

A REALIDADE DAS STARTUPS SERGIPANAS A PARTIR DO MOVIMENTO CAJU VALLEY

Matheus Pereira Mattos Felizola – matheus.felizola.marketing@gmail.com

Program of Postgraduate in Intellectual Property Science – Federal University of Sergipe

Iracema Machado de Aragão Gomes – aragao.ufs@gmail.com

Program of Postgraduate in Intellectual Property Science – Federal University of Sergipe

Resumo - As empresas denominadas de Startups, desde a década de 1990 começaram a receber uma maior atenção da academia por se tratarem de modelos de negócios pouco convencionais e com foco voltado para a inovação. O objetivo do trabalho foi Compreender as práticas, dificuldades e potencialidades do empreendedorismo de *Startups* em Sergipe. Em termos metodológicos, o autor referência foi o Yin (2015), como fontes de evidências na primeira fase da pesquisa que perdurou entre Janeiro e Abril de 2015, foi realizada ainda uma análise dos registros em arquivos, entrevistas abertas com os participantes do grupo Caju Valley, e a observação direta das reuniões, na segunda fase foram realizadas entrevista estruturada com 20 empresas de tecnologia sergipanas e a observação participante do grupo Caju Valley entre os meses de Maio de 2015 e Junho de 2016, na terceira e última fase foram realizadas entrevistas com nove empreendedores do grupo Caju Valley nos meses de Julho e Agosto de 2016 indicados pelo próprio grupo a partir dos seguintes critérios: Registro de Marca, Produtor inovador, Registro de computador ou patente, Aporte financeiro de um anjo, Financiamento público, Ganho de escala, *Startup* Acelerada, *Startup* Incubada e *Startup* com projeto de pesquisa. Por fim, foi possível perceber que existem três perfis diferentes de *Startups* pertencentes ao grupo Caju Valley, e que no geral, elas não estão preocupadas com editais públicos, no geral tem pouca preocupação com o registro de marca, registro de softwares ou patentes.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Startups; Negócios; Movimento Caju Valley

Abstract- Companies known as Startups, since the 1990s began to receive greater attention from academia because they were unconventional business models and focused on innovation. The objective of the work was to understand the practices, difficulties and potential of Startups entrepreneurship in Sergipe. In methodological terms, the reference author was Yin (2015), as sources of evidence in the first phase of the research that lasted from January to April 2015, an analysis of the records in archives, open interviews with the participants of the Caju group Valley, and the direct observation of the meetings, in the second phase were conducted a structured interview with 20 companies of technology sergipanas and the participant observation of the group Caju Valley between the months of May of 2015 and June of 2016, in the third and last phase were realized interviews with nine entrepreneurs from the Caju Valley group in July and August 2016 indicated by the group itself from the following criteria: Brand registration, Innovative producer, Computer or patent registry, Financial contribution of an angel, Public financing, Gain of scale, Startup Accelerated, Startup Incubated and Startup with research project. Finally, it was possible to see that there are three different Startups profiles belonging to the Caju Valley group, and that in general, they are not concerned with public notices, they generally have little concern with trademark registration, software registration or patents.

Keywords: Entrepreneurship; Startups; Business; Caju Valley Movement

1 INTRODUÇÃO

A ideia de uma *Startup*, perpassa necessariamente por um modelo de negócio inovador, normalmente sem concorrência e lançado em um cenário bastante incerto. A essência das *Startups* desde a década de 1990 está bastante associada a famosa bolha da internet. Nesse período histórico, empresas conhecidas como “ponto.com” começam a ganhar relevo, devido ao montante de dinheiro investido em pouquíssimo tempo de funcionamento. Essa imagem de negócios inovadores, com jovens no comando, rompendo hierarquias e com práticas arrojadas de gestão motivou uma geração de futuros empreendedores. Sendo que esse fenômeno em Sergipe, não foi diferente.

Buscou-se nesse trabalho, apresentar as *Startups* participantes do grupo Caju Valley com maior relevância na ótica dos próprios participantes do grupo, sendo que desde 2012 o movimento tem como objetivo ser o principal elo no tocante a mobilização e sensibilização de empreendedores, Polos de Tecnologia, entidades relacionadas ao empreendedorismo, federações, Organizações não Governamentais, Universidades, Consultores, Mentores, Anjos Investidores, Incubadoras e todas as instituições que tenham como missão o fomento e incentivo aos negócios inovadores.

O presente artigo foi parte de uma pesquisa intitulada “As startups sergipanas: um estudo de caso do Caju Valley” vinculada ao Programa de Pós Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual da UFS que se propôs como objetivo geral “Mapear e analisar as atividades de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação e as solicitações de registros de marcas e programas das *Startups* Sergipanas”.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1- EMPREENDEDORISMO TECNOLÓGICO

O perfil dos empreendedores que iniciam uma *Startup*, é algo muito importante, pois a própria formação e visão científica desse grupo de profissionais embora seja um diferencial científico, pode também ocasionar problemas relacionados com a implementação do plano de negócios. Para Malczewski (2012), os empreendedores estão mais ligados na inovação, do que nas necessidades dos clientes. A partir de Blank (2012, 2013); Blank e Dorf (2012); Cohen e Feld (2010) é possível aferir que os empreendedores tecnológicos que fundam *startups* validam seus modelos de negócios, a partir de um processo inovativo, que pode proporcionar a escalabilidade rápida das operações

Para Motayama e Waltkins (2014) e Crowne (2002) a fase de arranque de uma empresa de tecnologia, é o período entre a concepção do produto e a sua primeira venda, os autores avaliam que toda empresa da área de informática, começa com um empreendedor e uma visão de negócios, que percebe uma oportunidade no mercado e começa a criar uma tecnologia para atender à necessidade dos clientes, só que é preciso montar um time executivo em torno da proposta de entrega de valor, que tenha habilidade necessária para construir um produto de sucesso, esse é o grande problema, pois na sua fase inicial uma *Startup* normalmente não tem dinheiro para contratar pessoas capacitadas. Os citados autores ainda advertem que no início da operação uma *Startup* normalmente fica em um espaço físico muito restrito, com todos os participantes do projeto normalmente no mesmo local e com uma comunicação bem eficiente. Sobre a questão da gestão de recursos humanos das *Startups*, perpassa a visão de Nakagawa (2012), o erro mais comum desse tipo de empresa é na área de gestão, pois normalmente os negócios de tecnologia tem fundadores bem experientes e preparados na área científica.

Partindo do pressuposto que para uma organização ligada a área de tecnologia possa ter capacidade de gerar soluções inovadoras, é importante a liderança de um empreendedor com capacidade de avaliar o ambiente de mercado, formar uma boa rede de relacionamento e desenvolver estratégias empresariais que permitam criar uma cultura inovadora em sua organização. Sobre essa questão Terenzo (2012) a equipe de uma *Startup*, deveria ter um viés multidisciplinar. As visões de Nakagawa (2012) e Malczewsky (2012) reforçam a necessidade de empreendedores de tecnologia com atenção para as práticas de gestão, isso pode ser suprido de diversas maneiras: Com um consultor na área de gestão, com um sócio com formação ou experiência na área ou com o investimento em um *Master Business Administration - MBA* ou Mestrados profissionais para capacitar esses empreendedores. É preciso perceber que essas pequenas empresas da área de tecnologia em fase inicial de operação, acabam lutando com grandes organizações, que possuem processos de pesquisa e desenvolvimento bem avançadas.

Para Paiva Junior et al (2015), a área tecnológica está inserida em ambientes de alta competitividade, sem barreiras geográficas, e normalmente estão inseridas em redes de negócios. O caminho natural dessas empresas, são as parcerias comerciais e de produção com empresas de todo o mundo, um exemplo, e a disponibilização dos aplicativos nas principais lojas dos três principais sistemas de *mobile* do mundo, o Sistema operacional IOS da empresa *Apple*, o *Android* utilizado principalmente pela empresa Samsung, e o Windows que é muito associado a tecnologia do Nokia. Na visão de Taurion (2012, p.23) “ O imenso potencial criado pelas rápidas mudanças tecnológicas abre espaço para que as empresas inovadoras atendam às demandas não preenchidas hoje, bem como para que criem novas demandas”. Essa noção de conhecimento de mercado, de avaliação das reais necessidades do consumidor, é a tônica desse movimento empreendedor tecnológico, pois apenas com um processo criativo e inovador, seria possível pensar em vantagens competitivas para as *Startups*. Pois segundo Scott et al (2008, p.31) “A elevada taxa de insucesso de empresas sagazes em um novo espaço não deveria ser uma surpresa: um número enorme de evidências sugere que empresas que estão entrando em novos mercados tendem a começar com a estratégia errada”. Já na visão de Brito (2012), um empreendedor inovador deve ser capaz de pesquisar ideias das mais variadas fontes, pois as barreiras de entrada são comuns, e a partir dessa perspectiva, surge ainda a necessidade de pensar em algumas questões que podem ainda complicar mais a entrada das pequenas empresas de base tecnológica. Por fim, um ponto importante de análise, é que mesmo quando essas empresas alcançam um relativo sucesso e enfrentam todas as dificuldades em sua inicialização, muitas vezes elas esbarram em uma questão importante, que foi discutida por Weiz (2012), quando o autor parte do pressuposto, que devido ao padrão científico dos fundadores, a vocação normalmente não é da gestão.

Pensando nessa afirmação de Weiz (2012) e partindo da necessidade de identificar como esses empreendedores cuidam da propriedade intelectual dos produtos e processos, e além disso como eles trabalham com a necessidade de proteção aos seus registros de computadores e que foi criado o próximo tópico do referencial teórico. Essas organizações normalmente têm suas marcas como principais ativos de divulgação, embora como será observado na análise dos dados, muitas não sintam motivação para registrar essas marcas. Outro ponto percebido na análise, é que embora conheçam o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), que estrategicamente está posicionado ao lado do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) das mais diversas regiões, em geral essas empresas não sentem a necessidade de registro de sistemas, softwares ou produtos.

2.2- REGISTRO DE COMPUTADORES E PATENTES

A partir do acordo Trips, é possível perceber, que a interpretação de criação intelectual, avalia o procedimento da criação do programa com uma obra individual, e não estende a proteção para os mecanismos acoplados ao Software, o que é conhecido como programa embarcado ou sistema embarcado. A lei do Software de 1998, analisa de maneira muito específica a questão dos programas de computador no Brasil. Sobre essa questão, é interessante a visão de Baron e Shane (2007) a partir de uma realidade internacional, mas que tem alguma ligação com o nosso modelo de registro, os negócios normalmente se deparam com as economias de escala, e o tempo para escrever o código por um programador, pode ser basicamente perdido devido as cópias, o que aumenta o poder das grandes empresas, que rapidamente vão colocar o produto em circulação.

O autor Soriano (2014), a partir do direito comparado, ou seja, de uma proposta de investigar a legislação de vários países, identificaram algumas informações importantes, no Chile por exemplo, o direito do autor de software é similar ao direito de obras literárias, já o Uruguai modificou sua legislação conferindo uma norma administrativa para tratar da matéria, já o Brasil adotou uma legislação própria, embora basicamente reforçando o direito do autor. Nesse raciocínio Jungmann (2010) avalia que a propriedade de um software está relacionada com a criatividade do autor, portando é passível de direitos autorais. A proteção legal de acordo com a visão de Jungmann (2010) em relação aos programas de computador como eles já são protegidos pela própria lei dos direitos autorais, o registro acaba sendo sempre opcional.

Essa perspectiva do Jungmann (2010) corrobora com a visão do Caju Valley, pois o grupo teve desde o início a perspectiva do fortalecimento do ecossistema para auxiliar na construção de produtos realmente inovadores. Muito mais do que apenas uma ação isolada, a proposta do grupo sempre foi a construção coletiva de um potencial empreendedor inovador.

Sobre essa questão Soriano (2014,p.5) “Como se pode ver, a tendência mundial da proteção jurídica do software se dá através do copyright para os países da Common Law e o direito do autor para os países da Civil Law”. Na

ótica de Oliveira (2014), em linhas gerais, os países que optam pela Common Law seguem as decisões de tribunais e não a ação do legislativo, é a legislação adotada nos países que tem ligação com o Reino Unido, já o Civil Law é adotado por países que tem o direito romano como inspiração, e é utilizado na Europa, Ásia e América Latina.

Na ótica Soriano (2014) é importante observar que a geração de patentes ou registros de computador como no caso do Brasil, aumentam os custos operacionais, mas ao mesmo tempo protegem os segredos industriais, e evitam a necessidade do acordo de confidencialidade ou sigilo industrial, que necessitam de aval jurídico e não protegem por completo a inovação.

Por fim, ainda na visão de Jungmann (2010) e Poli (2003) como os programas de computador já são protegidos pela própria lei dos direitos autorais, o registro acaba sendo sempre opcional. Essa premissa desmotiva os empresários das *Startups* em Sergipe, que acabam não tendo interesse nesse procedimento, pois esse aspecto será apresentado logo após a metodologia, na continuidade desse trabalho.

3- PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi realizado um estudo comparativo tendo como corpus empírico os micro e pequenos empreendedores de tecnologia participantes do movimento Caju Valley, partindo da própria definição das *Startups* que apontam para pequenas e microempresas com estrutura financeira enxuta, com potencial de escalabilidade e com foco voltado para inovação.

3.1 O ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS

Na visão de Yin (2015), o estudo de casos múltiplos é usado quando cada estudo individual pode realmente auxiliar na coleta e na análise de dados. Na terceira e última fase do projeto do estudo de caso (que foi detalhado nesse artigo científico), optou-se pela análise de 09 (nove) *Startups* que demonstraram maior índice de maturidade a partir dos dados oriundos das duas fases anteriores e da aplicação da entrevista estruturada aos empreendedores participantes do grupo Caju Valley, além de terem sido citadas pelos próprios participantes do grupo na reunião do Mês de Julho de 2016 a partir dos 09 critérios criados.

A partir das vinte *Startups* que participaram da segunda fase, foi feita a triagem dos casos para o estudo a partir dos nove critérios já citados. A partir da triagem, a documentação, os registros em arquivos e a entrevista curta ou aberta na primeira fase e prolongada ou em profundidade na terceira e última fase do estudo de caso, e por fim, também a observação direta (primeira fase) e a observação participante (segunda fase) foram utilizadas como técnicas de coletas de evidências.

Em relação à documentação, buscou-se principalmente documentos administrativos, agendas de reuniões e recortes em notícias. No que tange os registros de arquivos, foram observados os arquivos de uso público, os registros de serviços com o número de clientes atendidos por cada *Startup*, os orçamentos e as pesquisas realizadas por outras fontes que adentram como fontes secundárias. Em relação à entrevista curta na primeira fase da pesquisa, buscava-se conhecer o objeto, então cada entrevista teve sua própria dinâmica exploratória. Na **terceira fase** foram realizadas entrevistas em profundidade com 09 (nove) empreendedores selecionados, sendo denominada de prolongada ou em profundidade.

As entrevistas em profundidade seguiram o protocolo proposto por Yin (2015) e aconteceram nos meses de Julho e Agosto de 2016, sendo aplicadas pessoalmente, pelo programa Skype e pelo Telefone, nas próprias empresas envolvidas, em escritórios virtuais, em locais públicos (cafés, shoppings etc), nos encontros do grupo denominado de Caju Valley, por telefone e através de mecanismos digitais. Como já explicitado em duas ocasiões nessa pesquisa, foram propostos nove critérios para seleção das *Startups* e na reunião de Julho de 2016 do grupo, os membros do Caju Valley foram indagados de quais seriam as *Startups* que poderiam responder os critérios. A partir das respostas de 16 membros do grupo Caju Valley, foram citadas 23 *Startups* que atendiam a algum critério da análise, levando em consideração as *Startups* mais citadas, foi possível alcançar o número de 09 *Startups* para a terceira e última fase da pesquisa. É importante mencionar que todas as *Startups* citadas têm relativa aproximação com o grupo Caju Valley, explicitando essa questão, é fundamental lembrar que como o Caju Valley não tem constituição jurídica, não sendo nem uma cooperativa ou mesmo uma associação, existe uma certa dificuldade em afirmar qual a legitimidade em uma organização afirmar fazer parte do grupo. No próximo tópico, as *Startups* serão apresentadas, mas conforme acertado individualmente com cada um dos entrevistados, o nome das *Startups* será ocultado.

4- ANÁLISE DOS DADOS

4.1- AS STARTUPS

Ao total 09 (nove) empreendedores de *Startups* citadas pelos participantes do Caju Valley, foram ouvidos nos meses de Julho e Agosto de 2016. Como já abordado no item acima, as entrevistas tiveram tempo e localização variada, dependendo da disponibilidade de cada um dos entrevistados. Alguns outros contatos telefônicos foram ainda realizados para aumentar a certeza sobre os dados repassados, pois em alguns casos muitas informações surgiram de outras conversas com esses empreendedores. É importante mencionar que ao longo dos 20 meses de análise, em alguns casos, o pesquisador entrevistou de diversas maneiras alguns dos entrevistados, embora pela própria dinâmica das *Startups*, as estratégias dessas organizações tenham sido alteradas sobremaneira durante o período da análise, em alguns casos, o mesmo empreendedor teve mais de uma *Startup* durante o período da pesquisa, em outros casos a *Startup* fechou no período da pesquisa.

Startup 1 – Registro de Marca

A *Startup* 1 dessa análise, foi aprovada no processo de seleção de incubação de empresas do Sergipe Parque Tecnológico em Julho de 2016 e iniciou o processo de incubação que terá o prazo de até dois anos de duração. O seu produto é um aplicativo de gestão para profissionais da área de educação física, principalmente para aqueles que oferecem o serviço de *Personal Trainer*. A empresa existe desde o ano de 2015 inicialmente situada em um escritório virtual de Aracaju, o empreendedor é formado em ciência da computação pela Universidade Federal de Sergipe e tem mestrado em Administração mesma instituição. A *startup* teve o aporte de dois anjos investidores e metade do investimento foi para a criação e registro de marca no INPI. A visão do empreendedor é que o registro de marca é uma aposta fundamental para os planos da empresa, que conta hoje com a ajuda de um profissional também formado em ciência da computação que terá um contrato de participação nos lucros da empresa.

Startup 2 – Registro de Computadores ou patentes

A *Startup* 2, é uma *Startup* que desde 2012 iniciou seu trabalho de configuração e participou do Demoday Sergipe 2013, sua principal liderança entrevistada tem formação em arquitetura e está envolvido também na área de escritórios virtuais, sendo sócio de *coworkings* em Aracaju e Salvador. Embora a ideia tenha surgido em 2012, foi em 2014 que houve a criação de uma pessoa jurídica, o produto está atualmente na fase de prototipagem, a empresa não recebeu qualquer investimento de anjos, ou seja, todo o recurso foi dos próprios empreendedores e também do financiamento da Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe (Fapitec/SE), através do Programa de Inovação em Empresas Sergipanas (Tecnova) em 2013. Quanto a esse recurso, o empreendedor é taxativo ao afirmar que a demora para lançar o produto esteve associada ao problema no repasse do dinheiro previsto pela Fapitec. A *Startup* já abriu processo no Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI para solicitar a patente da invenção, e tem dois profissionais envolvidos no processo de Patenteamento internacional. Na sua visão, a patente no seu caso é obrigatória, mas ainda não pensa no registro da marca, pois considera menos importante no atual momento da operação.

Startup 3- Incubada

A terceira *Startup* investigada, é uma plataforma de Gestão de auditorias e avaliações para empresas, que tem o intuito de aumentar a produtividade de organizações, permitindo que sejam agendadas avaliações ou auditorias com formulários, questionários ou *Checklists*. O produto em questão, faz parte de uma empresa incubada no ITEC - Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Sergipe da UNIT - Universidade Tiradentes- UNIT e que foi fundada em 2012. Segundo a liderança entrevistada que é formada em Ciência da Computação na Universidade Tiradentes - UNIT e a principal liderança do grupo Caju Valley, o seu mais novo projeto de *Startup* foi iniciada em Maio de 2016 e o fato de estar incubada é fundamental, principalmente para ter tempo de obter *feedback* do mercado

e possibilitar a criação de uma segunda versão com melhorias mais diretas para quem realmente usa a solução. Na ótica da sua principal liderança, a vantagem de estar incubado é o conforto no ambiente, a cobrança em gerar resultados e a possibilidade de contato com alguma empresa de porte que possa se interessar pela solução. A empresa tem três sócios todos formados na área de informática e atualmente dedicam parte do seu tempo a operação, pois todos têm funções em outras empresas. O empreendedor é uma das principais lideranças do movimento Caju Valley e foi entrevistado durante várias vezes nessa pesquisa.

Startup 4 - Startup com aporte financeiro de um anjo

A *Startup 4* é uma empresa de tecnologia fundada em 2013, a partir da união de 5 sócios (três trabalham no operacional da empresa e dois foram investidores anjos), o seu principal produto é um aplicativo que oferece reserva e descontos em restaurantes. A ideia do aplicativo foi pioneira no Nordeste do Brasil, embora outros aplicativos semelhantes existissem na Europa e nos Estados Unidos. Os cinco sócios possuem nível superior em curso ou completo sendo que as áreas de formação são: Direito, Administração e Ciência da Computação. O empreendedor entrevistado não percebe a importância dos editais públicos, pois acha que dinheiro público é muito burocrático. Ele não vê muita necessidade de registro de marcas e muito menos de registro de computadores, pois na sua visão o Brasil não garante a proteção. A empresa nunca foi incubada, mas já teve um escritório próprio, para o empreendedor esse foi um dos grandes erros da empresa, pois aumentou exageradamente os custos do negócio.

Startup 5 - Financiamento público

A *Startup 5* é uma empresa fundada em 2010, por dois sócios, o empreendedor entrevistado é da área de Tecnologia da Informação e Comunicação – TIC e quando terminou sua graduação em 2007, na área de Sistemas de Informação na Universidade de Tiradentes pensou em montar uma empresa, pois como seu pai é um empreendedor ele nunca pensou em fazer algo que não ter a sua própria empresa. Entre 2008 e 2010 mesmo sem empresa formalizada, foi possível ter uma experiência dentro do Parque Tecnológico de Sergipe- SERGIPETEC com uma das empresas Pré-incubadas. O empreendedor nunca teve o interesse de registrar um programa de computador nem mesmo a marca, pois ele não viu muita vantagem nesse processo. A empresa ainda tem um segundo projeto inovador que é a ideia de um *marketplace* para integrar a cadeia produtiva, envolvendo empresas do ramo de sinalização digital, agências de publicidade e anunciantes em geral, e recebeu financiamento da Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe (Fapitec/SE), através do Programa de Inovação em Empresas Sergipanas (Tecnova) em 2013.

Startup 6 – Possibilidade de Ganho de escala

A empresa começou em 2010, oferecendo serviços na área de TI, trabalhando sobre a demanda das empresas. A ideia da *Startup* surgiu em 2012, sendo que primeiro cliente foi uma padaria de um amigo da família. O produto da empresa é um sistema de gestão financeira focado no mercado de micro e pequenas empresas. A *Startup* entre 2014 e 2015 no teve um período de estabilidade, mas sem alcançar grande lucratividade. Já em 2016, a empresa teve seu projeto aprovado na 1º Etapa do Ciclo 2 do Programa Inovativa Brasil, que oferece um processo de aceleração em larga escala, embora a empresa ainda não tenha alcançado esse objetivo. O sócio entrevistado afirmou que desde o início da *Startup*, a proposta foi tentar ganhar financiamentos públicos. Em relação às marcas e registros de computador, a empresa nunca demonstrou interesse pela ação, pois embora percebam a importância, decidiram que ainda não era o momento.

Startup 7 – Acelerada

A *Startup* número 7 de acordo com os dados colhidos na entrevista, tinha a missão de “integração de maneira rápida e eficiente, dos principais sistemas utilizados por uma loja virtual para acelerar seu crescimento, como exemplo, os comparadores de preço e-Marketplace”. A criação da *Startup* surgiu de uma experiência como lojista virtual do empreendedor mais importante da operação, que é formado e tem mestrado na área da Ciência da Computação. A partir dessa experiência, como lojista visual, o empreendedor passou por diversos shoppings virtuais

e nesse momento observou que a dificuldade para ganhar mercado era muito grande, por isso o empreendedor acabou optando pelo próprio site Mercado livre. A ideia da *Startup* surgiu com dois sócios formados na área de ciência da computação e que tiveram ajuda de mais um programador. A empresa venceu dois importantes concursos em Aracaju, que foram o *Startup Weekend* e o *Demoday* em 2014, o que permitiu que a empresa fosse acelerada na *Startup Farm*, que é a principal aceleradora do país, sobre a experiência na aceleradora o empreendedor relata “Foi uma grande experiência, independente da minha ideia ter sido validada ou não, foi muito bom ter acesso a um ambiente preparado para fazer as *Startups* decolarem”.

Startup 8 - Produto inovador

A *Startup* 8 trata-se de um produtor inovador, com potencial de escalabilidade, mas que não é da área de sistema de informação. A empresa conta com dois sócios e foi financiada durante 10 meses por cinco investidores anjos que bancaram os salários dos sócios durante o período de início da operação. Os sócios são formados em Design Gráfico e em Publicidade e Propaganda. A ideia do seu principal produto surgiu em 2011, como tema do Trabalho de Conclusão de curso de um dos sócios da empresa no curso de Design Gráfico da Universidade Tiradentes – UNIT. Os dois sócios venceram um importante evento na área de *Startup*, o *Demoday-SE* em 2013, além de ficarem entre os 4 finalistas no Rio Info em 2013, com o terceiro lugar no Prêmio Abre da Embalagem Brasileira em 2012 e de ser um dos projetos finalistas no Idea Brasil-2012. Os empreendedores tiveram contato a partir do evento *Demoday-SE* com os investidores anjos. Nesse momento, foi feito um contrato, onde os sócios obteriam 80% do lucro da operação e cada um dos anjos investidores possuiriam 4% da operação. Os sócios fizeram a solicitação do registro de Patente no INPI e aguardam a liberação, também receberam o apoio dos investidores anjos para o depósito de pedido de patente internacional no INPI, que é o chamado Patent Cooperation Treaty - PCT, um Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes com validade em 140 países e que protege a patente.

Startup 9 - Projeto de pesquisa

A *Startup* 9, iniciou suas ações em 2013, trabalhando com projetos de consultoria em Comunicação e Marketing e depois saindo dessa área de gestão empresarial e da venda de serviços, para a criação dos seus próprios produtos. A *Startup*, segundo dados colhidos nos documentos da empresa é um sistema de gestão para bares e restaurantes e apresenta dois focos de atuação, um voltado para os parceiros diretos (estabelecimentos) e também um novo canal de vendas (Marketplace). Sendo que o objetivo do sistema é a melhoria de processos, excelência em atendimento, comunicação efetiva e inovação tecnológica. Para a criação dessa *Startup*, a empresa contou com o apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe (Fapitec/SE), através do Programa de Inovação em Empresas Sergipanas (Tecnova) em 2013 e pretendiam que o projeto foi finalizado com apenas um ano, mas devido ao grande atraso do pagamento da primeira parcela, a estrutura operacional montada com nove integrantes do projeto, acabou tendo diversos problemas, principalmente trabalhistas, pois eles não conseguiram honrar os compromissos firmados. Na visão do empreendedor, esse atraso comprometeu toda a sua estrutura e atrasou bastante a efetivação do projeto, outro problema que a empresa enfrentou foi a diminuição do subsídio que o Sebraetec disponibilizava para os empresários que queriam contratar a prestação de serviços de inovação, tecnologia e sustentabilidade.

A partir das entrevistas em profundidade, foi possível criar um quadro comparativo, nele foi possível perceber que algumas *Startups* poderiam ser enquadradas em mais de um critério. Embora nenhuma *Startup* das 10 investigadas na terceira fase do trabalho, tenha afirmado o ganho de escala, é possível perceber o êxito na operação por parte de algumas operações. O quadro abaixo, ajuda a entender as características de cada uma das *Startups* investigadas.

QUADRO 1
CARACTERÍSTICAS RESUMIDAS DAS 09 STARTUPS DA TERCEIRA FASE DA PESQUISA

<i>Startup</i>	Registro de Marca	Produto inovador	Solicitação de Registro Computador ou patente	Aporte financeiro de um ano	Financiamento público	Possibilidade Ganho de escala	Acelerada	Incubada	Atividade	Projeto de pesquisa
Áreas	Propriedade Intelectual			Financiamento		Potencial	Aproximação com o ecossistema			
<i>Startup 1</i>	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
<i>Startup 2</i>	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim
<i>Startup 3</i>	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não
<i>Startup 4</i>	Não	Não	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim	Não
<i>Startup 5</i>	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
<i>Startup 6</i>	Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Não	Não	Sim	Não
<i>Startup 7</i>	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim	Não	Não	Não
<i>Startup 8</i>	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Não
<i>Startup 9</i>	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim

Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

Pode-se observar a partir do quadro acima, o baixo número de empresas que fizeram o registro de marcas, computadores ou patentes. O aporte financeiro de um ano é uma prática comum das *Startups* em Sergipe, já o financiamento público é uma realidade para três das empresas investigadas no grupo, embora outras demonstrem o desejo de conseguir esse apoio, mas ainda não tiveram seus projetos de pesquisa aprovados em editais públicos. Em relação à proximidade do ganho de escala, observou-se que três *Startups* estão próximas da real possibilidade de alcançar a escala, embora o mesmo número de empresas apresente sua realidade como de fracasso na operação da *Startup*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos casos das três etapas da pesquisa, permitiu avaliar algumas questões importantes. Existem pelos menos três perfis diferentes de *Startups* pertencentes ao grupo Caju Valley o primeiro tipo que corresponde ao modelo de negócios de empresas da área de tecnologia, que tem entre 3 e 6 anos de funcionamento e conseguem manter seus custos fixos e variáveis com a venda de serviços da área de tecnologia da informação e paralelamente usam seu tempo para criarem suas *Startups*, esse perfil de empresas de tecnologia, estão mais propensos a criar projetos de pesquisa mais elaborados. Essas empresas estiveram no primeiro momento abertas para a incubação, financiamentos públicos e aporte de anjos, seus sócios já conseguem ganhar seu pró-labore e dedicam todo o seu tempo nas operações.

Um segundo perfil é formado por empresas que foram desenvolvidas a partir de uma ideia de *Startups*, ou seja, elas não nasceram como empresas de tecnologia que oferecem serviços de informática e também não podem ser consideradas fábricas de Software. Essas empresas estiveram abertas a incubação e ao aporte de anjos, mas não conseguiram ou não tiveram interesse em buscar editais públicos e ainda têm certa dificuldade de recebimento de pró-labore, seus sócios ainda mantem outros vínculos trabalhistas e têm entre 1 e 3 anos de funcionamento.

Um terceiro perfil de *Startups*, pode ser descrito, como uma ideia de produto, sem formalização jurídica e com uma grande dificuldade de manutenção da operação, pela própria ausência de entidades em Sergipe, que potencializem esse tipo de ação, elas buscam o Caju Valley como uma forma de expor suas ideias, para de alguma forma ela seja aceita por investidores anjos, mas não encontram no Caju Valley esse espaço, pois os investidores anjos não participam dos encontros. A única alternativa para essas *Startups* é a participação em eventos relacionados a área de *Startups*, que entre os anos de 2015 e 2016 não aconteceram em Aracaju.

No geral em relação as empresas não participam de editais públicos que apoiam as *Startups*, pois acreditam que esses editais engessam a *Startup*, outros participam de editais mais ainda não conseguiram sucesso, embora seja importante mencionar que aquelas *Startups* que conseguem o financiamento público, afirmam que é um fator fundamental para a sustentabilidade das empresas. Em relação as suas ações de comunicação, desenvolvem a partir dos seus enxutos orçamentos estratégias de divulgação na web, sem uma grande efetividade, provavelmente pelo desconhecimento das várias possibilidades estratégicas. No geral tem pouca preocupação com o registro de marca, embora conheçam o INPI, e saibam que esse registro poderia ser um grande diferencial por se tratar de um dos principais ativos intangíveis das empresas.

REFERÊNCIAS

BARON, Robert A; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo : uma visão do processo**; tradução All Tasks. 1ªed.São Paulo : Cengage Learning, 2007. 468 p.

BLANK, Steve. **Why the Lean Startup Changes Everything**. The Harvard Business Review. v.91, n.5, p.63-72, May 2013.

_____. **Do sonho à realização em 4 passos**. 1ªed. São Paulo: Évora, 2012.

368 p.

_____; DORF, Bob. **The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company**. 1ªed. K & S Ranch.2012. 608 p.

BRITO, Rodrigo. O nascimento da sua ideia: da ideia ao plano. In: GRANDO, Ney (org.). **Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil**. São Paulo: Évora, 2012. 557 p.

COHEN, David; FELD, Brad. **Do More Faster: Techstars Lessons to Accelerate Your Startup**. 1ª.ed.Nova Jersey- EUA: Wiley, 2010. 336.p.

CROWNE, M. **Why software product startups fail and what to do about it. Evolution of software product development in startup companies.** Published in: Engineering Management Conference. IEMC 02. Anais: IEEE International, vol.1. 2002, p.338-343.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor - prática e princípios.** 1.ed. São Paulo:Pioneira, 1986. 378 p

JUNGMANN, Diana de Mello. **A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário .** 1ªed. Brasília: IEL, 2010. 125 p.

MALCZEWSKI, Marcel. Como sua empresa criará valor para os clientes? In: GRANDO, Ney (org.). **Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil.** São Paulo: Êvora, 2012. 557

MOTAYAMA, Y.; WALKINS, K. **Examining the Connections within the Startup Ecosystem: A CASE Study of St. Louis.** 1. ed. Kauffman Foundation Research Series on City, Metro, and Regional Entrepreneurship. 2014, 30p

NAKAGAWA, Marcelo. Por que o empreendedorismo de alta tecnologia precisa conhecer os fundamentos de gestão e modelo de negócios? In: GRANDO, Ney (org.). **Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil.** São Paulo: Êvora, 2012. 557 p.

PAIVA JUNIOR, F. G.; MARTINS, W. S; FERNANDES, O. L. C; MELO, A. S; MARIA DA SILVA, A. **Factors inducing innovation in business networks mediated by software entrepreneurs.** Exacta (Online), v. 13, p. 209-2017, 2015.

POLI, L. M. **Direito de Autor e Software.** 1. ed. Belo Horizonte: Del Rey, v. 1. 2003.124p.

RIES, Eric. **The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Business.** 1ªed. New York: Crown Business, 2012. 309p.

SCOTT. Anthony et al. **Inovação Para o Crescimento.** 1 ed. São Paulo: M.Books, 2008. 368 p.

SORIANO, David Andrés Aguirre. **Study of the Patentability of Computer Programs: Use of Criteria of Economics Analysis of Law.** Revista Contexto,p.87- 114. 2014.

TAURION, Cezar. Mercado de empresas de alta tecnologia no país: riscos e oportunidades. In: GRANDO, Ney (org.). **Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil.** São Paulo: Êvora, 2012. 557 p.

TERENZZO, Martha. O que o empreendedor precisa saber sobre Criatividade e Inovação. In: GRANDO, Ney (org.). **Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil.** São Paulo: Êvora, 2012. 557 p.

VALÉRIO NETTO, Antonio. **Gestão de Pequenas e Médias Empresas de Base Tecnológica.** 1.ed. Barueri, SP: Minha Editora, 2006. 236 p.

WEISZ, Joel. Fontes de recursos financeiros. In: GRANDO, Ney (org.). **Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil.** São Paulo: Êvora, 2012. 557 p.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 5. ed. Porto Alegre: Bookmen, 2015. 310.p.