

O Programa *Startout* Brasil sob a Percepção dos Empreendedores

Roberta Werner Rambo, Moema Pereira Nunes

RESUMO

O empreendedorismo é um tema debatido há bastante tempo nas áreas de gestão. Nos últimos anos, o modelo empreendedor que tem tido maior destaque é o das *startups*. Para promover a internacionalização deste modelo de empresa, foi criado um programa pelo SEBRAE, ANPROTEC e APEX-Brasil em parceria com o governo federal, chamado de *StartOut* Brasil. Tal programa teve início no segundo semestre de 2017, e por este motivo, não é conhecido por grande parte do público a qual se destina. O objetivo geral da pesquisa é verificar qual a percepção dos empreendedores sobre o programa *Startout* Brasil. Este estudo foi composto por pesquisa bibliográfica, levantamento e estudo de caso. A obtenção de informações se deu através de questionário e entrevista. O relato de participação de uma empresa em programa similar ao *StartOut* Brasil foi positivo, e o interesse dos empreendedores nas oportunidades ofertadas pelo programa, apontado através dos questionários aplicados, foi grande.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Internacionalização. *StartOut*. *Startup*.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema debatido há bastante tempo nas áreas de gestão. Estima-se que cerca de 36% dos brasileiros em fase adulta, ou seja, com idade entre 18 e 64 anos, são empreendedores. À medida que os anos passam, o empreendedorismo tem deixado de ocorrer por necessidade e tem ocorrido por oportunidade, trocando a falta de emprego pela visão de mercado e nichos de negócio encontrados pelos novos empreendedores. Essa mudança na busca por empreender se deve, também, ao fato do maior nível de escolaridade que tem sido atingido pelos brasileiros. Para a estruturação e estabelecimento do negócio, alguns empreendedores buscam órgãos de apoio, sendo que o órgão mais acessado no Brasil é o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (*GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR*, 2017).

Nos últimos anos, o modelo empreendedor que tem tido maior destaque é o das *startups*. *Startups* são empresas que desenvolvem produtos ou serviços inovadores, com rápido potencial de crescimento e que estão em fase inicial (*ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS*, 2018).

O número de empreendedores no Brasil vem crescendo consideravelmente nos últimos anos, sendo que quase metade das *startups* brasileiras tem até 2 anos de constituição. Em 2012 foi criada a Associação Brasileira de *Startups* – ABStartups, que contava, na época, com cerca de 2.500 empresas associadas. Hoje, a ABStartups já conta com mais de 4,2 mil sócios. O número de *startups* no Brasil, porém, chegou a cerca de 10 mil em 2018 (*SANTOS*, 2018). Conforme estudo divulgado pela Associação Brasileira de *Startups* (2018), mais de 70% das *startups* brasileiras estão concentradas nos dez maiores polos de *startups* do Brasil e mais da metade das empresas empreendedoras brasileiras é composta por menos de cinco pessoas, sendo que, aproximadamente a metade destas é formada apenas pelos seus sócios.

Em outros países, as *startups* formam grupos, com o intuito de se auxiliarem, se fortalecerem e amadurecerem, a fim de que ocorra um crescimento das empresas envolvidas. Os grupos de *startups* brasileiros ainda não são sólidos como os encontrados em outros países. Por isso, a internacionalização deste modelo de negócio tem sido buscada pelos empreendedores como forma de expansão de mercado e, também, para atrair investimentos externos (*VALOR*

ECONÔMICO, 2018).

Para promover a internacionalização dessas empresas, a ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores, o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, a APEX-Brasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, o MRE - Ministério das Relações Exteriores e o MDIC – Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços criaram o programa *StartOut* Brasil, que incentiva a internacionalização de *startups* brasileiras.

O programa *StartOut* Brasil é realizado através de missões para destinos no exterior que ofertam grande potencial de negócios para as empresas brasileiras. Cada missão conta com quatro fases, que contemplam: seleção, capacitação, missão e reconhecimento. Para cada missão são selecionadas novas empresas, que passam por todos os ciclos do programa. Durante este período, os empreendedores tem acesso a sessões de mentoria, consultoria especializada em internacionalização e sessões online de treinamento de *pitch*, uma forma de apresentação de projeto a investidores (*STARTOUT*, 2018). O programa teve início no segundo semestre de 2017 e, por este motivo, não é conhecido por grande parte do público a qual se destina. Considerando isto, o presente estudo pretende apresentar o *StartOut* Brasil aos empreendedores.

Tendo tais informações como base, este estudo visa descobrir “Qual a percepção dos empreendedores sobre o programa *StartOut* Brasil?”. Desta forma, o objetivo geral da pesquisa é verificar qual a percepção dos empreendedores sobre o programa *StartOut* Brasil. Os objetivos específicos do estudo são identificar as motivações dos empreendedores para participar do programa, apresentar os benefícios e revelar as limitações do programa, também na percepção dos empreendedores.

O tema dessa pesquisa é relevante porque as dificuldades encontradas no cenário econômico nacional estão fazendo com que muitas empresas busquem a internacionalização, com o intuito de aumentar a sua abrangência de mercado. Nesse cenário se enquadram, também, as *startups*, e seu crescente número de empreendedores. Este estudo será relevante no auxílio da tomada de decisão de empreendedores sobre a inscrição e possível participação no *StartOut* futuramente. Além disso, gerará mais conhecimento sobre o programa a partir da percepção dos empreendedores e fornecerá conhecimento para acadêmicos, interessados no tema e gestores de ambientes de inovação.

O presente estudo foi composto por pesquisa bibliográfica, levantamento e estudo de caso e foi caracterizado como qualitativo e quantitativo. A obtenção de informações se deu através de questionário e entrevista.

As seções 2, 3 e 4 compõem o referencial teórico desta pesquisa, sendo a seção 2 referente ao tema “Empreendedorismo”, a seção 3 ao tema “*Startups*” e a seção 4 apresenta o “Programa *StartOut* Brasil”. A seção 5 compreende a “Metodologia” do presente estudo. A seção 6 apresenta os “Resultados e análises” e, a seção 7, as “Considerações Finais”.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

A definição de empreendedorismo ressalta aspectos básicos sobre o ato de empreender. Primeiro, empreender envolve um processo de criação, sendo que este deve ter valor para o empreendedor e para o público a ser atingido. Segundo, empreender exige muito tempo e esforço. A partir disto surgem as recompensas do empreendedor: independência, satisfação pessoal e a recompensa econômica (HISRICH, PETERS, SHEPHERD, 2009). Desta forma, empreendedorismo é “o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal”

(HISRICH, PETERS, SHEPHERD, 2009, p. 30).

Empreendedor e empresário muitas vezes são usados como sinônimos, mas não o são. O empresário é aquele que estabelece um negócio e o conduz, enquanto o empreendedor é criativo, inovador e faz com que a empresa esteja em constante evolução e atualização. Dentre os traços do perfil empreendedor, destacam-se: criatividade e capacidade de implementação, disposição para assumir riscos, perseverança, otimismo e senso de independência. Algumas vantagens de empreender são a autonomia, o desafio e o controle financeiro. E pode-se listar como desvantagens: o sacrifício pessoal, a sobrecarga de responsabilidades e a pequena margem de erros (MAXIMIANO, 2012).

Apesar dos altos índices de empreendedorismo, permanece baixa a probabilidade de um novo negócio brasileiro se manter por mais de três anos. As altas taxas tributárias acabam tornando o ambiente nacional pouco acolhedor para as pequenas empresas (MAXIMIANO, 2012).

As *startups* são as empresas empreendedoras que tem tido maior destaque nos últimos anos, sendo estas empresas inovadoras e em fase inicial, porém com grande potencial de crescimento, tema da próxima seção deste estudo (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE *STARTUPS*, 2018).

2.2 STARTUPS

A ideia de *startup* está sempre ligada à inovação. De acordo com Ries (2012, p. 24), “uma startup é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”. Desta forma, a sua caracterização independe do tamanho da empresa, atividade ou setor econômico.

A maior parte das empresas, porém, não são consideradas *startups*, pois não enfrentam situações de incerteza. A abertura de empresa similar à outra já existente, copiando a sua estrutura, pode ser atrativo economicamente, mas não se caracteriza como *startup*, pois o sucesso depende apenas da boa execução do projeto (RIES, 2012).

De acordo com Gitahy (2018), o termo *startup* começou a ser utilizado no Brasil na troca do Século XX para o Século XXI, mas já vinha sendo utilizado há vários anos em outros países, como os Estados Unidos. A definição inicial utilizada para o novo termo no Brasil foi que este seria uma ideia diferente, da qual se poderia obter alguma remuneração.

Ainda se tem como definição aplicável para *startup* o fato de esta ser uma empresa inovadora, com custos mínimos de manutenção e rápido crescimento, gerando lucros cada vez maiores. Desta forma, este modelo de empresa é formado por pessoas que buscam construir um negócio replicável e escalável (GITAHY, 2018).

Diferente do que muitos pregam, também, é necessária certa burocracia para o bom funcionamento de uma *startup*, pois, em grande parte das vezes, o caos leva ao insucesso. A administração geral ainda não apresenta ferramentas de fácil utilização, norteadoras, para tais empreendimentos, visto que a maioria das empresas não é projetada para trabalhar mediante tamanha imprevisão. Desta forma, grande parte das *startups* é gerenciada por prognósticos e planos de negócios padrões (RIES, 2012). Os empreendedores têm como objetivo aprender o desenvolvimento de um negócio de forma sustentável, desta forma, constroem, medem e aprendem com as suas inovações, tendo como base este constante *feedback* (RIES, 2012).

As *startups* têm buscado a internacionalização a fim de expandir o mercado e para atrair investimentos externos com maior facilidade. Com o intuito de incentivar a internacionalização deste modelo de negócio, o SEBRAE, a ANPROTEC e a APEX, em parceria com o governo federal, criaram um programa de apoio a internacionalização das *startups* brasileiras, conforme tratará a próxima seção.

2.3 PROGRAMA *STARTOUT* BRASIL

O *StartOut* Brasil é um programa que fornece apoio a *startups* brasileiras que desejam se internacionalizar, desta forma, “é um programa de apoio à inserção de startups brasileiras nos mais promissores ecossistemas de inovação do mundo” (*STARTOUT*, 2018). O programa tem público-alvo pré-estabelecido e é realizado através de ciclos de imersão.

As *startups* selecionadas têm acesso a serviços de consultoria em internacionalização, oportunidade de participar de missão que visa prospectar clientes e investidores no exterior, e recebem apoio pós-missão.

O projeto é destinado a *startups* brasileiras “estabelecidas, que estejam faturando, preferencialmente acima dos R\$ 500 mil, ou que tenham recebido algum tipo de investimento” (*STARTOUT*, 2018). A empresa deve ter, ainda, colaboradores dedicados exclusivamente ao negócio e com fluência em inglês. O negócio precisa também ter a capacidade de se expandir no mercado internacional sem comprometer suas operações internas no país. Outros pré-requisitos são divulgados a cada processo de seleção, através de regulamento específico.

Os destinos do *StartOut* são criteriosamente selecionados, de acordo com a existência de investidores para *startups* estrangeiras, tamanho e maturidade do ecossistema de inovação. Os destinos do segundo semestre de 2018 são Miami e Lisboa. O programa já teve edições anteriores para as cidades de Berlim, Paris e Buenos Aires (*STARTOUT*, 2018).

O programa é promovido através da associação de entidades de apoio ao empreendedorismo, à inovação, à promoção de exportações brasileiras e do governo federal, conforme tratará a próxima seção.

2.3.1 Entidades realizadoras

A ANPROTEC está ligada diretamente ao desenvolvimento de incubadoras e parques tecnológicos brasileiros e reúne cerca de 370 associados, entre “incubadoras de empresas, parques tecnológicos, aceleradoras, *coworkings*, instituições de ensino e pesquisa, órgãos públicos e outras entidades ligadas ao empreendedorismo e à inovação” (ANPROTEC, 2018). A sua missão é promover o fortalecimento dos associados em benefício da economia e sociedade.

O SEBRAE é uma instituição privada que promove a competitividade e o desenvolvimento das micro e pequenas empresas. Oferece soluções para empreendedores que desejam iniciar seu negócio até empresas consolidadas no mercado. A entidade foca “no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação” (SEBRAE, 2018).

A APEX-Brasil atua “para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira” (APEX-BRASIL, 2018). Conforme o Decreto nº 4.584, de 5 de fevereiro de 2003, compete à APEX-Brasil executar políticas de promoção à exportação, em parceria com o poder público, a fim de promover a inserção competitiva das empresas brasileiras nos mercados globais, atrair investimentos externos para o Brasil, gerar empregos e apoiar empresas de pequeno porte. Ainda está previsto no Decreto nº 4.584 o apoio da APEX-Brasil junto aos órgãos do Poder Executivo do Brasil através da elaboração de estudos estratégicos e prestações de serviços que promovam o comércio exterior.

O MRE, também conhecido como Itamaraty, é “responsável pela política externa e pelas relações internacionais do Brasil, nos planos bilateral, regional e multilateral” (MRE, 2018). O MRE tem representações em diversos países, a fim de promover os interesses do País no exterior, prestar assistência aos brasileiros e apoiar empresas brasileiras.

O MDIC é um órgão da administração pública federal direta e visa “promover o desenvolvimento econômico por meio de políticas de estímulo ao comércio exterior, à indústria, comércio e serviços, e à inovação empresarial” (MDIC, 2018).

Todas as entidades e órgãos anteriormente citados são responsáveis pelo bom andamento do programa, a fim de que ocorram os ciclos de imersão, principal objetivo do *StartOut* Brasil.

2.3.2 Ciclos de imersão

Os ciclos de imersão são as etapas do programa, desta forma, “cada ciclo de imersão é realizado em um ecossistema específico com potencial de negócios para startups brasileiras” (*STARTOUT*, 2018). O programa conta com quatro fases: seleção, capacitação, missão e reconhecimento e *landing*, a fim de oferecer ao empreendedor uma experiência completa.

As *startups* inscritas no programa são avaliadas por uma banca examinadora qualificada, para que sejam selecionadas as quinze empresas mais capacitadas para serem preparadas pelo programa. Durante a seleção é avaliado “o modelo de negócio da *startup*, a qualificação da equipe, o grau de inovação, a maturidade e os objetivos para inserção internacional” (*STARTOUT*, 2018).

Para a inscrição no programa, é necessário o preenchimento de um formulário de inscrição, preparação de um vídeo e de uma apresentação em inglês, que abordem os quatro critérios de avaliação anteriormente mencionados. Além disso, é necessário que a equipe da *startup* tenha documentação para ingresso nos países de destino da missão, válidos no período em que esta ocorrer (*STARTOUT*, 2018).

Após a seleção, as *startups* selecionadas iniciam a capacitação para a missão, com duração de seis a oito semanas. A capacitação oferecida aos empreendedores inclui consultoria especializada em internacionalização, acesso à plataforma Passaporte para o Mundo da APEX-Brasil, sessões de mentoria com especialistas no ecossistema de destino, *workshop* presencial em São Paulo e sessões online de treinamento de *pitch* (*STARTOUT*, 2018).

Durante o período de capacitação, se espera que os empreendedores participem das atividades, se dedicando ao menos três horas por semana ao programa. Ao final deste ciclo, a *startup* deve ter o plano de negócios e a estratégia de entrada no mercado-alvo definidos e amadurecidos (*STARTOUT*, 2018).

As missões visam integrar os empreendedores nos ecossistemas estrangeiros. Segundo *StartOut* (2018), durante tais viagens, as *startups* têm a oportunidade de conectar-se com potenciais parceiros no destino e podem colocar em prática os conhecimentos adquiridos em fases anteriores do programa. Esse ciclo oportuniza as empresas treinamento de *pitch* internacional, seminário de oportunidades, rodada de reuniões com prestadores de serviços locais, visitas a corporações com estratégia de inovação aberta, aceleradoras, *startups* de destaque, apoio para agendamento de reuniões com potenciais parceiros de negócios, conexão com empreendedores brasileiros no ecossistema de destino, e possibilidade de apresentação do seu negócio para investidores (*STARTOUT*, 2018).

As atividades previstas na missão são gratuitas, porém os empreendedores devem cobrir seus custos com transporte e hospedagem. Durante a missão, o profissional deve se dedicar à programação prevista, sendo realizadas dispensas apenas para reuniões profissionais previamente informadas (*STARTOUT*, 2018).

Desta forma, todas as *startups* que cumprirem os pré-requisitos do programa e tiverem condições de cumprir o período determinado de capacitação e de cobrir os custos da viagem, podem se inscrever para o *StartOut* Brasil.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A classificação desta pesquisa quanto a sua natureza é aplicada, pois esta visa gerar conhecimentos para a aplicação prática da internacionalização de *startups* através do programa *StartOut* Brasil (PRODANOV, FREITAS 2013).

Em relação à classificação quanto aos seus objetivos, a pesquisa é exploratória, pois tem a finalidade de possibilitar o acesso a informação sobre o assunto pesquisado. Conforme Prodanov e Freitas (2013), o planejamento da pesquisa exploratória é flexível, permitindo o estudo do tema sob diversos ângulos. Normalmente, este modelo de pesquisa envolve levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o assunto pesquisado.

Quanto aos procedimentos técnicos, métodos pelos quais são coletados os dados necessários para a realização do estudo, este foi composto por pesquisa bibliográfica, levantamento e estudo de caso (PRODANOV, FREITAS 2013). A pesquisa bibliográfica é caracterizada quando realizada com base em material já publicado. O levantamento ocorre quando é realizada interrogação direta de pessoas que desejamos conhecer o comportamento, normalmente através de questionário. O estudo de caso “consiste em coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo” (PRODANOV, FREITAS 2013, p. 60).

A pesquisa foi caracterizada como qualitativa e quantitativa, de acordo com a forma de abordagem do problema. De acordo com Prodanov e Freitas (2013), a abordagem quantitativa representa as opiniões que se pode traduzir em números, para que ocorra a análise. Já o método qualitativo não é traduzido em números, sendo que “a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa” (PRODANOV, FREITAS 2013, p. 70).

A coleta de dados visa obter informações da realidade (PRODANOV, FREITAS 2013). Entrevista e questionário foram os métodos escolhidos para coleta de dados desta pesquisa, visto que ambos “constituem técnicas de levantamento de dados primários e dão grande importância à descrição verbal de informantes” (PRODANOV, FREITAS 2013, p. 105). A aplicação de questionário caracteriza este estudo como pesquisa descritiva, a qual “observa, registra, analisa e ordena dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador” (PRODANOV, FREITAS 2013, p. 52).

A população selecionada para a aplicação do questionário foi a de *startups* situadas em parques tecnológicos do Vale do Rio dos Sinos, sendo estas incubadas, pré-incubadas ou residentes, totalizando 132 empresas. Entende-se por população o “conjunto de elementos (empresas, produtos, pessoas, por exemplo) que possuem as características que serão objeto de estudo” (VERGARA, 2007, p.50). A amostra da população foi composta por 23 *startups*, selecionada por conveniência, quando o “pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que esses possam, de alguma forma, representar o universo” (PRODANOV, FREITAS 2013, p. 98).

O questionário foi aplicado através de formulário online e continha questões de múltipla escolha, nas quais o respondente opta por uma das alternativas, e questões abertas, que permitem que o respondente insira sua resposta de forma livre. Este ficou disponível para resposta durante dez dias, no período entre o dia 28 de outubro de 2018 e 06 de novembro de 2018, e foi enviado para ser respondido pela população selecionada por meios eletrônicos, sendo estes, e-mail e *WhatsApp*. As perguntas do questionário se encontram no Anexo A.

O estudo de caso foi baseado em uma empresa situada em um parque tecnológico do Vale do Rio dos Sinos que participou de programa similar ao *StartOut* Brasil, com o objetivo de colher o relato da experiência de participação da empresa em projeto similar ao estudado, porém posterior a este. A coleta de dados desta etapa foi realizada por meio de entrevista estruturada, visto que a pesquisadora seguiu um roteiro pré-estabelecido. A entrevista foi

realizada de forma não presencial, por telefone, no dia 01 de novembro de 2018. As questões desta podem ser encontradas no Anexo B.

A análise dos dados ocorreu através comparação da pesquisa bibliográfica com as respostas coletadas do questionário e da entrevista, conforme ponderam Prodanov e Freitas (2013). Os resultados e análises serão apresentados na próxima seção.

4 RESULTADOS E ANÁLISES

Os resultados da aplicação do questionário e da entrevista serão expostos nesta seção, bem como a análise dos dados, que ocorreu através da comparação da pesquisa bibliográfica com tais resultados.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

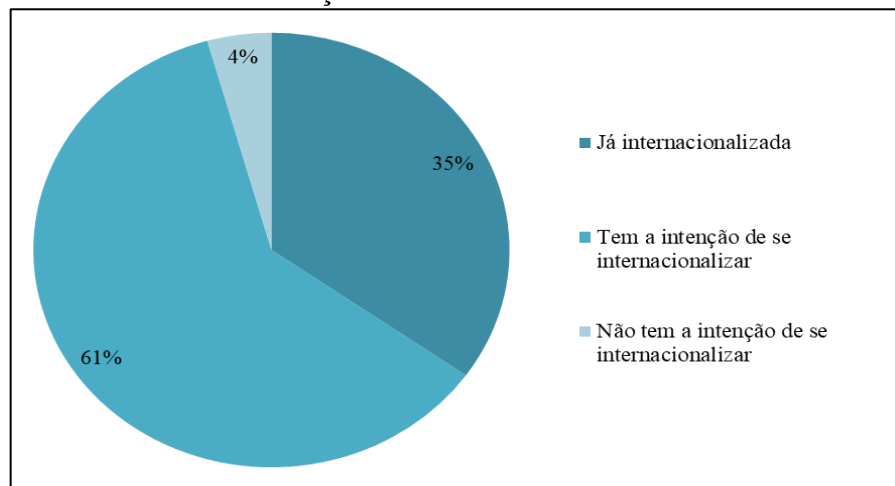
Com o objetivo de descobrir a percepção dos empreendedores sobre o programa *StartOut* Brasil, foram aplicados e analisados questionários em 23 *startups*, sendo que destas, 13 empresas estão inseridas no Tecnosinos e 10 estão no Feevale Techpark, ambos parques tecnológicos localizados na região do Vale do Rio dos Sinos. Os questionários visavam coletar dados sobre a estrutura do negócio, que caracterizassem o público alvo do programa e captassem o nível de interesse dos empreendedores nas oportunidades ofertadas pelo *StartOut* Brasil.

Entre os respondentes, quatro empresas estão pré-incubadas, dezoito estão incubadas e uma é residente do parque em que está localizada. Ainda, sete destas *startups* têm menos de 1 ano de fundação, oito possuem entre um e dois anos, sete tem entre dois e cinco anos de idade e uma tem mais de cinco anos.

No que diz respeito ao número de colaboradores, treze empresas são formadas apenas pelos sócios, três pelos sócios e até mais dois colaboradores, quatro pelos sócios mais entre três e cinco colaboradores e três pelos sócios e seis ou mais colaboradores.

Das 23 empresas que responderam o questionário, oito já realizam negócios no exterior, sejam estas parcerias, compras (importações) ou vendas (exportações). Entre as 15 empresas que ainda não atingiram tal patamar, 14 desejam internacionalizar o negócio, conforme mostra a Figura 1.

Figura 1 – *Startups* internacionalizadas, com intenção de se internacionalizar e sem intenção de se internacionalizar



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

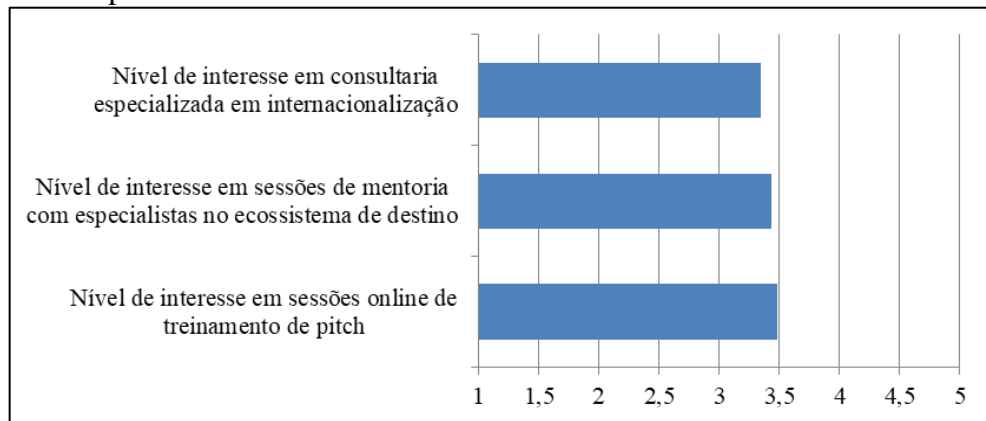
Considerando que a intenção do programa é auxiliar as *startups* brasileiras a acessar ecossistemas no exterior, este poderia auxiliar cerca de 96% das empresas que responderam o questionário a promover ou ampliar a sua atuação no mercado internacional.

4.2 MOTIVAÇÕES PARA A PARTICIPAÇÃO NO PROGRAMA *STARTOUT*

O interesse dos empresários nas oportunidades ofertadas pelo programa foi medido através de uma escala de 1 a 5, elaborada pela discente, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado” e tais respostas foram coletadas do questionário aplicado.

A média de resposta dos empreendedores respondentes para interesse em consultoria especializada em internacionalização foi de 3,35, a média de interesse em mentoria com especialistas no ecossistema de destino da missão foi de 3,43 e a média de interesse em participar de treinamento online de *pitch* alcançou 3,48, conforme expõe a Figura 2.

Figura 2 – Nível de interesse em consultoria especializada em internacionalização, sessões de mentoria com especialistas no ecossistema de destino e sessões online de treinamento de *pitch*.

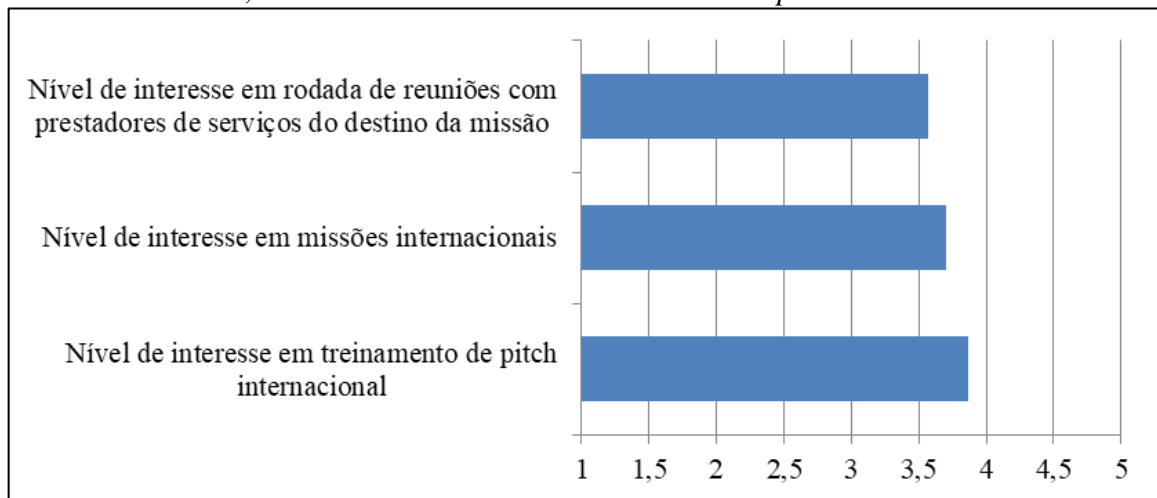


Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O baixo ou mediano interesse nessas oportunidades se deve ao grande acesso dos empresários a tais preparações, pois estas capacitações já são promovidas por outras entidades e associações que apoiam as *startups* brasileiras, como exemplo, os próprios parques tecnológicos.

Rodadas de reuniões com prestadores de serviço no ecossistema de destino obtiveram média 3,57 de interesse dos respondentes, missões internacionais atingiram média de 3,70 e 3,87 foi a média de interesse atingida no item treinamento de *pitch* internacional, conforme apresenta a Figura 3.

Figura 3 – Nível de interesse em rodada de reuniões com prestadores de serviço no destino da missão, missões internacionais e treinamento de *pitch* internacional

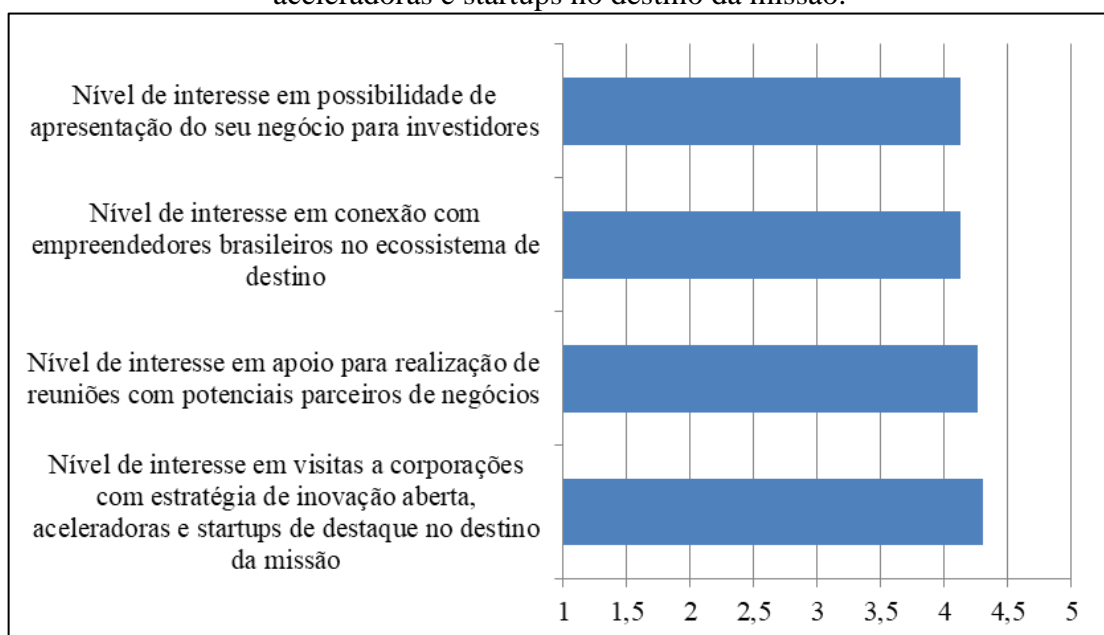


Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O interesse mediano nestes itens está relacionado ao início da internacionalização do negócio, ou seja, dar o primeiro passo em direção as parcerias internacionais, tendo em vista que tratam da parte burocrática, sem possíveis resultados financeiros visíveis.

A média de interesse na possibilidade de conexão com empreendedores brasileiros no ecossistema de destino e de possibilidade de apresentação do seu negócio para investidores foi a mesma, 4,13. O interesse em apoio para realização de reuniões com potenciais parceiros de negócios alcançou uma média de 4,26. Visitas a corporações com estratégia de inovação aberta, aceleradoras e *startups* de destaque no destino da missão obtiveram média de 4,3 de interesse dos respondentes. A Figura 4 mostra os resultados destas questões.

Figura 4 – Nível de interesse em possibilidade de apresentação do negócio para investidores, conexão com brasileiros no ecossistema de destino, apoio para realização de reuniões com potenciais parceiros de negócios e visitas a corporações com estratégia de inovação aberta, aceleradoras e startups no destino da missão.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O grande interesse nestes itens apresenta a importância da fase avançada de internacionalização do negócio, sendo esta a formação de uma base de fornecedores e clientes a fim de realizar parcerias no ecossistema de destino, diminuindo os riscos financeiros de operação do negócio.

4.3 BENEFÍCIOS PARA A PARTICIPAÇÃO NO PROGRAMA *STARTOUT*

Com o objetivo de coletar o relato de uma *startup* que participa de programa similar ao *StartOut* Brasil, também promovido pela ANPROTEC, foi aplicada entrevista em uma empresa sediada no Feevale Techpark.

A empresa respondente informou que este é um programa de grande importância, visto que possibilita uma ampla realização de *networking*, favorece fortemente o ambiente de negócios e que existe um amplo espaço para os produtos brasileiros nos ecossistemas de destino.

O maior ponto positivo apontado foi a facilidade para as empresas acessarem as plataformas de exportação brasileiras. De acordo com a *startup*, o custo-benefício do programa é vantajoso, sendo que o retorno do investimento aconteceu em cerca de 2 anos.

4.4 LIMITAÇÕES PARA A PARTICIPAÇÃO NO PROGRAMA *STARTOUT*

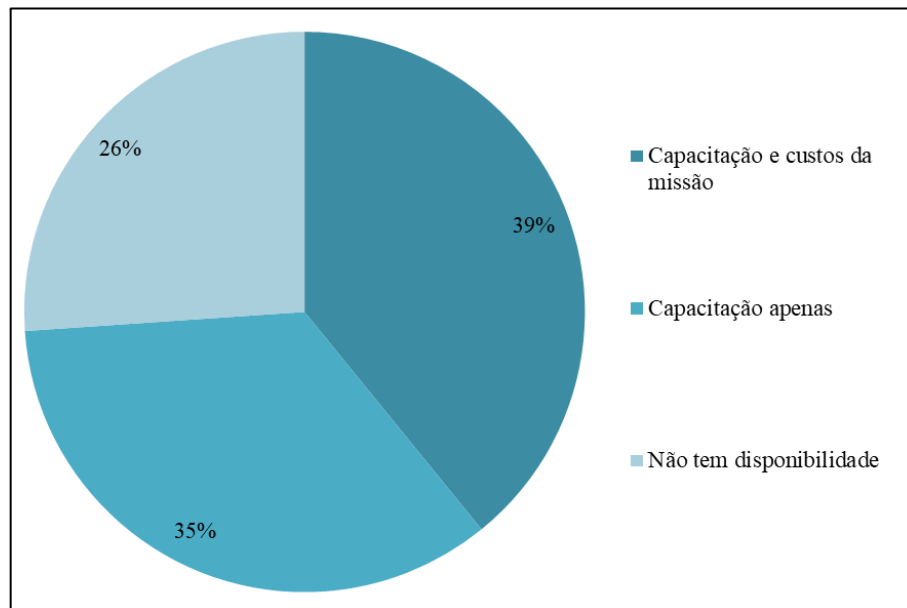
A empresa entrevistada relatou não ter tido notáveis dificuldades durante a participação no programa, mas caso tivesse que citar um obstáculo seria o cenário do Brasil no exterior, ou seja, a visão que os países estrangeiros têm sobre a economia e sobre as empresas brasileiras. Ainda, pode ser apontado como ponto negativo o custo do programa que, conforme relato da empresa, é um mal necessário.

Outra limitação encontrada é a delimitação do público alvo, pois o *StartOut* Brasil é voltado para *startups* brasileiras que estejam “faturando, preferencialmente, acima dos R\$ 500 mil, ou que tenham recebido algum tipo de investimento” (*STARTOUT*, 2018), que tenham colaboradores dedicados exclusivamente ao negócio e com fluência em inglês.

Entre as empresas respondentes, se encaixariam neste público-alvo cinco das 23 empresas, ou seja, aproximadamente 22% da amostra. Este baixo número se deve a combinação dos fatores, visto que apenas 22% da amostra recebe algum tipo de investimento externo, 15% dos respondentes têm faturamento anual acima dos R\$ 500.000,00 e 56% das empresas respondentes têm colaboradores fluentes em inglês.

Aproximadamente 74% da amostra declarou ter disponibilidade de participar das capacitações por cerca de três horas semanais, durante o período aproximado de oito semanas, e 39% teria condições de cobrir os custos com a missão internacional, conforme expõe a Figura 5.

Figura 5 – Disponibilidade de participar das capacitações *versus* condições de arcar com os custos da missão internacional



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Porém, destes percentuais, nem todas as empresas se encaixam no público-alvo, o que resulta em um nível baixo de empresas que poderiam aderir ao programa. Considerando todas as exigências, apenas duas das 23 empresas respondentes, cerca de 8,7% da amostra, declararam ter condições de participar do *StartOut* Brasil.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer do desenvolvimento da pesquisa, foi possível associar o referencial teórico de diferentes autores ao questionário e entrevista aplicados às *startups* respondentes, comprovando a percepção destas sobre o programa *StartOut* Brasil. A percepção dos empresários sobre o referido programa é positiva, sendo as principais motivações de participação a possibilidade de realização de negócios internacionais, obtenção de novas receitas e apresentação do negócio para investidores internacionais.

Os benefícios apresentados pelo programa são todas as oportunidades gratuitas que este revela, dentre as quais se destacam: consultoria especializada em internacionalização; sessões de mentoria com especialistas no ecossistema de destino; sessões online de treinamento de *pitch*; treinamento de *pitch* internacional; rodada de reuniões com prestadores de serviços do destino; visitas a corporações com estratégia de inovação aberta, aceleradoras, *startups* de destaque; apoio para agendamento de reuniões com potenciais parceiros de negócios; conexão com empreendedores brasileiros no ecossistema de destino, e; possibilidade de apresentação do seu negócio para investidores.

Outro aspecto positivo é o relato de participação de uma *startup* em programa similar, porém anterior, ao *StartOut* Brasil, também realizado por um dos órgãos que promovem este programa. Conforme descrito, os investimentos realizados para a participação no programa tiveram retorno em dois anos, sendo este um custo-benefício vantajoso. Esta experiência pode, ainda, encorajar outras empresas a realizar as suas inscrições para se internacionalizar com o auxílio do *StartOut* Brasil.

As limitações apresentadas pelo *StartOut* Brasil são a delimitação do público-alvo do programa, o que impossibilita a concorrência de todas as *startups* interessadas em participar, a necessidade de dedicação ao programa por cerca de três horas semanais, durante oito semanas,

e a necessidade das empresas arcarem com seus próprios custos para a missão internacional.

Este estudo possibilitou acesso ao conhecimento sobre o programa *StartOut* Brasil por parte das *startups*, situadas nos parques tecnológicos da região do Vale do Rio dos Sinos, às quais o questionário foi encaminhado. Os dados obtidos através da aplicação do questionário e da entrevista estarão disponíveis para acadêmicos, interessados no tema e gestores de ambientes de inovação, a fim de auxiliar na tomada de decisão de possíveis interessados sobre a inscrição para participação no programa.

As limitações encontradas pela acadêmica neste estudo foram o número de empresas respondentes do questionário, que resultou em uma amostra de, aproximadamente, 17% da população, e a entrevista, não presencial, de apenas uma empresa participante de programa similar.

As recomendações de estudos futuros são buscar quais operações internacionais oriundas do programa já foram realizadas e quais os benefícios vivenciados por *startups* que já participaram do *StartOut* Brasil.

REFERÊNCIAS

ACCENTURE; ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS. **O momento da startup brasileira e o futuro do ecossistema de inovação.** Disponível em: <https://abstartups.com.br/PDF/radiografia-startups-brasileiras.pdf> . Acesso em 19 ago. 2018.

AGÊNCIA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES. **A primeira exportação a gente nunca esquece:** como as empresas brasileiras estão chegando ao mercado externo - um relato da experiência da APEX. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003. 143 p.

APEX-BRASIL - AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS. **Quem somos.** Disponível em: <https://portal.apexbrasil.com.br/quem-somos/> . Acesso em 09 jul. 2018.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENHIMENTOS INOVADORES. **Nossas ações.** Disponível em: <http://anprotec.org.br/site/nossas-acoas/> . Acesso em 23 jul. 2018.

_____. **Sobre.** Disponível em: <http://anprotec.org.br/site/sobre/> . Acesso em 03 set. 2018.

BRASIL. **Decreto nº. 2.398, de 21 de novembro de 1997.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1997/D2398.htm. Acesso em 09 jul. 2018a.

_____. **Decreto nº. 4.584, de 5 de fevereiro de 2003.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/D4584.htm#art13. Acesso em 09 jul. 2018b.

CAIXETA, Nely; NETZ, Clayton; GALUPPO, Ricardo. **Passaporte para o mundo:** como a APEX-Brasil abriu as portas do mercado internacional para pequenas e médias empresas. São Paulo: Nobel, 2006. 221 p.

FEEVALE TECHPARK. **Empresas vigentes.** Disponível em: <https://www.feevale.br/techpark/nossas-empresas/empresas-vigentes>. Acesso em 17 nov. 2018.

GITAHY, Yuri. **O que é uma startup?**. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-startup,6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 14 out. 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**: 2016. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report>. Acesso em 13 set. 2018.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009. 662 p.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Empreendedorismo**. São Paulo: Pearson, 2012. Disponível em:
<http://feevale.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788564574342/pages/-6>. Acesso em 16 set. 2018.

MICHAELIS. **Start-up**. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/palavra/135PE/start-up/>. Acesso em 18 ago. 2018.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. **Institucional**. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/institucional>. Acesso em 09 set. 2018.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. **O Ministério**. Disponível em:
<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/o-ministerio>. Acesso em 09 set. 2018.

PRODANOV, Cleber C; FREITAS, Ernani C. de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso: 10 mai. 2016.

RIES, Eric. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. Rio de Janeiro: LeYa, 2012. 274 p.

SANTOS, Priscila. **Startup Brasil**. REVISTA GALILEU. Disponível em:
<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI331599-17773,00-STARTUP+BRASIL.html>. Acesso em 19 ago. 2018.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **A internacionalização das startups brasileiras começa 2018 por Berlim**. Disponível em:
<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/internacionalizacao-das-startups-brasileiras-comeca-2018-por-berlim,bf557eb7a3e21610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 23 jul. 2018.

_____. **Conheça o SEBRAE**. Disponível em:
http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos. Acesso em 03 set. 2018.

STARTOUT BRASIL. **Capacitação**. Disponível em:
<https://www.startoutbrasil.com.br/ciclo/capacitacao/?portfolioCats=19>. Acesso em 23 jul. 2018a.

_____. **Ciclos de imersão**. Disponível em:

<https://www.startoutbrasil.com.br/ciclos/>. Acesso em 23 jul. 2018b.

_____. **Edições passadas.** Disponível em:
<https://www.startoutbrasil.com.br/edicoes-passadas/>. Acesso em 30 jul. 2018c.

_____. **Missão.** Disponível em:
<https://www.startoutbrasil.com.br/ciclo/missao/?portfolioCats=19>. Acesso em 23 jul. 2018d.

_____. **O que é o StarOut Brasil.** Disponível em:
<https://www.startoutbrasil.com.br/sobre/>. Acesso em 23 jul. 2018e.

_____. **Próximos destinos.** Disponível em:
<https://www.startoutbrasil.com.br/proximos-destinos/>. Acesso em 30 jul. 2018e.

_____. **Reconhecimentos e landing.** Disponível em:
<https://www.startoutbrasil.com.br/ciclo/softlanding/?portfolioCats=19>. Acesso em 23 jul. 2018f.

_____. **Seleção.** Disponível em:
<https://www.startoutbrasil.com.br/ciclo/selecao/?portfolioCats=19>. Acesso em 23 jul. 2018g.

TECNOSINOS. **Empresas.** Disponível em: <http://www.tecnosinos.com.br/company/>. Acesso em 17 nov. 2018.

VALOR ECONÔMICO. **Startups buscam internacionalização para atrair investidores.** Disponível em: <https://www.valor.com.br/patrocinado/machado-meyer-advogados/inteligencia-juridica/startups-buscam-internacionalizacao-para-atrair-investidores>. Acesso em 19 ago. 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Editora Atlas S.A., 2007. 92 p.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO APLICADO

1. Sua *startup* está incubada em qual parque tecnológico?
2. Qual a relação da sua *startup* com o parque tecnológico?
 - a) Pré-incubada
 - b) Incubada
 - c) Residente/graduada
3. Qual a idade da sua *startup*?
 - a) Menos de 1 ano
 - b) Entre 1 e 2 anos
 - c) Entre 2 e 5 anos
 - d) Mais de 5 anos
4. Quantos colaboradores tem a sua *startup*?
 - a) Apenas os sócios
 - b) Os sócios mais até 2 colaboradores
 - c) Os sócios mais entre 3 e 5 colaboradores
 - d) Os sócios e 6 ou mais colaboradores

5. Quantos colaboradores e sócios dedicados exclusivamente ao negócio tem a sua *startup*?
 - a) Até 2
 - b) Entre 3 e 5
 - c) Seis (6) ou mais
6. Os colaboradores e sócios da sua *startup* são fluentes em inglês?
 - a) Não, nenhum deles é fluente em inglês.
 - b) Sim, parte deles é fluente em inglês.
 - c) Sim, todos são fluentes em inglês.
7. Sua *startup* já realiza negócios internacionais, sendo estas parcerias, compras ou vendas internacionais?
 - a) Sim
 - b) Não
8. Tem a intenção de internacionalizar o negócio?
 - a) Sim
 - b) Não
9. A sua *startup* recebe algum tipo de investimento de terceiros, sendo este governamental, de aceleradoras ou investidores anjo?
 - a) Sim
 - b) Não
10. A sua *startup* tem faturamento acima dos R\$ 500.000,00 por ano?
 - a) Sim
 - b) Não
11. Qual o seu nível de interesse em: consultoria especializada em internacionalização?
Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
12. Qual o seu nível de interesse em: sessões de mentoria com especialistas no ecossistema de destino?
Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
13. Qual o seu nível de interesse em: sessões online de treinamento de *pitch*?
Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
14. Qual o seu nível de interesse em: missões internacionais?
Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
15. Qual o seu nível de interesse em: treinamento de *pitch* internacional?
Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
16. Qual o seu nível de interesse em: rodada de reuniões com prestadores de serviços do destino da missão?
Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
17. Qual o seu nível de interesse em: visitas a corporações com estratégia de inovação aberta, aceleradoras e startups de destaque no destino da missão?
Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
18. Qual o seu nível de interesse em: apoio para realização de reuniões com potenciais parceiros de negócios?

- Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
19. Qual o seu nível de interesse em: conexão com empreendedores brasileiros no ecossistema de destino?
Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
20. Qual o seu nível de interesse em: possibilidade de apresentação do seu negócio para investidores?
Escala de 1 a 5, sendo 1 equivalente a “nenhum interesse” e 5 equivalente a “muito interessado”.
21. Teria disponibilidade de participar ativamente de capacitação por 3 horas semanais, ao menos durante 8 semanas?
a) Sim
b) Não
22. Você teria condições de cobrir seus custos com transporte e hospedagem para a missão internacional?
a) Sim
b) Não
23. Caso queira ter acesso ao resultado da pesquisa, favor informar seu e-mail que após o término da mesma, encaminharemos.

ANEXO B – ENTREVISTA APLICADA

1. Qual a sua percepção sobre o programa?
2. Quais os aspectos positivos e negativos do programa?
3. O investimento no projeto vale a pena? O custo-benefício do programa compensa?
4. Quais as dificuldades encontradas durante a participação?