma análise dos aspectos relacionados à construção das relações entre *startups* e universidades, de acordo com a proposta da pesquisa. Esta análise é apresentada no capítulo 6.

6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O estudo das categorias de análise – contribuições, benefícios e mecanismos de interação – propostas nesta pesquisa possibilita analisar o cenário atual das relações construídas entre *startups* e universidades do EE sergipano sob a ótica dos entrevistados. Para tal, os elementos elencados em cada categoria foram analisados, conforme os resultados obtidos por meio das entrevistas realizadas, destacando os pontos positivos e/ou negativos nas respostas obtidas junto aos entrevistados.

Na categoria **Contribuições**, tem-se a perspectiva dos empreendedores face às relações entre *startups* e de *startups* com as universidades, assim como a visão dos entrevistados das universidades face ao que é, na perspectiva deles, uma contribuição da universidade para o EE e para as *startups*.

Iniciando pela perspectiva dos representantes das universidades, foram evidenciadas contribuições das duas instituições. Em relação à UFS, o Centro de Empreendedorismo foi um destaque apontado. Este ator conta com sete jornadas de formação empreendedora, que foram elencadas pelo entrevistado E1, destinadas a públicos distintos, que são: 1) professor; 2) aluno; 3) técnicos e gestores administrativos; 4) membros do centro de empreendedorismo; 5) empresas juniores; 6) potenciais empreendedores; e 7) comunidade. O Centro é aberto à comunidade geral, não se restringindo à comunidade acadêmica. Destacou-se, inclusive, que algumas capacitações são feitas em parceria com o SEBRAE-SE e com a UNIT. Essas jornadas englobam cursos de extensão e de formação complementar, além de mentorias. Apesar de abranger diversos públicos, as ações do CEMP ocorrem por meio de editais. Uma das críticas realizadas tanto por parte dos empreendedores quanto dos próprios membros das universidades se refere à publicidade desses editais, que acabam muitas vezes não atingindo todos os públicos da forma ideal.

Outras iniciativas da UFS apontadas nas entrevistas foram a participação ativa da CINTTEC, atual Agência de Inovação e o Empreenda Agro. A Agência de Inovação desenvolve alguns programas como o PICS, IPO, Socialize-se, Minha Patente UFS, Inova TCC, além de mentorias para a escrita e registro de patentes junto ao INPI. O quadro 28 descreve as características desses programas:

Quadro 28: **Programas da Agência de Inovação da UFS**

Programa	Características
PICS	O Programa de Indução à Criação de <i>Startups</i> , criado em 2021, tem por objetivo estimular a criação de <i>startups</i> e contribuir com o desenvolvimento socioeconômico. O programa vinculado à POSGRAP (Pró-reitora de Pós-Graduação e Pesquisa) conta com a parceria do SERGIPETEC e da Acelera-se proporciona capacitação empreendedora com outros <i>players</i> do EE sergipano (UFS, SEBRAE, SERGIPETEC, ACELERASE, TIC e INPI).
IPO	O Inova Pós, criado em 2022, é um programa que visa ampliar o relacionamento da universidade com a sociedade, desenvolvendo projetos inovadores em parcerias com empresas. O programa disponibiliza auxílios financeiros para discentes de pós-graduação que tenham a possibilidade de desenvolver tais projetos.
Socialize-se	O Socialize-se, criado em 2022, busca fomentar o desenvolvimento de soluções inovadoras para problemas sociais, incentivando atividades ou ações continuadas que promovam qualidade de vida para a sociedade. O propósito é envolver a comunidade acadêmica e a sociedade para fomentar a troca de saberes, promover cooperação e desenvolver soluções inovadoras.
Minha Patente	Criado em 2021, o programa oferta auxílios financeiros para estudantes de graduação e pós-graduação, além de vagas voluntárias, para capacitar os participantes no pedido de patentes/modelos de utilidade ou registro de <i>software</i> , contando com mentorias e capacitações junto ao INPI.
Inova TCC	O Programa Inova TCC, criado em 2022, tem o objetivo de engajar os alunos de graduação da UFS no processo de desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso, Projeto Final ou Monografia que contemplem propostas inovadoras para a criação de novos processos, produtos, metodologias e serviços. O programa disponibiliza orientações, mentorias e treinamentos presenciais e virtuais com professores de mercado ligados às áreas de atuação dos temas apresentados e conta com a parceria do SEBRAE.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023) com base em UFS (2023).

A Agência também realiza a gestão da propriedade intelectual da universidade e atua em parceria com diversos programas de pós-graduação da instituição. Há a limitação de que as ações da Agência de Inovação direcionam-se para a comunidade acadêmica da UFS. De toda forma, há também um problema de publicitar o que é feito. De acordo com o entrevistado E6, se faz necessário divulgar essas ações de forma mais ampla. Não existe uma divulgação institucional e essa publicidade acaba se restringindo aos meios de comunicação diretamente vinculados à própria Agência, suas redes sociais e membros. Não havia até então uma comunicação institucional da universidade frente às ações da Agência.

Da mesma forma, atua o Empreenda Agro. Apesar de ser uma iniciativa realizada pelo Departamento de Ciências Agrárias, esse movimento cresceu e passou a acolher alunos de diversos cursos, tais como engenharia florestal, medicina veterinária, ciência da computação, biologia, dentre outros. O EMPAGRO buscou aumentar a abrangência do programa de forma a abarcar diferentes talentos e competências complementares de distintos campos do saber para propiciar um ambiente mais favorável à geração de ideias e integração entre esses saberes, tudo com o objetivo de gerar novos negócios e criar

startups. Aqui também há a limitação institucional, onde a abrangência se limita aos alunos da UFS.

Percebe-se que existem ações importantes acontecendo na UFS, mas que na maioria dos casos limitam-se a estudantes da própria universidade, não apresentam uma publicidade eficiente de suas ações e por consequência acabam sendo desconhecidas da comunidade geral.

Esse cenário se conecta com a percepção dos empreendedores. Apenas um deles (ES4) citou o EMPAGRO, dois (ES1, ES2) citaram o CEMP e um (ES9) citou o PICS, uma iniciativa da Agência de Inovação. Houve um reconhecimento por parte de um empreendedor (ES13) em relação à percepção de contribuição da UFS em pesquisa e inovação. Nota-se que as ações são conhecidas de forma isolada pelos empreendedores, o que demonstra uma carência da UFS em publicitar as ações voltadas a empreendedorismo e inovação que impactam o EE.

Quanto às contribuições ligadas a recursos e estrutura, todos os entrevistados da UFS (E1, E3, E6 e E7) apontaram algum tipo de desafio ou necessidade para que a instituição possa impactar de forma mais direta ao EE sergipano. Um dos pontos refere-se à estrutura física. Nessa linha, destacaram-se a ausência de uma incubadora dentro da universidade e/ou de um espaço físico destinado a receber *startups* do mercado, como um hub de inovação e empreendedorismo, que pudesse conectar esses atores. O entrevistado E1 citou que não há como desenvolver uma ação para atrair *startups* do mercado para a universidade se não há um ambiente adequado para recebê-las. De forma geral, a percepção dos entrevistados da UFS é que o empreendedorismo ainda não recebe a atenção devida por parte da instituição e isso é refletido na percepção dos empreendedores do EE sergipano, que não enxergam, ou enxergam de forma isolada, as ações desempenhadas pela instituição para o fomento do empreendedorismo e desenvolvimento de *startups* no EE sergipano.

Em relação à UNIT, o destaque foi para o TIC que, apesar de ter uma personalidade jurídica própria e apartada da universidade, está dentro do limite territorial da instituição. Mesmo não se posicionando como uma incubadora, o TIC incubava 19 *startups* até o momento de realização desta pesquisa. Isso se conecta ao fato de o TIC ser reconhecido pelos entrevistados como um espaço com um ecossistema de *startups* próprio e que é visto como um ambiente atrativo e favorável aos negócios ligados à educação. Para os empreendedores entrevistados, isso é um fato claro. Alguns criticaram essa característica do TIC restringir seu espaço interno às *startups* com soluções voltadas

para a educação. Para o Grupo Tiradentes, essa é uma escolha estratégica e foi justificada pelos entrevistados da UNIT (E2, E4 e E5).

Quanto à infraestrutura disponibilizada, o TIC conta com um espaço colaborativo para as *startups* incubadas (*coworking*), um laboratório de prototipagem (FabLab), diversas salas de reunião com estrutura para videoconferências, salas com ambientes colaborativos e um auditório para a realização de eventos. Nessa linha de eventos, o TIC realiza e apoia eventos próprios e em parceria com outros atores do EE, como o SEBRAE, a Acelera-SE (Aceleradora de *startups* de Sergipe), a ASES e outros atores da iniciativa privada. Essas ações são reconhecidas pelos empreendedores, estejam eles incubados no TIC ou não, e pelos entrevistados das universidades de ambas as instituições. Com isso, percebe-se que a UNIT e o TIC agem de forma a publicitar e tornar perceptíveis as ações que vem sendo desempenhadas pelo grupo.

As ações para fomentar e estimular o empreendedorismo nas universidades vêm crescendo constantemente (MATOS; RADAELLI, 2020). Essa visão corroborada os resultados encontrados na presente pesquisa. No geral, é notável que ambas as instituições realizam ações, esforços e investimentos, sejam financeiros, estruturais ou humanos, para fomentar o desenvolvimento de *startups* e do EE sergipano. Contudo, também ficou aparente que, embora essas ações existam, elas não são amplamente reconhecidas pelos empreendedores entrevistados, seja, em alguns casos, pela falta de conhecimento das ações realizadas, ou por não sentirem o impacto dessas ações diretamente em seus negócios.

Reforça-se que a maioria dos empreendedores entrevistados não reconheceu contribuições das universidades nos elementos desempenho empreendedor, aprendizagem empreendedora, transferência de conhecimento, tecnologia e troca e compartilhamento de informações. Nesse ponto, as universidades do EE sergipano não demonstram desempenhar um dos principais papéis de uma universidade em um EE, segundo Silva, Fritsch e Wyrwich (2018), que é criar mecanismos para transferir conhecimento e tecnologia, disseminando conhecimento empreendedor e transcendendo os objetivos tradicionais de ensino e pesquisa. Apenas o elemento estímulos à inovação teve um reconhecimento da maioria, ainda assim de forma equilibrada – 54% percebem a existência desse estímulo e 46% não o percebem – conforme detalhado no gráfico 07. Esse ponto é importante pois, de acordo com Malerba e McKelvey (2020), a interação entre empreendedores e universidades pode ser um fator impulsionador para desenvolver inovações e negócios inovadores. Já entre *startups*, a percepção da maioria dos

entrevistados foi que as relações entre empreendedores geram contribuições em todos os elementos analisados, de acordo com o exposto no gráfico 09.

Spigel (2017) destaca que é importante a interação entre os atores de um Ecossistema Empreendedor para que haja obtenção de vantagens mútuas, havendo compartilhamento de recursos e consequentemente proporcionando estímulos à inovação o que gera maiores diferenciais competitivos.

Nesse sentido, as contribuições e/ou impactos proporcionados pelas universidades para o desenvolvimento de *startups* e do EE sergipano não se apresentaram relevantes, uma vez que não houve reconhecimento da maioria dos entrevistados quanto a essa percepção, além de evidenciar uma deficiência na publicitação e divulgação dessas ações de forma ampla para o EE. Já as relações construídas de *startups* para *startups* demonstraram ser produtivas, com declarações positivas de contribuições percebidas em todos os elementos explorados.

Na categoria **Benefícios**, investigou-se quais os benefícios percebidos pelos entrevistados que se originam a partir das relações entre eles. Os empreendedores entrevistados apontaram que, nas relações entre *startups*, a percepção de benefícios é evidente. De forma unânime, todos os entrevistados afirmaram que existem benefícios advindos dessas relações e que eles são satisfatórios. Esses resultados foram expostos na subseção 5.2.6. Contudo, cabe reforçar e revisar os benefícios mais apontados pelos empreendedores entrevistados e originados das relações entre *startups*, que foram: troca e/ou compartilhamento de conhecimentos, experiências, tecnologias, ferramentas de trabalho e/ou metodologias; oportunidades de gerar sociedades, parcerias de negócios e/ou comerciais; acesso a mercados, clientes, mão-de-obra e investidores; colaboração entre empreendedores; *networking* e mentorias.

Com relação aos benefícios decorrentes das relações entre *startups* e universidades, a percepção dos empreendedores entrevistados foi mais discreta. Ainda que a maioria (67%) tenha afirmado que percebem benefícios, também houve uma percepção de que esses benefícios não são satisfatórios. Nesse aspecto, os principais benefícios percebidos foram: *networking* com professores, coordenadores e/ou alunos, acesso a mão-de-obra e conhecimento. Os benefícios ligados à mão-de-obra e conhecimento corroboram o pensamento de Ganotakis, D'Angelo e Konara (2021) ao afirmarem que a universidade desempenha um papel importante no desenvolvimento das capacidades dos indivíduos para que possam absorver os conhecimentos e transformá-los

em novos empreendimentos e inovações. Contudo, nota-se que os benefícios são menores quando comparados aos percebidos das relações entre *startups*.

Já entre os entrevistados das universidades, a maioria (86%) apontou que percebem benefícios para a universidade ao serem estabelecidas relações com *startups* e que tais benefícios são satisfatórios. Para os entrevistados, a visão desses ganhos se volta para uma percepção mais ligada ao impacto social do empreendedorismo. Os principais benefícios nesse sentido foram: geração de novas *startups*, contribuição das *startups* para a geração de outras novas *startups*, geração de novas ideias e inovações, fortalecimento da imagem da instituição e aumento do reconhecimento da instituição. Essa percepção se conecta com Cordeiro e Spoladore (2021) quando destacam que o empreendedorismo em um EE exerce um papel social, impactando positivamente a sociedade e agregando benefícios econômicos e sociais.

Nesse sentido, a visão predominante de todos os entrevistados é que existem benefícios que surgem por meio do estabelecimento de relações entre *startups* e universidades no EE sergipano.

Os entrevistados também opinaram sobre a necessidade de existirem benefícios quando se trata de relações. A maioria dos empreendedores (80%) manifestou que para estabelecer relações com universidades deve haver benefícios para as *startups*, enquanto nas relações com outras *startups* a maioria (87%) manifestou que não é necessário. Os representantes das universidades, também em maioria (86%), expressaram que não é necessário a obtenção de qualquer benefício para a universidade estabelecer e manter essas relações. Adicionalmente, quanto à percepção da existência de relações que não proporcionam nenhum tipo de benefício, os entrevistados expuseram que, tanto nas relações entre *startups* e universidades (74%) como entre universidades e *startups* (86%), não existe relação sem benefício. Entre *startups*, 60% dos empreendedores afirmaram que existem tais relações, mas justificaram que isso se dá pelo fato de *startups* em estágios mais avançados e empreendedores mais experientes terem mais a oferecer a outras *startups* do que a receber, mas reconhecem a importância dessas relações para o crescimento e amadurecimento do EE.

Nesse sentido, transpareceu-se uma impressão de que há um clima de ganho mútuo nessas relações, apontado como “ganha-ganha”. Esse fato foi destacado por diversos entrevistados (ES3, ES4, ES5, ES8, ES9, ES10, ES12, ES13, E2, E4, E6 e E7) em algum momento das entrevistas quando falou-se de benefícios, o que aparenta denotar uma cultura de colaboração entre esses atores. Essa visão remete a Etkowitz (2004), ao

afirmar que professores e estudantes viriam a solucionar problemas e atender a demandas do mercado, contribuindo com a formação de novas empresas.

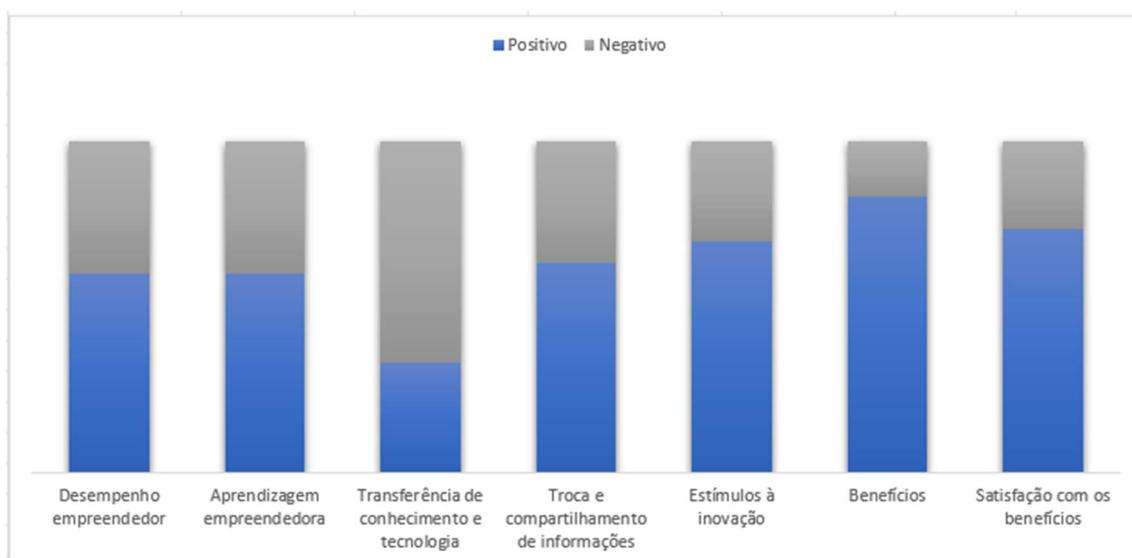
Quanto aos **Mecanismos de Interação**, verificou-se quais são as interfaces de comunicação mais utilizadas para estabelecer as relações entre tais atores, observando novamente suas percepções individuais quanto a esse elemento.

O WhatsApp consagrou-se como o mecanismo mais utilizado. A ferramenta é utilizada para comunicação entre *startups* por todos os empreendedores entrevistados. Ela também foi destaque quando perguntado o meio usado para estabelecer relações entre *startups* e universidades e entre universidades e *startups*. O segundo mecanismo foi o de eventos, destacado pela maioria dos empreendedores para gerar conexões tanto entre *startups* como com as universidades. Nesse item, dois entrevistados das universidades manifestaram que também é um canal importante para a universidade se relacionar com *startups*. Reuniões presenciais, Instagram e e-mail também foram citados por alguns entrevistados, variando entre três e cinco deles em cada vertical de relacionamento. Além deles, editais publicados pelas universidades, reuniões virtuais, canal de relações públicas da universidade, Facebook, LinkedIn e telefone também foram citados, mas com uma expressividade menor, sendo destacado por até dois entrevistados.

Os mecanismos predominantes, WhatsApp e eventos, tiveram sua regularidade constatada pelo pesquisador, que participou de eventos presenciais no EE, encontros mensais do Caju Valley e se manteve inserido no grupo de WhatsApp do Caju Valley desde o mês de agosto de 2022, além de também ter estabelecido relações diretas com empreendedores de *startups* do EE sergipano. Nesse meio, interpretou-se que os empreendedores empregam uma postura colaborativa e se mostram dispostos e receptivos a estabelecer relações com outros atores do EE, além de demonstrarem um comportamento de compromisso pessoal em se manterem conectados e conhecerem as pessoas em prol do desenvolvimento do EE. Tal postura reforça os achados de Roundy *et al.* (2018) quando alega que os atores e suas interações em um EE moldam esse ecossistema e provocam adaptações por meio das ações desses atores. O EE sergipano indica estar em um momento de forte colaboração e com relações mais próximas entre *startups*, mas carecendo das mesmas características quando se fala em universidades.

Os resultados previamente descritos estão dispostos no gráfico 13, de forma a trazer uma visão geral de todos os entrevistados, à exceção do detalhamento dos mecanismos de interação que já foram expostos em sua totalidade no gráfico 12 do capítulo anterior.

Gráfico 13: Visão geral dos elementos analisados na pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

O gráfico 13 ilustra a média de respostas positivas e negativas frente aos elementos estipulados nas categorias de análise. Percebe-se que quase todos os elementos foram expostos de forma positiva pelos entrevistados. O único que se destacou de forma negativa foi o elemento transferência de conhecimento e tecnologia, que foi avaliado de forma predominantemente negativa. Embora entre *startups* tenha havido um maior peso positivo, no geral os entrevistados acreditam que as relações entre os atores envolvidos não proporcionam resultados suficientes.

De maneira geral, compreendeu-se que as relações estabelecidas entre *startups* e entre *startups* e universidades são construídas de maneira informal, sem ou com pouca atuação de atores institucionais. Entre as *startups*, percebeu-se a existência de um espírito de colaboração. As *startups* em estágios iniciais buscam extrair das *startups* em estágios mais avançados os elementos que potencialmente podem encurtar seus caminhos e evitar erros mapeados por empreendedores mais experientes, ao passo que esses se mostram disponíveis para auxiliar os empreendedores mais jovens com o propósito de desenvolver o EE sergipano e aumentar as possibilidades de surgirem novos casos de sucesso em Sergipe.

Já as relações com as universidades indicam ser menos próximas e, quando ocorrem, acontecem por relações não institucionais entre empreendedores e professores e/ou gestores acadêmicos direta ou indiretamente ligados aos campos de empreendedorismo e inovação. Nesse sentido, percebe-se a necessidade de um maior envolvimento das universidades a nível institucional nas relações com as *startups* para

que esses atores estejam mais próximos e consigam dialogar acerca das demandas que sejam necessárias em prol do EE sergipano.

A criação de um ambiente institucional oficial pode facilitar o acesso das *startups* às universidades, centralizando as comunicações em um órgão específico para que as *startups* possam acessar e levar suas demandas à instituição. Esse canal institucional poder ser um meio de conectar as *startups* aos demais centros, departamentos, coordenações e núcleos da universidade que se relacionem com a necessidade de comunicação específica, além de também poder agir como um canal ativo de atração, realizando um cadastro das *startups* que busquem a universidade para que ela também possa acessar novamente essas *startups* de modo facilitado e convidá-las para participar de ações conjuntas.

Para facilitar a visualização das ideias expostas em relação aos resultados que proporcionaram o atingimento dos objetivos específicos propostos na pesquisa, elaborou-se o quadro 29, com a finalidade de sintetizar tais resultados e torná-los de mais fácil compreensão.

Quadro 29: Síntese dos resultados: Respostas aos objetivos

Objetivo	Principais resultados
Investigar as contribuições e/ou impactos percebidas pelas <i>startups</i> por meio das relações estabelecidas com as universidades e outras <i>startups</i> do EE sergipano.	<p>Nessa categoria foram analisados os seguintes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desempenho empreendedor • Aprendizagem empreendedora • Transferência de conhecimento e tecnologia • Troca e compartilhamento de informações • Estímulos à inovação <p>Entre <i>startups</i>, para os empreendedores entrevistados, a percepção da maioria foi que tais relações geram contribuições em todos os elementos analisados.</p> <p>Já entre <i>startups</i> e universidades, a maioria dos empreendedores entrevistados destacou que apenas no elemento estímulos à inovação há uma percepção de contribuição por parte das universidades.</p>
Identificar os benefícios e/ou ganhos obtidos pelas <i>startups</i> a partir das relações estabelecidas com as universidades e com outras <i>startups</i> no EE sergipano.	<p>Relações entre <i>startups</i>:</p> <p>A percepção de benefícios foi geral. Todos os entrevistados destacaram que existem benefícios ao estabelecer relações com outras <i>startups</i> e que esses são satisfatórios. Os principais benefícios apontados foram: troca e/ou compartilhamento de conhecimentos, experiências, tecnologias, ferramentas de trabalho e/ou metodologias; oportunidades de gerar sociedades, parcerias de negócios e/ou comerciais; acesso a mercados, clientes, mão-de-obra e investidores; colaboração entre empreendedores; <i>networking</i> e mentorias.</p> <p>Relações entre <i>startups</i> e universidades:</p> <p>A percepção da maioria foi que existem benefícios, mas eles não são satisfatórios. Nessa perspectiva, os principais benefícios percebidos foram: <i>networking</i> com professores, coordenadores e/ou alunos, acesso a mão-de-obra e conhecimento.</p> <p>Relações entre universidades e <i>startups</i>:</p> <p>A maioria dos entrevistados apontou que existem benefícios e eles são satisfatórios. Os principais benefícios apontados foram: geração de novas <i>startups</i>, contribuição das <i>startups</i> para a geração de outras novas <i>startups</i>,</p>

Verificar as contribuições das universidades para o desenvolvimento de *startups* e do EE sergipano.

geração de novas ideias e inovações, fortalecimento da imagem da instituição e aumento do reconhecimento da instituição.

Contribuições da UFS: O Centro de Empreendedorismo foi um destaque apontado. O CEMP é aberto à comunidade geral, não se restringindo à comunidade acadêmica. Algumas capacitações são feitas em parceria com o SEBRAE-SE e com a UNIT, dentre elas cursos de extensão e de formação complementar, além de mentorias. A Agência de Inovação desenvolve programas como o PICS, IPO, Socialize-se, Minha Patente UFS e Inova TCC, além de mentorias para a escrita e registro de patentes junto ao INPI. Contudo, as ações da AGITTE direcionam-se para a comunidade acadêmica da UFS. Há também o EMPAGRO, que se destaca pelo incentivo à criação de *startups*, mas que também possui limitação institucional à UFS. Quanto aos recursos e estrutura, identificou-se um desafio para que a instituição possa levar mais impacto ao EE sergipano, especialmente quanto à limitação de estrutura física.

Detectar os mecanismos de interação utilizados nas relações entre as *startups* e as universidades no EE sergipano.

Contribuições da UNIT: O destaque foi para o TIC. Além de incubar 19 *startups*, conta com um ambiente atrativo e favorável aos negócios ligados à educação. Quanto à infraestrutura, conta com um espaço colaborativo para *startups* incubadas (*coworking*), um laboratório de prototipagem (FabLab), diversas salas de reunião com estrutura para videoconferências, ambientes colaborativos e auditório para a realização de eventos. Quanto aos eventos, o TIC realiza e apoia eventos próprios e em parceria com outros atores do EE, como o SEBRAE, a ACELERA-SE (Aceleradora de *startups* de Sergipe), a ASES e outros atores da iniciativa privada.

O WhatsApp foi o mecanismo mais utilizado. A ferramenta é utilizada para comunicação entre *startups* por todos os empreendedores entrevistados. Ela também foi destaque quando perguntado o meio usado para estabelecer relações entre *startups* e universidades e entre universidades e *startups*.

O segundo mecanismo foi o de eventos, destacado pela maioria dos empreendedores para gerar conexões tanto entre *startups* como com as universidades.

Os demais mecanismos de interação utilizados foram: Reuniões presenciais, Instagram, e-mail, editais publicados pelas universidades, reuniões virtuais, canal de relações públicas da universidade, Facebook, LinkedIn e telefone.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Por fim, a partir da análise e da discussão dos resultados obtidos e apresentados nos capítulos 5 e 6 desta pesquisa, emergem as conclusões e sugestões para pesquisas futuras, que são expostos no capítulo a seguir.

7. CONCLUSÕES

Esta pesquisa teve por objetivo compreender como são construídas as relações entre as *startups* e universidades e suas influências no desenvolvimento e no sucesso do Ecossistema Empreendedor Sergipano. Assim sendo, identificou-se que as relações construídas entre *startups* e universidades no EE sergipano não são estabelecidas de forma institucional, mas por meio de relações informais entre empreendedores e profissionais das universidades entusiastas dos campos de empreendedorismo e inovação.

Além disso, verificou-se a existência de relações mais próximas entre as *startups* do EE sergipano, notando-se que essas relações são construídas como uma rede de apoio entre as *startups*, que trocam conhecimentos, experiências e informações com o objetivo de facilitar seu desenvolvimento, especialmente quando a relação é construída entre empreendedores com maior e com menor experiência.

Quanto aos objetivos específicos, cada um trouxe resultados complementares e relevantes para fundamentar a visão da construção das relações entre os atores estudados no contexto do EE sergipano. Primeiramente, quanto à caracterização das *startups*, percebeu-se que, dentre os empreendedores entrevistados, há um maior número de *startups* em estágio de tração. Tal fato parece sustentar a interpretação de que os empreendedores mais experientes estabelecem relações com outros menos experientes com vistas a fomentar o empreendedorismo e estimular o desenvolvimento do EE sergipano. Além disso, foram apresentadas informações complementares que facilitaram a interpretação dos demais resultados.

Com relação ao objetivo específico de investigar as contribuições e/ou impactos percebidas pelas *startups* por meio das relações estabelecidas com as universidades e outras *startups* do EE sergipano, evidenciou-se que os empreendedores das *startups* percebem que existem mais contribuições advindas das relações com outras *startups* do que com as universidades, expondo que o impacto que as universidades causam para influenciar no sucesso dessas *startups* é quase imperceptível a elas, dado o contexto e resguardadas algumas exceções já evidenciadas de forma mais aprofundada nos capítulos 5 e 6 de apresentação e discussão dos resultados respectivamente. Diante disso, conclui-se que embora seja evidente que as universidades desempenhem ações e iniciativas para promover e participar do desenvolvimento do EE sergipano, tais ações não são percebidas pelos empreendedores entrevistados, enquanto as contribuições advindas das relações entre *startups* são amplamente percebidas entre eles.

Frente ao objetivo de identificar os benefícios e/ou ganhos obtidos pelas *startups* a partir das relações estabelecidas com as universidades e com outras *startups* no EE sergipano, ficou evidente que a percepção predominante foi que todas as relações proporcionam algum tipo de benefício. Essa visão reforçou a percepção de relação “ganha-ganha”, tanto entre *startups* como entre *startups* e universidades (vice-versa). Com base nessas constatações, é possível concluir que as relações entre os atores analisados são frutíferas e na maioria delas há a percepção de que existem benefícios específicos e evidentes para ambos os grupos de atores entrevistados, sejam *startups* ou universidades.

Já quanto ao objetivo de verificar as contribuições das universidades para o desenvolvimento de *startups* e do EE sergipano, evidenciou-se que tais contribuições existem por parte das duas universidades analisadas. Essas contribuições envolvem incentivos financeiros, estruturais e intelectuais no sentido de oferta de conhecimento e capacitação voltados à aprendizagem empreendedora. Contudo, embora tenha-se identificado a existência dessas contribuições, as *startups* não as percebem. Essa percepção, ou a falta dela, indicam alguns potenciais problemas das universidades que merecem atenção por parte dos gestores das instituições, são eles: 1) Pouca publicidade das contribuições realizadas pela universidade no contexto das *startups*; 2) Distanciamento da universidade com o mercado particular, mais especificamente das *startups*, no sentido de atrair tais atores para dentro do universidade; 3) Falta de um ambiente aberto à comunidade e propício a receber as *startups*, tal como um *hub* de inovação, dentro das universidades.

Destaca-se que a maior parte dos problemas elencados foram atribuídos à UFS por parte dos empreendedores, indicando que a UNIT torna mais fácil e perceptível o envolvimento da comunidade em todas as ações que realiza, embora tenha recebido críticas de alguns entrevistados quanto à percepção de completa abertura para a comunidade.

Por fim, quanto ao objetivo de detectar os mecanismos de interação utilizados nas relações entre as *startups* e as universidades no EE sergipano, foi identificado que os principais mecanismos são o WhatsApp e eventos. A comunicação via WhatsApp acaba sendo mais informal, entre empreendedores e entre *startups* e profissionais das universidades entusiastas do empreendedorismo, conforme já previamente mencionado, por meio de grupos e contato direto. Já os eventos possuem ambos os caracteres, formal e informal. Alguns eventos são organizados pelas universidades e sua divulgação é

realizada nos canais institucionais. Outros são realizados por movimentos organizados por gestores das *startups*, e podem assumir tanto um formato mais formal, envolvendo parceiros e apoiadores, como um caráter mais informal quando são encontros entre empreendedores e reuniões sem pauta formal para discutir temas relativos ao EE entre as *startups*. Um desses eventos, que tem relevância para o EE sergipano, são os encontros programados pelo movimento “Caju Valley”. Eventos realizados mensalmente, buscando conectar as *startups* com outros atores do EE, como o SEBRAE, ASES, BNB e SERGIPETEC, por exemplo. Por tanto, conclui-se que os mecanismos de interação “Whatsapp” e “eventos” são os mecanismos que se mostram mais predominantes e eficientes para que haja o estabelecimento de relações entre atores do EE sergipano.

A partir dessas considerações, elencam-se sugestões para os atores estudados. Em relação aos empreendedores de *startups*, propõe-se que eles se organizem e busquem a universidade para levar suas demandas. Um dos comentários percebidos pelos representantes das universidades, foi que as *startups* não buscam as universidades. Em contrapartida, as os empreendedores de *startups* também pensam que a universidade deve procurá-los, pois “quem empreende não tem tempo a perder”. Nesse cenário, os atores não se aproximam e há um corporativismo que dificulta o estabelecimento e ampliação dessas relações.

Diante desse comportamento de inércia de ambos os lados, podem surgir percepções equivocadas, como a de um comportamento oportunista das *startups* por parte da universidade, visto que a *startup* demonstra que precisa obter benefícios por meio do estabelecimento de relações com as universidades, conforme exposto nos resultados da presente pesquisa, enquanto os empreendedores das *startups* acreditam que a universidade está fechada dentro de seus muros e não se importa com a sociedade. Nesse contexto, se faz importante que os orgulhos e egos sejam postos de lado e que os indivíduos que realmente tenham interesse em alavancar o desenvolvimento do EE sergipano, representantes de startups ou de universidades, sejam mais proativos para que essas relações se tornem próximas.

Quanto às universidades, sugere-se que estas se organizem por meio de seus núcleos, departamentos e/ou centros, mas com o amparo e conhecimento da direção da instituição, para que desta forma possam olhar para o mercado, entender as necessidades e se conectar com todos os atores do EE, inclusive fortemente com as *startups* do estado. A existência de um canal institucional oficial é importante para que as *startups* identifiquem exatamente onde elas precisam ir para conversar com a universidade. Além

disso, esse mesmo canal pode ser de grande valor para a instituição, mapeando as *startups* que buscam a universidade, criando uma base de informações sobre essas empresas para que elas possam ser acessadas de forma rápida e fácil em momentos posteriores.

A pesquisa revelou que existem várias *startups* sergipanas em fase de tração e até de escala, com empreendedores experientes que podem contribuir grandemente para o desenvolvimento da educação empreendedora dentro das IES. As universidades podem usar isso, de forma positiva, atraindo esses empreendedores para ministrarem cursos, palestras, *workshops* e outras atividades que conectem os alunos e a instituição ao mercado. Embora as universidades desempenhem com excelência suas funções primárias de ensino, pesquisa e extensão, muitos docentes não possuem experiência prática de mercado, não tendo passado por posições de gestão empresarial ou experiências empreendedoras, o que faz com que o fortalecimento das relações com *startups* seja de grande valia para compor atividades extracurriculares com os discentes, apresentando a eles uma conexão real com o mercado de trabalho e com o empreendedorismo.

Percebeu-se que parte das relações entre universidades e *startups* se restringem ao seu ecossistema particular. Gestores de *startups* que surgem a partir de relações construídas dentro da universidade como a UFS se conectam mais com indivíduos da própria instituição, da mesma forma ocorre com a UNIT. É evidente que todos anseiam o desenvolvimento do EE sergipano, contudo, para que isso ocorra de forma mais acentuada, os atores precisam estar próximos, conectados e bem relacionados, para que as questões que dizem respeito a cada situação ou ator sejam pautadas, ouvidas e a partir desse ponto ações possam ser realizadas entre eles para sanar esse distanciamento e usar o poder das relações para alavancar o desenvolvimento de qualquer Ecossistema Empreendedor.

Por fim, propõe-se, a partir desse entendimento, que seja estabelecido, organizado e executado um evento recorrente, envolvendo empreendedores de *startups* e representantes institucionais das universidades, além dos professores entusiastas que participam e agem em prol do EE, para promover essa aproximação e facilitar o diálogo entre esses atores.

7.1. Limitações e recomendações para pesquisas futuras

A produção de conhecimento acadêmico-científico sempre apresenta limitações e dificuldades em sua execução. Naturalmente, esta pesquisa também apresenta tais características. Inicialmente, houve dificuldade em acessar os empreendedores, pelo fato

de ainda não existir um mapeamento consolidado do EE sergipano. Tal dificuldade foi sanada em primeiro momento pela rede de relacionamento do próprio pesquisador, que possuía acesso a alguns empreendedores, e no segundo momento por meio de técnica de coleta de dados adotada, de bola de neve, que permitiu o acesso a outros empreendedores por indicação dos primeiros entrevistados.

Outro ponto de dificuldade foi em relação à disponibilidade de documentos e relatórios com dados e informações dos atores do EE. Mais uma vez, isso remete à questão da falta de um mapeamento oficial que torne informações públicas e de acesso facilitado.

Quanto à técnica de amostragem usada de bola de neve, apresentou algumas limitações. Ao mesmo tempo que a técnica foi eficiente em ajudar a superar as dificuldades de acesso, ela impõe limitações no que tange às redes sociais dos entrevistados. Há uma possibilidade de a técnica ocasionar um viés à pesquisa, uma vez que os entrevistados acabam sugerindo pessoas do seu círculo social, o que pode indicar perspectivas parecidas de interpretação das questões abordadas.

Outra limitação se dá com relação ao objeto estudado, o Ecossistema Empreendedor sergipano. Por se tratar de um EE, há uma grande variedade de atores potenciais que poderiam ser analisados, mesmo dentro da delimitação escolhida, o que dificulta a realização de uma análise com maior aprofundamento.

Por fim, outra limitação dá-se devido à delimitação adotada selecionando unicamente *startups* e universidades. Aqui temos dois pontos: 1) Ao delimitar universidades, extinguiram-se as outras IES, tais como faculdades, centros universitários e institutos, a exemplo do Instituto Federal de Sergipe- IFS; e 2) Ao considerar somente *startups* e universidades, as visões dos demais atores não foram considerados, tais como incubadoras, aceleradoras, parques tecnológicos, órgãos governamentais, investidores etc.

Tem-se então as indicações para pesquisas futuras, revelando a importância em manter a temática estudada dada a relevância da temática do empreendedorismo e dos ecossistemas empreendedores para o desenvolvimento econômico e social. Considerando os resultados da presente pesquisa, surgem novas possibilidades para seguir explorando o tema. Assim, apresentam-se as seguintes propostas para pesquisas futuras:

P1: Entender o processo de formação de relações entre demais atores do EE sergipano que não foram considerados neste estudo.

P2: Investigar as relações entre os atores do EE sergipano sob a perspectiva da análise de redes sociais- ARS.

P3: Realizar um estudo comparativo entre o EE sergipano e outro EE no Brasil com condições semelhantes.

P4: Utilizar a presente pesquisa como referência para a realização de novos estudos em outros EE.

P5: Criar uma escala que permita medir o impacto das relações entre atores de um EE e como essas relações influenciam no seu desenvolvimento.

P6: Estudar as contribuições de outros atores do EE que fomentem a criação e o desenvolvimento de *startups*.

Destaca-se que as sugestões realizadas podem ser aplicadas em pesquisas qualitativas e quantitativas, assim como desenvolvidas em diferentes contextos, tais como ambientes locais, regionais ou nacionais.

Por fim, o próximo capítulo apresenta o relatório com uma sumarização da pesquisa para que seja apresentado aos atores entrevistados do EE sergipano, assim como à comunidade empreendedora Caju Valley, atendendo finalmente ao último objetivo específico elencado de “elaborar um relatório sumarizado com os resultados da pesquisa para que seja apresentado aos atores entrevistados”.

8. RELATÓRIO À COMUNIDADE EMPREENDEDORA SERGIPANA

Este documento foi escrito para apresentar de forma objetiva os resultados da pesquisa de título “RELAÇÕES ENTRE ATORES DE UM ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR: ANALISANDO STARTUPS E UNIVERSIDADES DE SERGIPE” desenvolvida pelo pesquisador Marcelo Rezende Martins, sob a orientação da professora Dra. Maria Elena Leon Olave, do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFS aos atores do Ecosistema Empreendedor sergipano, em especial à comunidade empreendedora Caju Valley.

A pesquisa teve o objetivo principal de compreender como são construídas as relações entre as *startups* e universidades e suas influências no desenvolvimento e no sucesso do Ecosistema Empreendedor (EE) Sergipano. Para atingir esse objetivo, os seguintes elementos também foram investigados:

- Como as universidades contribuem para o desenvolvimento de *startups* e do Ecosistema de empreendedorismo e inovação;
- Como essas contribuições são percebidas pelos empreendedores de *startups* sergipanos;
- Quais benefícios são percebidos pelos empreendedores de *startups* sergipanos;
- Quais são os canais de comunicação utilizados para estabelecer relações.

Este relatório tem por finalidade facilitar o acesso aos resultados da pesquisa de forma simples. A estrutura de pesquisa em sua forma completa não será exposta aqui. Caso o leitor tenha interesse em conhecer a pesquisa em sua totalidade, ela estará disponível na Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações e no Repositório Institucional da Universidade Federal de Sergipe. O leitor também pode entrar em contato diretamente o pesquisador por meio do endereço de e-mail (ntmarcelo@gmail.com) ou do telefone (79) 99139-4343. Para reduzir o texto, alguns atores e iniciativas foram abreviados em siglas que estão descritas na última página deste relatório.

8.1. Contribuições mapeadas

8.1.1. Contribuições da Universidade Federal de Sergipe

Foram entrevistados quatro professores da UFS diretamente ligados a programas, coordenações, núcleos ou centros de empreendedorismo e/ou inovação. As principais ações da UFS para contribuir com a criação de *startups* e para o fomento do EE são:

- **Programa de Indução à Criação de Startups (PICS):** Criado em 2021 pela Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia (AGITTE), tem por objetivo estimular a criação de *startups* e contribuir com o desenvolvimento socioeconômico. O programa conta com a parceria do SERGIPETEC e da ACELERA-SE e proporciona capacitação empreendedora com outros atores do ecossistema sergipano (UFS, SEBRAE, SERGIPETEC, ACELERASE, TIC e INPI).
- **Inova Pós (IPO):** Criado em 2022 pela AGITTE, é um programa que visa ampliar o relacionamento da universidade com a sociedade, desenvolvendo projetos inovadores em parcerias com empresas. O programa disponibiliza auxílios financeiros para estudantes de pós-graduação que tenham a possibilidade de desenvolver tais projetos.
- **Socialize-se:** Criado em 2022 pela AGITTE, busca fomentar o desenvolvimento de soluções inovadoras para problemas sociais, incentivando atividades ou ações continuadas que promovam qualidade de vida para a sociedade. O propósito é envolver a comunidade acadêmica e a sociedade para fomentar a troca de saberes, promover cooperação e desenvolver soluções inovadoras.
- **Minha patente:** Criado em 2021 pela AGITTE, o programa oferta auxílios financeiros para estudantes de graduação e pós-graduação, além de vagas voluntárias, para capacitar os participantes no pedido de patentes/modelos de utilidade ou registro de *software*, contando com mentorias e capacitações junto ao INPI.
- **Inova TCC:** Criado em 2022 pela AGITTE, tem o objetivo de engajar os alunos de graduação da UFS no processo de desenvolvimento de TCC, Projeto Final ou Monografia que contemplem propostas inovadoras para a criação de novos processos, produtos, metodologias e serviços. O programa disponibiliza orientações, mentorias e treinamentos presenciais e virtuais com professores de mercado ligados às áreas de atuação dos temas apresentados e conta com a parceria do SEBRAE.
- **Empreenda Agro Sustentável:** Criado em 2021 pelo EMPAGRO, é um programa de estímulo à criação de *startups*. Ele disponibiliza aos estudantes conhecimentos sobre empreendedorismo e negócios,

orientando os alunos na prática para criar soluções para problemas reais, buscando criar *startups* para resolver esses problemas.

- **Centro de Empreendedorismo:** O CEMP é um centro da UFS aberto à comunidade que conta jornadas e trilhas de aprendizagem para professores, alunos, técnicos e gestores administrativos, membros do próprio CEMP, empresas juniores, potenciais empreendedores e para a comunidade de forma geral. Atua com capacitações feitas em parceria com o SEBRAE-SE e com a UNIT. Essas jornadas englobam cursos de extensão e de formação complementar, além de mentorias. Apesar de abranger diversos públicos, as ações do CEMP ocorrem por meio de editais.

Quase todas as iniciativas da UFS que foram mapeadas se voltam para a comunidade acadêmica interna da UFS, restringindo-se a estudantes da própria universidade. A exceção foi o CEMP. Outras ações com características mais acadêmicas existem, como programas de graduação e pós-graduação em administração e o programa de pós-graduação em propriedade intelectual, por exemplo, que desenvolvem pesquisas voltadas para o empreendedorismo e inovação.

Percebeu-se que não há na UFS uma infraestrutura física aberta a *startups* de fora da universidade, que acolha o EE de forma geral. Sugere-se à gestão da UFS que dedique atenção e movimento esforços para criar um ambiente favorável à recepção de empresas – como um hub de inovação, por exemplo – para que a iniciativa privada, em especial as *startups* sergipanas, tenham um local específico para se conectar com a universidade.

Outro ponto percebido foi que a UFS não torna evidente para a comunidade as ações que são desenvolvidas pela instituição. Não há um canal institucional de comunicação que centralize e publicite essas iniciativas. Elas acabam sendo divulgadas de forma descentralizada e individual nos canais de comunicação próprios de cada centro, núcleo ou departamento. Sugere-se à UFS que organize uma comunicação institucional para tornar perceptível à sociedade as ações que vêm sendo desenvolvidas pela universidade.

8.1.2. Contribuições da Universidade Tiradentes

Foram entrevistados três professores da UNIT diretamente ligados a programas, coordenações, núcleos ou centros de empreendedorismo e/ou inovação. As principais ações da UNIT para contribuir com a criação de negócios e para o fomento do EE são:

- **Tiradentes *Innovation Center* (TIC):** O TIC é um centro de inovação e empreendedorismo localizado dentro do território da UNIT. Apesar de estar dentro da universidade, possui uma personalidade jurídica (CNPJ) própria. Porém pertence ao Grupo Tiradentes. Com isso, existe uma relação entre a UNIT quanto instituição de ensino e pesquisa e o TIC como centro de desenvolvimento de inovação e empreendedorismo. Quanto à infraestrutura disponibilizada, o TIC conta com um espaço colaborativo para as *startups* incubadas (*coworking*), um laboratório de prototipagem (FabLab), diversas salas de reunião com estrutura para videoconferências, salas com ambientes colaborativos e um auditório para a realização de eventos. Nessa linha de eventos, o TIC realiza e apoia eventos próprios e em parceria com outros atores do EE, como o SEBRAE, a ACELERA-SE, a ASES e outros atores da iniciativa privada. São *hackatons*, *bootcamps* e outros eventos com a finalidade de estimular o desenvolvimento do EE sergipano. Também atua como uma incubadora de *startups*, sendo que até a data da pesquisa contava com 19 *startups* incubadas.

Além do TIC, a UNIT conta com uma parceria com o SEBRAE junto a professores com carga horária exclusiva para proporcionar trilhas de empreendedorismo dentro dos cursos de graduação, abrangendo diversas áreas. Existem também ações da universidade para conectar os estudantes com a sociedade, utilizando metodologia baseada em projetos para levantar demandas da sociedade e trabalhá-las em projetos com os alunos para levar um resultado para a sociedade. Essas ações são destinadas a estudantes da própria universidade, enquanto o TIC é aberto à comunidade. Ainda quanto ao TIC, o laboratório de prototipagem, alguns eventos e o espaço são abertos à visita da comunidade. A incubadora também é aberta à comunidade, desde que as *startups* incubadas desenvolvam soluções para o mercado de educação. Essa é uma decisão apontada como estratégica pelo Grupo Tiradentes.

8.1.3. Percepção das contribuições pelos empreendedores

Os empreendedores entrevistados realizaram críticas às duas universidades. **Em relação à UFS**, a percepção é que a instituição é fechada e não se relaciona com os empreendedores, e que as ações da universidade são restritas à comunidade acadêmica. Outro ponto criticado foi em relação à publicidade das pesquisas, que na maioria das vezes se restringem aos canais acadêmicos, como os repositórios institucionais, e que não

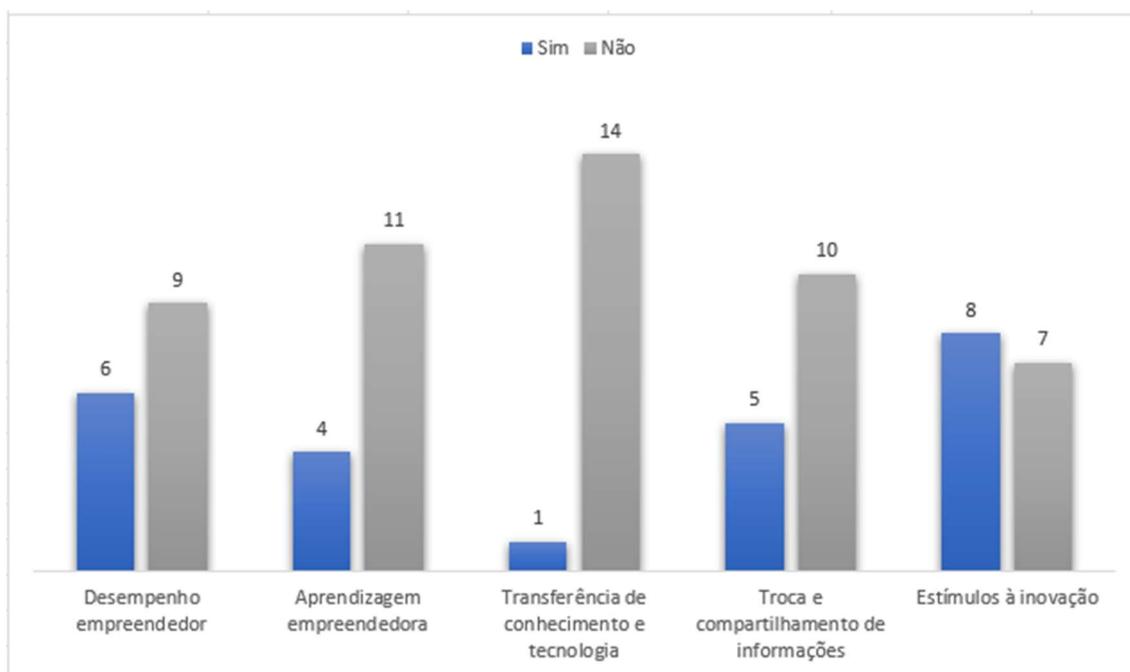
são canais acessados pelos empreendedores, além do fato de as pesquisas não terem sua escrita sumarizada e simplificada para a leitura de não acadêmicos.

Os empreendedores entrevistados falaram que “já cansaram” de responder pesquisas sem ter retorno da universidade. Sugere-se à universidade implementar uma política interna de divulgação de resultados, ao menos diretamente aos participantes da pesquisa.

Já **em relação à UNIT**, a principal crítica foi frente à percepção de a UNIT ser uma instituição “fechada”. Apesar de as ações do TIC serem, em sua maioria, abertas à sociedade, muitos empreendedores não têm essa percepção e acabam não se relacionando com a instituição. Outro ponto percebido, foi que as *startups* do TIC possuem um micro ecossistema interno, onde estabelecem relações mais próximas. Sugere-se à UNIT e ao TIC que realizem comunicações abertas aos empreendedores de *startups* não incubadas na instituição para que sejam convidados a participar de eventos colaborativos, *brainstormings* e rodas de conversa entre empreendedores, com o objetivo de ampliar a relação entre *startups* do TIC com *startups* de fora da instituição.

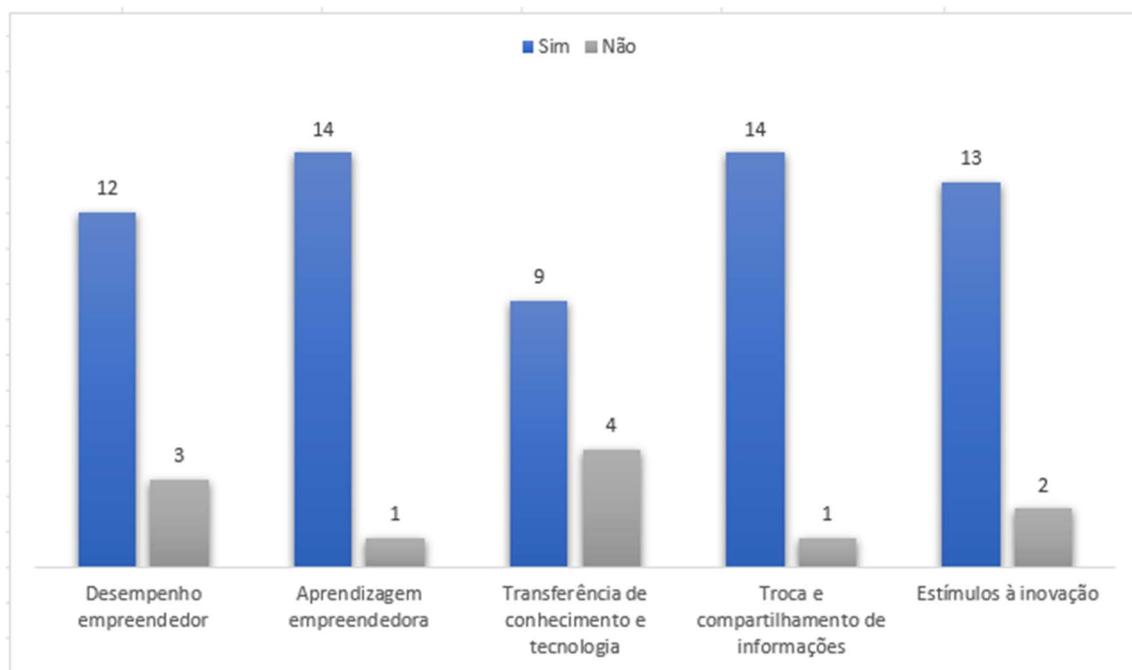
8.1.4. Percepções gerais das contribuições

Alguns elementos foram selecionados para analisar a percepção de contribuição das universidades pelos empreendedores. Foram quinze empreendedores entrevistados. O gráfico a seguir expõe as percepções deles frente a cada elemento:



É perceptível que os empreendedores, em sua maioria, não percebem contribuições das universidades frente aos elementos selecionados para analisar as relações entre startups e universidades. O único elemento em que a maioria dos empreendedores percebe que há contribuição por parte da universidade foi frente aos estímulos à inovação.

Os mesmos elementos também foram analisados nas relações entre *startups*. O gráfico seguinte apresenta essas percepções:



É evidente que, entre *startups*, a percepção de contribuição é muito maior. Todos os elementos foram avaliados de forma positiva quando a relação ocorre de *startup* para *startup*. Há no EE sergipano um comportamento colaborativo entre *startups*, favorecendo as relações entre elas.

Nesse ponto, sugere-se que as universidades estejam mais atentas às possíveis necessidades das *startups*. Ficou perceptível durante as entrevistas que há uma relação de orgulho entre esses atores (*startups* e universidades), onde as universidades acreditam que as *startups* precisam procurá-las para levar a elas suas demandas, enquanto as *startups* acreditam que as universidades precisam buscá-las, pois empreendedores possuem muitas atividades e preocupações com seus negócios para ainda terem que ir buscar as universidades para desenvolver alguma atividade colaborativa.

Para que o EE siga evoluindo, é necessário que essas relações sejam mais próximas. Sugere-se às universidades que, para facilitar o acesso e comunicação às *startups* sergipanas, busquem os líderes dos movimentos de *startups*, seja via Associação

Sergipana de Startups (ASES) ou a comunidade Caju Valley, para que as relações entre esses atores se tornem mais próximas e que mais ações possam ser realizadas entre *startups* e universidades.

8.2. Benefícios mapeados

8.2.1. Benefícios percebidos pelos empreendedores: Relação startup-startup

Os benefícios mais apontados pelos empreendedores entrevistados e originados das relações entre *startups* foram:

- Troca e/ou compartilhamento de conhecimentos;
- Troca e/ou compartilhamento de experiências;
- Troca e/ou compartilhamento tecnologias, ferramentas de trabalho e/ou metodologias;
- Oportunidades de gerar sociedades, parcerias de negócios e/ou comerciais;
- Acesso a mercados, clientes, mão-de-obra e investidores;
- Colaboração entre empreendedores;
- *Networking*;
- Mentorias.

Entre *startups*, a percepção de benefícios obtidos por meio das relações construídas no EE foi bem diversa. De forma geral, os empreendedores apontaram que esses benefícios são satisfatórios. Há uma sensação de que não há necessidade da existência de benefícios ao manter relações entre startups, havendo a manifestação de uma cultura colaborativa, onde as relações são de ganho mútuo.

8.2.2. Benefícios percebidos pelos empreendedores: Relação startup-universidade

Quanto às relações entre *startups* e universidades, os principais benefícios percebidos pelos empreendedores entrevistados foram:

- *Networking* com professores, coordenadores e/ou alunos;
- Acesso a mão-de-obra;
- Conhecimento.

A percepção de benefícios obtidos por se relacionarem com universidades foi mais limitada. Poucos benefícios foram evidenciados e, em sua maioria, os entrevistados apontaram que esses benefícios não são satisfatórios. Os empreendedores acreditam, em sua maioria, que é necessário que exista algum benefício para a *startup* ao manter relações

com universidades, sejam simplesmente por publicidade, de fazer com que a *startup* seja conhecida por mais pessoas, até acessar oportunidades de clientes e/ou parcerias por meio de relações que ocorram direta ou indiretamente com a universidade.

8.2.3. Benefícios percebidos pelas universidades: Relação universidade-startup

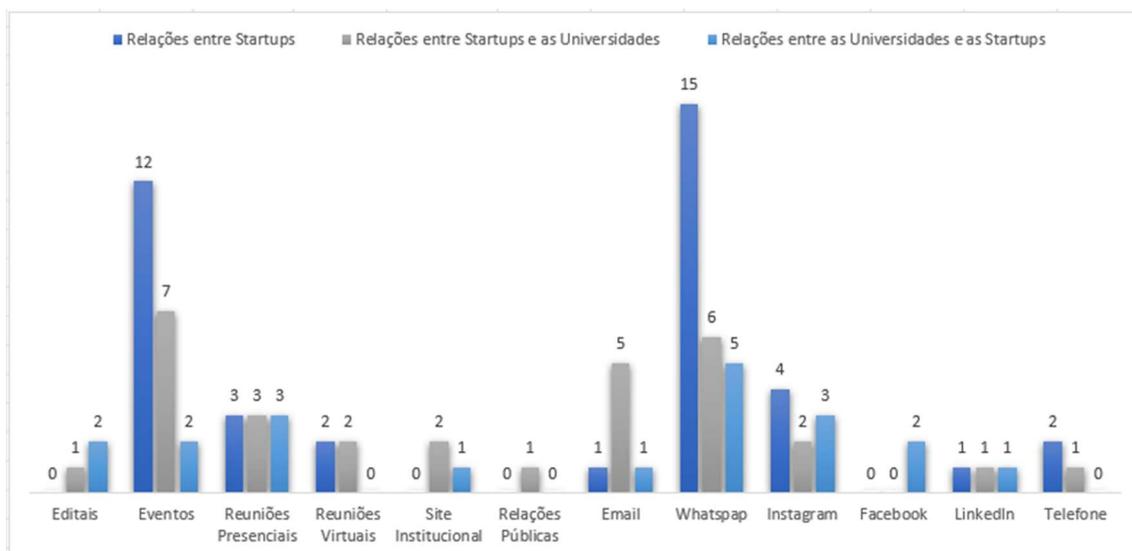
Para os entrevistados que representaram as universidades, a visão desses benefícios se volta para uma percepção mais ligada ao impacto social do empreendedorismo. Os principais benefícios percebidos foram:

- Geração de novas *startups*;
- Contribuição das *startups* para a geração de outras *startups*;
- Geração de novas ideias e inovações;
- Fortalecimento da imagem da instituição;
- Aumento do reconhecimento da instituição.

De forma geral, todos os entrevistados indicaram que existem benefícios que surgem por meio do estabelecimento de relações entre *startups* e universidades no EE sergipano. Há uma impressão de que há um clima de ganho mútuo nessas relações, apontado como “ganha-ganha”, o que sugere a existência uma cultura de colaboração no EE.

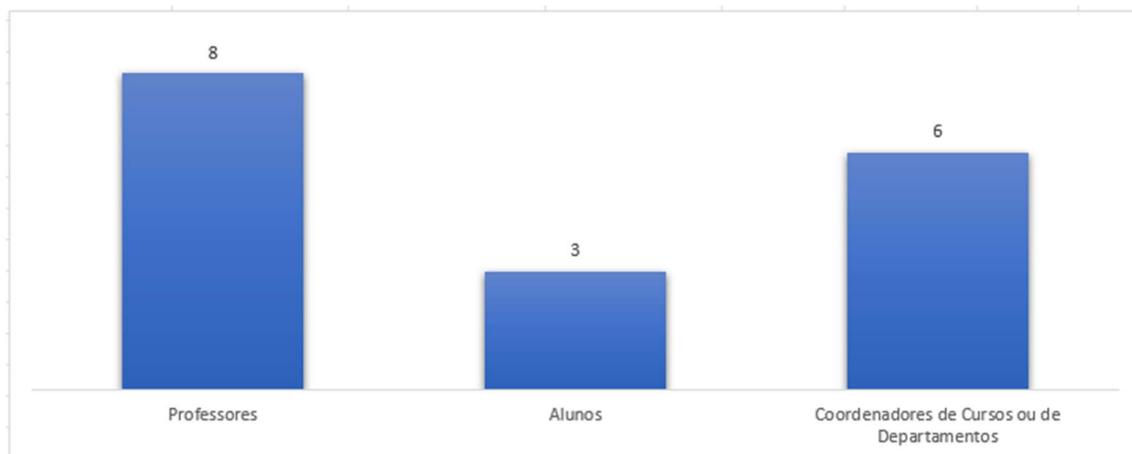
8.3. Canais e pontos de comunicação

O gráfico a seguir ilustra os canais de comunicação utilizados para estabelecer relações entre os atores estudados:



É visível que os principais canais de comunicação são Whatsapp e eventos. Alguns outros foram citados, mas não receberam tanta atenção quanto esses dois.

Foi perguntado aos empreendedores quem são os principais pontos de contato para manter relações com as universidades:



Nesse ponto, ficou evidente que as comunicações não são realizadas de forma institucional, mas sim entre empreendedores e pessoas de interesse específicas, geralmente professores entusiastas do empreendedorismo que estão à frente de alguma iniciativa, centro, núcleo ou departamento, ou os próprios alunos das instituições. Quanto a isso, sugere-se que as universidades, quanto instituições, estabeleçam canais institucionais oficiais e abertos para facilitar o contato receptivo com as *startups*.

8.4. Conclusões

Foi constatada a existência de relações mais próximas entre as *startups* do EE sergipano, notando-se que essas relações são construídas como uma rede de apoio entre as *startups*, que trocam conhecimentos, experiências e informações com o objetivo de facilitar seu desenvolvimento, especialmente quando a relação é construída entre empreendedores com maior e com menor experiência.

Foi percebido que os empreendedores das *startups* enxergam que existem mais contribuições que surgem das relações com outras *startups* do que com as universidades, expondo que o impacto que as universidades causam para influenciar no sucesso dessas *startups* é quase que imperceptível a elas.

Quanto aos benefícios, ficou evidente que a percepção predominante foi que todas as relações proporcionam algum tipo de benefício. Essa visão reforçou uma percepção de relação “ganha-ganha”, tanto entre *startups* como entre *startups* e universidades (vice-versa).

Percebeu-se que parte das relações entre universidades e *startups* se restringem ao seu ecossistema particular. Gestores de *startups* que surgem a partir de relações construídas dentro da UFS se conectam mais com indivíduos da própria instituição e da mesma forma ocorre com a UNIT. É evidente que todos anseiam o desenvolvimento do ecossistema. Contudo, para que isso ocorra de forma mais acentuada, os atores precisam estar mais próximos, conectados e bem relacionados, para que as questões que dizem respeito a cada situação ou ator sejam pautadas, ouvidas e a partir desse ponto ações possam ser realizadas entre eles para sanar esse distanciamento e usar o poder das relações para alavancar o desenvolvimento do EE sergipano.

Por fim, propõe-se, a partir desse entendimento, que seja estabelecido, organizado e executado um evento recorrente, envolvendo empreendedores de *startups* e representantes institucionais das universidades, além dos professores entusiastas que participam e agem em prol do EE, para promover essa aproximação e facilitar o diálogo entre esses atores.

Infográfico: <https://11nk.dev/Moabw>

8.5. Lista de siglas

AGITTE	Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia
ASES	Associação Sergipana de <i>Startups</i>
CEMP	Centro de Empreendedorismo
EE	Ecossistema Empreendedor
EMPAGRO	Empreenda Agro
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IPO	Inova Pós
PICS	Programa de Indução à Criação de Startups
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SERGIPETEC	Sergipe Parque Tecnológico
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
TIC	Tiradentes <i>Innovation Center</i>
UFS	Universidade Federal de Sergipe
UNIT	Universidade Tiradentes

REFERÊNCIAS

- ABSTARTUP – Associação Brasileira de *Startups*. **Mas afinal, o que são startups?** 2021. Disponível em: <https://abstartups.com.br/2017/07/05/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 30 out. 2022.
- ABSTARTUP – Associação Brasileira de *Startups*. **Fases de uma startup: saiba tudo sobre cada etapa.** 2019. Disponível em: <https://abstartups.com.br/fases-de-uma-startup-saiba-tudo-sobre-cada-etapa/>. Acesso em: 30 out. 2022.
- ACS, Z. J.; AUDRETSCH, D. B.; LEHMANN, E. E.; LICHT, G. National systems of innovation. **The Journal of Technology Transfer**, v. 42, n. 5, p. 997-1008, 2017. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9481-8>
- ADNER, R. Match Your Innovation Strategy to Your Innovation Ecosystem. **Harvard Business Review**, v. 84, ed. 4, p. 1-11, 2006.
- ADNER, R.; KAPOOR, R. Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. **Strategic Management Journal**, v. 31, n. 3, p. 306-333, 2010.
- AGUIAR, F. F. **Um modelo de conhecimento para empreendimentos criados por egressos de universidades brasileiras.** Dissertação (Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.
- ALEXY, O., GEORGE, G., SALTER, A.J. Cui bono? The selective revealing of knowledge and its implications for innovative activity. **Academy of Management Review**, v. 38, n. 2, p. 270–291, 2013.
- ALLAHAR, H.; BRATHWAITE, C. Business incubation as an instrument of innovation: the experience of South America and the Caribbean. **International Journal of Innovation**, v. 4, n. 2, p. 71-85, 2016.
- ALVERDALEN, J.; BOSCHMA, R. A critical review of entrepreneurial ecosystems research: towards a future research agenda. **European Planning Studies**, v. 25, n. 6, p. 887-903, 2017.
- ARAÚJO, A. C. M. *et al.* Análise da competitividade do cluster de confecções de Caruaru-PE. In: XXXVI ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 10, 2016, João Pessoa. Anais [...]. João Pessoa: USP, 2016. p. 01-11.
- AUDRESTSCH, D. B. Firm growth and innovation. **Small Business Economics**, v. 43, n. 4, p. 743-749, 2014.
- AUDRETSCH, D. B.; CRUZ, M.; TORRES, J. Revisiting Entrepreneurial Ecosystems. Policy Research Working Papers, 10229. World Bank, Washington, 2022.
- AUDRETSCH, D. B.; CUNNINGHAM, J. A.; KURATKO, D. F.; LEHMANN, E. E.; MENTER, M. Entrepreneurial ecosystems: economic, technological, and societal impacts. **The Journal of Technology Transfer**, v. 44, n. 2, p. 313-325, 2019. <https://doi.org/10.1007/s10961-018-9690-4>
- AUTIO, E; KENNEY, M; MUSTAR, P; SIEGEL, D; WRIGHT, M. Entrepreneurial innovation: the importance of context. **Research Policy**, v. 43, n. 7, p. 1097-1108, 2014. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.01.015>

- AUTIO, E.; NAMBIAN, S.; THOMAS, L. D.; WRIGHT, M. Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 12, n. 1, p. 72-95, 2018. <https://doi.org/10.1002/sej.1266>
- AUTIO, E.; THOMAS, L. D. W. Innovation ecosystems: implications for innovation management? **The Oxford Handbook of Innovation Management**, 2014.
- AZEVEDO, P.; CÁRIO, S. A. Arranjo institucional e sistema de inovação: interação UFSC e Petrobras. **Revista Econômica**, v. 20, n. 2, 2018.
- BAHRAMI, H.; EVANS, S. Flexible re-cycling and high-technology entrepreneurship. **California Management Review**, v. 17, n. 3, p. 62-89, 1995.
- BAIYERE, A. Fostering Innovation Ecosystems - Note on the 2017 ISPIM Innovation Forum. **Technovation**, v. 69, n. 1, 2018.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BATESON, G. *Mind and Nature: A necessary unity*. Nova Iorque: Dutton, 1979.
- BATTISTELLA, C. *et al.* Methodology of business ecosystems network analysis: A case study in Telecom Italia Future Centre. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 80, n. 6, p. 1194-1210, 2013.
- BELLINI, E.; PIROLI, G.; PENNACCHIO, L. Collaborative know-how and trust in university–industry collaborations: empirical evidence from ICT firms. **Journal of Technology Transfer**, 44, p. 1939–1963, 2019.
- BIERNACKI, P.; WALDORF, D. Snowball sampling: problems and techniques of chain referral sampling. **Sociological Methods & Research**, v. 10, n. 2, 1981.
- BLANK, S. **The Four Steps to the Epiphany**. 3ª Ed. Berkeley: K&S Ranch, 2007.
- BLANK, S.; DORF, B. **Manual do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Altas Book, 2012.
- BLANK, S.; STEVEN, G.; DORF, B. **The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company**. California: K&S Ranch Publishing Division, v.1, 2011.
- BORTOLASO, I.; VERSCHOORE, J. R.; VALLE, J. A. Estratégias Cooperativas: avaliando a gestão da estratégia em redes de pequenas e média empresas. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 14, n. 45, p. 419-437, 2012.
- BOTELHO, M. R. A.; CARRIJO, M. C.; KAMASAKI, G. Y. Inovações, Pequenas Empresas e Interações com Instituições de Ensino/Pesquisa em Arranjos Produtivos Locais de Setores de Tecnologia Avançada. **Revista Brasileira de Inovação**, Rio de Janeiro (RJ), v. 6, n. 2, p. 331-371, 2007.
- BRAMWELL, A.; WOLFE, D. A. Universities and regional economic development: The entrepreneurial University of Waterloo. **Research Policy**, v. 37, n. 8, p. 1175-1187, 2008. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.04.016>.
- BROWN, R.; MASON, C. Inside the high-tech black box: a critique of technology entrepreneurship policy. **Technovation**, v. 34, n. 12, p. 773-784, 2014.
- BROWN, R.; MASON, C. Looking inside the spiky bits: A critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. **Small Business Economics**, v. 49, n. 1, p. 11–30, 2017. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9865-7>.

- BURATTI, M. *et al.* The dynamics of entrepreneurial ecosystems: An empirical investigation. **R&D Management**, p. 1-19, 2022. <https://doi.org/10.1111/radm.12565>
- CAMPOS, H.; CARIO, S.; BITTENCOURT, P. F. Cooperação universidade – pequenas e médias empresas para desenvolvimento inovativo: uma análise a partir de microdados da Argentina. **Revista Pymes, Innovación y Desarrollo**, v. 8, n. 2, p. 72-95, 2020.
- CANNAVACCIUOLO, L.; IANDOLI, L.; PONSIGLIONE, C.; ZOLLO, G. Learning by failure vs learning by habits: entrepreneurial learning micro-strategies as determinants of the emergence of co-located entrepreneurial networks. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research**, v. 23, n. 3, p. 524-546, 2017.
- CANTNER, U. *et al.* Entrepreneurial ecosystems: A dynamic lifecycle model. **Small Business Economics**, v. 57, n. 1, p. 407-423, 2021.
- CAO, Z.; SHI, X. A systematic literature review of entrepreneurial ecosystems in advanced and emerging economies. **Small Business Economics**, v. 57, p. 75-110, 2021. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00326-y>.
- CARAYANNIS, E. G.; GRIGOROUDIS, E.; WURTH, B. OR for entrepreneurial ecosystems: A problem-oriented review and agenda. **European Journal of Operational Research**, v. 300, n. 3, p. 791-808, 2021.
- CARVALHO, L. M. C.; VIANA, A. B. N.; MANTOVANI, D. M. N. O Papel da FAPESP no Ecosistema Empreendedor do Estado de São Paulo. **RACEF**, v. 7 n. 1, p. 84-101, 2016.
- CAVALLO, A.; GHEZZI, A.; BALOCCO, R. Entrepreneurial ecosystem research: present debates and future directions. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 15, n. 4, p. 1291–1321, 2019.
- CBINSIGHTS. **The Top 12 Reasons Startups Fail**. 2021. Disponível em: <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>. Acesso em: 02 nov. 2022.
- CELUCH, K.; BOURDEAU, B.; KHAYUM, M.; TOWNSEND, L. The role of the university in accelerated learning and innovation as a regional ecosystem integrator. **Journal of Research in Innovative Teaching & Learning**, v. 10, n. 1, p. 34-47, 2017.
- CENTELHA. O Programa Centelha. 2022. Disponível em: <https://programacentelha.com.br/programa/>. Acesso em: 22 nov. 2022.
- CHEN, J. *et al.* Entrepreneurial ecosystems: What we know and where we move as we build an understanding of China. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 32, n. 5-6, p. 370-388, 2020.
- CHIM-MIKI, A. F.; LEAL, N. M. da Mata; MOREIRA, V. F. Um método para identificação de arquétipo de rede na dinâmica de coopetição. **Pensamiento y Gestión**, n. 48, p. 265-282, 2020.
- COHEN, B. Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. **Business Strategy and the Environment**, vol. 5, n. 1, p. 1-14, 2006.
- COLOMBELLI, A.; PAOLUCCI, E.; UGHETTO, E. Hierarchical and relational governance and the life cycle of entrepreneurial ecosystems. **Small Business Economics**, v. 52, n. 2, p. 505–521, 2019. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9957-4>.

- COLOMBO, M. G.; PIVA, E. Start-ups launched by recent STEM university graduates: The impact of university education on entrepreneurial entry. **Research Policy**, v. 49, n. 6, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.103993>
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de pesquisa em administração. 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- CORDEIRO, M. C. F.; SPOLADORE, T. Ecosistemas empreendedores: análise do caso brasileiro. **Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis**, v. 6, n. 2, p. 83-94, 2021.
- COSTA NETO, E. C.; PERIN, M. G.; FERREIRA, G.C. Transferência de conhecimento: perspectiva empresarial. **Revista de gestão e tecnologia**, v. 19, n. 2, p. 195-216, 2019.
- COUTINHO E SILVA, K. **O papel das instituições de ensino superior na dinamização de ecossistemas empreendedores**. Projeto (Mestrado em Ciências Empresariais) – Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Ciências Empresariais, Setúbal, 2022.
- CRESWELL, J. W.; CRESWELL, J. D. **Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Penso, 2021.
- CROWNE, M. Why software product startups fail and what to do about it. IN: Proceedings of the International Engineering Management Conference (IEMC), p. 338-343, 2000.
- CUKIER, D.; KON, F.; KRUEGER, N. **Towards a software startup ecosystems maturity model**. Technical report RT-MAC-2015-03. São Paulo: University of São Paulo, Department of Computer Science, 2015.
- CUKIER, D.; KON, F.; LYONS, T. S. Software startup ecosystems evolution: The New York City case study. 2nd International Workshop on Software Startups, IEEE International Technology Management Conference, Trondheim, 2016.
- CUNHA, N. C. V. D. Mecanismos de interação universidade-empresa e seus agentes: o gatekeeper e o agente universitário de interação. **REAd**, v. 5, n. 1, p. 35-47, 1999.
- DAHLSTRAND, A. L. Technology-based entrepreneurship and regional development: the case of Sweden. **European Business Review**, v. 19, n. 5, p. 373-384, 2007.
- DE OLIVEIRA, F.; FREITAS FILHO, F.; LANZER, E. Coworking spaces as hotbeds to the entrepreneurial ecosystem: The Brazilian case the CUBO. **Espacios**, v. 37, n. 27, art. no. 19, 2016.
- DISTRITO. Como levantar recurso para sua startup, do Pré-seed até Série A. 2020. Disponível em: <https://distrito.me/blog/como-levantar-recurso-para-sua-startup-do-pre-seed-ate-serie-a/>. Acesso em: 11 jun. 2023.
- DISTRITO. Quem Somos? 2022. Disponível em: <https://distrito.me/quem-somos/>. Acesso em: 22 nov. 2022.
- DUBINI, P. The influence of motivations and environment on business start-ups: Some hints for public policies. **Journal of Business Venturing**, v. 4, n.1, p. 11-26, 1989.
- ETZKOWITZ, H. The evolution of the entrepreneurial university. **International Journal of Technology and Globalization**, v. 1, n. 1, p. 64-78, 2004.
- ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. The Triple Helix – University-Industry-Government relations: A laboratory for knowledge based economic development. **EASST Review**, v. 14, p. 14-19, 1995.

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.

ETZKOWITZ, H.; ZHOU, C. Hélice Tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. **Estudos Avançados**, v. 31, n. 90, p. 23-48, 2017.

FACCIN, K.; BALESTRIN, A. Práticas colaborativas em P&D: um estudo na indústria brasileira de semicondutores. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 16, n. 6, p. 190-219, 2015.

FAN, P.; WAN, G.; LU, M. China’s Regional Inequality in Innovation Capability. **China & World Economy**, v. 20, n. 3, p. 16-36, 2012.

FELIZOLA, M. P. M. **As Startups Sergipanas**: um estudo de caso do Caju Valley. Dissertação (Mestrado em Ciência da Propriedade Intelectual) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2016.

FELIZOLA, M. P. M.; ARAGÃO, I. M. Ecosistema de inovação em Sergipe – As dificuldades das startups. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO, X EGEPE, 2010.

FELIZOLA, M. P. M.; ARAGÃO, I. M. O ecossistema sergipano de inovação – Atores e lacunas. **Revista Práxis**, v. 19, n. 1, p. 190-217, 2022.

FERASSO, M.; TAKAHASHI, A.; GIMENEZ, F. Ecosistemas de Inovação: uma metasíntese. In: GIMENEZ, F.; CAMARGO, E.; MORAES, A.; KLOSOWSKI, F. (Orgs). Inovação e Cooperação: a relação universidade-empresa. Agência de Inovação UFPR, Curitiba: UFPR, 2015.

FERNANDES, A. J.; FERREIRA, J. J. Entrepreneurial ecosystems and networks: a literature review and research agenda. **Review of Managerial Science**, v. 16, p. 189-247, 2021.

FERRAZ, I. N.; DORNELAS, J. S. Repertório compartilhado de recursos em comunidades virtuais de prática: um estudo dos mecanismos de interação, organização e controle em grupos de pesquisa científica. **Organizações & Sociedade**, v. 22, n. 72, p. 99-122, 2015.

FERRETTI, M.; PARMENTOLA, A. Technological learning and innovation systems in developing countries: the example of Dubai. **International Journal of Technoentrepreneurship**, vol. 3, n. 1, p. 37-59, 2015.

FIGUEIREDO, M. L. A. **Sistema Regional de Inovação**: uma análise da comunicação entre os atores. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade. p. 214, 2020. Disponível em: https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/4839/1/CT_PPGTE_M_Figueiredo%2C_Maria_de_Lourdes_Alves_2020.pdf

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 6-28, 1999.

FINEGOLD, D. Creating self-sustaining, high-skill ecosystems. **Oxford Review of Economic Policy**, v. 15, n. 1, p. 60-81, 1999.

FOSTER, G.; SHIMIZU, C. Entrepreneurial ecosystems around the globe and company growth dynamics. In Annual Meeting of the New Champions 2013, p. 1-36, 2013.

Recuperado a partir de:
http://www3.weforum.org/docs/WEF_EntrepreneurialEcosystems_Report_2013.pdf

FRASER, M. T. D.; GONDIM, S. M. G. Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. *Paidéia*, v. 14, n. 28, p. 139-152, 2004.

FRITSCH, M.; WYRWICH, M. Regional knowledge, entrepreneurial culture, and innovative start-ups over time and space – an empirical investigation. *Small Business Economics*, v. 51, n. 2, p. 337-353, 2018.

GANOTAKIS, P. Founders' human capital and the performance of UK new technology based firms. *Small Business Economics*, v. 39, p. 495-515, 2012.

GANOTAKIS, P.; D'ANGELO, A.; KONARA, P. From latent to emergent entrepreneurship: The role of human capital in entrepreneurial founding teams and the effect of external knowledge spillovers for technology adoption. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 170, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120912>.

GASPAROTO, M. R. M. **A UNICAMP no contexto do ecossistema empreendedor da região metropolitana de Campinas**: Um estudo utilizando a metodologia análise de redes sociais. Dissertação (Mestrado em Política Científica e Tecnologia) – Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2019.

GAUTHIER, J. F.; PENZEL, M.; MARMER, M. Global startup ecosystem report 2017. San Francisco: Startup Genome, 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GIMENEZ, F. A. P. The spatial turn in entrepreneurship research: Entrepreneurial ecosystems and implications for policy making. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, XII, 2022. Fortaleza: Even3, 2022.

GIMENEZ, F. A. P.; STEFENON, R.; INÁCIO JÚNIOR, E. **Ecossistemas empreendedores**: O que são e para que servem? Curitiba: PUCPress, 2022.

GLASER, B.; STRAUSS, A. A. The discovery of Grounded Theory: Strategies for qualitative research. Chicago/Nova York: Aldine de Gruyter, 1967.

GLAESER, E. L.; KERR, W. R.; PONZETTO, G. A. M. Clusters of entrepreneurship. *Journal of Urban Economics*, v. 67, n. 1, p. 150-168, 2010.

GOLLEY, F. B. **A history of the ecosystem concept in ecology**. New Haven: Yale University Press, 1993.

GOMES, L. A. de V.; FACIN, A. L. F.; SALERNO, M. S.; IKENAMI, R. K. Unpacking the innovation ecosystem construct: evolution, gaps and trends. *Technological Forecast and Social Change*, v. 136, p. 30–48, 2018.

GRANDSTRAND, O.; HOLGERSSON, M. Innovation ecosystems: A conceptual review and a new definition. *Technovation*, vol. 90-91, 2020.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.

GUIMARÃES, L. O. **A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores**: contribuições das universidades de Saint Louis, Indiana e Babson College. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas, Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, São Paulo, 2002.

HAARHAUS, T.; STRUNK, G.; LIENING, A. Assessing the complex dynamics of entrepreneurial ecosystems: A nonstationary approach. **Journal of Business Venturing Insights**, v. 14, 2020.

HACKATHON BRASIL. O que é um hackathon? 2023. Disponível em:

[https://hackathonbrasil.com.br/o-que-e-](https://hackathonbrasil.com.br/o-que-e-hackathon/#:~:text=Sendo%20assim%2C%20o%20Hackathon%20%C3%A9,um%20dia%20ou%20uma%20semana/)

hackathon/#:~:text=Sendo%20assim%2C%20o%20Hackathon%20%C3%A9,um%20dia%20ou%20uma%20semana/. Acesso em: 02 jul. 2023.

HARIMA, A.; HARIMA, J.; FREILING, J. The injection of resources by transnational entrepreneurs: Towards a model of the early evolution of an entrepreneurial ecosystem. **Entrepreneurship & Regional Development**, p. 1–28, 2020. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1734265>.

HARRINGTON, K. Is your entrepreneurial ecosystem scaling? An approach to inventorying and measuring a region's innovation momentum. **Innovations: Technology, Governance, Globalization**, v. 11, p. 126–142, 2016.

HARRINGTON, K. Entrepreneurial ecosystem momentum and maturity: The important role of entrepreneur development organizations and their activities. Kansas City, MO: Ewing Marion Kauffman Foundation, 2017.

IANSITI, M.; LEVIEN, R. Strategy as ecology. **Harvard Business Review**, v. 82, n. 3, p. 68-78, 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades e Estados. 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/se.html/>. Acesso em: 31 mai. 2023.

ICE - Índice de Cidades Empreendedoras: Brasil 2023. Escola Nacional de Administração Pública: Relatório de pesquisa Endeavor Brasil 2023. Brasília: ENAP, 2023.

IKENAMI, R. K. **A abordagem "ecossistema" em teoria organizacional: fundamentos e contribuições**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

ISCKIA, T. Amazon's evolving ecosystem: A cyber-bookstore and Application Service Provider. **Canadian Journal of Administrative Sciences**, v. 26, n. 4, p. 332-343, 2009.

ISENBERG, D. J. How to start an Entrepreneurial Revolution. **Harvard Business Review**, v. 88, n. 6, p. 40-51, 2010.

ISENBERG, D. The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Dublin: Institute of International European Affairs, v. 1, n. 781, p. 1–13, 2011.

JAFARI-SADEGHI, V.; GARCIA-PEREZ, A.; CANDELO, E.; COUTURIER, J. Exploring the impact of digital transformation on technology entrepreneurship and technological market expansion: The role of technology readiness, exploration and exploitation. **Journal of Business Research**, v. 124, p. 100-111, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.020>.

JISHNU, V.; GILHOTRA, R. M.; MISHRA, D. N. Pharmacy education in India: Strategies for a better future. **Journal of Young Pharmacists**, v. 3, n. 4, p. 334-342, 2011.

JOSEMIN, G. C. Entendimento Interpretativo em Pesquisa Qualitativa sobre Sistemas de Informação. In: EnANPAD – Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, XXXV, 2011, Rio de Janeiro.

JUCESE – Junta Comercial do Estado de Sergipe. Número de empresas ativas cresce em Sergipe. 2022. Disponível em: <https://www.jucese.se.gov.br/index.php/2022/04/29/numero-de-empresas-ativas-cresce-em-sergipe/>. Acesso em: 31 mai. 2023.

KLERKX, L.; ROSE, D. Dealing with the game-changing technologies of Agriculture 4.0: How do we manage diversity and responsibility in food system transition pathways?. **Global Food Security**, v. 24, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2019.100347>

KON, F. *et al.* A panorama of the Israeli software startup ecosystem. 2014. Disponível em SSRN: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2441157>.

KSHETRI, N. Developing successful entrepreneurial ecosystems: lessons from a comparison of an Asian tiger and a Baltic tiger. **Baltic Journal of Management**, v. 9, n. 3, p. 330-356, 2014. <https://doi.org/10.1108/Bjm-09-2013-0146>.

KUCKERTZ, A. Let's take the entrepreneurial ecosystem metaphor seriously! **Journal of Business Venturing Insights**, v. 11, 1 jun. 2019.

KURATKO, D. F. *et al.* The paradox of new venture legitimation within an entrepreneurial ecosystem. **Small Business Economics**, v. 49, n. 1, p. 119–140, 2017.

LAMERS, D.; SCHUT, M.; KLERKX, L.; VAN AASTEN, P. Compositional dynamics of multilevel innovation platforms in agricultural research for development. **Science and Public Policy**, v. 44, n. 6, p. 739-752, 2017. <https://doi.org/10.1093/scipol/sx009>

LEYDESDORFF, L.; ETZKOWITZ, H. The Triple Helix as a Model of Innovation Studies. **Science & Public Policy**, Surrey, UK, v. 25, n.3, p. 195-203, 1998.

LEYDESDORFF, L.; PARK, H.W; LENGYEL, B. A routine for measuring synergy in university-industry-government relations: mutual information as a Triple-Helix and Quadruple-Helix indicator. **Scientometrics**. v.99, p. 27-35, 2014.

LI, Yan-Ru. The technological roadmap of Cisco's business ecosystem. **Technovation**, v. 29, n. 5, p. 379-386, 2009.

LOMBARDI, P. *et al.* Modelling the smart city performance. **The European Journal of Social Science Research**, v. 25, n. 2, p 137-149, 2012.

LOOY, B. V. *et al.* Combining entrepreneurial and scientific performance in academia: towards a compounded and reciprocal Matthew-effect? **Research Policy**, v. 33, p. 425-441, 2004.

MACK, E.; MAYER, H. The evolutionary dynamics of entrepreneurial ecosystems. **Urban Studies**, v. 56, n. 10, p. 2119-2133, 2016.

MALECKI, E. J. Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. **Geography Compass**, v. 12, n. 3, 2018. <https://doi.org/10.1111/gec3.12359>.

MALERBA, F.; MCKELVEY, M. Knowledge-intensive innovative entrepreneurship integrating Schumpeter, evolutionary economics, and innovation systems. **Small Business Economics**, v. 54, n. 2, p. 503-522, 2020. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0060-2>.

MALERBA, F.; MCKELVEY, M. Knowledge-intensive innovative entrepreneurship. **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, v. 14, n. 6, p. 555-681, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1561/03000000075>

MARIZ, L.A. *et al.* **O reinado dos estudos de caso na teoria das organizações: imprecisões e alternativas.** Cadernos EBAPE.BR. v. 3, n. 3, 2005.

MARKKULA, Markku; KUNE, Hank. Making Smart Regions Smarter: Smart Specialization and the Role of Universities in Regional Innovation Ecosystems. **Technology Innovation Management Review**, v. 5, n. 10, p. 7-15, 2015.

MARQUES, A. P. O papel dos stakeholders no ensino superior: experiências e desafios na promoção do empreendedorismo. Proceedings of the First International Meeting of Industrial Sociology, Sociology of Organizations and Work, p. 273-289, 2015.

MARTINS, I. de Matos. **Análise dos elementos do ecossistema empreendedor de Sergipe.** Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, 2020.

MARTINS, I. de Matos; OLAVE, M. E. L. Os ecossistemas na área das Ciências Sociais: tipologias e particularidades. In: **Encontro da Anpad, XLIV EnANPAD**, 2020.

MASON, C.; BROWN, R. Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Background paper prepared for the workshop organized by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, The Hague, Netherlands. 2014.

MATOS, F.; RADAELLI, V. Ecossistema de startups no Brasil: Estudo da caracterização do ecossistema de empreendedorismo de alto impacto brasileiro. **Inter-American Development Bank**, p. 1-58, 2020.

MELO, R. Questionário Sobre Prática de Pesquisa 2. **Studocu**, 2018. Disponível em: <https://www.studocu.com/pt-br/document/centro-universitario-cesmac/pesquisa-em-psicologia/questionario-sobre-pratica-de-pesquisa-2/10543695>. Acesso em: 20 nov. 2022.

MERRIAM, S. B. **Qualitative research and case study applications in education.** San Francisco: Jossey-Bass, 1998.

MICHELACCI, C.; SCHIVARDI, F. Are they all like Bill, Mark, and Steve? The education premium for entrepreneurs. **Labour Economics**, v.67, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2020.101933>.

MILLER, D. J.; ACS, Z. J. The campus as entrepreneurial ecosystem: the University of Chicago. **Small Business Economics**, v. 49, n. 1, p. 75-95, 2017. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9868-4>

MOORE, J. F. **Predators and prey: A new ecology of competition.** Harvard Business Review, v. 71, n. 3, p.75-83, 1993.

MOORE, J. F. **The death of competition: leadership and strategy in the business ecosystems.** New York: HarperBusiness, 1996.

MOREIRA, D. A. Pesquisa em Administração: Origens, usos e variantes do método fenomenológico. **INMR - Innovation & Management Review**, v. 1, n. 1, p. 5-19, 2004.

MORGAN, Gareth. Paradigmas, metáforas e resolução de quebra-cabeças na teoria das organizações. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 1, p. 58-71, 2005.

- MOTTA, G.; GARCIA, P. A. A.; QUINTELLA, R. H. A patentoscintometric approach to venture capital investment prioritization. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, p. 765-777, 2015.
- MOTOYAMA, Y; KNOWLTON, K. Examining the connections within the startup ecosystem: a case study of St. Louis. **Entrepreneurship Research Journal**, v. 7, n. 1, p. 1-32, 2017. <https://doi.org/10.1515/erj-2016-0011>.
- MULAS, V.; QIAN, K.; HENRY, S. S. **Tech start-up ecosystem in Beirut**: Findings and recommendations. Washington, DC: World Bank, 2017.
- MULAS, V.; QIAN, K.; HENRY, S. S. **Tech start-up ecosystem in Dar es Salaam**: Findings and recommendations. Washington, DC: World Bank, 2017.
- MULDOON, J; BAUMAN, A; LUCY, C. Entrepreneurial ecosystems: Do you trust or distrust? **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, v. 12, n. 2, p.158-177, 2018.
- NAPIER, G.; HANSEN, C. **Ecosystems for Young Scalable Firms**. Copenhagen: FORA Group, 2011.
- NASCIMENTO, L. C. N. *et al.* Saturação teórica em pesquisa qualitativa: Relato de experiência na entrevista com escolares. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 71, n. 1, p. 243-248, 2018.
- NEVES, D. A. V. **A importância do capital intelectual nas redes formadas por startups**. Dissertação (Mestrado em Gestão) – Universidade Beira Interior, Covilhã, 2020.
- NOGUEIRA, V. S.; OLIVEIRA, C. A. A. Causa da mortalidade das startups brasileiras: Como aumentar as chances de sobrevivência no mercado. Nova Lima, DOM, v.9, n. 25, p. 26-33, 2015. Disponível em: https://www.fdc.org.br/conhecimento-site/blog-fdc-site/Documents/Causas_da_mortalidade_das_startups_brasileiras.pdf. Acesso em: 02 nov. 2012.
- OLIVEIRA, C. A. A. *et al.* **O ecossistema empreendedor brasileiro de startups**: uma análise dos determinantes do empreendedorismo no Brasil a partir dos pilares da OCDE. Nova Lima, MG: Fundação Dom Cabral, 2013.
- OLIVEIRA, V. P. Características dos relacionamentos de pequenas e médias empresas brasileiras com universidades e institutos públicos de pesquisa: Novas evidências a partir do DGP/CNPq. In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, XII, 2022. Fortaleza: Even3, 2022.
- OLIVEIRA, V.; GARCIA, R.; BACIC, M. J. Fatores direcionadores da cooperação de pequenas e médias empresas com a universidade: evidências a partir de quatro estudos de caso. **Economica**, v. 20 n. 2, p. 85-106, 2018.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business model generation**: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons, 2010.
- PARK, H.W.; LEYDESDORFF, L. Longitudinal trends in networks of university-industry-government relations in South Korea: The role of programmatic incentives". **Research Policy**, v.39, p. 640-649, 2010.
- PARRACHO, A. R. **The Portuguese startup ecosystem**: key success factors on the entrepreneurial ecosystem. Dissertação (Mestrado em Gestão) – Universidade Católica Portuguesa. Lisboa, Portugal, 2017.

- PEREIRA, H. C. B. **O Ecossistema Empreendedor de Belo Horizonte**: análise do caso San Pedro Valley. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.
- PORTER, M. E. Clusters and the new economics of competitiveness. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 6, p. 77-90, 1998.
- PYKE, F.; BECATTINI, G.; SENGENDERGER, W. Industrial districts and inter-firms cooperation in Italy. Geneve: International Institute for Labor and Studies, 1990.
- RAJAHONKA, M. *et al.* Orchestrators of Innovation-Driven Regional Development: Experiences from the INNOFOCUS Project and Change 2020 Programmed. **Technology Innovation Management Review**, p. 52-62, 2015.
- REYNOLDS, E.; UYGUN, Y. Strengthening advanced manufacturing innovation ecosystems: The case of Massachusetts. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 136, p. 178–191, 2018.
- RIES, E. **A startup enxuta**. São Paulo: Leya, 2012.
- RITALA, P. GUSTAFSSON, R. Q&A. Innovation and entrepreneurial ecosystem research: Where are we now and how do we move forward. **Technology Innovation Management Review**, v. 8, n. 7, p. 52-57, 2018.
- RONG, K. *et al.* Understanding business ecosystem using a 6C framework in Internet-of-Things-based sectors. **International Journal of Production Economics**, v. 159, p. 41-55, 2015.
- ROUNDY, P. T.; BRADSHAW, M.; BROCKMAN, B. K. The emergence of entrepreneurial ecosystems: A complex adaptive systems approach. **Journal of Business Research**, v. 86, p. 1-10, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.032>.
- ROUNDY, P. T.; BROCKMAN, B. K.; BRADSHAW, M. The Resilience of Entrepreneurial Ecosystems. **Journal of Business Venturing Insights**, v. 8 n. 11, p. 99-104, 2017.
- RUSSELL, M. G.; STILL, K.; HUHTAMÄKI, J.; YU, C.; RUBENS, N. Transforming innovation ecosystems through shared vision and network orchestration. In: TRIPLE HELIX IX INTERNATIONAL CONFERENCE, Stanford, 2011.
- SÁBATO, J.; BOTANA, N. La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina. **Revista de la integración, Buenos Aires**, n. 3, p. 15-36, 1968.
- SALAMZADEH, A.; KIRBY, D. A. New venture creation: how start-ups grow? **ADminister**, n. 30, p. 9-29, jan-jun, 2017.
- SANTOS, G. de O.; MONTEIRO, C. J. das C.; RIBEIRO, L. S.; ARAÚJO, Y. V. Panorama atual do debate sobre métricas de ecossistemas de empreendedorismo e os limites e possibilidades de aplicação ao caso brasileiro. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, XII, 2022. Fortaleza: Even3, 2022.
- SANTOS, I. C. dos; LIMA, V. A.; FREIRE, J. R. de S. The Brazilian Scientific Agricultural Research Ecosystem: an evolutionary trajectory in ST I. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, [s. l.], v. V. 16, n. N. 2, p. 79-88, 2020.
- SAUNDERS, M.; LEWIS, P.; THORNHILL A. **Research methods for business students** (5a ed.) London: Pearson, Education Limited, 2009.

SAXENIAN, A. Inside-out: regional networks and industrial adaptation in Silicon Valley and Route 128. *Cityscape*, p. 41-60, 1996.

SCHAEFFER, V; MATT, M. Development of academic entrepreneurship in a non-mature context: the role of the university as a hub-organization. *Entrepreneurship Regional Develop*, v. 28, n. 9-10, p. 724-745, 2016. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1247915>

SCHIMCHACK, G. **Ecosistema de empreendedorismo regional**: Estudo de caso de Goiânia. Dissertação (Mestrado Profissional em Empreendedorismo) – Departamento de Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

SCHUBERT, T.; KROLL, H. Universities' effects on regional GDP and unemployment: the case of Germany. *Papers in Regional Science*, v. 95, n. 3, p. 467-490, 2016.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico (1 ed., 1934). Tradução de Maria Sílvia Possas. Coleção Os Economistas. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Descubra o que é *smart money* e como apostar neste investimento. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/valorizeopequenonegocio/conteudos/descubra-o-que-e-smart-money-e-como-apostar-neste-investimento.616913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 11 jun. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Participe do programa de aceleração Startup Nordeste Sergipe 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/se/sebraeaz/participe-do-programa-de-aceleracao-startup-nordeste-sergipe-2022,3edd74f15f421810VgnVCM100000d701210aRCRD/>. Acesso em: 31 mai. 2023.

SHANE, S. **A general theory of entrepreneurship**. Cheltenham: Edward Elgar, 2003.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, v. 25, n. 1, p. 217–226, 2000.

SILVA, J. P. M. *et al.* Ecosistema empreendedor: análise da contribuição de universidades na criação de empresas de base tecnológica. In: ENCONTRO DA ANPAD, XLIII EnANPAD, 2019.

SILVEIRA, G. B.; SANTOS, I. C. **Mecanismos de interação em ecossistemas empreendedores e inovadores**: um estudo do Agtech Valley, de Piracicaba, São Paulo. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, XII, 2022. Fortaleza: Even3, 2022. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/xiiegepe2022/489283-mecanismos-de-interacao-em-ecossistemas-empreendedores-e-inovadores--um-estudo-do-agtech-valley-de-piracicaba-s/>

SOUZA, S. M. A. *et al.* Classificação de arranjos produtivos locais a partir do modelo teórico proposto pelo SEBRAE (2014): Um estudo no setor de confecções do município de Caruaru-PE. *Qualitas*, v. 21, n. 1, p. 188-208, 2020.

SPECHT, K.; ZOLL, F.; SIEBERT, R. Application and evaluation of a participatory “open innovation” approach (ROIR): The case of introducing zero-acreage farming in Berlin. *Landscape and Urban Planning*, v. 151, p. 45-54, 2016. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2016.03.003>

- SPIGEL, B. The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 41, n. 1, p. 49-72, 2017.
- SPIGEL, B; HARRISON, R. Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 12, n. 1, p. 151-168, 2018. <https://doi.org/10.1002/sej.1268>
- SPIGEL, B.; KITAGAWA, F.; MASON, C. A manifesto for researching entrepreneurial ecosystems. **Local Economy**, v. 35, n. 5, p. 482-495, 2020.
- SPINOSA, L. M.; SCHLEMM, M. M.; REIS, R. S. Brazilian innovation ecosystems in perspective: some challenges for stakeholders. **Revista Brasileira de Estratégia**, v. 8, n. 3, p. 386-400, 2015.
- STAKE, R. E. **Pesquisa Qualitativa**: estudando como as coisas funcionam. Porto Alegre: Penso, 2011.
- STAM, E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. **European Planning Studies**, v. 23, n. 9, p. 1759-1769, 2015.
- STAM, E.; SPIGEL, B. Entrepreneurial ecosystems. In R. Blackburn, D. De Clercq, & J. Heinonen (Eds.), *SAGE Handbook of Entrepreneurship and Small Business*, 2018.
- STARTUPBASE. Conheça a Startupbase. 2022. Disponível em: <https://startupbase.com.br/home>. Acesso em: 22 nov. 2022.
- STARTUP FARM. **Pesquisa da Startup Farm revela a mortalidade das startups brasileiras**. Disponível em: <https://startup.farm/blog/pesquisa-da-startup-farm-revela-a-mortalidade-das-startups-brasileiras/>. Acesso em: 02 nov. 2022.
- STARTUPI. **Inovar para sobreviver: 7 em cada 10 startups morrem antes dos cinco anos de atividade**. Disponível em: <https://startupi.com.br/inovar-para-sobreviver-7-em-cada-10-startups-morrem-antes-dos-cinco-anos-de-atividade/>. Acesso em: 02 nov. 2022.
- SUBRAHMANYA, M. H. B. How did Bangalore emerge as a global hub of tech startups in Índia? Entrepreneurial ecosystem — evolution, structure and role. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v. 22, n. 1, p. 1-22, 2017. <https://doi.org/10.1142/S1084946717500066>
- TANSLEY, A. G. The use and abuse of vegetational concepts and terms. **Ecology**, v. 1, p. 284-307, 1935.
- TAVASSOLI, S.; OBSCHONKA, M.; AUDRETSCH, D. B. Entrepreneurship in Cities. **Research Policy**, v. 50, n. 7, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104255>.
- THEODORAKI, C.; CATANZARO, A. Widening the borders of entrepreneurial ecosystem through the international lens. **The Journal of Technology Transfer**, p. 1-24, 2021.
- THEODORAKI, C.; MESSEGHEM, K.; RICE, M. P. A social capital approach to the development of sustainable entrepreneurial ecosystems: an explorative study. **Small Business Economics**, v. 51 n. 1, p. 153-170, 2018.
- THOMAS, L.; SHARAPOV, D.; AUTIO, E. Linking entrepreneurial and innovation ecosystems: The case of AppCampus. In ALVAREZ, S.; CARAYANNIS, E. G.; DAGNINO, G.; e FARACI, R. (Eds), *Entrepreneurial Ecosystems and the Diffusion of Startups*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2016.

TONIAL, G. **Capital relacional, capacidade absorptiva e desempenho inovador em ecossistemas de inovação**. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

TORLIG, E. G. da S.; RESENDE JUNIOR, P. C. Uma discussão sobre o papel das universidades nos ecossistemas de inovação. In: TMS ALGARVE 2018: TOURISM & MANAGEMENT STUDIES INTERNATIONAL CONFERENCE, 2018.

TORRES, N. N. J. **Mapeamento do Ecossistema de Startups de Tecnologia de Belém-PA**. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) – Instituto de Ciências Exatas e Naturais, Universidade Federal do Pará, Belém, 2016.

TORRES, N.; SOUZA, C. Ecossistemas de startup de software: resultados iniciais no âmbito do Estado do Pará. In: **Anais do XI Simpósio Brasileiro de Sistemas de Informação**. SBC, 2015. p. 83-86.

UFS – Universidade Federal de Sergipe. **Edital minha patente UFS**. 2023. Disponível em: <https://www.ufs.br/conteudo/72080-agitte-publica-edital-para-a-3-edicao-do-programa-minha-patente-ufs/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

UFS – Universidade Federal de Sergipe. **Edital Socialize-se**. 2022. Disponível em: <https://cinttec.ufs.br/conteudo/69715-edital-socialize-se/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

UFS – Universidade Federal de Sergipe. **IPO – Inova Pós**. 2023. Disponível em: <https://cinttec.ufs.br/conteudo/71414-ipo-inova-pos/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

UFS – Universidade Federal de Sergipe. **PICS Edital AGITTE**. 2023. Disponível em: <https://cinttec.ufs.br/conteudo/72278-programa-de-inducao-a-criacao-de-startups-pics-edital-n-11-2023-agitte-posgrap-ufs/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

UFS – Universidade Federal de Sergipe. **Programa de indução à criação de startups**. 2022. Disponível em: <https://cinttec.ufs.br/conteudo/69653-programa-de-inducao-a-criacao-de-startups-pics/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

UFS – Universidade Federal de Sergipe. **Programa inova TCC**. 2022. Disponível em: <https://cinttec.ufs.br/conteudo/69761-programa-inova-tcc-edital-n-15-2022/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

UFS – Universidade Federal de Sergipe. **Programa minha patente UFS**. 2022. Disponível em: <https://cinttec.ufs.br/conteudo/69656-programa-minha-primeira-patente-ufs/>. Acesso em: 12 jul. 2023.

URBANO, D.; APARICIO, S., GUERRERO, M.; NOGUERA, M.; TORRENTSELLENS, J. Institutional determinants of student employer entrepreneurs at Catalan universities. **Technological Forecasting and Social Change**. v. 123, p. 271-282, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.06.021>.

URBANO, D.; GUERRERO, M. Entrepreneurial universities: Socio-economic impacts of academic entrepreneurship in a European region. **Economic Development Quarterly**, v. 27, n. 1, p. 40–55, 2013.

VALDEZ, J. **The entrepreneurial ecosystem**: Toward a theory of new business formation. **Journal of Business and Economic Policy**, v. 4, n. 4, p. 80-92, 1988.

VALENTE, F.; DANTAS, J.; BRITO, M. M. Ecosistemas empreendedores: estudo de caso. Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica, 2019.

VAN MAANEN, J. Reclaiming qualitative methods for organizational research: A preface. **Administrative science quarterly**, v. 24, n. 4, p. 520-526, 1979.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VIEIRA, M. L. **Maturidade do ecossistema de startups na cidade de João Pessoa**. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão nas Organizações Aprendentes) – Programa de Pós-Graduação em Gestão nas Organizações Aprendentes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

VIGLIO, J. E.; FERREIRA, L. da Costa. O conceito de ecossistema, a ideia de equilíbrio e o movimento ambientalista. **Caderno eletrônico de Ciências Sociais**, Vitória, v. 1, n. 1, p. 1-17. 2013.

VINUTO, J. A Amostragem em Bola de Neve na Pesquisa Qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014.

VOGEL, P. The Employment Outlook for Youth: Building Entrepreneurial Ecosystems as a Way Forward. In: **Conference Proceedings of the G20 Youth Forum**, 2013.

VOGEL, P. Building and assessing entrepreneurial ecosystems. Presentation to OECD LEED Programme Workshop on Entrepreneurial ecosystems and Growth-oriented entrepreneurship, The Hague, 2013.

WANG, J. F. Framework for university-industry cooperation innovation ecosystem: factors and countermeasure. In: Challenges in Environmental Science and Computer Engineering (CESCE), 2010 **International Conference**. IEEE, 2010. p. 303-306.

WIELE, Z. V. **Entrepreneurial Ecosystems: a literature review**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Negócios) – Faculdade de Economia e Negócios, Universidade de Gante, Gante, Bélgica, 2017.

WONG, P. K.; HO, Y. P.; SINGH, A. Towards an “entrepreneurial university” model to support knowledge-based economic development: the case of the National University of Singapore. **World Development**, v. 35, n. 6, p. 941-958, 2007. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2006.05.007>.

World Economic Forum (WEF). **Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamics**. Davos: World Economic Forum, 2013.

WURTH, B.; STAM E.; SPIGEL, B. Toward an Entrepreneurial Ecosystem Research Program. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 46, n. 3, p. 729-778, 2021. <https://doi.org/10.1177/1042258721998948>.

XU, G. N. *et al.* Exploring innovation ecosystems across science, technology, and business: A case of 3D printing in China. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 136, p. 208-221, 2018.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

YOGUEL, G.; BORELLO, J.; ERBES, A. Argentina: how to study and act upon local innovation systems. **Cepal Review**, n. 99, p. 63-80, 2009.

YOUTIE, J.; SHAPIRA, P. Building an innovation hub: A case study of the transformation of university roles in regional technological and economic development. **Research Policy**, v. 37, n. 8, p. 1188-1204, 2008.

ZAHRA, S. A.; NAMBISAN, S. Entrepreneurship and strategic thinking in business ecosystems. **Business Horizons**, v. 55, n. 3, p. 219-229, 2012.

APÊNDICE A – PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE**IDENTIFICAÇÃO**

Evento:	
Data e Hora do Evento:	
Local do Evento:	
Organizadores do Evento:	

ANÁLISE

Atores presentes no Evento:	
Assuntos tratados no Evento:	

CONSIDERAÇÕES E CONCLUSÃO

Resultados gerais do Evento:	
Principais observações do pesquisador:	

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA R1

R1 – Modelo de Roteiro para *Startups*

BLOCO 1 – Caracterização e Perfil das *Startups*

1. Nome do Entrevistado:
2. Naturalidade do Empreendedor:
3. Idade:
4. Escolaridade:
5. *Startup*:
6. Ano de Fundação:
7. Quantidade de Sócios:
8. Sua *startup* gera empregos? (Independente do formato de vínculo/contratação) Se sim, quantas pessoas? Se possível, especifique os vínculos.
9. Recebeu investimentos? Se sim, qual a fonte e qual o valor captado?
10. Nasceu dentro de uma universidade? Se sim, qual?
11. Passou por incubação ou aceleração? Se sim, onde?
12. Setor/Segmento da *Startup*:
13. Estágio da *Startup*:
14. Já empreende ou empreendeu em outra *startup*?

BLOCO 2 – RELAÇÕES COM AS UNIVERSIDADES

A CONSTRUÇÃO DAS RELAÇÕES

15. Na sua visão, como as relações com as universidades do EE sergipano são construídas?
16. Quem são os principais pontos de contato nas universidades para estabelecer essas relações?
17. Na sua visão, há outros representantes das universidades que seriam pontos de contato chave nessas instituições? Comente.

IMPACTOS E CONTRIBUIÇÕES DAS RELAÇÕES

18. Como as relações com universidades contribuem para melhorar o seu desempenho da sua *startup*?
19. Como as relações com universidades influenciam na sua aprendizagem empreendedora?

20. Como as relações com universidades contribuem para a transferência de conhecimento e tecnologia?
21. Como as relações com universidades contribuem para a troca e compartilhamento de informações?
22. Na sua visão, a relação com uma universidade gera estímulos à inovação para a sua *startup*? Comente as suas percepções.
23. As universidades estimulam a construção de relacionamentos (eventos, projetos, ambiente, infraestrutura)? Comente as suas percepções.

BENEFÍCIOS PROPORCIONADOS PELAS RELAÇÕES

24. Na sua visão, para estabelecer uma relação com uma universidade, é necessário que haja algum tipo de benefício ou ganho (financeiro, tecnológico, conhecimento, experiência, rede de relacionamento) para a sua *startup*? Comente as suas percepções.
25. Você identifica relações com universidades em que não há nenhum tipo de benefício ou ganho? Comente as suas percepções.
26. Você percebe que há benefícios ou ganhos ao estabelecer relações com universidades (financeiro, tecnológico, conhecimento, experiência, rede de relacionamento)? Comente as suas percepções.
27. Você considera esses benefícios ou ganhos satisfatórios? Comente as suas percepções.

MECANISMOS DE INTERAÇÃO

28. Quais são os recursos de comunicação, canais e eventos, presenciais ou virtuais (mecanismos de interação) utilizados para estabelecer relações com as universidades?

BLOCO 3 – RELAÇÕES COM STARTUPS

A CONSTRUÇÃO DAS RELAÇÕES

29. Como você percebe a formação de relações com outras *startups* no EE sergipano?

IMPACTOS E CONTRIBUIÇÕES DAS RELAÇÕES

30. Como as relações com outras *startups* contribuem para melhorar o seu desempenho empreendedor?

31. Como as relações com outras *startups* influenciam na sua aprendizagem empreendedora? Qual o seu entendimento sobre aprendizagem empreendedora?
32. Como as relações com outras *startups* contribuem para a transferência de conhecimento e tecnologia?
33. Como as relações com outras *startups* contribuem para a troca e compartilhamento de informações?
34. Na sua visão, a relação com outras *startups* gera estímulos à inovação para a sua startup? Comente as suas percepções.

BENEFÍCIOS PROPORCIONADOS PELAS RELAÇÕES

35. Na sua visão, para estabelecer uma relação com uma outra *startup*, é necessário que haja algum tipo de ganho ou benefício (financeiro, tecnológico, conhecimento, experiência, rede de relacionamento) para a sua *startup*? Comente as suas percepções.
36. Você identifica relações com outras *startups* em que não há nenhum tipo de ganho ou benefício? Comente as suas percepções.
37. Você percebe que há ganhos ou benefícios ao estabelecer relações com outras *startups* (financeiro, tecnológico, conhecimento, experiência, rede de relacionamento)? Comente as suas percepções.
38. Você considera esses ganhos ou benefícios satisfatórios? Comente as suas percepções.
39. Você já vivenciou algum caso de relações ocasionarem sociedades, parcerias de negócios ou projetos colaborativos entre *startups*? O que ocorreu?

MECANISMOS DE INTERAÇÃO

40. Quais são os recursos de comunicação, canais e eventos, presenciais ou virtuais (mecanismos de interação) utilizados para estabelecer relações com outras *startups*?

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA R2

R2 – Modelo de Roteiro para Universidades

BLOCO 1 – Caracterização e Perfil das Universidades

1. Nome do Entrevistado:
2. Cargo/Função do Entrevistado:
3. Escolaridade:
4. Universidade:
5. Programa/Departamento/Centro:
6. Campo/Área de atuação:

BLOCO 2 – RELACIONAMENTO COM STARTUPS

A CONSTRUÇÃO DAS RELAÇÕES

7. Como você percebe a formação de relações com startups no EE sergipano?

IMPACTOS E CONTRIBUIÇÕES DAS RELAÇÕES

8. Na sua visão, as relações com startups contribuem para melhorar o desempenho empreendedor do EE?
9. Na sua visão, a relação com startups gera estímulos à inovação para o EE?
Comente as suas percepções.

BENEFÍCIOS PROPORCIONADOS PELAS RELAÇÕES

10. Na sua visão, para estabelecer uma relação com uma *startup*, é necessário que haja algum tipo de ganho ou benefício (financeiro, tecnológico, conhecimento, experiência, rede de relacionamento) para a sua universidade? Comente as suas percepções.
11. Você identifica relações com *startups* em que não há nenhum tipo de ganho ou benefício para a universidade? Comente as suas percepções.
12. Você percebe que há ganhos ou benefícios ao estabelecer relações com *startups* (financeiro, tecnológico, conhecimento, experiência, rede de relacionamento)?
Comente as suas percepções.
13. Você considera esses ganhos ou benefícios satisfatórios? Comente as suas percepções.

14. Você já vivenciou algum caso de relações ocasionarem sociedades, parcerias ou projetos colaborativos entre *startups* e a universidade? Se sim, comente sua experiência.

MECANISMOS DE INTERAÇÃO

15. Quais são os recursos de comunicação, canais e eventos, presenciais ou virtuais (mecanismos de interação) utilizados para estabelecer as relações?

BLOCO 3 – CONTRIBUIÇÕES DAS UNIVERSIDADES NO EE

16. Quais as contribuições realizadas pela universidade para facilitar o desenvolvimento das startups e do EE sergipano?
17. De que forma a universidade contribui para o fomento do empreendedorismo?
18. De que forma a universidades contribui para estimular a inovação?
19. Qual a participação da universidade na construção de um ambiente favorável à cultura empreendedora?
20. Quais as principais medidas desempenhadas pela universidade para proporcionar capacitação e conhecimento voltados ao empreendedorismo e gestão de negócios?
21. Quais os principais recursos de infraestrutura e tecnologia disponibilizados pela universidade?
22. Existe algum tipo de investimento realizado nas startups? Se sim, fale mais sobre isso.
23. Na sua visão, quais os principais desafios da universidade? Há algo que as *startups* possam fazer para apoiar?

APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), do estudo/pesquisa intitulado(a) “Relações entre atores de um ecossistema empreendedor: Analisando startups e universidades de Sergipe”, conduzida por Marcelo Rezende Martins. Este estudo tem por objetivo compreender como são construídas as relações entre as startups e universidades e como elas influenciam no desenvolvimento das próprias startups e do Ecossistema Empreendedor Sergipano. Você foi selecionado(a) por ser o representante de uma startup ou universidade. Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo e não incorre em riscos ou despesas. Sua participação nesta pesquisa consistirá em uma entrevista, presencial ou virtual, de aproximadamente 60 minutos, a ser realizada pelo pesquisador já declarado previamente e consistirá em perguntas referentes à sua percepção em relação ao papel das startups, o papel das universidades, as relações formadas por estes e possíveis benefícios alcançados por consequência desses relacionamentos. A entrevista será registrada em áudio e/ou vídeo e anotações complementares do pesquisador.

Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados em nível individual, visando assegurar o sigilo de sua participação.

O pesquisador responsável se comprometeu a tornar públicos nos meios acadêmicos e científicos os resultados obtidos de forma consolidada sem qualquer identificação de indivíduos ou instituições participantes.

Caso você concorde em participar desta pesquisa, assine ao final deste documento, que possui duas vias, sendo uma delas sua, e a outra, do pesquisador responsável. Seguem o telefone (79) 99139-4343) e e-mail (ntmarcelo@gmail.com) do pesquisador responsável, onde você poderá tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação nele, agora ou a qualquer momento. Caso não se sinta esclarecido (a), o(a) voluntário(a) pode procurar o pesquisador responsável.

Declaro que entendi os objetivos, riscos e benefícios de minha participação na pesquisa, e que concordo em participar.

Data e Hora da entrevista:

Assinatura do(a) participante: _____

Assinatura do(a) pesquisador(a): _____

APÊNDICE E – TERMO DE COMPROMISSO DE DIVULGAÇÃO DA PESQUISA

Eu, Marcelo Rezende Martins, mestrando e pesquisador com vínculo institucional à Universidade Federal de Sergipe (UFS) pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPADM), firmo o compromisso pessoal de tornar público e divulgar por meios digitais os resultados da pesquisa “Relações entre atores do ecossistema empreendedor: Analisando startups e universidades de Sergipe”. O texto na íntegra será divulgado nos repositórios da Biblioteca Nacional de Teses e Dissertações e na Biblioteca e da Biblioteca da Universidade Federal de Sergipe. Adicionalmente, será elaborado um relatório com os resultados e conclusões do estudo que serão divulgados para todo o Ecossistema Empreendedor de Sergipe, envolvendo as parcerias da Comunidade Caju Valley e da Associação Sergipana de Startups (ASES). O objetivo é que este estudo e o relatório final possam ser utilizados como uma ferramenta para auxiliar na melhoria, desenvolvimento e fortalecimento do Ecossistema Empreendedor de Sergipe.

A expectativa de conclusão do curso de mestrado por parte do pesquisador é até o mês de agosto de 2023. Dessa forma, firma-se o compromisso de divulgar o texto integral, os resultados e o relatório até o mês de outubro de 2023.

Marcelo Rezende Martins