

EFETIVIDADE DOS EVENTOS DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

EFFECTIVENESS OF INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP EVENTS

Recebido em 08.04.2023 Aprovado em 01.08.2023

Avaliado pelo sistema *double blind review*

DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v17i2.58011>

Cleunice Zanella

cleunice@unochapeco.edu.br

Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis e Administração/Universidade Comunitária da Região de Chapecó- Unochapecó, Chapecó/Santa Catarina, Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-8243-9022>

Kelly Katiuça Patel

kellypatel@unochapeco.edu.br

Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis e Administração/Universidade Comunitária da região de Chapecó- Unochapecó, Chapecó/Santa Catarina, Brasil

<https://orcid.org/0000-0003-2086-8838>

Silvana Dalmutt Kruger

silvana.d@ufms.br

Curso de Ciências Contábeis/Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, Nova Andradina/Mato Grosso do Sul, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-3353-4100>

Resumo

O estudo tem por objetivo analisar a efetividade dos eventos de inovação promovidos na região Oeste de Santa Catarina. A coleta de dados deu-se a partir de entrevistas semiestruturadas e questionários, com uma amostra de 140 respondentes. Os resultados sinalizam a falta de engajamento entre os atores do ecossistema de inovação observado, muitas *startups* idealizadas não conseguem ser viabilizadas por falta de estrutura, investimentos e até engajamento dos sócios. De forma geral, os eventos promovem a mobilização para a cultura empreendedora local, no entanto falta maturidade para o ecossistema aumentar a efetividade das *startups* idealizadas nos eventos de inovação.

Palavras-chave: Ecossistema de inovação. Cultura empreendedora. Empreendedorismo.

Abstract

The study aims to analyze the effectiveness of innovation events promoted in the western region of Santa Catarina. Data collection was based on semi-structured interviews and questionnaires, with a sample of 140 respondents. The results indicate the lack of engagement among the actors of the observed innovation ecosystem, many idealized startups cannot be made viable due to lack of structure, investments and even partner engagement. In general, the events promote mobilization for the local entrepreneurial culture, however, the ecosystem lacks maturity to increase the effectiveness of startups idealized in innovation events.

Keywords: Innovation ecosystem. Entrepreneurial culture. Entrepreneurship.

Introdução

Um ambiente socioeconômico com boas relações estabelecidas entre indústrias, instituições de ensino, governos, organizações econômicas e sociais em todas as suas disposições hierárquicas, forma um conjunto de entidades e pessoas que compõem e integram um sistema dinâmico de relações necessárias para a economia e para o estímulo das inovações. Este cenário descreve o que se chama de ecossistema de inovação (Jin-Fu, 2010; Kon, 2016). O ecossistema de inovação a priori, através da contribuição e participação ativa destes diversos atores, promove a inovação e desenvolve pontos importantes como tecnologia, pessoas, empresas e organizações, que colaboram com o ambiente externo e são capazes de promover desenvolvimento econômico (Jacoski, Dallacorte, Bieger & Deimling, 2014; Kruger, Link, Poli, & Jacoski, 2020).

Quando existe estímulo ao empreendedorismo e a promoção da inovação, o desenvolvimento econômico regional e a alavancagem numérica na abertura de empresas são perceptíveis (Cohen, 2006). Ou seja, quanto maior o desenvolvimento do ecossistema de inovação, maior será sua condição em oferecer mão de obra qualificada, oportunidades de acesso a capital de risco público ou privado, possibilidades de pesquisa e desenvolvimento entre outras várias conveniências que provém de um ambiente maduro e estruturado, por meio do qual é possível gerar novas ideias e criar negócios e oportunidades de crescimento de forma cíclica (Bandera & Thomas, 2018; Martinez & Crusat, 2019).

A dinâmica na criação de novos negócios e a natureza empreendedora que fundamenta a inovação, de maneira geral, cria um ambiente que estimula também a criação de *startups* que refletem significativamente na geração de inovação tecnológica e no desenvolvimento econômico (Adler, Florida, King & Mellander, 2019; Berger & Kucketz, 2016; Tidd & Bessant, 2015). Mais *startups* e novos negócios despontam em mais empregos, desenvolvimento e oportunidades, precedendo um futuro promissor (Veroneze & Kruger, 2021). Ainda que uma em cada quatro *startups* sobreviva ao seu primeiro ano de criação, aquela que supera este obstáculo normalmente caracteriza um impacto enorme no mundo corporativo e na vida do público que atinge (Jin-Fu, 2010).

As *startups* frequentemente operam em cenários limitados em relação a recursos e, neste sentido, inovam e precisam buscar soluções para captura de valor para o negócio. Ressalta-se que a capacidade das *startups* obterem acesso a ativos é essencial para que alcancem resultados positivos e sejam bem-sucedidas no mercado (Aggarwal & Wu, 2018).

Em vista disso, os programas/eventos para desenvolvimento de *startups* fazem diferença para a promoção do empreendedorismo e são reconhecidos pelas altas taxas de sucesso na criação de novas ideias e novas *startups*. Ajudam na interação e conexão entre os aceleradores disponíveis de recursos e as novas empresas, equivalendo-se a uma ponte entre todos os atores do ecossistema de inovação, reduzindo distâncias no acesso das *startups* aos ativos disponíveis que necessitam (Barret, 2016).

A cultura empreendedora, que é um dos pilares dos ecossistemas de inovação, também é divulgada nestes programas/eventos principalmente por meio da apresentação de cases de sucesso, e defendem e operam de forma intencional na mudança de aspectos como: tolerância ao risco e falhas, preferência pelo trabalho independente, cultura da pesquisa, imagem positiva do empreendedorismo e celebração da inovação (Isenberg, 2010; Spinosa, Schlemm & Reis, 2015).

Fatores chave como a inovação, criatividade e empreendedorismo são decisivos e importantes para dar impulso às atividades vinculadas ao desenvolvimento de uma cultura inovadora. Estes fatores são sem dúvida, incentivados a partir da educação, considerando o educar para empreender, e empreender para educar, o que dinamiza a prática do empreendedorismo (Edwards-Schachter, García-Granero, Sánchez-Barrioluengo, Quesada-Pineda & Amara, 2015).

A apropriação de conhecimento e criação de valor por todos os envolvidos nestes eventos, com a

presença de investidores, novas empresas, mentores e demais atores, proporcionam certa colaboração e tendem a oferecer para as *startups* oportunidades interessantes através destes relacionamentos (Aggarwal & Wu, 2018). Por conseguinte, ao falar sobre a cultura inovadora e ao disponibilizar estrutura, segurança e recursos para as ideias geradas nestes eventos, as *startups* idealizadas possuem maior probabilidade de iniciarem e persistirem no mercado (Pierrakis & Saridakis, 2019).

O estímulo do empreendedorismo por meio de redes colaborativas de inovação no ecossistema de inovação inicia a formação de um tipo de *cluster* chamado Valley, e eventos de inovação acontecem em todos eles (Schmitz, 1995; Oliveira Santos, Nascimento, Jesus & Nunes, 2018). O Brasil possui hoje cerca de 21 *clusters* chamados de *Valleys*, espalhados em cinco regiões, como: Açaí Valley (Região Norte - Pará), Caju Valley (Região Nordeste - Sergipe), Sanca Valley (Região Sudeste - São Paulo), Capi Valley (Região Sul - Paraná), Cerrado Valley (Região Centro - Oeste - Distrito Federal), entre outros (Oliveira Santos et al., 2018). Outras regiões do mundo também buscam o estímulo do empreendedorismo por meio de redes de colaborativas de inovação, como acontece, por exemplo, no Vale do Silício (Thomas, 2000).

Em 2017 a região Oeste de Santa Catarina denominou-se como *Desbravalley*: comunidade aberta, a qual representa o ecossistema de inovação, tecnologia e empreendedorismo do oeste catarinense, com o propósito de criar uma rede colaborativa entre empreendedores de diversas áreas, instituições, segmentos, profissionais, investidores, interessados e entusiastas, fortalecer o ecossistema empreendedor, tecnológico e inovador da região, apoiando iniciativas relacionadas ao empreendedorismo e disseminação da cultura de inovação em busca principalmente do desenvolvimento regional (Desbravalley, 2020; Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina [FACISC], 2019).

Eventos de inovação vêm sendo executados na região oeste catarinense (a exemplo do *Startup Weekend*, Maratona da Inovação, Desbravador Uno *Startup* e *Meetup Startup*), potencializando o surgimento de *startups* e novos empreendimentos, além de fomentarem a cultura empreendedora. Conforme dados da Associação Brasileira de *Startups* (ABStartups, 2023), o município de Chapecó ocupa o 13º lugar no ranking entre as 15 cidades brasileiras com maior número de *startups*, e o 2º lugar entre as cidades com maior número de *startups* proporcionais a sua população. Ponderando tais características, esta pesquisa visa responder a seguinte problemática: Qual a efetividade dos eventos de inovação promovidos na região oeste de Santa Catarina? Com o objetivo de analisar a efetividade dos eventos de inovação promovidos na região Oeste de Santa Catarina.

Justifica-se a relevância do estudo no intuito de compreender como os eventos de estímulo a inovação impactam no contexto cultural e contribuem com os paradigmas do empreendedorismo. A análise evidencia que os eventos promovem a cultura empreendedora, fomentando o perfil empreendedor, o estímulo a ideias inovadoras e em especial potencializando a criação de *startups*. Neste sentido, o estudo contribui com discussões acerca da implementação de ações que possam agregar maturidade ao ecossistema, ponderando que o sucesso de um ecossistema de inovação é condicionado ao nível de conectividade dos seus atores e das ações que viabilizem apoio aos empreendimentos.

Referencial Teórico

O conhecimento científico teve e tem papel crucial na história humana e provoca, através do tempo, avanços inovadores e tecnológicos. As conexões entre a ciência e a tecnologia foram e são introduzidas por pessoas criativas e visionárias (Dosi, 1988). O empreendedor normalmente é este indivíduo visionário, que enfrenta grandes obstáculos ao iniciar um novo negócio. Na maioria dos casos possui apenas uma visão de futuro e energia para começar, mas não possui valores para o investimento inicial no seu próprio negócio (Schumpeter, 1934).

Os investimentos e estruturas para quaisquer que sejam os níveis de oportunidades de uma inovação,

assim como o apoio comprometido com elas para descobrir e desenvolver as ideias, dependerão claramente de incentivos vindos de agentes externos motivados por perspectivas de retorno econômico quanto ao seu investimento (Dosi, 1988).

Os empreendedores contribuem com o desenvolvimento econômico à medida que criam empresas e conseqüentemente geram empregos. E ao garantir a variedade de produtos e serviços inovativos, também aumentam o potencial competitivo e intensificam a concorrência, o que possibilita a diversificação e aumento competitivo da região ou país em diferentes estágios econômicos (Basilgan, 2011; Ferreira, Fernandes & Ratten, 2017). Os empreendedores tornam-se peça central e responsável pela expansão, progresso e desenvolvimento econômico de uma região (Schumpeter, 1934).

É na criação de valor que o empreendedorismo em conjunto com a inovação encontra seu significado. Assim como a inovação pode ser definida como a criação de novos produtos, serviços e processos, o empreendedorismo também pode ser associado com a identificação de oportunidades para tais e a realização e exploração das oportunidades através de recursos para transformá-los em produtos viáveis para o mercado (Mitra, 2019).

As crises financeiras e recessões apontam o empreendedorismo como peça fundamental para a reconstrução econômica (Willians & Vorley, 2014), e nações e regiões passaram a adotar o empreendedorismo e a inovação como componentes centrais para a melhoria significativa na saúde econômica e social, os quais proporcionam oportunidades e contribuem com níveis mais altos de competitividade. Estímulos para a criação de empresas podem ser proporcionados por meio de políticas públicas, contudo, estes incentivos só se demonstrarão eficazes se adaptados às características e necessidades reais da região (Dubini, 1989; Ferreira et al., 2017; Mitra, 2019).

As atividades empreendedoras são fundamentais para o desenvolvimento econômico e, neste aspecto, programas de treinamento, incubadoras, serviços de consultoria, entre outros são capazes de criar uma base positiva para a difusão do empreendedorismo, criando uma rede de recursos não necessariamente financeiros, mas que são importantes para esta alavancagem (Dubini, 1989).

Vale salientar que alguns lugares são mais propícios ao empreendedorismo que outros, já que as atividades e a cultura empreendedora variam significativamente dentro e entre países. Um ambiente de estímulo fará com que a disposição para empreender seja maior, já que as movimentações empresariais normalmente iniciam localmente, onde os empreendedores já vivem e trabalham (Audretsch, Mason, Miles & O'Connor, 2018).

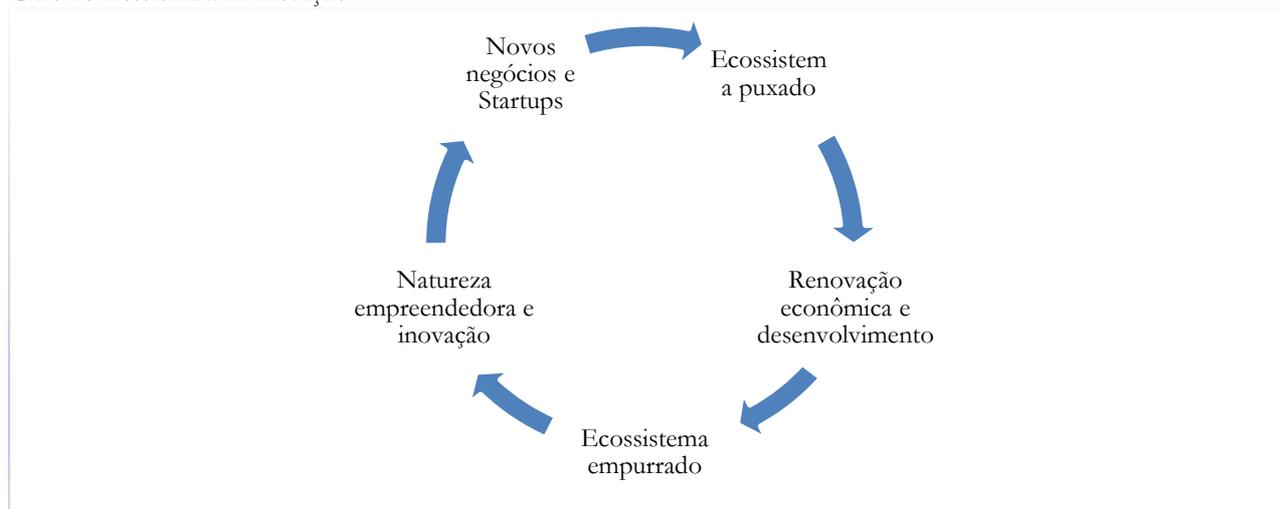
Como proposta para incentivar a criação desta cultura empreendedora, os ecossistemas empresariais ou de inovação despontam como um conceito popular para ajudar a explicar a persistência e crescimento do empreendedorismo em determinadas regiões, visto que ambientes de apoio ao empreendedorismo são baseados em inovação e abordam de maneira positiva o desenvolvimento e a promoção de vantagens financeiras e operacionais para todos os envolvidos no ecossistema (Kon, 2016; Spigel, 2017).

Os ecossistemas de inovação dependem de um conjunto de esforços desprendidos por diversos atores, como universidades, capitalistas de risco, institutos de pesquisa, governos, entre outros elementos sociais, políticos, econômicos e culturais, os quais devem apoiar a formação e crescimento de novos negócios e *startups*, desenvolver e incentivar empreendedores nascentes e outros a assumirem os riscos de iniciar um novo negócio (Spigel, 2017). Para um amadurecimento constante do ecossistema, os objetivos dos parceiros devem estar alinhados, visto que as dificuldades e desarranjos no relacionamento dos atores, desalinhamento de culturas, gestão estrutural divergente, diferenças de visões políticas, crenças e o julgamento por quais informações são compartilháveis ou não, refletem diretamente na maturidade e desenvolvimento de um ecossistema de inovação (Jin-Fu, 2010).

Em ecossistemas maduros, as empresas usam estratégias educativas como abordagem para gerar conhecimento de mercado sobre os benefícios de inovações disruptivas. Já em ecossistemas emergentes, encontram-se estratégias de crescimento por meio de desenvolvimento de plataformas. Por fim, em ecossistemas nascentes, que são os que não possuem ecossistemas para crescer ou educar, surge a oportunidade para construir novos parceiros, clientes, consumidores e intermediários necessários para que a inovação consiga atingir seu potencial e revolucionar o mercado (Cukier, Kon & Krueger, 2015). Nylund, Ferras-Hernandez & Brem, 2019). A Figura 1 apresenta o ciclo do ecossistema de inovação:

Figura 1

Ciclo do ecossistema de inovação



Fonte: Adaptado de Adler et al. (2019); Berger e Kucketz (2016); Tidd e Bessant (2015).

O desenvolvimento empresarial é o que consolida um ecossistema e é o primeiro passo para coletar informações de campo para iniciar qualquer ecossistema de inovação. Sem este desenvolvimento, as descobertas e invenções científicas podem definhar, já que existem poucos empreendedores dispostos a agir e apostar nestas novas ideias sem retorno evidente, o que torna falha toda a existência do ecossistema (Harrington, 2017).

Por meio das funções dos atores no ecossistema, de forma independente, aleatória e espontânea, e com um único objetivo de favorecer a ação de empreendedores e inovadores, o desenvolvimento do perfil empreendedor e o empreendedorismo são os comportamentos esperados em um ecossistema e a inovação é o resultado aguardado (Spinosa et al., 2015).

Estruturas iguais, mas com culturas diferentes, podem dispor de um ecossistema de sucesso ou não, uma vez que as características culturais não são excepcionais para a existência de ecossistemas saudáveis. Contudo, o mapeamento da cultura empreendedora é uma maneira eficiente de entender o ecossistema e algumas características pontuais revelam uma base para os ecossistemas evoluírem (Cukier et al., 2015).

O efeito direto que as características culturais causam sobre as atividades e intenções individuais para empreender estão relacionadas a três pontos principais, que tratam da criação de conhecimento, contexto econômico e cultura empresarial (Sternberg, 2009). Atributos culturais aos quais o futuro empreendedor está exposto, como estrutura familiar, amigos e outras conexões pessoais, assim como pelas crenças e expectativas pré-estabelecidas, que por sua vez são sustentadas por atitudes culturais e históricas, características demográficas, idioma, raça e gênero, influenciam a cultura local e por consequência podem criar oportunidades ou barreiras na vontade de empreender (Cukier et al., 2015;

Spigel, 2017).

Educar para o empreendedorismo é preparar competências que ajudem o futuro empreendedor a gerenciar situações desafiadoras e inerentes à atividade empreendedora, principalmente observar os potenciais positivos desta atividade e ganhos por consequência. Dentre várias competências a serem ensinadas, uma se destaca principalmente em ambientes de incerteza, que é a resiliência, a qual retrata a capacidade de enfrentar, se adaptar e superar adversidades, incertezas e mudanças de forma a aprender com o fracasso e continuar (González-López, Pérez-López, & Rodríguez-Ariza, 2019; Tripathi et al., 2019). A resiliência e o empreendedorismo possuem uma ligação importante e são capazes de superar esses choques exógenos culturais, que muitas vezes não aceitam a falta de sucesso em uma primeira tentativa (Willians & Vorley, 2014).

Uma educação de boa qualidade para os empreendedores pode melhorar e desenvolver habilidades necessárias que direcionem a um potencial futuro de sucesso (Tripathi et al., 2019). Sua promoção de forma intencional torna possível uma mudança de comportamento e visão em relação ao empreendedorismo e possibilita mudanças na estrutura econômica e social (Isenberg, 2010; Spinosa et al., 2015).

O empreendedorismo pode ser divulgado por diversos atores do ecossistema, no entanto há uma tendência por serem realizados por instituições ou indivíduos que possuem técnicas acessíveis e facilitadoras na forma que criam ou recriam conhecimento das percepções sobre a criação de novos negócios (Florida, 2004; Stuetzer, Obschonka, Brixy, Sternberg & Cantner, 2014). Promover a cultura inovadora é fator fundamental para a estruturação e desempenho de um ecossistema de inovação, mas estimulá-la e melhorá-la, para que resulte em uma mobilização real para que a inovação aconteça, é um grande desafio (Westwood, 2003; *World Economic Forum*, 2013; Kruger et al., 2020).

A região, ao estar inserida dentro de um ecossistema de inovação, impulsiona a melhora do sistema de ensino e da pesquisa com base em problemas reais e aplicados, pois o ensino e a pesquisa são imprescindíveis para que toda a transformação empresarial realmente aconteça. Logo, o aumento sobre a demanda por um ensino superior eficiente e uma estrutura do ensino básico eficaz torna-se imperativo (Spinosa et al., 2015).

Ao aumentar a atratividade local por meio do aumento de novos negócios e inovações, a busca por mão de obra especializada e a atração de talentos cresce e torna a região capaz de gerar maiores ganhos e competitividade. E ao prospectar mão de obra qualificada e de talento com mais facilidade, fica evidente que a região é fortalecida quanto as suas tradições empresariais, o que é derivada de uma cultura de apoio ao empreendedorismo (Ferreira et al., 2017).

A partir deste contexto, evidencia-se que os fatores determinantes e igualmente importantes para o nível de capacidade de inovação e as demandas para a criação de *startups* e novos negócios do ecossistema se dão por meio da formação educacional, capacidade de estabelecer contatos com pesquisadores, capacidade tecnológica, disponibilidade de fundos de investimentos internos, financiamentos de capital de risco e ligações entre a universidade e a indústria (Lynskey, 2004). E o primeiro e mais importante elemento de um ecossistema de inovação capaz de gerar *startups* e novos negócios é o empreendedor, que é o indivíduo disposto a iniciar um novo negócio de risco que ao identificar uma oportunidade cria a *startup* ou novo negócio e enfrenta vários desafios para descobrir sua adequação dentro do mercado e obter sucesso com isto (Cukier et al., 2015; Tripathi et al., 2019).

Seu perfil e mentalidade empresarial são aspectos importantes para que um novo negócio ou *startup* prospere, já que, operando em uma abordagem otimista demais, pode resultar em uma vida útil curta do negócio e sua entrada no mercado tornar-se conturbada. Por outro lado, se realistas demais, pode sofrer moderado desenvolvimento e exercer menor influência sobre os investidores. Da mesma maneira, a falta de expertise e resiliência dos envolvidos na criação de novos negócios podem ser

fatores de risco ao empreendimento e podem perturbar seu futuro em meio a frustração de quem investe no negócio. Novos serviços demandam por aceitação de mercado, de forma a exigir paciência no retorno sobre o investimento, haja vista que produtos inovativos podem enfrentar um ambiente que não está preparado para recebê-lo (Tripathi et al., 2019).

Um pilar importante para a mudança e quebra de paradigmas sobre o empreendedorismo em um ecossistema de inovação é a promoção de eventos de inovação, *workshops* e demais oportunidades relacionadas (Isenberg, 2010). Estes eventos pretendem incentivar o empreendedorismo e, de maneira geral, também têm como objetivo a criação de *startups* e empresas. A nova geração de empreendedores no mundo todo remete atenção e esforços na criação de *startups*, assim como ganham a atenção dos ecossistemas de inovação, que vislumbram, através de exemplos de sucesso, seus serviços ou produtos inovadores providos de crescimento potencialmente rápido e replicação escalonada (ABStartups, 2023).

O desenvolvimento acelerado e potencial para ganhos significativos para todos os envolvidos faz com que as *startups* ganhem força e relevância no mercado atual (Prado, Bezerra, Esteves & Souza, 2020). Uma *startup*, ao ser inicializada em um ecossistema de inovação que proporciona estrutura para a sua formação, tem oportunidades de crescimento e permanência no mercado potencializadas, criando empregos e promovendo novas matrizes econômicas (Startup.SC, 2018; Tripathi et al., 2019).

Procedimentos metodológicos

Ao analisar a efetividade dos eventos de inovação promovidos na região Oeste de Santa Catarina, hipóteses e correlações não trariam neste momento a profundidade adequada ao caso, já que é notável a ausência de dados para que este estudo em viés quantitativo aconteça. Neste sentido, este estudo caracteriza-se, quanto ao problema, como qualitativo, pois estuda fenômenos que envolvem observações sobre relações sociais entre indivíduos estabelecidos em múltiplos ambientes, e esses fenômenos podem ser compreendidos em sua totalidade se analisados na condição a qual estão inseridos (Godoy, 1995).

Em relação aos procedimentos de investigação é estruturado como estudo de caso, uma vez que oferece atenção especial às questões que podem ser conhecidas por meio de casos, com maior profundidade de todos os aspectos sociais, não permitindo ser generalizado (Lakatos & Marconi, 2017), posto que se trata de um fenômeno complexo, mas que é de grande valia que seu registro seja realizado e proporcione um cenário para estudos futuros e traga subsídios para a reflexão quanto tema.

Quanto à abordagem investigativa possui viés descritivo, e quanto ao objetivo trata-se por exploratório, já que propicia uma visão geral sobre determinados fatos que tratam de acontecimentos pouco explorados, os quais oportunizam novas descobertas e esclarecem conceitos para que sejam cabíveis a serem usados em outras ocasiões (Gil, 2008).

Esta pesquisa foi realizada no ecossistema de inovação da região oeste de Santa Catarina, denominada Desbravalley. A população deste estudo foi selecionada intencionalmente, já que a proposta de estudo é analisar a efetividade dos eventos de inovação. Houve um esforço para que todos os eventos e edições fossem alcançados na coleta de dados, no entanto, a Desbravalley não contempla de um banco de dados com os registros de todos os participantes de todos os eventos que promove, à vista disto optou-se por analisar os maiores e principais eventos da agenda chamados de *Startup Weekend*, Maratona da Inovação, Desbravador Uno *Startup* e *Meetup Startup*, que possuem banco de dados entre os anos de 2016 e 2018, compreendendo 2.546 registros.

O vínculo com a Universidade Comunitária da Região de Chapecó - Unochapecó e os indivíduos pertencentes a esta instituição permitiram o acesso aos dados populacionais que foram encontrados e disponibilizados para esta pesquisa. A coleta de dados deu-se a partir de técnicas variadas. Inicialmente foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 4 pessoas que são as principais frentes do

movimento Desbravalley. O principal interesse do pesquisador com entrevistas qualitativas é compreender melhor a perspectiva dos entrevistados, entender e conhecer seu ponto de vista através de seus próprios termos e, sendo semiestruturada, o entrevistado tem a liberdade e, de certa forma, admite explorar mais amplamente as questões (Lakatos & Marconi, 2017).

A Tabela 1 apresenta os eventos e uma breve descrição de como é o formato e seus objetivos:

Tabela 1

Principais eventos da região da Desbravalley

Evento: Desbravadores Uno Startup	Promotor: Universidade Comunitária Regional de Chapecó (Unochapecó)
Formato: Evento com duração de 40 horas, em que times são formados, compartilha-se ideias e aprende-se na prática como construir uma startup.	
Objetivo Divulgação da cultura empreendedora, desenvolvimento do perfil empreendedor nos participantes, estimular projetos para a incubação e criar um banco de ideias disponível para possíveis investidores.	
Evento: Meetup Startup SC	Promotor: SEBRAE-SC em parceria com a Secretaria do desenvolvimento econômico e sustentável e outras entidades da rede.
Formato: Debate, palestras sobre o assunto e promoção de networking de todo o ecossistema de <i>startups</i> e empresas de tecnologia de Santa Catarina.	
Objetivo: Fomentar o empreendedorismo tecnológico do estado, busca discutir o ecossistema e o empreendedorismo, bem como aguçar jovens para iniciar seu próprio negócio em especial <i>startups</i> .	
Evento: Maratona da Inovação	Promotor: Promovida pela Unochapecó, a qual já fez parceria e executou o evento em outras instituições de ensino como Senac.
Formato: Metodologia de <i>hackathon</i> , dividindo os participantes em equipes, escolhendo as melhores ideias e demandando o processo de validação delas e posteriormente premiando os melhores projetos apresentados.	
Objetivo: Promover e desenvolver o empreendedorismo e estimular a cultura empreendedora, para que ideias inovadoras superem a sala de aula e transformem ideias inovadoras em possíveis negócios.	
Evento: Startup Weekend	Promotor: Techstars Brasil e voluntários Desbravalley
Formato: Metodologia <i>Techstars</i> , com o objetivo de tirar do papel, a partir da formação de grupos interdisciplinares, que devem desenvolver seus projetos e modelo de negócios, validá-los e prototipá-los em 54 horas, é realizado um <i>pitch</i> final para uma banca de jurados a fim de escolher a melhor ideia e premiá-la.	
Objetivo: Muito além de um evento em meio a uma competição por ideias, é um evento que promove o empreendedorismo, inspira e educa através do incentivo a inovação, dando suporte a indivíduos, equipes e comunidades.	

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados da pesquisa.

Posteriormente foi realizado o envio do questionário A, com questões abertas e discursivas via Google *Forms*, para pessoas consideradas pelos entrevistados e os próprios respondentes como pessoas chaves para compreender a dinâmica dos eventos e a Desbravalley como um todo, o que resultou em 29 retornos. A utilização da técnica metodológica *Snowball* foi aplicada neste contexto, a qual refere-se a uma técnica de pesquisa aplicada em comunidades com características ou histórias semelhantes, que permite a formação de uma amostra não probabilística, na qual os participantes iniciais de uma pesquisa recomendam outros participantes, que por sua vez recomendam outros novos participantes, até que seja alcançado o objetivo proposto (Baldin & Munhoz, 2011).

Posteriormente a aplicação do questionário A, mais dois questionários, B e C, com questões abertas e discursivas via Google *Forms* foram enviados, desta vez para o público inscrito nos eventos analisados, e posteriormente para os ganhadores destes eventos. Como resultado, desta a amostra selecionada de maneira não probabilística, intencional e escolhida por acessibilidade, obteve-se 117 retornos. Os questionários foram divididos em quatro partes. O primeiro box trata sobre o perfil do respondente, para ser possível caracterizar a amostra, o segundo box aborda sobre as ações da Desbravalley, o

terceiro box trata sobre as soluções idealizadas nos eventos e o quarto box versa sobre a cultura empreendedora.

Mesmo com o acesso limitado e restrito quanto ao banco de dados, a amostra é significativa, ao somar o retorno dos questionários aplicados e entrevistas com pessoas-chaves (tratam de profissionais que estão diretamente envolvidos com o andamento das atividades e os eventos da Desbravalley), a amostra totaliza 140 pessoas. A Tabela 2, demonstra a distribuição dos instrumentos de coleta:

Tabela 2

Instrumentos de coleta de dados

Público-alvo	Instrumento Usado	Retorno da Coleta
Pessoas Chaves	Entrevistas	4 retornos
Pessoas Chaves	Questionário A	29 retornos
Participantes dos eventos	Questionário B	97 retornos
Vencedores dos eventos	Questionário C	10 retornos

Fonte: Elaborado pelos autores.

Realizou-se ainda, análise documental e coleta de dados secundários para este estudo, que se deu a partir de consultas a *sites* que tratam dos eventos e ações da comunidade, bem como material disponibilizado pelos entrevistados, para enriquecer a pesquisa e contribuir com informações relacionadas ao tema. A coleta de dados secundários visa enriquecer os dados coletados e atribuir informações sobre eles (Vergara, 2005).

Esta coleta de dados aconteceu entre agosto de 2019 e fevereiro de 2020. Utilizou-se o *software* Excel para reunir informações de forma que foi possível agrupar e identificar o perfil do grupo, como média de idade, gênero, formação, área de atuação profissional e de quais ações participou, representados através de tabelas apresentadas em sequência na análise e interpretação dos resultados.

Para permitir a avaliação dos dados coletados e responder aos objetivos desta pesquisa, foi utilizada a análise de conteúdo e triangulação de dados, considerando que o método ajuda a reduzir o volume de dados de uma informação para algumas características (Chizzotti, 2018). Considerou-se nesta pesquisa o emprego dos princípios sinalizados por Bardin (2010) a respeito das fases da análise de conteúdo, que tratam por: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e a interpretação. Desta maneira a partir dos questionários coletados, documentos, entrevistas e demais materiais, iniciou-se a análise do material que foi classificado e categorizado de acordo com as questões dos questionários, em que a designação dos códigos são apontadas a partir dos trechos mais relevantes de cada questão. Ao codificar é possível identificar experiências e conceitos em unidades de dados, permitindo tomar decisões quanto ao enquadramento das respostas para que sejam agrupadas de maneira que formem padrões para serem utilizados para interpretar os dados (Sampieri et al., 2003).

As categorias dentre os grupos foram previamente estabelecidas de acordo com cada box de questão conferidos nos questionários, bem como os códigos deu-se de forma exploratória ao serem relacionados aos trechos mais relevantes de cada questão. Para atribuir as inferências sobre as categorias de análise resgatou-se a fundamentação teórica pesquisada, atribuindo um paralelo na interpretação dos dados. Seguindo com o agrupamento de todas as entrevistas, as questões foram o código guia para o entendimento do cenário e as similaridades das respostas como alicerce para responder os objetivos atribuídos a este estudo, de forma que a triangulação dos dados seja instituída através das entrevistas, questionários, pesquisa documental e a teoria, para embasar e sustentar as interpretações elaboradas.

A triangulação de dados se dá por demandar uma cristalização do assunto abordado, proporcionando ao pesquisador uma compreensão mais abrangente quanto ao tema em análise, com objetivo de aumentar a compreensão de fenômenos complexos, de validação não baseada em critérios, em que são acordados em diferentes fontes a fim de confirmar a validade (Malterud, 2001; Levitt et al., 2017).

A Tabela 3 apresenta de forma breve, a trajetória percorrida em cada uma das quatro etapas:

Tabela 3

Etapas da pesquisa

1ª ETAPA	Objetivo da Pesquisa: Analisar a efetividade dos eventos de inovação promovidos na região Oeste de Santa Catarina.
2ª ETAPA	Delineamento da Pesquisa: Em relação aos seus objetivos, esta pesquisa caracteriza-se por ser descritiva e exploratória, denominada como estudo de caso e possui abordagem qualitativa. População: Participantes dos eventos e ações relacionadas a promoção da cultura empreendedora e inovadora da região da Desbravalley. Amostra: Amostragem intencional e não probabilística, realizada por acessibilidade, delimitadas propositalmente nos eventos Startup Weekend, Maratona da Inovação, Desbravador Uno Startup e Meetup Startup, envolvendo os participantes destes principais eventos, entre os anos de 2016 a 2018, em que o contato realizado atingiu 140 pessoas. Coleta de dados: A coleta de dados desta pesquisa foi realizada a partir de entrevistas semiestruturadas com indivíduos-chaves na comunidade Desbravalley e aplicação de questionários aos demais participantes, entre vencedores e envolvidos nos eventos, enviados via <i>Google forms</i> . Análise documental e coleta de dados secundários. Efetivada entre agosto de 2019 e fevereiro de 2020. Análise de dados: Análise de conteúdo e extração de informações através da técnica de codificação e triangulação dos dados.
3ª ETAPA	Análise e Interpretação dos Resultados: As análises e interpretações dos resultados desta pesquisa, inicialmente apresentam a caracterização e perfil dos respondentes participantes das ações estudadas. Em seguida analisam os eventos de inovação realizados na região da Desbravalley, aferindo seus objetivos, pontos fortes, pontos a melhorar e observações quanto às suas metodologias. Posteriormente caracteriza as <i>startups</i> idealizadas nestes eventos e por fim abordam as oportunidades e desafios encontrados pelos participantes para a continuidade das <i>startups</i> idealizadas na região da Desbravalley através da ótica dos eventos de inovação.
4ª ETAPA	Conclusões e Recomendações: As conclusões, limitações e recomendações para estudos futuros são abordadas nesta etapa. Inicialmente retoma o objetivo geral da pesquisa para que seja respondido adequadamente através da análise de dados realizada anteriormente. Posteriormente sinaliza as limitações do estudo e sugere estudos futuros para o tema.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para a análise dos dados, inicialmente os respondentes foram renomeados de forma manual e sinalizados pela letra A pôr escolha aleatória e em conjunto com a letra escolhida foram numerados conforme a sequência das devolutivas dos questionários, sendo o primeiro respondente identificado por “A1” e assim sucessivamente até chegar ao respondente “A140”. Foram totalizadas 140 devolutivas, concretizadas mediante os quatro instrumentos de coleta que abrangem vencedores dos eventos, participantes, mentores, voluntários, organizadores, entre outras atribuições. Por isso, de forma manual classificou-se em um grupo maior para análise todos os envolvidos e posteriormente criou-se um grupo menor contendo os vencedores dos eventos para possibilitar uma análise mais profunda do assunto.

Apresentação e análise dos resultados

A amostra deste estudo atingiu 140 indivíduos que participaram das ações realizadas na Desbravalley no período de 2016 e 2018, classificados nas funções de mentores (15%), voluntários (14%), avaliadores (8%), investidores (4%) e fornecedores (2%). Salienta-se que um entrevistado ou respondente pode ter participado de um ou mais eventos, assim como pode ter ocupado diversas frentes em cada um deles, seja inscrito como participante, ser mentor, voluntário ou ter executado outra atividade.

Quanto às características dos respondentes, 60% pertencem ao gênero masculino e 40% ao feminino, com média de 30 anos de idade; suas atividades profissionais estão divididas entre gestores, docentes, estagiários e estudantes, servidores públicos, bancários, agricultores, dentistas, entre outras profissões. Em sua maioria são residentes de Chapecó-SC (76%). Destaca-se que os eventos analisados tiveram

como sede o município de Chapecó, o que pode influenciar neste resultado.

Em relação à escolaridade, 38% dos respondentes possuem pós-graduação, 34% ensino superior completo e 6% ensino médio completo. As formações em ensino superior se destacam nas áreas de Administração (31%), Ciência da computação (13%) e Engenharias (12%). Nota-se que a maioria das mulheres participantes dos eventos de inovação possui uma escolaridade maior do que os homens participantes, sendo que 37% possuem mestrado ou doutorado, contrapondo com 12% em relação aos homens que possuem a mesma escolaridade.

Do total de respondentes 24% participam do Startup Weekend 2018, 16% do Startup Weekend 2017 e 10% do Startup Weekend 2019, 8% do Desbravador Uno Startup 2018, 7% da VI Maratona da inovação e 6% do Meetup Startup 2018.

Os respondentes foram questionados sobre qual era o foco/problema abordado pela equipe nos eventos. Verificou-se que 15% das ideias de negócios giraram em torno de soluções para o agronegócio, 13% sobre o desenvolvimento de games e 13% trataram sobre gestão.

A 28ª edição do *Meetup Startup* SC realizada em 2018 contou com 1178 inscritos, já a edição de 2017 contou com 890 inscritos, assim houve um aumento quanto a participação de 32,4% entre a edição do ano de 2017 para a de 2018. A edição do *Startup Weekend* 2016 contou com 148 inscritos e a edição do *Startup Weekend* 2017 computou 143 inscritos e a edição *Startup Weekend* 2018 Agro contou com 162, logo, mesmo sendo um evento nicho do *Startup Weekend*, pode-se perceber que houve um aumento na procura pelo evento em relação a 2016 de 9% e em comparação a edição de 2017 um aumento de 13%. Os objetivos das ações voltadas para a cultura de inovação incluem a mudança de mentalidade da população local, com a nítida ideia de que ela pode ser desenvolvida através de ações culturais que propiciem um ambiente apropriado que traga informações quanto a mercados potenciais, regulamentação, caminhos e trajetórias palpáveis e maneiras de como alcançá-las (Tripathi et al., 2019). Desta maneira a evidência no aumento na procura demonstra que os eventos para fomento do empreendedorismo e sua disponibilidade quanto à mentorias e base para desenvolvimento de negócios inovativos tendem a atingir esse objetivo.

Diante dos retornos obtidos destaca-se que 91% dos respondentes saem satisfeitos das ações e com sentimento de aprendizado quanto ao estímulo à criatividade e o desenvolvimento de uma ideia, *network*, mudança na visão sobre empreender e gestão, orientação de como seguir com um novo negócio. A maioria dos respondentes, representando 59%, conferiram de forma positiva quanto a utilização dos aprendizados dos eventos no seu dia a dia. A devolutiva também é positiva para 72% dos respondentes em sua posição quanto ao aumento da visão sobre empreender e inovar. O respondente A18 fala que: *“Me permitiu montar uma boa rede de network e mostrar meu trabalho para diversas pessoas, o que além do conhecimento adquirido, me proporcionou um emprego em uma ótima empresa”*.

No entanto há algumas falas que contrastam diante das visões positivas quanto às ações realizadas, representando 7% dos respondentes, que ressaltam que a metodologia se torna repetitiva ao longo dos eventos, dúvidas quanto à qualificação e queda de qualidade diante no gerenciamento das equipes e mentores, bem como os conteúdos que de certa forma podem ter sido tratados de forma superficial na hora da abordagem. O respondente A76 posiciona-se dizendo que: *“atingiu parcialmente os objetivos, metodologia repetitiva em todos eles acaba desgastando.”* A53 diz que: *“Em partes, ou talvez não tenha entendido direito. Eu imaginei que faríamos um plano de negócios, de forma organizada e focada, porém tudo foi na correria, pouca organização (por parte do grupo), mas acredito que o objetivo foi alcançado”*.

Ao oferecer conhecimento sobre o empreendedorismo, estimula-se a atitude empreendedora e torna plausível transformar o ambiente econômico de uma região, aspectos culturais e até mesmo decisões individuais. Inclusive é um vislumbre importante e fator considerável para a escolha do empreender,

criar informação relacionada às oportunidades que surgem a partir desta atitude (Stuetzer et al., 2014).

Ao questionar os respondentes sobre em que medida os agentes do ecossistema contribuíram com o desenvolvimento da sua *startup*, somente as universidades e sistema S (Conjunto de entidades públicas voltadas à educação) tiveram tratamento positivo diante das respostas, enquanto os outros atores como investidores, aceleradoras, recursos governamentais, venture capital e fundos de investimento foram relatados mais de forma negativa, ou seja, não representam nenhuma contribuição efetiva como apoiadores para as *startups* idealizadas. Os ecossistemas normalmente resultam da junção de um conjunto de esforços desprendidos por diversos atores e é de suma importância a união dos atores no ecossistema para a promoção de ações que possam proporcionar a sustentabilidade do ambiente inovador e empreendedor, de forma que os parceiros em um ecossistema de inovação devem estar alinhados e seus ruídos sejam abafados para um amadurecimento constante. Os ecossistemas de inovação necessitam da combinação e trabalho conjunto direto entre elementos sociais, políticos, econômicos e culturais em uma determinada região (Jin-Fu, 2010; Jackson, 2011; Spigel, 2017). Na Desbravalley é evidente este desequilíbrio ao se tratar de participação dos atores no ecossistema, o que cabe um maior envolvimento destes para que a maturação do ecossistema seja consistente, visto que é clara uma maior participação e envolvimento e alguns atores em relação a outros.

Os respondentes foram questionados se as ideias de *startups* em algum momento foram incubadas. Todos relataram que não, o que aponta sobre a disponibilidade de recursos do ecossistema, que pode contribuir e colaborar com o início de novos negócios e *startups*. Igualmente proporcionar subsídios para a construção do capital social destas empresas, mediante aceleradoras e incubadoras e outros parceiros que fornecem um ambiente rico e atraente para se empreender com estrutura torna-se essencial (Bandera & Thomas, 2018; Martinez & Crusat, 2019). A Desbravalley contempla de uma estrutura significativa no ecossistema para ser colaborativa com as empresas iniciantes e *startups*, no entanto, aparentemente não prossegue com este auxílio ao tratar-se das *startups* idealizadas nos eventos de inovação ao findar as ações.

Os respondentes foram questionados sobre o desenvolvimento da ideia após o término dos eventos. Verificou-se que 14% dos projetos idealizados apresentaram continuidade após ser finalizado o evento, contudo não prosseguiram com o projeto da *startup* por muito tempo, sendo os principais motivos: falta de incentivos financeiros (19%), aceitação do público (18%) e alinhamento e comprometimento dos sócios (15%).

Ao analisar as respostas obtidas, nota-se que as ideias não atravessam a bolha dos eventos e se perdem com o passar do tempo. Mesmo que as *startups* frequentemente operem em cenários limitados em relação a recursos, elas necessitam capturar valor para o negócio, bem como contar com a resiliência dos empreendedores, que retrata a capacidade de enfrentar, se adaptar e superar adversidades, incertezas e mudanças de forma a aprender com o fracasso e continuar é imprescindível. Entende-se que empreender é uma decisão de alto risco e certamente seu fator de sucesso pode envolver com um pouco de sorte, uma boa ideia e o domínio de informações assertivas para a tomada de decisão, mas estar disposto e preparado para gerenciar situações desafiadoras é uma questão intrínseca a atividade empreendedora (Aggarwal & Wu, 2018; Ferreira et al., 2017; González-López et al., 2019; Pierrakis & Saridakis, 2019; Tripathi et al., 2019).

Programas de treinamento, incubadoras, serviços de consultoria, entre outros são capazes de criar uma base positiva para a difusão do empreendedorismo, criando uma rede de recursos não necessariamente financeiros, mas que são importantes para esta alavancagem (Dubini, 1989). No entanto os investimentos e estruturas para quaisquer que sejam os níveis de oportunidades de uma inovação, assim como o apoio comprometido com elas para descobrir e desenvolver as ideias, dependerá claramente de incentivos vindos de agentes externos motivados por perspectivas de retorno econômico quanto ao seu investimento (Dosi, 1988).

O apoio cultural promovido por meio de ações, eventos, workshops e outras oportunidades que demonstram ser um pilar importante do ecossistema empreendedor e sua possibilidade em proporcionar uma mudança intencional sobre aspectos como, tolerância ao risco e falhas, prioridade pelo trabalho independente, cultura de pesquisa, opinião positiva quanto ao empreendedorismo e promoção da inovação, são discutidas pelos autores Isenberg (2010) e Spinosa et al. (2015), e são debatidos na Desbravalley, mas aparentemente apresenta a possibilidade de ampliação quanto ao acompanhamento das ideias e sequencia dos eventos.

Pode-se perceber que a criatividade e o tempo gasto nas ideias lançadas como futuras *startups* pode não ser o problema, mas sim a forma como está sendo executada a ideia para que possa ser levada adiante. As ferramentas disponíveis quanto ao estímulo e fomento do empreendedorismo podem ser instigadas por meio de metodologias que tenham a intenção de aumentar o incentivo do empreendedorismo local, contudo, elas só se revelam eficazes se adaptadas às características ambientais locais e reais necessidades (Dubini, 1989). Isto não quer dizer que a metodologia dos eventos esteja equivocada ou não seja importante para a disrupção inovadora necessária, mas talvez fosse importante revisar a forma de tratar as ideias e avaliar o evento de forma imparcial e buscar alternativas para sustentar melhor as ideias.

Mais um ponto de vista pertinente nas respostas é destaque na falta de incentivo financeiro. Vale salientar que os eventos são criados e organizados para tornar possível o encontro entre criadores e investidores, constituindo um passo relevante para a startup chamar a atenção do mercado e, sobretudo, prospectar capital (Tripathi, Seppänen, Boominathan, Oivo & Liukkunen, 2019). Este propósito deve ser desenvolvido para melhorar a qualidade desses relacionamentos nos eventos, para criar uma ponte que liga os investidores e as ideias. Contudo, o acompanhamento e planejamento estrutural das ideias ao findar os eventos demonstra que é necessário que os investimentos sejam feitos de forma sábia e coerente, para que gerem os frutos esperados do negócio e não se desperdice qualquer incentivo.

A Tabela 4 apresenta um resumo sobre os desafios e oportunidades dos eventos de inovação:

Tabela 4

Desafios e oportunidades dos eventos da região da Desbravalley.

Desafios	Oportunidades
Tempo investido na ideia.	Importância da existência de eventos para mobilizar os conceitos pré-estabelecidos.
Resiliência dos envolvidos em continuar o negócio.	Acesso a novos conhecimentos sobre quais caminhos o futuro empreendedor pode seguir a partir de uma ideia inicial.
Diversificação dos envolvidos nos eventos.	Percepção sobre como a inovação pode oportunizar o desenvolvimento pessoal e para a comunidade envolvida.
Metodologia que não se altera.	
Falta de incentivo financeiro.	
Cultura empreendedora da região.	
Suporte após os eventos de inovação.	

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados da pesquisa.

O acesso a novos conhecimentos sobre quais caminhos o futuro empreendedor pode seguir a partir de uma ideia inicial é uma abertura potencial para a mudança de percepção sobre como a inovação pode oportunizar o desenvolvimento não só pessoal, mas para toda a comunidade envolvida. O que faz sintetizar todas as manifestações, identidades e vocações que uma região empreendedora pode proporcionar e a partir disso tornar-se catalizadora de ideias, profissionais qualificados, inovações, *startups* e negócios nascentes de potencial econômico crescente.

Desta forma com as contribuições de todos os participantes deste estudo, pode-se olhar de maneira conjunta a partir da estrutura da Tabela 5, sobre os pontos fortes e a melhorar dos eventos de inovação. Destaca-se a importância da existência dos eventos a fim de mobilizar os conceitos pré-estabelecidos

sobre o que é inovar e empreender é um pontapé inicial muito importante para a mudança da cultura empreendedora e a criação de *startup* e, mesmo com pontos a melhorar, seus pontos fortes sugerem expectativas crescentes em desenvolvimento e oportunidades para a região.

Outra questão pertinente são os retornos dos respondentes ao que se refere à cultura empreendedora da região, a cultura sobre a inovação dentro das empresas já estabelecidas. Neste caso a região oeste catarinense demonstra em sua cultura uma visão negativa sobre errar e tolerar o fracasso, relacionado aos negócios e a descrença também está presente em grande parte dos atores que formam o ecossistema de inovação da região. A necessidade de transformação desta perspectiva regional quanto ao fracasso para passar a considerar de forma positiva o erro, requer projetos que proporcionem conhecimento e desenvolvimento para a formação do empreendedor, de modo que ele venha a ter a melhor devolutiva quanto aos desafios ambientais que ele for exposto (Jacoski et al., 2014; Kruger et al., 2020).

Tabela 5

Pontos fortes e a melhorar dos eventos

Objetivo comum dos eventos: Divulgação da cultura empreendedora, fomento do perfil empreendedor e ao empreendedorismo, estímulo a ideias inovadoras em especial a criação de *startups*.

Pontos Fortes	Pontos a melhorar
Estímulo à cultura empreendedora	Metodologia repetitiva
Estímulo à criatividade	Conhecimento em eventos de nicho
Aprendizado significativo sobre empreendedorismo	Manutenção da qualidade (constância em todos os eventos)
Desenvolvimento de ideias	Descentralizar os grupos (mesmas pessoas nos eventos)
Aprendizado significativo sobre inovação	Falta de acompanhamento das ideias
Motivação	Baixa divulgação
Conhecimento	Variação dos mentores

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados da pesquisa.

Ao analisar os objetivos dos eventos pesquisados neste estudo, pode-se considerar que a efetividade, em grande medida, está sendo alcançada, visto que o fomento e disseminação da inovação e empreendedorismo estão presentes nos objetivos de todos os eventos analisados. O evento “Desbravadores Uno Startup” tem como objetivo a divulgação da cultura empreendedora, desenvolvimento do perfil empreendedor nos participantes, estimular projetos para a incubação e criar um banco de ideias disponível para possíveis investidores (Paula, 2017); o evento “Meetup Startup SC” objetiva fomentar o empreendedorismo tecnológico do estado, discutir o ecossistema e o empreendedorismo, bem como aguçar jovens para iniciar seu próprio negócio em especial startups (Startup.SC, 2018); o evento “Maratona da Inovação” objetiva promover e desenvolver o empreendedorismo e estimular a cultura empreendedora, para que ideias inovadoras superem a sala de aula e transformem ideias inovadoras em possíveis negócios (Kreutz, 2018; SENAC, 2019) e, por fim, o evento “Startup Weekend” vai muito além de um evento em meio a uma competição por ideias, é um evento que promove o empreendedorismo, inspira e educa através do incentivo à inovação, dando suporte a indivíduos, equipes e comunidades (Startup Weekend, 2020). De forma geral, são eventos que buscam incentivar o empreendedorismo e gerar novas *startups* e empresas (ABStartups, 2023).

Deve-se destacar que a comunidade Desbravalley é recente. Esta comunidade representa o ecossistema de inovação, tecnologia e empreendedorismo do oeste catarinense, tendo como propósito criar uma rede colaborativa entre empreendedores de diversas áreas, instituições, segmentos, profissionais, investidores, interessados e entusiastas, fortalecer o ecossistema empreendedor, tecnológico e inovador da região, apoiando iniciativas relacionadas ao empreendedorismo e disseminação da cultura de inovação em busca principalmente do desenvolvimento regional (Desbravalley, 2020; FACISC, 2019). Acredita-se as ações promovidas por meio dos eventos são importantes e necessárias para o desenvolvimento de outras frentes essenciais. Na medida em que se dissemina a cultura da inovação, do empreendedorismo e da criação de novos negócios por meio de *startups*, o desenvolvimento e ação ativa

de outros atores será uma consequência para o ecossistema em análise.

Um ecossistema de inovação estruturado é maduro é condição necessária para o desenvolvimento econômico. Neste sentido, cabe destacar que um pilar importante para a mudança e quebra de paradigmas sobre o empreendedorismo em um ecossistema de inovação é a promoção de eventos de inovação, workshops e demais oportunidades relacionadas (Isenberg, 2010), sendo a promoção da cultura inovadora fator fundamental para a estruturação e desempenho de um ecossistema de inovação. Destaca-se, porém que estimulá-la e melhorá-la, para que resulte em uma mobilização real para que a inovação aconteça, é um grande desafio (Westwood, 2003; World Economic Forum, 2013) e este desafio está posto para a comunidade Desbravalley.

Logo, ao desenvolver a criação de conhecimento sobre o empreendedorismo, é possível alterar esse cenário cultural, econômico e decisões individuais (Stuetzer et al., 2014). No entanto a busca por uma indústria com base em conhecimento requer muito mais do que intenção, necessita de um investimento a altura para promover a geração de educação e, ao mesmo tempo, desenvolver a capacidade de expandir a propriedade intelectual (Isenberg, 2010). Promover a cultura inovadora é fator fundamental para a estruturação e desempenho de um ecossistema de inovação, no entanto, estimulá-la e melhorá-la, para que resulte em uma mobilização real para que a inovação aconteça, é um grande desafio (World Economic Forum, 2013). E este desafio aparentemente está no início para a região, que demonstra ter muito a perseguir quanto à instalação desta cultura.

Considerações finais

O estudo teve como objetivo analisar a efetividade dos eventos de inovação promovidos na região Oeste de Santa Catarina. Ressalta-se que, neste interim, os eventos de inovação analisados fomentam e promovem a cultura empreendedora, bem como o perfil empreendedor dos participantes, além de estimular ideias inovadoras e potencializar a criação de *startups*. Conforme dados da pesquisa, os participantes dos eventos levam os conceitos e técnicas apresentados nas ações para o seu dia a dia, seja em atribuições pessoais ou para dentro das empresas nas quais atuam.

Porém, importante salientar que, apesar dos elevados índices de satisfação com relação às ações desenvolvidas nos eventos, bem como quanto ao estímulo à criatividade e o desenvolvimento de uma ideia, *network*, mudança na visão sobre empreender e orientação de como seguir com um novo negócio, a pesquisa identificou aspectos relevantes que precisam ser considerados, visando à maturidade do ecossistema de inovação. Indicações sobre metodologias repetidas nos eventos, qualificação das equipes organizadoras e mentores, superficialidade na abordagem de conteúdos são alguns dos pontos a melhorar destacados pelos respondentes.

A análise contempla aspectos que não estão sendo atendidos pelos eventos, por mais que façam parte dos seus objetivos, como o estímulo a projetos para a incubação, criação de um banco de ideias disponível para possíveis investidores e suporte a indivíduos, equipes e comunidades. Esse diagnóstico está relacionado ao nível de maturidade do ecossistema de inovação em análise, o qual ainda não contempla a ação ativa de atores importantes. Conforme evidenciado neste estudo, Universidades e o Sistema S (voltado a educação) são tidos como atores presentes, porém há ausência, de outros importantes atores, como investidores, aceleradoras, venture capital, fundos de investimento e apoio governamental.

Considerando que os ecossistemas normalmente resultam da junção de um conjunto de esforços desprendidos por diversos atores, a participação ativa de tais atores é essencial com vistas à sustentabilidade do ambiente inovador e empreendedor, ponderando que os ecossistemas de inovação necessitam da combinação e trabalho conjunto entre os atores e seus elementos sociais, políticos, econômicos e culturais em uma determinada região (Jin-Fu, 2010; Jackson, 2011; Spigel, 2017). Na Desbravalley é evidente este desequilíbrio ao se tratar de participação dos atores no ecossistema, o que

cabe um maior envolvimento destes para que a maturação do ecossistema seja consistente, especialmente para equilibrar a participação e envolvimento dos atores.

De forma geral, destaca-se que os eventos de inovação analisados estão sendo efetivos no que se refere à disseminação e fomento a cultura inovadora e empreendedora, sendo essenciais para o amadurecimento do ecossistema de inovação. Para tanto, será importante que novas etapas do processo de desenvolvimento do ecossistema sejam lideradas por atores que conseguem concatenar as necessidades dos empreendedores com os interesses dos investidores. Destaca-se, ainda a importância das Universidades, como atores ativos no fomento da cultura inovadora e empreendedora.

Para estudos futuros sugere-se uma abordagem horizontal na busca por uma evolução tanto cultural como em expansão de negócios, bem como a análise das *startups* criadas e idealizadas a partir desses eventos e seus impactos sobre o ecossistema de inovação. Como limitação do estudo pode-se citar a dificuldade de acesso ao banco de dados dos participantes dos eventos estudados e outros eventos que são realizados na região, visto que a maioria dos eventos não possui a informação de fácil acesso e a comunidade não contempla de um banco de dados único e disponível para consulta, sendo que os resultados da amostra possuem maior influência pelo número de respondentes que participaram do evento *Startup Weekend 2018*.

Neste sentido, o estudo contribui com discussões acerca da implementação de ações que possam agregar maturidade ao ecossistema, ponderando que o sucesso de um ecossistema de inovação é condicionado ao nível de conectividade dos seus atores e das ações que viabilizem apoio aos empreendimentos.

Referências

- Associação Brasileira de Startups – ABStartups. (2023). *Tudo o que você precisa saber sobre startups*. <https://abstartups.com.br>
- Adler, P., Florida, R., King, K., & Mellander, C. (2019). The city and high-tech startups: The spatial organization of Schumpeterian entrepreneurship. *Cities*, 87, 121-130. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.12.013>
- Aggarwal, V., & Wu, A. (2018). Inter-organizational collaboration and start-up innovation. *Entrepreneurship and Collaboration*. Oxford, UK: Oxford University Press. Forthcoming.
- Audretsch, D., Mason, C., Miles, M. P., & O'Connor, A. (2018). The dynamics of entrepreneurial ecosystems. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1436035>
- Baldin, N., & Munhoz, E. M. B. (2011). Educação ambiental comunitária: uma experiência com a técnica de pesquisa snowball (bola de neve). *REMEA-Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental*, 27. <https://doi.org/10.14295/remea.v27i0.3193>
- Bardin, L. (2010). Análise de conteúdo. 4. Ed. Lisboa: Edição 70.
- Basilgan, M. (2011). The creative destruction of economic development: The Schumpeterian entrepreneur. *TODAIIE's Review of Public Administration*, 5(9), 35-76.
- Bandera, C., & Thomas, E. (2018). The role of innovation ecosystems and social capital in startup survival. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 66(4), 542-551. <https://doi.org/10.1109/TEM.2018.2859162>
- Berger, E. S., & Kuckertz, A. (2016). Female entrepreneurship in startup ecosystems worldwide. *Journal of Business Research*, 69(11), 5163-5168. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.098>
- Chizzotti, A. (2018). Pesquisa em ciências humanas e sociais. Cortez editora.
- Cohen, K. C. (2006). Changes in the world created by the journal of science education and technology: future directions and new initiatives. *Journal of Science Education and Technology*, 15(1), 1-7. <https://doi.org/10.1002/bse.428>
- Cukier, D., Kon, F., & Krueger, N. (2015). Designing a maturity model for software startup ecosystems. In *International Conference on Product-Focused Software Process Improvement* (pp. 600-606).

- Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-26844-6_45
- Desbravalley. (2020). www.desbravalley.com.br
- Dosi, G. (1988). Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation. *Journal of economic literature*, 1120-1171. <http://www.jstor.org/stable/2726526>
- Dubini, P. (1989). The influence of motivations and environment on business start-ups: Some hints for public policies. *Journal of business venturing*, 4(1), 11-26. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(89\)90031-1](https://doi.org/10.1016/0883-9026(89)90031-1)
- Edwards-Schachter, M., García-Granero, A., Sánchez-Barrioluengo, M., Quesada-Pineda, H., & Amara, N. (2015). Disentangling competences: Interrelationships on creativity, innovation, and entrepreneurship. *Thinking skills and creativity*, 16, 27-39. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2014.11.006>
- Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina - FACISC. (2019). *ACIC Chapecó promove reunião com representantes do Desbravalley*. <https://facisc.org.br/noticias/acic-chapeco-promove-reuniao-com-representantes-do-desbravalley/>
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Ratten, V. (2017). Entrepreneurship, innovation, and competitiveness: what is the connection? *International Journal of Business and Globalization*, 18(1), 73-95. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2017.081030>
- Florida, R. L. (2004). The Rise of the Creative Class. revised paperback edition. *New York: Basic Book*.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas SA.
- Godoy, A. S. (1995). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de empresas*, 35, 20-29.
- González-López, M. J., Pérez-López, M. C., & Rodríguez-Ariza, L. (2019). Clearing the hurdles in the entrepreneurial race: the role of resilience in entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 18(3), 457-483. <https://doi.org/10.5465/amle.2016.0377>
- Harrington, K. (2017). Entrepreneurial ecosystem momentum and maturity the important role of entrepreneur development organizations and their activities. *Available at SSRN 3030886*.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard business review*, 88(6), 40-50. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Jacoski, C. A., Dallacorte, C., Bieger, B. N., & Deimling, M. F. (2014). Análise do desempenho da inovação regional-um estudo de caso na indústria. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 11(2), 71-88. <https://doi.org/10.5773/rai.v11i2.1049>
- Jackson, D. J. (2011). What is an innovation ecosystem. *National Science Foundation*, 1(2), 1-13.
- Jin-Fu, W. (2010). Framework for university-industry cooperation innovation ecosystem: Factors and countermeasure. *International Conference on Challenges in Environmental Science and Computer Engineering*, 2, 303-306. <https://doi.org/10.1109/CESCE.2010.153>
- Kon, A. (2016). Ecosistemas de inovação: a natureza da inovação em serviços. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*, 7(1). <https://doi.org/10.13059/racef.v7i1.170>
- Kreutz, G. (2018). *Últimos dias para estudantes da uno se inscrever na maratona da inovação*. <https://www.unochapeco.edu.br/noticias/ltimos-dias-para-estudantes-da-uno-se-inscreverem-na-maratona-da-inovacao>
- Kruger, S. D., Link, C. P., Poli, O. L., & Jacoski, C. A. (2020). Inovação como ferramenta competitiva no desenvolvimento econômico das atividades rurais. *Latin American Journal of Business Management*, 11(2).
- Lakatos, E. M., & Marconi, M. D. A. (2017). Metodologia científica. In *Metodologia científica*. 231-231.
- Levitt, H. M., Motulsky, S. L., Wertz, F. J., Morrow, S. L., & Ponterotto, J. G. (2017). Recommendations for designing and reviewing qualitative research in psychology: Promoting methodological integrity. *Qualitative psychology*, 4(1), 2. <https://doi.org/10.1037/qap0000082>
- Lynskey, M. J. (2004). Determinants of innovative activity in Japanese technology-based start-up firms. *International Small Business Journal*, 22(2), 159-196. <https://doi.org/10.1177/0266242604041312>
- Malterud, K. (2001). Qualitative research: standards, challenges, and guidelines. *The lancet*, 358(9280), 483-488. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(01\)05627-6](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(01)05627-6)
- Mitra, J. (2019). Entrepreneurship, innovation, and regional development: An eclectic introduction. In *Entrepreneurship, Innovation and Regional Development* (pp. 1-27). Routledge.

- Nylund, P. A., Ferras-Hernandez, X., & Brem, A. (2019). Strategies for activating innovation ecosystems: introduction of a taxonomy. *IEEE Engineering Management Review*, 47(4), 60-66. <https://doi.org/10.1109/EMR.2019.2931696>
- Oliveira Santos, K., Nascimento, R. L. L., Jesus, R. M., & Nunes, F. C. S. (2018). Valleys brasileiros, aglomerados produtivos baseados em inovação—um estudo sobre o Caju Valley. Anais. In: Congresso de Gestão, Negócios e Tecnologia da Informação –CONGENTI.
- Paula, T. (2017). *Projeto desbravador conecta estudantes na criação de startups*. <https://www.unochapeco.edu.br/noticias/projeto-desbravador-conecta-estudantes-na-criacao-de-startups>
- Pierrakis, Y., & Saridakis, G. (2019). The role of venture capitalists in the regional innovation ecosystem: a comparison of networking patterns between private and publicly backed venture capital funds. *The Journal of Technology Transfer*, 44(3), 850-873. <https://doi.org/10.1007/s10961-017-9622-8>
- Prado, V. J., Bezerra, K. D. R., Esteves, E. D. S. J., & Souza, L. N. (2020). O ecossistema de inovação da cidade de Salvador: um diagnóstico do nível de maturidade. *Research, Society and Development*, 9(3). <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i3.2536>
- Schmitz, H. (1995). Small shoemakers and Fordist giants: tale of a supercluster. *World development*, 23(1), 9-28. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(99\)00075-3](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(99)00075-3)
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development* Harvard University Press. Cambridge, MA.
- Senac. (2019). *Maratona da inovação Senac acontece em Chapecó neste final de semana*. <https://portal.sc.senac.br/portal/site/noticia/maratona-de-inovacao-senac-acontece-em-chapeco-neste-final-de-semana>
- Spinosa, L. M., Schlemm, M. M., & Reis, R. S. (2015). Brazilian innovation ecosystems in perspective: Some challenges for stakeholders. *REBRAE*, 8(3), 386-400. <https://doi.org/10.7213/rebrae.08.003.AO08>
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(1), 49-72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>
- Startup.SC. (2018). *Os desafios e as oportunidades do setor de tecnologia e inovação são destaques no 28º Meetup*. <https://www.startupsc.com.br/os-desafios-e-as-oportunidades-do-setor-de-tecnologia-e-inovacao-sao-destaques-no-28o-meetup/>
- Sternberg, R. (2009). Regional dimensions of entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(4), 211-340.
- Stuetzer, M., Obschonka, M., Brixy, U., Sternberg, R., & Cantner, U. (2014). Regional characteristics, opportunity perception and entrepreneurial activities. *Small Business Economics*, 42(2), 221-244. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9488-6>
- Thomas, K. (2000). Creating regional cultures of innovation? The regional innovation strategies in England and Scotland. *Regional Studies*, 34(2), 190-198. <https://doi.org/10.1080/00343400050006104>
- Tripathi, N., Seppänen, P., Boominathan, G., Oivo, M., & Liukkunen, K. (2019). Insights into startup ecosystems through exploration of multi-vocal literature. *Information and Software Technology*, 105, 56-77. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2018.08.005>
- Tidd, J., & Bessant, J. (2015). *Gestão da inovação-5*. Bookman Editora.
- Vergara, S. (2005). *Método de pesquisa em administração*. Atlas.
- Veroneze, S., & Kruger, S. D. (2021). Uso de controles e informações gerenciais por empresas startups incubadas. *ABCustos*, 16(1), 144-173.
- Westwood, R., & Low, D. R. (2003). The multicultural muse: Culture, creativity, and innovation. *International journal of cross-cultural management*, 3(2), 235-259. <https://doi.org/10.1177/14705958030032006>
- World Economic Forum. (2013). *Entrepreneurial ecosystems around the globe and company growth dynamics*.