

O Ecossistema de Inovação e a sua Importância para as Startups

The Innovation Ecosystem and its Importance for Startups

Elizeu Barroso Alves

Doutor em Administração, Centro Universitário
Internacional Uninter. E-mail:
elizeu.balves@hotmail.com.

 0000-0001-8954-3383

Achiles Batista Ferreira Junior

Doutor em Tecnologia e Sociedade, Centro
Universitário Internacional Uninter. E-mail:
achiles.f@uninter.com.

 0000-0002-6612-3287

Resumo

Tem-se que o empreendedorismo se torna responsável pelo desenvolvimento econômico tanto de países desenvolvidos quanto dos subdesenvolvidos, pois ideias e projetos empreendedores elevam, sobremaneira, à competitividade no ambiente de negócios. Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo central compreender como se constitui o cenário do ecossistema para as Startups que potencialize a escalabilidade dos empreendimentos. Os resultados do ensaio apontam que os ecossistemas de inovação servem para definir seus próprios valores no escopo das Startups e dos seus respectivos papéis e responsabilidades no ecossistema.

Palavras-chave: Startups; Ecossistemas de inovação; Incubadoras; Sistema Nacional de Inovação.

Abstract

Entrepreneurship has become responsible for the economic development of both developed and underdeveloped countries, as entrepreneurial ideas and projects greatly increase competitiveness in the business environment. Thus, the main objective of this study is to understand how the ecosystem scenario for Startups that enhances the scalability of enterprises is constituted. The test results point out that innovation ecosystems serve to define their own values within the scope of Startups and their respective roles and responsibilities in the ecosystem.

Keywords: Startups; Innovation ecosystems; Incubators; National Innovation System.

DOI: 10.18616/rdsd.v9i2.8057

Recebido: 28/07/2023

Aprovado: 04/10/2023

1. Considerações Iniciais.

Quando se aborda a questão da inserção de novos negócios em países desenvolvidos e subdesenvolvidos, Melo e Silva (2013) ponderam acerca da existência de duas categorias de empreendedorismo, as quais, nos países subdesenvolvidos e, até mesmo, nos em desenvolvimento, os empreendimentos fazem referência à necessidade de criar o próprio emprego devido, prioritariamente, à falta de oportunidades no ambiente atual.

Entretanto, na segunda categoria, quando se analisa o caso dos países desenvolvidos, os empreendimentos são criados e baseados na propagação de inovações e conhecimentos para a sociedade. Com o ambiente de negócios, torna-se óbvia a necessidade de compreender como os novos modelos de negócios estão trabalhando, de que forma são criados e por qual razão desaparecem em determinado espaço de tempo (REYNOLDS, 2014).

O caminho de crescimento e a trajetória vivenciada pelas Startups, por exemplo, são formas de exemplificar sua importância frente ao cenário empreendedor.

O fato é que a inovação passou ser um aspecto preponderante para o desenvolvimento das Startups, pois, com a referida premissa, as soluções antes consideradas mais adequadas e eficientes do que aquelas que se encontram disponíveis no mercado cristalizam a importância do processo de agregação de valor, geração de bem-estar social e riqueza econômica (DULLIUS, 2016), tendo como percepção de valor fatores antes não percebidos, tais como os valores da sustentabilidade.

As Startups surgem com novos modelos de negócios. Desse modo, possuem o intuito de propor novas formas de convívios sociais, novas práticas, novos hábitos como, por exemplo, viagens compartilhadas de passageiros, novas formas e métodos de créditos, adequações e formas de pagamento e, até mesmo, formas mais ágeis de adquirir produtos e serviços (COSENZ; NOTO, 2017). Assim, faz-se necessário compreender as suas principais diferenças em comparação com as empresas tradicionais.

A respeito dos novos modelos de negócios, Rus e Orel (2015) apontam que o mundo do trabalho está se transformando rapidamente. Portanto, o desenvolvimento de produtos e processos inovadores agregam o incremento de companhias através dos anos. Deste modo, pequenas e grandes organizações têm aplicado diferentes práticas para manter a competitividade no mercado, criar pesquisas e desenvolver rotinas para guiar ou incrementar seus portfólios (DALMARCO et al., 2017).

Inovações, no mercado atual, são consideradas relevantes para o desenvolvimento dos sistemas econômicos. Consequentemente, os preceitos de criação e gerenciamento são fundamentais para a preparação de projetos inovadores (MESKHI et al., 2016). As mudanças

na economia são possíveis com a criação de condições para desencadeamento do máximo potencial das mais diversas nações. Logo, dinâmicas positivas são relevantes no desenvolvimento de Startups e, conseqüentemente, de modelos de negócios cada vez mais inovadores (VESELOVSKY et al., 2017).

Do ponto de vista do mercado, o empresário inovador oferta produtos por meio da utilização mais eficiente dos fatores de produção ou pela aplicação prática de uma ideia tecnológica, promovendo uma “destruição” criadora (SCHUMPETER, 1997). O incremento da atividade econômica requer regras claras e seguras, que estabeleçam de forma sólida os direitos de propriedade e a previsibilidade dos contratos, garantindo segurança jurídica e proteção contra o abuso estatal ou privado (SCATENA, 2012).

Com base nessa fundamentação, a pergunta condutora deste ensaio teórico foi: “Como se constitui o cenário do ecossistema para as Startups que potencialize a escalabilidade dos empreendimentos?” Isso no intuito de se compreender esse universo de empreendedorismo e inovação, ensejamos ampliar a discussão sobre os ecossistemas de inovação.

O Ensaio teórico, o que fora escolhido como método desse estudo, visto que este desempenha um papel crucial na produção de conhecimento acadêmico e na análise crítica de teorias, conceitos e perspectivas em diversas disciplinas; bem como ensaio teórico como método de pesquisa não apenas contribui para a expansão do conhecimento, mas também promove a diversidade de perspectivas e a evolução contínua da pesquisa acadêmica (BOAVA; MACEDO; SETTE, 2019).

As grandes corporações e as Startups são empreendimentos completamente diferentes, porém, podem ser complementares, porque, na maioria dos casos, a carência de uma torna-se o ponto forte da outra. A complementariedade indica que ambas podem se beneficiar das premissas da colaboração em que as Startups teriam ganhos no que tange à execução e ao desenvolvimento de seus negócios, enquanto as grandes corporações teriam um suporte frente à busca por inovações (WEIBLEN; CHESBROUGH, 2015).

2. A Compreensão do Mercado por meio da Comparação de Tipos de Empreendimento: Empresas Tradicionais Versus Startups.

Para uma melhor compreensão desse conteúdo, vale chamar atenção à perspectiva do contexto da chamada “máquina capitalista”. Schumpeter (1984) destaca que o impulso fundamental que a mantém em movimento se concentra nos novos bens de consumo, nos novos métodos de produção, nos novos mercados e nas novas formas de organização da indústria.

Seguindo esse entendimento sobre a transição de empresas e organizações tradicionais para Startups, que são consideradas empresas ou organizações de vanguarda,

Santos (1991) e Kässmayer (2009) inferem, sob tal perspectiva, que as transformações vivenciadas pelos indivíduos na sociedade ocorrem devido à concentração de mais de 70% das atividades sociais, culturais e econômicas da população nas cidades.

De tal modo, a convivência em uma cidade denota o habitar em um espaço múltiplo de interconexões e relações sociais; assim sendo as empresas tradicionais ou organizações possuem nesse ecossistema um ambiente propício para seu desenvolvimento. A sociedade tem sua estrutura concebida a partir das organizações e mercados, ou seja,

Nas últimas três décadas, o mundo vivenciou uma importante revolução, que transformou a forma como os mercados se organizam, as pessoas se relacionam e se comunicam. As fronteiras convencionais foram reduzidas e as mudanças passaram a ocorrer em uma velocidade cada vez maior (GELWAN, 2015, p. 3).

Assim, o bom funcionamento das organizações reflete, de maneira direta, na qualidade de vida e nos melhores níveis de desenvolvimento humano, econômico e cultural (FERREIRA et al., 2009). As organizações, em resumo, “afetam fortemente cada aspecto da existência humana, passando pelo nascimento, crescimento, desenvolvimento, educação, trabalho, relacionamento social, saúde e até mesmo a morte” (SILVA, 2013, p. 43). Torna-se necessário aprimorar a visão da empresa enquanto organização, ou seja:

É difícil enxergar as empresas na forma de organizações. Podemos ver os sinais externos, como altos edifícios, uma estação de computador ou um funcionário educado, mas a organização como um todo é vaga e abstrata e pode estar espalhada em diversas localidades, até mesmo ao redor do mundo. Sabemos que as organizações estão ali porque elas afetam a todos, todos os dias. Na verdade, elas são tão comuns que as tomamos por algo que sempre esteve ali (DAFT, 2014, p. 12).

Aldrich e Yang (2013) acrescentam que, nas denominadas economias capitalistas modernas, as pessoas veem os empresários com um status desejável e viável, pois concepções positivas sobre os empreendedores têm sido difundidas pelos mais diversos meios. Com base nessa afirmação, Souza (2012, p. 23) salienta que:

[...] vivemos em uma sociedade organizacional: as organizações estão em toda a parte; suprimos nossas necessidades por meio de organizações; trabalhamos, divertimo-nos, relacionamo-nos, agimos politicamente, reivindicamos, enfim, atuamos em organizações. Somos parte delas e elas são parte de nós: portanto, vivemos e agimos sob condições organizacionais.

As organizações, de modo geral, podem ser definidas como sendo um grupo de pessoas constituído para que, de maneira organizada, se possa alcançar um objetivo (LACOMBE; HEILBORN, 2003). Uma organização é considerada um complexo universo de conhecimentos, comunicação e competências, recursos, tecnologia e infraestrutura direcionadas para alcançar seus objetivos estratégicos de alto desempenho (BATEMAN; SELL SCOTT, 2006).

Quando se debatem os preceitos organizacionais nas “economias modernas”, há dois mecanismos institucionais que são responsáveis pela produção de bens e serviços: o

mercado e a empresa. O empresário opta por organizar a produção por meio de uma empresa se o custo de transação for menor do que a obtenção dos insumos no mercado (SCATENA, 2012).

Embora as empresas tentem abraçar esses padrões sustentáveis, eles ainda usam rotinas tradicionais de inovação, visando predominantemente (se não exclusivamente) ao crescimento dos negócios e aos objetivos financeiros (BALDASARRE, 2017)

Cavalli (2013) destaca que, para se ter uma definição correta de empresa, convém buscar o conceito central da palavra em si, uma vez que o termo pode ser encontrado dentro da legislação como sendo um sujeito de direitos, atividade, local ou uma organização. Segundo Possner (2003), a empresa é a força contemporânea mais poderosa de que se dispõe para estabelecer o curso dos eventos da humanidade, pois transcende as fronteiras e os limites do nacionalismo, exercendo influência predominante nas decisões políticas e sociais.

De acordo com Franco (1991), uma empresa é toda entidade constituída sob qualquer forma jurídica para exploração de uma atividade econômica, seja mercantil, industrial, agrícola ou de prestação de serviços. A empresa é, por definição, uma unidade econômica que assegura a sua sobrevivência por meio da riqueza que gera, ou seja, do crescimento que alcança no exercício da sua atividade (HARRINGTON; HARRINGTON, 1997).

O posicionamento de Schumpeter (1997) destaca que a mudança e o desenvolvimento econômico de uma sociedade ocorre a partir da atividade de empresários que reorganizam o sistema, gerando novas formas de combinar os meios de produção, moldando o mercado. Eles se tornam um agente econômico que combina de maneira mais eficiente os meios de produção, não só pelo desenvolvimento de inovações, mas pela combinação criativa de novas possibilidades de negócios.

Antunes e Alves (2004) e Medina e Krawulski (2015) debatem acerca das transformações ocorridas nos processos produtivos nas últimas décadas do século XX devido, prioritariamente, ao desenvolvimento acelerado da tecnologia, ao capitalismo e à globalização. Reformula-se, assim, o lugar do ser humano no trabalho, bem como as maneiras como atuam e os espaços utilizados para a realização das atividades. Goreske e Oliveira (2012, p. 02) acrescentam que:

Notoriamente, pode-se observar a crescente evolução da tecnologia e seus reflexos para o mundo num âmbito geral. Trazendo esse processo de evolução para o campo da Administração, percebe-se claramente como as mudanças que ocorrem nos sistemas, nas máquinas e na tecnologia, como um todo, são notórias e transformadoras.

2.1 Empreendedores como Agentes de Inovação

Campos, Teixeira e Schmitz (2015) salientam que, as últimas décadas, foram marcadas pelas transformações econômicas, sociais, ambientais, tecnológicas, do trabalho e do posicionamento das organizações decorrentes, principalmente, das mudanças constantes dos modelos dos processos produtivos. Com base nas referidas modificações, surge o pressuposto do empreendedor que, de acordo com Filion (1999, p. 19), é:

[...] uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

Gomes (2004) caracteriza o empreendedor e as empresas como um motor relevante para o crescimento da economia, um agente de inovações e mudanças capaz de fornecer uma visão compartilhada da importância de novos negócios para o desenvolvimento das mais distintas localidades. Tal circunstância ocorre, de acordo com Martins et al. (2014), devido à globalização e às pressões sobre as organizações para a necessidade de adaptação contínua aos elementos que configuram a nova competição. Logo, a inovação se coloca como um diferencial competitivo.

Um dos maiores desafios para os empreendedores e para as empresas tem sido a tentativa de acompanhar a evolução do ambiente, pois “as organizações seriam concebidas para funcionar como máquinas orientadas para a minimização da incerteza” (NAVEIRA, 1998, p. 71). Alves (2001) discorre que o papel da empresa na sociedade não se restringe à produção de bens ou à prestação de serviços, bem como não se limita à maximização do lucro para os acionistas, porque consiste na geração de riquezas em um sentido mais amplo.

Heydari, Madani e Rostami (2013) evidenciam que países desenvolvidos têm vivenciado e demonstrado mediante seus históricos que o crescimento econômico e o desenvolvimento conectam-se, de maneira direta, com empresas e empreendedores habilidosos, pois estes reconhecem a necessidade de se trabalhar os conceitos de inovação para a melhoria das comunidades locais.

Figueira et al. (2017, p. 57) ressaltam que:

Economia globalizada, consumidores mais exigentes e mudanças tecnológicas são exemplos de fatores que vêm influenciando o ambiente de negócios, tornando-o um cenário de competitividade, incerteza e complexidade e incentivando a busca contínua pelo desenvolvimento tecnológico.

Carneiro, Zilinski e Costa (2017) destacam que a combinação da globalização com as novas tecnologias da informação tornou as mudanças inerentes à sociedade cada vez mais rápidas e imprevisíveis, pois o conhecimento adquirido hoje pode tornar-se obsoleto rapidamente, exigindo que as empresas se renovem e ampliem sua capacidade produtiva constantemente.

Bolton, Grewal e Levy (2007) e Rosa et al. (2017) ressaltam que as mudanças no cenário econômico dos países vêm alterando a maneira de pensar as estratégias de relacionamento das organizações, pois os produtos e serviços requeridos pelo mercado estão se tornando mais complexos e suas mudanças são constantes.

2.2 O Modelo de Negócio da Startup

O modelo de negócios descreve claramente como as companhias criam e capturam valor aos seus clientes; tal perspectiva é trabalhada, na maioria dos casos, pelas Startups. Porém, as grandes corporações podem se utilizar de tal premissa para desenvolver e melhorar os indicadores do seu negócio (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010; AFUAH, 2014).

Alves (2013) e Castro (2014) ajuízam que uma Startup é avaliada como um modelo de empresa que, de certo modo, nasce a partir do acondicionamento de produtos ou serviços inovadores que têm a mesma projeção percentual de crescimento rápido diante das empresas do modelo "tradicional", as quais, basicamente, nascem da necessidade de sobrevivência, bem como detêm o amplo planejamento e gerenciamento de estoque e dispõem de crescimento lento.

Bogers e Jensen (2017), por sua vez, descrevem que o modelo de negócios se baseia, prioritariamente, no valor para o cliente, que se define com o estabelecimento de produtos e serviços que façam correspondência com a demanda dos consumidores, incluindo a incorporação de atributos e características requeridos pelos clientes.

Behrens (2015, p. 11-12) declara que:

[...] Desenvolver uma Startup é algo muito mais complexo do que parece. Envolve não somente habilidades e conhecimentos relacionados ao mercado, à tecnologia e aos negócios, mas também requer muita inteligência emocional, capacidade de liderança, sensibilidade, paixão, e mesmo loucura. É uma aventura tão grande que involuntariamente sempre se compara a piratas em busca de um tesouro. O oceano é infinito e as tempestades são muitas, mas só o prazer da jornada já faz tudo valer a pena.

O conceito de modelo de negócio tem ganhado destaque perante os estrategistas e empreendedores desde os anos 1990, devido ao auxílio na criação de Startups, bem como para o compartilhamento das ideias referentes à geração de valor dos mais diferentes negócios (COSENZ; NOTO, 2017). Para tanto, a representação mediante o modelo de negócios é utilizada na articulação, desafios, transferência e recombinações tácitas de conhecimento (MASSA; TUCCI; AFUAH, 2016).

Freeman e Soete (2008) ponderam acerca da importância das inovações, pois não são apenas relevantes para o aumento da riqueza das nações, mas também possibilitam que os indivíduos possam concretizar ideias, produtos ou serviços não desenvolvidos anteriormente. Desse modo, uma fonte significativa de inovações são as Startups, pois seu principal objetivo é o aprendizado e a experimentação, ou seja, é a busca da integração

entre produto e mercado mediante a utilização de conceitos inovadores (GRANDO, 2012; GRUBER; MACMILLAN; THOMPSON, 2013).

Toda forma de inovação deve ser considerada essencial para o desenvolvimento da sociedade, bem como para o crescimento de longo prazo tanto das nações quanto da renda dos indivíduos, e processos inovadores são fatores básicos para a transformação da economia (SIQUEIRA, 2012). Um bom exemplo disso é o ecossistema curitibano denominado **Vale do Pinhão**, que se caracteriza como um movimento de Curitiba para promover ações de Cidades Inteligentes. Uma Cidade Inteligente se desenvolve economicamente ao mesmo tempo que aumenta a qualidade de vida do seu cidadão e gera eficiência nas operações urbanas (VALE DO PINHÃO, 2018).

3. Os Ecossistemas de Inovação e sua Ação para o Desenvolvimento de Empreendimentos.

A inovação é um aspecto preponderante para o desenvolvimento das Startups, pois soluções consideradas mais eficientes do que aquelas que se encontram disponíveis no mercado cristalizam a importância do processo de agregação de valor, geração de bem-estar social e riqueza econômica (DULLIUS, 2016).

Os novos modelos de negócios, desse modo, têm surgido com o intuito de propor, por exemplo, a locomoção compartilhada de passageiros, novos meios de pagamento e, até mesmo, formas mais ágeis de adquirir produtos e serviços (COSENZ; NOTO, 2017). O interesse no debate acerca das Startups torna-se crescente. Kohler (2016) aponta que são os empreendimentos inseridos em tal pressuposto de líderes das grandes inovações que substituem tecnologias e modelos de negócios presentes no mercado, sendo tal ponto uma justificativa para o desenvolvimento do presente estudo.

Stal et al. (2006) conceituam inovação como um processo sistêmico que congrega vários participantes com prioridades e ideias distintas em locais que estimulem as competências e iniciativas de cada um. Bessant e Tidd (2009) expõem que a inovação é movida mediante a habilidade de criação de novas conexões e oportunidades, sendo possível tirar proveito destas no empreendimento.

Rocha (2016, p. 37) destaca que:

A inovação é uma característica comum às empresas bem-sucedidas;
Empresas inovadoras têm maior média de crescimento em relação às empresas que não inovam e;
Empresas que inovam mais ganham mais participação de mercado e têm maiores lucros

Siqueira (2012) sublinha os seguintes tipos de inovação: inovações radicais (conhecimentos codificados a partir de novas técnicas e produtos, sendo comercializável

pela indústria e pelo setor de serviços); inovações incrementais (conhecimento tácito baseado em aprendizado, aperfeiçoamento, mudanças, sendo empregado por organizações públicas e sociais, familiares, microempresas e empreendedores); inovações disruptivas (processos ou produtos novos que causam ruptura de mercado).

A respeito da inovação disruptiva, Christensen (2000) enfatiza que é resultado da criação de novos mercados e modelos de negócios, ou seja, ela provoca uma ruptura no antigo modelo de negócios e, normalmente, favorece o aparecimento de novos players.

A inovação disruptiva, usualmente, traz para o mercado algo pior, em termos de desempenho, do que o oferecido pela tecnologia atual, em um primeiro momento. Isto torna seu uso inconcebível pelos clientes habituais, mas pode permitir que novos clientes, que não se interessam pela sofisticação (e o custo associado) dos produtos, disponibilizados pelos fornecedores tradicionais, comecem a comprar (NETO, GRAEML, 2010, p. 10).

O Quadro 1 exibe uma síntese das principais características das inovações disruptivas para que, desse modo, se compreenda sua importância no contexto mercadológico atual.

Quadro 1: Características da inovação disruptiva.

Inovações Disruptivas
✓ Normalmente, apresentam menor performance em produtos estabelecidos;
✓ Possuem novos atributos que os novos e potenciais consumidores valorizam;
✓ Custo menor, maior simplicidade, mais conveniente para o uso;
✓ Empresas entrantes no mercado.

Fonte: Adaptado pelo autor (2019) com base em Cândido (2011, p. 07).

Os efeitos da inovação disruptiva e o novo cenário de mercado podem ser sentidos tanto pelas pequenas empresas quanto pelas grandes organizações, pois ambas podem enfrentar dificuldades frente à competitividade. Contudo, há efeitos positivos como: a redução de custos; a ampliação do acesso a determinadas tecnologias e a melhora na qualidade de determinados setores das organizações (CHRISTENSEN, 2003).

Um exemplo de inovação disruptiva é o aplicativo de mobilidade Uber, que segundo Telésforo (2016, p. 88),

[...] trouxe um avanço tecnológico significativo, responsável por dirimir as falhas do mercado que justificavam o excesso de regulação no setor – que era feita basicamente com base no controle à entrada de novos players no mercado, por meio de licenças e alvarás, mas que não atingiam o fim a que se propunham.

Christensen, Horn e Staker (2013, p. 12) enfatizam que:

A disrupção transformou o varejo de bens de consumo, em que varejistas de baixo custo, como Wal-Mart e Target, têm substituído as lojas de departamentos por várias décadas, e no qual os varejistas online agora substituem os varejistas de

baixo custo. No setor automotivo, as montadoras coreanas estão, agora, tomando a liderança dos japoneses nos mercados de compactos e subcompactos, e as montadoras chinesas podem vir a substituir as coreanas. Na educação superior, o rápido crescimento do ensino online está superando o crescimento das universidades e faculdades.

Em tal contexto, pode-se empregar os pressupostos acerca da inovação discutidos por Bessant e Tidd (2015, p. 24), que os atrelam à mudança e listam os formatos que podem ser empregados em tal conjuntura, como segue:

- ✓ Inovação de Produto: mudanças no produto ou serviço que a empresa já oferece;
- ✓ Inovação de Processo: mudança na forma como os produtos ou serviços são criados e entregues;
- ✓ Inovação de Posição: mudanças no contexto em que os produtos/serviços são introduzidos;
- ✓ Inovação de Paradigma: mudança nos modelos mentais subjacentes que orientam o que a empresa faz.

Em tal contexto, deve-se destacar que, na maioria dos casos, os consumidores muito exigentes não veem a tecnologia disruptiva como um mercado atrativo, pois esta, como abordado anteriormente, gera um novo mercado, um novo conceito de qualidade, novos clientes e rompe com os conceitos tradicionais (CÂNDIDO, 2011).

A sociedade, de acordo com a história, tem evoluído e o homem passou a desenvolver suas capacidades mediante cada descoberta realizada. De tal maneira, o conhecimento é uma das principais premissas do desenvolvimento podendo, ainda, ser considerado um importante recurso econômico (KOSLOSKY; SPERONI; GAUTHIER, 2015). Logo, surgem em tal perspectiva, os ecossistemas de inovação que, de acordo com Autio e Thomas (2013), são redes de organizações interconectadas, ligadas a uma organização focal ou uma plataforma tecnológica que incorpora tanto produtores quanto usuários, criando e apropriando novos valores mediante o emprego das premissas da inovação.

Um ecossistema de inovação refere-se a um ambiente ou sistema que promove a colaboração, o crescimento e o desenvolvimento de atividades relacionadas à inovação. É composto por uma rede de empresas, Startups, instituições acadêmicas, organizações governamentais e não governamentais, investidores, incubadoras, aceleradoras, centros de pesquisa e outros atores relevantes.

Os ecossistemas, enquanto articuladores do empreendedorismo, promovem o aumento no nível de produtividade das entidades influenciando o desempenho da inovação e afetando os processos de negócios como um todo. A dinâmica dos ecossistemas muda, de maneira direta, os hábitos dos consumidores e dos fabricantes, podendo, assim, ajudar a manter o nível de convivência sem devastar o meio ambiente, isto é, preocupando-se com os pressupostos da sustentabilidade (PILINKIENĖ; MACIULIS, 2014).

Kakati (2003) salienta que, uma análise a partir de um ecossistema, torna possível encontrar os casos de sucesso e insucesso. Piscione (2013) declara, em seu trabalho, que o ecossistema formado pelo Vale do Silício é um dos mais bem-sucedidos do mundo, pois compartilha atitudes, valores, metas e práticas que tornam tal local em um espaço único, porém difícil de ser reproduzido.

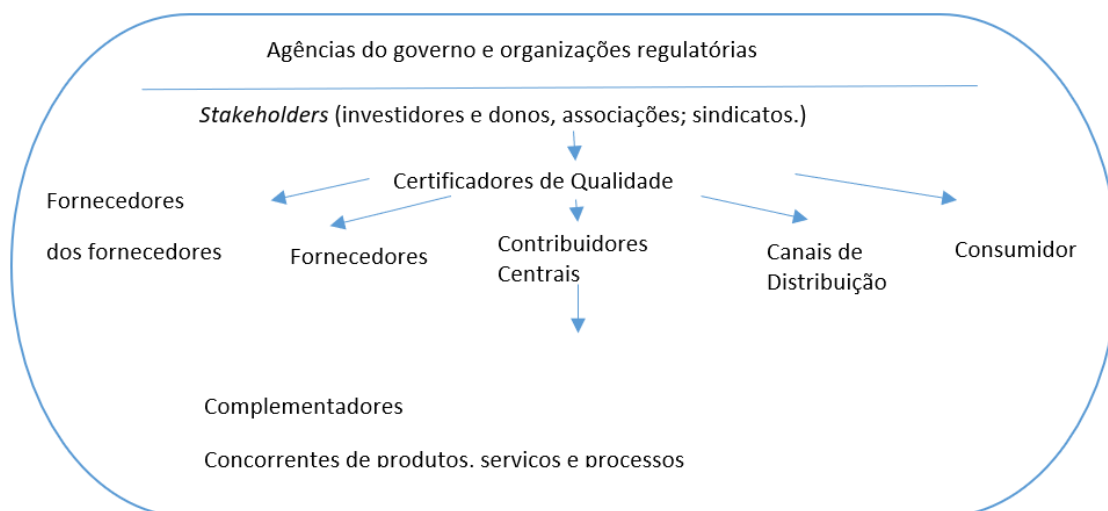
Chatterji, Glaeser e Kerr (2013) enfatizam a importância dos ecossistemas de inovação ao declararem que, durante alguns anos, o principal foco das políticas públicas para o desenvolvimento econômico voltava-se para a atração e a evolução das grandes corporações. Porém, com o “boom” das empresas de base tecnológica (em sua maioria Startups), a atenção passou a ser para tal contexto, utilizando-se como base o Vale do Silício, Israel (com seu cluster de tecnologia), o polo de Startups em Taiwan e o Vale do Pinhão, em Curitiba/PR.

Dalcin (2015, p. 19) pondera que:

O ambiente de negócios para o estímulo da ação empreendedora pode ser compreendido de diversas formas, incluindo as instituições e organizações instaladas, o acesso a mercados consumidores e a cultura de uma determinada região ou país. A configuração desses elementos pode facilitar ou dificultar o surgimento de novos negócios, dependendo do seu grau de maturidade e da inter-relação entre os agentes econômicos.

Moore (1996) e Ikenami (2016) apresentam um ecossistema de inovação, sendo este destacado na figura a seguir.

Figura 1: Ecossistema de inovação.



Fonte: Adaptado pelo autor (2019) com base em Moore (1996) e Ikenami (2016).

A figura 1 destaca os elementos do ecossistema apresentando as relações existentes entre eles para que, desse modo, se possa compreender como um ambiente envolto por tal

premissa pode ser trabalhado. Isenberg (2010) e Silva (2017) acrescentam que, para se verificar a relevância de um ecossistema de inovação, deve-se avaliar os seguintes elementos:

- ✓ A ação efetiva dos gestores públicos para a promoção do empreendedorismo e remoção de barreiras ao seu desenvolvimento;
- ✓ A presença de valores, atitudes e comportamentos positivos relacionados à atividade empreendedora, tal qual a vontade de inovar e criar, a tolerância ao fracasso e o desejo de enriquecer, o conhecimento, a capacidade e a habilidade para o desenvolvimento de projetos.
- ✓ A disponibilidade dos recursos financeiros para as empresas iniciantes;
- ✓ A presença e atuação das organizações não governamentais, tais quais: associações, entidades econômicas, instituições de ensino e pesquisa com interesses no empreendedorismo;
- ✓ A concentração regional de atividades de pesquisas, desenvolvimento, ensino, produção, serviços de consultoria e assessorias, associações profissionais, entre outros;
- ✓ A existência de redes de relacionamentos locais, regionais e internacionais entre os empreendedores;
- ✓ A disponibilidade de um mercado de compradores qualificados para retroalimentar melhorias e com capacidade econômico-financeira para oferecer suporte às necessidades de caixa dos novos negócios.

Os ecossistemas de inovação são importantes porque fornecem um ambiente propício para o compartilhamento de conhecimentos, recursos e experiências, facilitando a colaboração entre diferentes partes interessadas. Eles também ajudam a criar condições favoráveis para o surgimento de Startups e empresas inovadoras, fornecendo suporte financeiro, mentoria, infraestrutura, networking e acesso a mercados.

Consequentemente, um ponto a ser debatido de maneira aprofundada, é a questão dos Sistema Nacional de Inovação e o papel das incubadoras para o crescimento das Startups, conforme se destacará a seguir.

3.1 Sistema Nacional de Inovação

A temática da inovação e da tecnologia vem se tornando tão importante que a sociedade, por meio dos Poderes constituídos, está criando formas de incentivá-la e protegê-la. O Sistema Nacional de Inovação (SNI) é definido "como elementos que interagem na produção, difusão e uso de conhecimentos novos e economicamente úteis

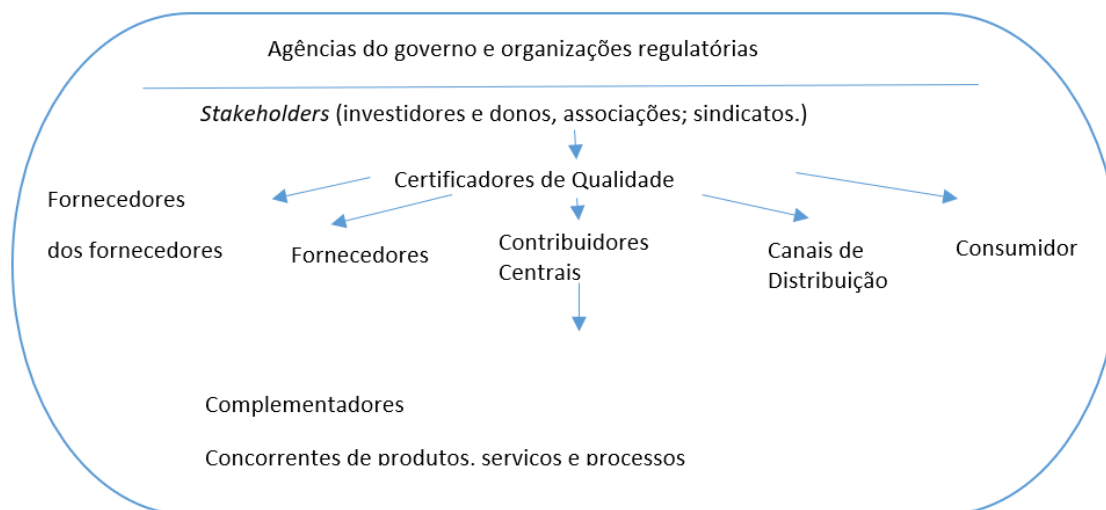
(LUNDVALL, 2010 apud CARSTENS; FONSECA, 2019, p. 167).

Conforme Carstens e Fonseca (2019, p. 168): “um sistema de inovação envolve uma rede de atores das mais variadas naturezas (indústrias, institutos de pesquisa, instituições de ensino e de financiamento e órgãos governamentais”. Esses atores têm como “objetivo, atividades e interesses em comum que contribuem para o desenvolvimento de uma nova tecnologia ou inovação dentro de um contexto por meio de processos de trocas de informação, aprendizado, colaboração, regulação ou, ainda, normatização” (CARSTENS; FONSECA, 2019, p. 168).

Por fim, Carstens e Fonseca (2019, p. 168), afirmam que “tais sistemas delimitam as fronteiras de atuação, delineando a trajetória de tecnologias e de inovações, e favorecem o desenvolvimento de inovações condizentes com as necessidades do mercado”. Assim, “o Sistema Nacional de Inovação se torna um grupo, cujas atividades e interações visam difundir novas tecnologias, financiado pelos setores público e privado que, articulados entre si, determinam a capacidade de se gerar inovação (ANPEI, 2019a, n. p.).

Veja-se, a seguir, o Mapa do Sistema Brasileiro de Inovação segundo a Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras (ANPEI).

Figura 2: Mapa do Sistema Brasileiro de Inovação.



Fonte: ANPEI (2019b, p. 5).

O mapa apresenta o papel de todos os atores no SNI, os que fomentam a inovação, quem as produz, quem as financia e, por fim, quem faz uso dela. Nesse sentido, pode-se compreender, com base nesse ecossistema do SNI, o papel das incubadoras, que são habits.

Assim, destaca-se que ao estarem inseridas em ecossistemas de inovação, as Startups aumentam as possibilidades de networking, bem como passam a fazer parte de um

ambiente inovador que fortalece seus empreendimentos e desenvolve ideias cada vez mais rentáveis para a sociedade atual.

3. Considerações Finais.

Quando se questiona sobre o que caracteriza um ecossistema de inovação, pode-se compreendê-lo como um arranjo colaborativo em que as empresas combinam suas ações e estratégias de forma coerente, visando reduzir os custos, promover crescimento sustentável e permitir que as empresas gerem e captem valor numa proporção que não conseguiriam, caso atuassem isoladamente.

Um ecossistema de inovação, por ser o ambiente, as redes e os recursos que buscam promover a inovação em uma determinada região, setor ou comunidade, é uma boa estratégia para potencializar a escalabilidade das Startups. Isso ocorre, principalmente, por agregar atores como as instituições acadêmicas, de pesquisa, investidores e capital de risco, incubadoras e aceleradoras, parques tecnológicos e espaços de coworking, instituições de governo, visando culminar na disseminação da cultura empreendedora.

Esses atores interagem e se fortalecem mutuamente, criando um ambiente propício para o surgimento e o crescimento de ideias inovadoras, a formação de parcerias estratégicas e o desenvolvimento de soluções que impulsionam a economia e a sociedade. Nesse sentido, os ecossistemas são excelentes formas colaborativas que visam agregar e trazer valores e competitividades aos seus participantes, visto que a maior parte dos ecossistemas são considerados saudáveis quando os recursos investidos na economia do conhecimento trazem retorno subsequente mediante a inovação resultante que, de certa maneira, induz o lucro na economia comercial em que se insere.

Os ecossistemas de inovação promovem a cultura empreendedora, encorajando a criatividade, o pensamento disruptivo e a experimentação. Eles são fundamentais para impulsionar o desenvolvimento econômico e social, gerar empregos, atrair investimentos e resolver desafios complexos da sociedade.

Outro ponto de reflexão é a capacidade dos ecossistemas de inovação em permitir a otimização dos processos de toda a rede - desde a produção até a distribuição dos valores criados a partir das atividades das Startups. Isso, ao levar em consideração que a inovação deve ser considerada essencial para o desenvolvimento da sociedade e que os ecossistemas contribuem no atingimento desses objetivos.

De uma forma geral, é possível destacar que a abordagem do tema relacionado a sistemas de inovação reconhece que a inovação resulta da junção de processos gerados pelo conhecimento e pela maneira de empregá-lo na aprendizagem de temas complexos, em que exista interação e possam ser percebidas características cumulativas, de maneira

que participem diversos atores no processo (ASHEIM; SMITH; OUGHTON, 2011; TANG et al., 2015).

Assim, o ecossistema, na perspectiva da inovação, articula-se com o intuito de desenvolver uma liderança em seu ambiente, bem como de ser capaz de enfrentar as contínuas inovações presentes no contexto da sociedade atual. Neste sentido, para potencializar a escalabilidade das Startups, é importante que o ecossistema ofereça um cenário favorável e propício ao seu crescimento, visto que um ecossistema de sucesso não depende apenas de um único fator, mas da interação e da sinergia entre todos esses elementos.

Neste sentido, para potencializar a escalabilidade das Startups, é preciso criar um ambiente favorável no ecossistema, o qual necessita de algumas características, sintetizadas no quadro a seguir.

Quadro 2: Características do ecossistema para potencializar a escalabilidade das Startups.

Infraestrutura e recursos	Incluir espaços de trabalho colaborativos, laboratórios, centros de pesquisa e acesso à tecnologia de ponta. Além disso, é importante garantir recursos como acesso à internet de alta velocidade, energia confiável e instalações adequadas.
Acesso a capital e investidores	Atrair investidores e oferecer diferentes fontes de financiamento, como capital de risco, investidores anjos, fundos de investimento e programas governamentais de incentivo. Isso permite que as <i>Startups</i> tenham acesso a capital para expandir seus negócios.
Suporte e mentoria	Ter acesso a programas de apoio e mentoria é essencial para a orientação das <i>Startups</i> em seu crescimento. Incubadoras, aceleradoras e programas de empreendedorismo podem oferecer orientação estratégica, conexões com mentores experientes e acesso a redes de contatos relevantes.
Parcerias com empresas	Estabelecer parcerias estratégicas com empresas já consolidadas no mercado pode trazer benefícios significativos para as <i>Startups</i> . Isso inclui acesso a recursos, conhecimentos, clientes e canais de distribuição, acelerando sua trajetória de crescimento.
Ambiente regulatório favorável	Contar com políticas governamentais e regulamentações desenvolvidas para incentivar a inovação e facilitar a entrada e o crescimento das <i>Startups</i> . Isso inclui simplificação de processos burocráticos, redução de barreiras à entrada e incentivos fiscais para investimentos em <i>Startups</i> .
Conexões com o setor acadêmico	Fortalecer as conexões entre as <i>Startups</i> e as universidades ou instituições de pesquisa permite o acesso a talentos qualificados, pesquisas avançadas e tecnologias inovadoras. Programas de transferência de tecnologia e colaborações entre <i>Startups</i> e universidades podem impulsionar o desenvolvimento de soluções escaláveis.
Cultura empreendedora e networking	Estar inserido em uma cultura empreendedora, que estimule a criatividade, o espírito de iniciativa e a resiliência. Além disso, é importante incentivar o <i>networking</i> e a troca de conhecimentos

	entre empreendedores, investidores e especialistas, por meio de eventos, conferências e comunidades <i>online</i> .
--	---

Fonte: elaborado pelos autores

Por exemplo, no Brasil, o Sistema Nacional de Inovação (SNI) pode ser definido como conjunto de relações exercidas por diversos personagens. Dessa forma, fica caracterizado um conjunto de instituições que se utilizam de seus conhecimentos e de sua estrutura para fortalecer o âmbito do progresso tecnológico dos Estados e, assim, influenciam e determinam o desenvolvimento socioeconômico local.

O SNI é constituído por um grupo composto por instituições dos setores privados e do público, dentre as quais se destacam as chamadas agências de fomento e financiamento, bancos ou instituições financeiras, instituições de ensino e pesquisa, cujas atividades e interações possuem ações de geração e modificação e difusão do sistema no qual estão inseridos.

Seguindo sobre conceitos de sistemas de inovação, Nelson e Rosenberg (1993) destacam que esses são um conjunto de instituições no qual suas interações influenciam a forma como se desenvolve o caminho inovador das empresas nacionais. Igualmente, Freeman e Soete (2008) citam que sistemas de inovação são formados pelas diversas formas de relacionamentos e interações, entre setores públicos e privados que tratam com ciência, tecnologia e inovação (CT&I).

Por fim, o ecossistema de inovação, por ser um ambiente onde diversas entidades, como empresas, universidades, centros de pesquisa, Startups e governos, colaboram e interagem para promover a inovação necessita de uma metodologia, do desenvolvimento de uma cultura, de agregar equipes, de organizar estruturas e pessoas, de liderá-las, bem como de avaliar com bons indicadores como está a qualidade da gestão.

Um bom exemplo de ecossistema de Inovação encontra-se na cidade de Curitiba/PR, o Vale do Pinhão (2018), que tem como objetivo “fomentar o desenvolvimento econômico e tecnológico com foco na inovação, de maneira sustentável”. Além da Prefeitura de Curitiba, outras instituições fomentam o ecossistema: o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (SEBRAE-PR), a Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP) e a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Paraná (FECOMERCIO-PR).

Referências bibliográficas:

AFUAH, A. **Business model innovation: Concepts, analysis and cases**. New York, NY: Routledge, 2014.

ALDRICH, H. F.; YANG, T. How do entrepreneurs know what to do? Learning and organizing

in new ventures. **Journal of Evolutionary Economics**, v. 24, n. 01, 2013.

ALVES, L. E. S. Governança e cidadania empresarial. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.41, n.4, p.78-76, 2001.

ALVES, F. S. **Um estudo das Startups no Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas). Faculdade de Economia, Universidade Federal da Bahia, 2013.

ANPEI. **A importância do Sistema Nacional de Inovação para o desenvolvimento**. 2019a. Disponível em <<https://anpei.org.br/a-importancia-do-sistema-nacional-de-inovacao-para-o-desenvolvimento/>>. Acesso em 16 Mar. 2022

ANTUNES, R.; ALVES, G. As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital. **Educ. Soc.**, v. 25, n. 87, p. 335-351, 2004.

ASHEIM, Bjorn; SMITH, Helen Lawton; OUGHTON, Christine. Regional Innovation Systems: Theory, Empirics and Policy. **Regional Studies**, [s.l.], v. 45, n. 7, p.875-891, jul. 2011.

AUTIO, E.; THOMAS, L. **Innovation Ecosystems in: The Oxford Handbook of Innovation Management**. Oxford University Press, 2013.

BALDASARRE, B. *et al.* Bridging sustainable business model innovation and user-driven innovation: a process for sustainable value proposition design. **Journal of Cleaner Production**, v. 147, p. 175-186, 2017.

BATEMAN, T. S.; SELL SCOTT, A. **Administração: novo cenário competitivo**. São Paulo: Atlas, 2006.

BEHRENS, J. S. B. **Startup na prática: desafios e oportunidades**. Memorial Descritivo (Comunicação Organizacional), Faculdade de Comunicação. Universidade de Brasília: Brasília, 2015.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2009.

BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F.; SETTE, R. S. Contribuições do ensaio teórico para os estudos organizacionais. **Revista Administração em Diálogo**, v. 22, n. 2, p. 69-90, 2020.

BOGERS, M.; JENSEN, J. D. Open for business? An integrative *framework* and empirical assessment for business model innovation in the gastronomic center. **British Food Journal**, v. 119, n. 11, p. 2325-2339, 2017.

BOLTON, R. N.; GREWAL, D.; LEVY, M. Six Strategies for Competing through Service: An Agenda for Future Research. **Journal of Retailing**, v. 83, p. 1-4, 2007.

CAMPOS, J. G. C.; TEIXEIRA, C. S.; SCHMITZ, A. Coworking Spaces: Conceitos, Tipologias e Características. Congresso Internacional do Conhecimento e Inovação – CIKI, **Anais...** V,

Universidade Federal de Santa Catarina: Joinville, 2015.

CÂNDIDO, A. C. **Inovação Disruptiva**: reflexões sobre as suas características e implicações no mercado. IET Centro de Investigação em Inovação Empresarial e do Trabalho: Portugal, 2011.

CARNEIRO, M. R.; ZILINSKI, T. F.; COSTA, E. M. Práticas e mecanismos de compartilhamento de conhecimento em um programa de aceleração de *Startups*. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 7, n. 2, p. 113-123, 2017.

CARSTENS, Danielle Denes dos Santos; FONSECA, Edson. **Gestão da Tecnologia e Informação**. Curitiba: InterSaberes, 2019.

CASTRO, M. **Empreendedorismo criativo**. São Paulo: Penguin, 2014.

CAVALLI, C. M. **Empresa, direito e economia**. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

CHATTERJI, A.; GLAESER, E. L.; KERR, W. R. Clusters of entrepreneurship and innovation. **Innovation Policy and Economy**, v. 14, 2013.

CHRISTENSEN, C. **The innovator's dilemma**. New York: Harper Business, 2000.

CHRISTENSEN, C. M. **The Innovator's solution**: O Crescimento pela Inovação. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CHRISTENSEN, C. M.; HORN, M. B.; STAKER, H. **Ensino Híbrido**: uma inovação disruptiva? Uma introdução à teoria dos híbridos. Clayton Christensen Institute, 2013.

COSENZ, F.; NOTO, G. A dynamic business modelling approach to design and experiment new business venture strategies. **Long Range Planning**, p. 1-14, 2017.

DAFT, R. L. **Organizações**: teoria e projetos. 11. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

DALCIN, T. **Clusters de Startups no Brasil**: uma análise multicase a partir da visão baseada em recursos e da visão relacional. Dissertação (Mestre em Gestão e Negócios). Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios. Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS: Porto Alegre, 2015.

DALMARCO, G. *et al.* The use of knowledge management practices by Brazilian *Startups* companies. **RAI – Revista de Administração e Inovação**, v. 14, p. 226-234, 2017.

DULLIUS, A. C. **As capacidades de inovação em Startups**: um estudo no Vale do Silício. Dissertação (Mestre em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2016.

FERREIRA, K. M. *et al.* Economia compartilhada e consumo colaborativo: uma revisão de literatura. Congresso Nacional de Excelência em Gestão. **Anais...** XII, 2016.

FIGUEIRA, K. K. *et al.* *Startups: Estudo do Processo de abertura e gerenciamento*. **Revista Adm. UFSM**, v. 10, Edição Especial, p. 56-71, 2017.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v. 39, n. 4, 1999.

FRANCO, H. **Contabilidade Industrial**. 9ed. São Paulo: Atlas, 1991.

FREEMAN, C.; SOETE, L. **A Economia da Inovação Industrial**. São Paulo: Unicamp, 2008.

GELWAN, D. S. **Grandes Empresas Fomentando Pequenas em Rede**: um estudo de caso sobre o Programa de Empreendedorismo da IBM Brasil para *Startups*. Dissertação (Mestre em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento). Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento. Universidade Federal do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2015.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista – BA. **Alcance**, v. 11, n. 2, p. 207-226, 2004.

GOESKE, A. M.; OLIVEIRA, V. M. A humanização na era tecnológica. **Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery**, n. 13, p. 1-15, 2012.

GRANDO, N. **Empreendedorismo Inovador**: como criar *Startups* de tecnologia no Brasil. São Paulo: Évora, 2012.

GRUBER, M.; MACMILLAN, I. C.; THOMPSON, J. D. Escaping the prior knowledge corridor: What shapes the number and variety of market opportunities identified before market entry of technology *Startups*? **Organization Science**, v. 24, n. 1, 2013.

HARRINGTON, H. J.; HARRINGTON, S. J. **Gerenciamento total da melhoria contínua**. São Paulo: Makron Books, 1997.

HEYDARI, H.; MADANI, D.; ROSTAMI, M. The study of the relationships between achievement motive, innovation, ambiguity tolerance, self-efficacy, self-esteem and self-actualization, with the orientation of entrepreneurship in the Islamic Azad University of Khome students. **Procedia-Social and Behavioral Science**, v. 84, p. 820-826, 2013.

IKENAMI, R. K. **A abordagem “ecossistema” em teoria organizacional**: fundamentos e contribuições. Dissertação (Mestre em Ciências). Universidade de São Paulo: São Paulo, 2016.

ISENBERG, D. J. THE BIG IDEA: How to start an entrepreneurial evolution. **Harvard Business Review**, v. 88, ed. 6, jun. 2010.

KAKATI, M. Success Criteria in High-Tech New Ventures. **Technovation**, v. 23, n. 5, p. 447-457, 2003.

KÄSSMAYER, K. **Cidade, riscos e conflitos socioambientais urbanos**: desafios à regulamentação jurídica na perspectiva da justiça socioambiental. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento). Programa de Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento, Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2009.

KOHLER, T. Corporate accelerators: Building bridges between corporations and *Startups*. **Business Horizons**, v. 59, n. 3, p. 347-357, 2016.

KOSLOSKY, M. A. N.; SPERONI, R. M.; GAUTHIER, O. Ecossistemas de Inovação – Uma Revisão Sistemática da Literatura. **Revista Espacios**, v. 36, n. 3, p. 13, 2015.

LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2003.

LUNDEVALL, Bengt-ake. **National Systems of Innovation**: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. London: Pinter, 1992.

MARTINS, C. *et al.* Empreendedorismo inovador gerado pelas incubadoras de base tecnológica: mapeamento da produção científica até 2013. **Revista de Negócios**, v. 19, n. 2, p. 86-108, 2014.

MASSA, L.; TUCCI, C.; AFUAH, A. A critical assessment of business model research. **Academy of Management Annals**, v. 11, n. 1, p. 73-104, 2016.

MEDINA, P. F.; KRAWULSKI, E. Coworking como modalidade e espaço de trabalho: uma análise bibliométrica. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, v. 18, n. 2, p. 181-190, 2015.

MELO E SILVA, F. A. **Fatores que contribuem para o insucesso das Startups**: o reverso da “medalha”. Dissertação (Mestrado em Gestão). Escola de Economia e Gestão. Universidade do Minho, 2013.

MESKHI, B. C. *et al.* Model of creation and management of the process of technological projects development. **European Research Studies**, vol. XIX, n. 2, p. 135-143, 2016.

MOORE, J. **The Death of Competition**: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems. New York: Harper Business, 1996.

NAVEIRA, R. B. Caos e complexidade nas organizações. **RAP**, v. 32, n. 5, p. 69-80, 1998.

NETO, J. A.; GRAEML, A. R. VOIP: Inovação Disruptiva no mercado de telefonia corporativa. **Revista Alcance**, v. 17, n. 1, p. 7-21, 2010.

NELSON, Richard R.; ROSENBERG, Nathan. Technical innovation and national systems. **National innovation systems**: A comparative analysis, v. 322, 1993.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation** - Inovação em

Modelo de Negócios. 1 ed. Rio de Janeiro: Alta books, 2010.

PILINKIENĖ, V.; MAČIULIS, P. Comparison of different ecosystem analogies: The main economic determinants and levels of impact. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 156, p. 365-370, 2014.

POSSNER, R. A. **Law, pragmatism, and democracy**. Cambridge: Harvard University Press, 2003.

PISCIONE, D. P. **Secrets of Silicon Valley**: What everyone else can learn from the innovation capital of the world. Macmillan, 2013

REYNOLDS, P. D. National Panel Study of U.S. Business *Startups*: Background and methodology. **Study of Entrepreneurship**, v. 4, p. 153-227, 2014.

ROCHA, R. M. **Empreendedorismo e inovação na jornada da startup**: um *framework* da sintonia entre os processos. Dissertação (Mestre em Ciências). Programa de Mestrado Profissional em Empreendedorismo, Universidade de São Paulo: São Paulo, 2016.

ROSA, S. C. *et al.* Management Practices that combine value cocreation and user experience. **Revista Gestão Finanças e Contabilidade**, v. 7, n. 2, p. 22-43, 2017.

RUS, A.; OREL, M. Coworking: a community of work. **Teorija in Praksa**, v. 52, n.6, 2015.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia. 2. Ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1991.

SCATENA, M. I. C. **Ferramentas para a moderna gestão empresarial**: teorias, implementação e prática. 1 ed., InterSaberes, Curitiba: 2012.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, Socialism and Democracy**. Londres: George Allen & Unwin Ltd., 1984.

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.

SILVA, M. C. **Análise do ecossistema empreendedor brasileiro e dos fatores críticos de sucesso para a gestão de incubadoras de empresa**. Tese (Doutorado em Engenharia Mecânica). Universidade Estadual de Campinas: Campinas, 2017.

SILVA, R. O. **Teorias da administração**. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2013.

SIQUEIRA, J. O. C, **T&I para o desenvolvimento**: as parcerias universidade-empresa oportunidades para a pós-graduação. Apresentação. Universidade Federal de Viçosa, 2012.

SOUZA, R. S. **A condição organizacional**: o sentido das organizações no desenvolvimento rural. Santa Maria: UFSM, 2012.

STAL, E. *et al.* **Inovação**: como vencer esse desafio empresarial. São Paulo: Clio Editora, 2006.

TELÉSFORO, R. L. **Uber**: Inovação Disruptiva e Ciclos de Intervenção Regulatória. Dissertação (Mestrado em Direito da Regulação). Escola de Direito do Rio de Janeiro. Fundação Getúlio Vargas: Rio de Janeiro, 2016.

VALE DO PINHÃO. **Sobre**. Disponível em: <<http://www.valedopinhao.com.br/sobre/>>. Acesso em 09 jun. 2023.

VESELOVSKY, M. Y. *et al.* The development of Innovation *Startups* in Russia: The Regional Aspect. **Academy of Strategic Management Journal**, vol. 16, n. 1, 2017.

WEIBLEN, T.; CHESBROUGH, H. W. Engaging with *Startups* to enhance corporate Innovation. *California Management Review*, v. 57, n. 2, p. 66-90, 2015.