



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
CENTRO MULTIDISCIPLINAR DE LUÍS EDUARDO MAGALHÃES
GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

IDA BRUNA BAR

**O PAPEL DA ACELERADORA NO DESENVOLVIMENTO DE
NOVAS STARTUPS NO CONTEXTO DO AGRONEGÓCIO NO
OESTE DA BAHIA**

LUÍS EDUARDO MAGALHÃES - BA

2023

IDA BRUNA BAR

**O PAPEL DA ACELERADORA NO DESENVOLVIMENTO DE
NOVAS STARTUPS NO CONTEXTO DO AGRONEGÓCIO NO
OESTE DA BAHIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Multidisciplinar de Luís Eduardo Magalhães da Universidade Federal do Oeste da Bahia – UFOB, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Produção.

Orientadora: Prof.^a Me. Larissa Barbosa Taquetti

**LUÍS EDUARDO MAGALHÃES - BA
2023**

FICHA CATALOGRÁFICA

B223 Bar, Ida Bruna.

O papel da aceleradora no desenvolvimento de novas *startups* no contexto do agronegócio no oeste da Bahia / Ida Bruna Bar. – 2023.

49 f.

Orientador: Profa. Me. Larissa Barbosa Taquetti.

Trabalho de Conclusão de Curso: (Graduação em Engenharia de Produção) –
Universidade Federal do Oeste da Bahia. Centro Multidisciplinar de Luís Eduardo Magalhães,
Luís Eduardo Magalhães, BA, 2023.

1. Empreendedorismo. 2. Inovação. 3. Startups - Agronegócio – Bahia, região oeste da.

I. Taquetti, Larissa Barbosa. II. Universidade Federal do Oeste da Bahia – Centro Multidis-
ciplinar de Luís Eduardo Magalhães. III. Título.

CDD: 658.5

BIBLIOTECAS UFOB - Biblioteca Universitária de Luís Eduardo Magalhães



IDA BRUNA BAR

**O PAPEL DA ACELERADORA NO DESENVOLVIMENTO DE NOVAS
STARTUPS NO CONTEXTO DO AGRONEGÓCIO NO OESTE DA BAHIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Multidisciplinar de Luís Eduardo Magalhães da Universidade Federal do Oeste da Bahia como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Produção.

Luís Eduardo Magalhães/BA, 4 de julho de 2023

Banca Examinadora

Prof.^a Me. Larissa Barbosa Taquetti
Universidade Federal do Oeste da Bahia

Prof. Me. Adriano David Monteiro de Barros
Universidade Federal do Oeste da Bahia

Prof. Me. Leonardo Rospi
Universidade Federal do Oeste da Bahia

RESUMO

Desde a fundação da primeira aceleradora, esse tipo de modelo de negócio, que tem a finalidade de dar apoio às startups, vem crescendo no mundo. Apesar disso, ainda existem poucas pesquisas bibliográficas sobre esse tema, por esse motivo é importante fazer um estudo sobre tal assunto, sendo assim, esse trabalho contribui para a literatura e pode auxiliar gestores do ramo. Essa pesquisa tem a finalidade de mostrar a visão da startup e da aceleradora sobre o processo de aceleração e as dificuldades enfrentadas por esse tipo de negócio. Foram identificados os detalhes do processo de seleção e aceleração, envolvendo mentorias, apoio financeiro, disponibilidade de um espaço físico de trabalho, direcionamento do projeto, acesso a investidores e clientes em potencial, interação e cooperação entre as startups para influenciar na melhoria do seu desempenho, de maneira geral, todos os fatores que influenciam no desenvolvimento da ideia proposta pela startup para o processo de aceleração. Os resultados revelam a importância de uma aceleradora para o desenvolvimento de uma startup no ramo do agronegócio, mais especificamente na região oeste da Bahia, e o modo como uma startup acelerada pode ter vantagens competitivas com relação aquelas que não passaram pelo processo.

Palavras-chave: Aceleradora. Startup. Inovação. Agronegócio.

ABSTRACT

Since the founding of the first accelerator, this type of business model, which aims to support startups, has been growing around the world. Despite this, there are still few bibliographical researches on this subject, for this reason it is important to carry out a study on this subject, therefore, this work contributes to the literature, being able to help managers of the branch. This research aims to show the vision of the startup and the accelerator on the acceleration process and the difficulties faced by this type of business. The details of the selection and acceleration process were identified, involving mentoring, financial support, availability of a physical workspace, project direction, access to investors and potential clients, interaction and cooperation between startups to influence the improvement of their performance, in general, all the factors that influence the development of the idea proposed by the startup for the acceleration process. The results reveal the importance of an accelerator for the development of a startup in the agribusiness sector, more specifically in the western region of Bahia, and how an accelerated startup can have competitive advantages over those that have not gone through the process.

Key-words: Accelerator. startup. Innovation. Agribusiness.

LISTAS DE QUADROS

Quadro 1 - Conceitos de Inovação	14
Quadro 2 - Principais Tipos de Aceleradoras	18
Quadro 3 - Etapas da Pesquisa	27
Quadro 4 - Resumo das Entrevistas	28
Quadro 5 - Descrição do Programa da Aceleradora Alfa	30

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Objetivo geral	10
1.2 Objetivos específicos	10
1.3 Justificativa	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Ecossistema de inovação	12
2.2 Aceleradora de startup	16
2.2.1 Cenário das aceleradoras no Brasil	19
2.3 Empreendedorismo	21
2.4 Inovação e agronegócio sustentável	24
3 METODOLOGIA	26
3.1 Caracterização da pesquisa	26
3.2 Procedimentos	27
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	29
4.1 Visão geral da aceleradora Alfa	29
4.2 Processo de aceleração	30
4.3 Desafios do processo	34
4.4 A importância da aceleradora para a startup	35
5 CONCLUSÃO	39
REFERÊNCIAS	42
ANEXOS	46
Anexo A: Questionário para a aceleradora	46
Anexo B: Questionário para a startup	48

1 INTRODUÇÃO

O mundo está em constante mudança e transformações são necessárias para a melhoria de todos os aspectos relacionados à existência. Para o mundo corporativo, o papel da inovação é trazer a transformação que é essencial para a permanência das organizações no mercado, considerando o cenário competitivo e globalizado em que vivemos. Além do fato de que a inovação proporciona a oportunidade de agregar valor ao cliente e uma organização sem inovação certamente está condenada ao fracasso (SILVA et al., 2018).

A inovação tem um papel crucial e significativamente influente com relação à competitividade de países e organizações, tanto no contexto organizacional quanto científico e acadêmico. Sendo assim, o processo de inovação é considerado fundamental para as estratégias de crescimento econômico, permitindo a entrada em novos mercados, aumentando o poder mercadológico e proporcionando vantagens competitivas para as organizações (CERETTA et al., 2016).

Sendo a inovação de suma importância para o avanço econômico de uma região, é preciso relatar sobre a necessidade de mais interação e colaboração entre os diferentes atores de um ecossistema de inovação, para que surja um ambiente propício para o empreendedorismo e a criação de novas ideias. Startups são meios importantes pelos quais a geração de ideias é transformada em novos produtos, processos, tecnologias, novos empregos e crescimento econômico. Estes empreendimentos proporcionam múltiplas oportunidades de empreendedorismo e inovação, além de se mostrarem como fontes de investimentos públicos e privados (STEIBER, 2020).

O conceito de Startup surgiu a partir da década de 90, na época das empresas de internet chamadas bolha das “.com”. As startups trabalham com modelos de negócios diferentes do que já existem no mercado. Em geral, aplicam tecnologia em suas ideias, são inovadoras em sua essência e buscam soluções para problemas reais (VILENKY, 2021). Startup é um modelo enxuto e inovador de empreender, é considerada uma empresa em fase embrionária, a qual apresenta possibilidades de crescimento usando poucos recursos e, apesar do seu alto risco, atrai interesse por ser mais simples de se iniciar do que uma empresa tradicional (SILVEIRA et al., 2017).

As startups são responsáveis por gerar soluções. O agronegócio por exemplo, enfrenta atualmente enormes desafios por conta da necessidade de alimentar uma população em constante crescimento, juntamente com o fato de precisar lidar com os fatores ambientais. Para obter sucesso neste desafio são necessárias inovações em tecnologia agrícola (AgTech), em busca do aumento da produtividade e eficiência do sistema alimentar como um todo (DUTIA, 2014).

A aceleradora é um tipo de organização que tem a finalidade de ajudar as startups a superarem as dificuldades que envolvem a criação de um novo empreendimento em estágio inicial, em busca de alcançar o sucesso no mercado (MOHAMMADI; SAKHTEH, 2023). A primeira aceleradora foi criada em Cambridge, Massachusetts, em 2005, nomeada “Y Combinator”, baseada em investimentos iniciais em projetos, com um pequeno valor financeiro e focado em ajudar empresas a alcançarem seus objetivos de forma mais rápida. Desde então, tem sido considerada como inspiração para outras aceleradoras no mundo (ABREU; CAMPOS, 2016).

O papel de uma aceleradora é oferecer orientação, networking, mentoria, conhecimento e a expertise que os novos empreendimentos necessitam, tendo como objetivo, ajudá-los a alcançarem o sucesso nas etapas iniciais do seu negócio, fase em que os riscos são considerados maiores (SARMENTO; COSTA, 2016). As aceleradoras existem então, para apoiar as startups e incentivar novos empreendedores iniciantes a inovarem. Sendo assim, o problema de pesquisa é definido por meio da seguinte questão: como uma aceleradora pode colaborar com o desenvolvimento de novas startups no setor do agronegócio?

1.1 Objetivo Geral

Analisar o papel da aceleradora no desenvolvimento de novas startups no contexto do agronegócio no oeste da Bahia.

1.2 Objetivos Específicos

1. Compreender a dinâmica do processo de aceleração de startups;
2. Identificar os fatores que influenciam a melhoria do desempenho de inovação da aceleradora e das startups aceleradas;

3. Identificar os desafios enfrentados por este modelo de negócios.

1.3 Justificativa

O agronegócio é responsável por desenvolver atividades voltadas para o abastecimento de alimentos, além de gerar empregos e com isso, contribuir para o desenvolvimento social e econômico do país. De acordo com a CNA, Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (2021), o Brasil estava classificado como o maior produtor e exportador de grãos de soja, café, açúcar e suco de laranja; o maior exportador de frango e carne bovina, segundo maior produtor de carne bovina; e terceiro maior produtor de frango e de milho. Em 2020 os bens e serviços gerados a partir do agronegócio chegaram a 27% do PIB brasileiro, sendo o ramo agrícola responsável por 70% desse percentual e a pecuária 30%, além de que 48% das exportações de produtos do país foram do agronegócio (CNA, 2021).

Os dados apresentados no parágrafo anterior, apontam a grande importância que o agronegócio tem para a economia brasileira. As startups se encaixam como um dos fatores do desenvolvimento dessa área, pois são responsáveis por gerar soluções inovadoras para os problemas enfrentados pelo setor.

As startups voltadas para tecnologia do setor agropecuário são chamadas de AgTech. Uma AgTech representa inovações no ramo da tecnologia agrícola, com o objetivo de aumentar a produtividade, juntamente com a melhoria da sustentabilidade, em busca do uso eficiente dos recursos, para que os impactos ecológicos sejam reduzidos, além de gerar lucratividade e aumentar o valor da produção agrícola a longo prazo (DUTIA, 2014). Tendo em vista a relevância das startups para gerar soluções inovadoras para os problemas existentes no agro, e a importância da agricultura para a economia do país, é possível perceber que as startups agregam valor ao desenvolvimento socioeconômico do Brasil.

Com relação ao crescimento do número de startups no Brasil nos últimos anos, em 2015 foram mapeadas 4.451 startups, número que continuou crescendo nos anos seguintes e em 2018 teve um salto de 68,77% e foram registradas 10 mil startups no país, até 2019 foram registradas 12.800 startups, com uma média anual de crescimento de 26,77% (ABSTARTUPS, 2020).

Os principais responsáveis pelo crescimento de empresas nascentes, como as startups, são os investidores, as aceleradoras e as incubadoras, pois são responsáveis pelo apoio financeiro, jurídico, capital, pelo local disponível para o trabalho, por criar conexões com empresas e trazer grandes benefícios. As aceleradoras têm um papel fundamental para as startups em crescimento, pois possibilitam o acesso a mentores que possam orientá-los sobre a melhor forma de crescer (MANFRINATTO et al., 2020).

Apesar das aceleradoras estarem se propagando de forma rápida, as pesquisas existentes sobre tal assunto ainda são emergentes e fragmentadas. Ainda é preciso que se desenvolva um conhecimento mais robusto e que se tenha uma compreensão compartilhada das questões, das metodologias e das lacunas existentes nesta área de atuação (COHEN, 2019; CRISAN et al, 2021).

Considerando que as aceleradoras de startups é um tópico recente e que existem poucos estudos na área, é de suma importância novas pesquisas sobre tal temática. Este trabalho busca preencher lacunas existentes neste campo do conhecimento para que seja possível acompanhar a evolução das aceleradoras e do ecossistema de inovação que a envolve, além de poder auxiliar gestores a maximizar o processo de geração de valor, ajudar na tomada de decisões, reduzir os riscos e identificar os principais facilitadores para gerir esse tipo de organização.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Ecossistema de inovação

Na literatura, existem definições variadas sobre o conceito de inovação. De acordo com Reis (2008) alguns estudos definem a inovação como algo voltado para uma criação original, ou seja, uma novidade, outros como sendo algo tangível e aplicável a um mercado ou processo produtivo, ou definem ainda como abordagem de mercado voltado para diferentes tipos de utilização. A definição do autor diz que, para ser considerada como uma inovação, a ideia inicial de um novo produto ou processo precisa não só ser lançada no mercado, mas também ser usada pelo público.

A definição de inovação, segundo Filho (2013), consiste na capacidade que o ser humano tem de usar seus conhecimentos, habilidades e criatividade para a melhoria de um produto, serviço, criação de uma nova tecnologia, novo processo produtivo e até mesmo um novo mercado a ser explorado. Para o autor, a inovação é a mudança do que seria o natural dos produtos, serviços ou processos, por meio de alterações significativas e bem-sucedidas.

Tidd e Bessant (2015) definem que o termo inovação é a tendência de criar relações, identificar oportunidades e saber tirar proveito disso, além de que a inovação pode consistir tanto na abertura de novos negócios, quanto na criação de novas formas a serem incluídas em mercados já consolidados. Os autores apontam que na realidade, a maior parte da inovação existente está voltada para a forma incremental, ou seja, fazer algo que já existe, porém com melhorias.

Tigre (2019) afirma que é necessária a diferenciação conceitual entre tecnologia e técnica, e entre invenção e inovação. O autor define a tecnologia como sendo o conhecimento a respeito das técnicas, e por sua vez a técnica como a aplicação de tais conhecimentos tanto em produtos quanto em processos, e até em métodos organizacionais. O autor afirma ainda que a invenção pode ser definida como a criação de um produto, processo ou técnica, podendo ser divulgada, patenteada, visualizada e até simulada antes mesmo do sucesso da sua aplicação comercial, diferente disso, a inovação só ocorre após a aplicação efetiva da invenção.

Alguns autores unem os conceitos inovação e tecnologia gerando um novo termo chamado de inovação tecnológica. De acordo com Reis (2008), o principal responsável pelas transformações no mundo atualmente é a inovação tecnológica, já que a geração eficiente do conhecimento técnico-científico agrega valor aos produtos e processos, além do progresso social e econômico para o país. Segundo o autor, a inovação tecnológica está relacionada com novas ideias, que são desenvolvidas com o tempo e se tornam práticas de sucesso.

Na literatura diversos autores definem o termo inovação e a divide de acordo com a situação na qual ela ocorre. O Quadro 1 mostra, baseado no Manual de Oslo (2018), as definições de três tipos inovação.

Quadro 1 – Conceitos de Inovação

Inovação de produto	Envolve o aprimoramento de um produto que já existe ou a criação de algo novo introduzido no mercado, no qual a mudança ocorre de forma significativa em relação aos existentes anteriormente. Conceito no qual o termo produto abrange tanto bens, quanto serviços.
Inovação de processos de negócios	Envolve a melhoria significativa em um processo já existente ou a criação de um novo que seja colocado em uso em uma empresa. Nesse conceito, o termo processos de negócios pode envolver funções voltadas para logística, marketing, venda e pós-venda, tecnologia da informação e comunicação, administração e gerenciamento. Todas essas funções de negócios podem ser objeto de inovação.
Inovação de modelos de negócios	Esse tipo pode ocorrer de três maneiras dentro da empresa. Primeiro, quando a empresa deseja ampliar seus negócios e incluir novos produtos, isso exige então uma implementação de novos processos. Segundo, quando a empresa decide mudar o tipo de produto do qual ela trabalhava anteriormente, isso exige então a mudança parcial ou total dos seus processos. Terceiro, quando a empresa decide mudar o seu modelo de negócio mesmo mantendo seus produtos, como por exemplo mudar de loja virtual para loja física. Uma empresa pode trabalhar apenas com um modelo de negócios ou pode trabalhar com vários, o que ocorre quando se tem diferentes linhas de produção ou atende diferentes tipos de mercado.

Fonte: adaptado do Manual de Oslo (2018).

Outra visão a respeito dos três tipos de inovação, é a descrita de acordo com Tidd e Bessant (2015). Primeiro a inovação incremental, que é voltada para a atualização e melhoria de produtos e serviços já existentes, segundo eles essa é a mais utilizada, pois dificilmente um produto é totalmente novo, geralmente é algo já existente que é otimizado. Depois os autores falam sobre a inovação de plataforma, esse tipo está voltado para a criação de uma família ou plataforma que seja firme e básica para que possa ser ampliada, ou seja, melhorar modelos originais ao longo do tempo sem o alto custo de criar uma nova concepção original, como o caso dos carros, que são criados novos modelos, porém baseados na essência original de um automóvel. Por fim, falam sobre a inovação descontínua, por outros autores também chamada de inovação radical, esse tipo

não ocorre com frequência, costuma definir novas condições de limites, de espaço, e geram novas oportunidades e desafios pelo fato de estarem criando algo novo.

Após a definição de inovação, é importante conceituar o ecossistema ao qual ela está inserida. O conceito de ecossistema de inovação, está voltado para o modo como o fluxo de informação e de tecnologia entre as pessoas, empresas e instituições, pode influenciar no processo de inovação, já que a interação entre esses elementos transforma ideias em novos processos, produtos ou serviços, consequentemente colaborando para o crescimento econômico nacional (JISHNU; GILHOTRA; MISHRA, 2011). O termo ecossistema de inovação tornou-se popular na indústria, na academia e no governo (Oh et al., 2016) e tem sido abordado frequentemente na literatura sobre estratégia, inovação e empreendedorismo, oferecendo uma nova perspectiva para o posicionamento empresarial (Gomes et al., 2018).

Participam de um ecossistema de inovação universidades, institutos de pesquisa, formuladores de políticas, empresas, agências de financiamento entre outros, compreendidos por seus recursos materiais (bens, equipamentos, instalações etc.) e capital humano (pesquisadores, representantes, professores, funcionários etc.). Dessa forma, são identificadas duas formas de economia distintas: a economia de pesquisa, impulsionada pelos centros de pesquisa, e a economia comercial, impulsionada pelo mercado (Oh et al., 2016). Os governos podem fazer com que o haja um crescimento econômico, estimulando a criação de novos empreendimentos que sejam autossustentáveis, isso é possível através do envolvimento com o setor privado, modificação de normas culturais, remoção de barreiras regulatórias, tendo critério ao enfatizar as incubadoras, submetendo programas de financiamento e principalmente abordando o ecossistema empreendedor como um todo (ISENBERG, 2010)

De uma visão mais estratégica, uma empresa não deve ser vista como parte de um setor único, mas sim de um ecossistema de negócios, no qual as empresas evoluem de forma conjunta em torno da inovação, ou seja, as empresas trabalham de forma competitiva e ao mesmo tempo cooperativa, a fim de satisfazer os clientes e incorporar inovações (MOORE, 1993). Nesse sentido, aceleradoras trabalham como agentes intermediadores e têm um papel

fundamental para a conexão de empreendedores e ideias dentro de um ecossistema de inovação com o objetivo de acelerar a evolução de empreendimentos, facilitar a aprendizagem e estabelecer redes de negócios (CONNOLLY; TURNER; POTOCHI, 2018).

2.2 Aceleradora de startup

Para que um projeto inovador gere a consolidação de uma nova empresa no mercado, é preciso que a parte do planejamento inicial seja bem-sucedida. A busca por uma aceleradora surge a partir da necessidade de que o processo de criação seja menos demorado que pelo modo convencional, além de aumentar as chances de obter sucesso.

Segundo Cohen (2013), os programas de aceleração ajudam as empresas na parte inicial da construção de seus produtos, identificação dos clientes, colaboradores e capital. Além disso, as aceleradoras têm projetos de duração limitada, e que geralmente oferecem networking, com mentores especializados na futura área de atuação da empresa.

De acordo com Casemiro et al. (2014), as aceleradoras criam alianças com algumas empresas, que tenham boas referências e às quais estejam familiarizadas. Isso faz com que os novos empreendimentos tenham o auxílio necessário para aprender como atuar, considerando que as pessoas que mais entendem do mercado são aquelas que já estão inseridas nele.

Miller e Bound (2011) citam que, as aceleradoras possuem diversas características que as diferenciam das incubadoras, e de outros programas voltados para o apoio das startups. Eles citam que as aceleradoras podem ser vistas como uma evolução do trabalho das incubadoras, que eram voltadas para ajudar as empresas na sua fase inicial a permanecerem no mercado e diminuir o risco de queda, e passou a ser um programa que agrega mais valor à empresa e até aumentar suas vantagens com relação ao mercado.

As principais características das aceleradoras que as diferem das incubadoras, é o que os programas de aceleração trabalham como capitalistas de risco, visam lucro, oferecem infraestrutura, suporte, auxílio na gestão e investem o capital inicial do negócio, tudo isso em troca de parte das ações da empresa, mas de certo modo as aceleradoras também podem ser chamadas de

incubadoras de empresas “pontocom”, ou seja, empresas baseadas na internet (DORNELAS, 2021).

A respeito das características que permitem analisar uma aceleradora, Miller e Bound (2011) citam, e Barrehag et al. (2012) complementam, que existem cinco características principais, sendo elas:

1. Um processo de candidatura aberto a todas as empresas, altamente competitivo. Iniciando-se com o preenchimento da inscrição, geralmente de forma online, na qual a startup será analisada pela aceleradora e chamada ou não para a fase da entrevista. No geral podem ter uma taxa de inscrição alta e uma taxa de aceitação muito baixa.
2. Suporte financeiro, chamado de seed money ou capital semente, no qual a aceleradora, em troca de participação acionária, investe um valor na startup, que é usado para cobrir as despesas durante o programa.
3. Foco em pequenas equipes. Grande parte das aceleradoras acreditam que, a administração da startup no período do programa, requer muito trabalho para ser feito por apenas uma pessoa, por esse motivo, geralmente não aceitam apenas um empreendedor, preferem optar por grupos, mesmo que sejam pequenos.
4. Apoio por tempo limitado. Considerando as aceleradoras que selecionam startups que oferecem produtos e serviços digitais, o desenvolvimento e as interações podem ser feitos de forma rápida. O programa geralmente tem duração de três meses, esse prazo incentiva os colaboradores a progredirem de forma rápida, por meio do trabalho intenso. Geralmente no último dia os empreendedores fazem a apresentação dos produtos para seus investidores.
5. Orientação das startups por classes. As aceleradoras podem oferecer suporte por pares, o que gera uma boa vantagem para as startups, já que uma pode ajudar a outra em seus problemas e receberem feedback a respeito das suas ideias. Os programas de aceleração podem oferecer um espaço para escritório, gerando a possibilidade para reuniões semanais, ou incentivar os empreendedores a encontrarem seu próprio local de trabalho.

Abreu e Campos (2016) também discutem a respeito das características de uma aceleradora. Sobre a duração do programa de aceleração, os autores citam que dura em média 6 meses, mas que existem oscilações de uma

aceleradora para outra, algumas podem oferecer um ciclo que dure no mínimo 1 mês, enquanto outras podem aceitar programas com duração máxima de 2 anos. Além disso, algumas aceleradoras trabalham de forma contínua, mas a maioria trabalha em ciclos, sendo geralmente dois ciclos por ano, em média, são 7 startups aceleradas por ciclo, e em uma pesquisa realizada pelos autores o máximo de aceleração por ciclo foi de 30 startups em apenas uma aceleradora.

Com relação a seleção de empreendedores para participarem do programa de aceleração, Dornelas (2021) diz que, no geral as aceleradoras optam por jovens criativos e baseiam a sua escolha na proposta do modelo de negócio, histórico da equipe e no protótipo caso ele exista, a partir disso, avaliam se a ideia proposta é realmente inovadora e escolhem os melhores programas para investirem. De acordo com Sarmiento e Costa (2016), os programas de aceleração mais estruturados para empresas voltadas à tecnologia, muitas vezes estão com uma demanda maior que a oferta no mercado.

A respeito do investimento inicial e da participação mínima requerida pelas aceleradoras, Abreu e Campos (2016) citam que, no geral, as aceleradoras investem nas startups entre R\$45 mil e R\$255 mil em média, podendo ter aceleradoras que investem valores menores ou maiores que isso. Os autores relatam que algumas aceleradoras exigem participação na startup, sendo exigido em média 8% do controle, podendo ter aceleradoras que não exigem, enquanto que em outros casos a exigência pode chegar a 30% de participação.

Conforme demonstrado no Quadro 2, adaptado de Clarysse et al. (2015), existem três tipos principais de aceleradoras, sendo elas:

Quadro 2 – Principais Tipos de Aceleradoras

Investor-led accelerator.	Esse tipo costuma seguir os conceitos originais surgidos nos Estados Unidos e geralmente fornece um financiamento inicial em troca de ações. É comum que o foco esteja em startups com um nível avançado de desenvolvimento e em empreendimentos com histórico comprovado. A aceleradora pode ser genérica ou focada em um setor específico. Os investidores geralmente optam pelo segundo caso, no qual a equipe consegue focar melhor seu conhecimento e experiência necessária de forma mais específica ao setor.
---------------------------	--

Matchmaker accelerator.	Esse tipo normalmente é criado por empresas, no intuito de prestar serviços aos seus clientes e partes interessadas. Geralmente são envolvidos seus colaboradores internos e externos na seleção dos empreendimentos, e os mentores do programa são selecionados dentro da própria empresa. De modo geral, ao invés de ter um investimento financeiro da parte da empresa, ela agrega valor às startups por meio do direcionamento aos clientes em potencial.
Ecosystem accelerator.	Esse tipo é mais para agências governamentais, que estão em busca de estimular a criação de startups em uma área tecnológica ou região específica. No geral, o objetivo é desenvolver um ecossistema propício para as startups naquela área determinada. Os empreendimentos escolhidos por essa aceleradora, geralmente são aqueles nos quais estão em fase inicial e que muitas vezes ainda não tem uma proposta de valor bem definida.

Fonte: adaptado de Clarysse et al. (2015).

Apesar de ser um assunto ainda pouco explorado, Aldrich e Yang (2012) citam que, o fato de as aceleradoras fornecerem uma oportunidade para empreendedores em fase inicial, chamou a atenção de pesquisadores para o assunto. Na literatura, grande parte dos estudos sobre as aceleradoras, são voltados para a avaliação da sua efetividade, em melhorar os resultados iniciais de uma inovação (COHEN, 2019).

2.2.1 Cenário das aceleradoras no Brasil

No Brasil, as startups têm potencial para conquistar, a nível mundial, o cenário digital de empreendedorismo, considerando as grandes possibilidades de desenvolvimento das suas ideias inovadoras, já que a produção, a distribuição e o acesso à informação estão no centro da nova economia. (ARCENTALES et al., 2021).

De acordo com o Sebrae (2021), em um levantamento feito com os dados da Receita Federal, o ano de 2021 teve uma marca histórica de empreendedorismo no Brasil. A pesquisa aponta que mais de 3,9 milhões de empreendedores buscaram ser donos da própria empresa ou obter uma fonte de renda. Esse resultado equivale a um acréscimo de 19,8% sobre o valor de 2020 e 53,9% sobre o valor de 2018, isso representa a formalização de 2,5 milhões de empresas de micro e pequeno porte.

Segundo Dornelas (2021), no Brasil, o cuidado para que as empresas de pequeno porte criadas fossem duradouras, pela necessidade da diminuição da taxa de mortalidade desse tipo de empreendimento, foi o motivo para a difusão da ideia de empreendedorismo, assim como o fato de que historicamente, a taxa de encerramento de empresas de pequeno porte era superior a 50% no primeiro ano de atuação no mercado.

Quanto a criação de um novo negócio, existem grandes diferenças entre o lançamento de empresas de pequeno porte e de uma startup. Ao serem lançadas no mercado, as startups são inseridas em ambiente de incerteza, isso faz com que sejam negócios de alto risco, porém, é essa característica empreendedora de arriscar em algo novo que pode atrair o interesse de investidores (SILVEIRA et al., 2017). É nesse cenário de incertezas que pode surgir a necessidade de um suporte, como o das aceleradoras, no período inicial do lançamento de uma nova startup, para que ela consiga se consolidar no mercado.

De acordo com Abreu e Campos (2016), em uma pesquisa feita pelos autores, juntamente com a FGV, foram localizadas 45 aceleradoras no Brasil, dessas, 31 aceitaram participar da pesquisa, ou seja, 69% das aceleradoras brasileiras. Dessas aceleradoras estudadas, 71% da amostra estava localizada na região Sudeste, na qual 52% se encontrava no estado de São Paulo, o Nordeste possuía 16%, a região Sul 10%, região Norte 3%, e até a data do estudo não foi encontrada nenhuma aceleradora na região Centro-Oeste. Suas áreas de atuação envolviam tecnologia, educação, comércio e serviços, setor financeiro, indústria, agronegócio e outros. De acordo com a pesquisa, 865 startups passaram pelo processo de aceleração, e considerando que a amostra estudada pelos autores cobriu aproximadamente 75% do mercado de aceleradoras brasileiras, Abreu e Campos (2016) deduzem que mais de 1100 startups já participaram de um programa de aceleração no país até a data da pesquisa.

Três anos após a divulgação de tal pesquisa sobre a quantidade de aceleradoras existentes no Brasil, a Agência Brasil (2019), publicou dados atualizados, informando que até o dia 12 de agosto de 2019 foram encontradas 57 aceleradoras no país. Os dados abordados mostram, a importância do

trabalho que as aceleradoras fazem para o empreendedorismo no Brasil, além do importante suporte que elas dão no processo inicial de um novo negócio, já que o programa promove diversas atividades para o desenvolvimento dos empreendedores, de modo que possam agir da maneira correta para que a empresa seja realmente consolidada no mercado.

2.3 Empreendedorismo

Na literatura, diversos autores falam sobre o que é o empreendedorismo e as características que um empreendedor tem. Segundo Hisrich (2014), a criação de novos empreendimentos parte inicialmente da exigência de que o empreendedor avalie a situação como uma possível oportunidade, e considerando que as oportunidades existem em um estado de incerteza, é preciso ter o discernimento para decidir entre agir ou não. Partindo desse ponto, a ação empreendedora pode criar novos produtos, serviços, processos ou mercados. O autor afirma também que, um novo empreendimento pode se iniciar com a utilização de um produto tecnológico já existente, porém, sendo lançado em um novo mercado, pode ser a partir do lançamento de um novo produto ou serviço para um mercado que já existe, ou lançamento de um novo produto em um novo mercado, resumindo, um empreendimento vem da oportunidade de fazer algo novo.

Para Dornelas (2021), o empreendedorismo, quando relacionado à criação de um novo negócio, pode ser definido como o envolvimento em conjunto de pessoas e processos, gerando a transformação de ideias em oportunidades, que com uma boa implantação, conseqüentemente gera a criação de negócios de sucesso. Para Tajra (2019), ser um empreendedor significa ter energia para desenvolver ideais e além disso, transformá-las em ação, ter atitude focada em resultado, realização e inovação, já que o empreendedorismo depende da atitude e do modo como o empreendedor lida com as situações cotidianas.

Salim e Silva (2009) citam que, no Brasil, o conceito de empreendedorismo tem se expandido de forma expressiva, considerando que em 1994 as universidades do país não ofertavam disciplinas voltadas para o empreendedorismo em sua grade, além de que existiam pouquíssimas incubadoras de empresas. Eles complementam que, o conceito de

empreendedorismo era voltado apenas para a criação de novas empresas, além da visão de que, se o empreendedor não tivesse nascido com as características voltadas para o empreendedorismo, certamente não obteria sucesso na área. Segundo os autores, pouco tempo depois as perspectivas sobre o assunto mudaram no Brasil, o empreendedorismo passou a ser visto como gerador de empregos a baixo custo e o empreendedor passou a ser visto como alguém proativo, além de ser associado ao desenvolvimento econômico do país.

De acordo com Dornelas (2021), nos últimos anos a ideia de empreendedorismo tem sido muito expandida no Brasil, considerando que o marco inicial do tema, junto com sua verdadeira relevância para o país, veio a partir do ano 2000. O autor fala que o impulso do brasileiro pela busca da independência financeira, através do próprio negócio, além da importância das empresas de micro e pequeno porte para a economia do país, trouxeram discussões sobre o empreendedorismo, gerando assim diversas pesquisas acadêmicas e programas voltados para o empreendedor.

Existem alguns estudos voltados para o mapeamento das características de um empreendedor, para Hisrich (2014), apesar de algumas pessoas acharem que os empreendedores têm menos educação formal que o restante da população em geral, as pesquisas indicam o contrário. O autor cita que a educação é importante para a geração de um empreendedor, e que apesar de não ser necessária para a abertura de um novo negócio, ela oferece certa experiência quanto ao ramo do empreendedorismo, como por exemplo nas áreas de finanças, comunicação oral e escrita, administração, planejamento estratégico e marketing.

De acordo com Tajra (2019), o perfil empreendedor pode ser desenvolvido a partir da educação familiar, durante os estudos na escola ou pela trajetória de vida, contudo, é necessário que o empreendedorismo seja um desejo e que através do desenvolvimento profissional e pessoal o indivíduo busque alcançar esse objetivo. Sobre nascer com uma personalidade empreendedora, a autora afirma que algumas pessoas são mais comunicativas e possuem um perfil inovador e de liderança, e que às vezes essas pessoas demonstram certa postura empreendedora, então, uma pessoa pode nascer com características e personalidade empreendedora ou desenvolvê-las com o tempo.

Segundo Chiavenato (2021), é caracterizado como empreendedor a pessoa que impulsiona ou inicia um novo negócio, assumindo os riscos e responsabilidades do lançamento de uma ideia, trazendo inovação contínua e novas soluções para o mundo. Para o autor, a definição de empreendedor envolve fundadores de empresas, criadores de negócios, membros de gerações de empresas familiares, compradores de empresas já existentes para que se tornem sucesso no mercado e até mesmo funcionários que inovam em negócios que não são próprios.

Com relação aos motivos para se iniciar um novo empreendimento, Hisrich (2014) diz que, a experiência profissional anterior pode influenciar, como a falta de desafios, oportunidades ou promoção, além de aspectos como insatisfação profissional, frustração e tédio. O autor afirma que a experiência técnica e industrial anterior pode ajudar na criação de um novo negócio, considerando a importância das experiências adquiridas nas áreas de finanças, produção, logística e desenvolvimento de produtos ou serviços. Tajra (2019) afirma que, muitas pessoas abrem o próprio negócio pelo fato de ganharem mal ou após perderem o emprego, nesse segundo caso, estimuladas pela indenização recebida após a demissão, às vezes investem no seu novo negócio toda a economia acumulada durante a vida profissional em busca do resultado almejado.

Podem existir ainda, fatores históricos que influenciam na abertura de um novo negócio. Dornelas (2021) relata que, após diversas tentativas de estabilizar a economia do país, considerando o fenômeno da globalização, muitas empresas brasileiras de grande porte buscam aumentar a competitividade e reduzir custos para que possam se manter no mercado e uma consequência disso foi o aumento da taxa de desemprego. O autor diz também que, os ex-funcionários dessas empresas passaram a criar seus próprios negócios, às vezes sem experiência e usando suas economias pessoais, assim, pela falta de crédito, excesso de impostos e juros altos, muitos desses empreendedores permanecem no mercado de maneira informal.

A respeito da idade mais comum para se empreender, Hisrich (2014) diz que a maior parte dos empreendedores entram no mercado com a idade entre 22 e 45 anos, e que trajetórias iniciadas antes ou depois disso não são tão

comuns por fatores como a necessidade de suporte financeiro, experiência e energia para iniciar e gerenciar um negócio de sucesso. Apesar disso, segundo o autor, carreiras empreendedoras em fases posteriores às vezes podem ser populares devido ao fato de os filhos saírem de casa, e assim, com a diminuição das preocupações financeiras surge o pensamento do que gostariam de fazer o restante de suas vidas.

Para Dornelas (2021), o empreendedorismo é e continuará sendo o impulsionador do desenvolvimento econômico, existe uma convicção de que o poder econômico de um país depende dos seus empresários e da competitividade que os seus empreendimentos têm. De acordo com Hisrich (2014), começando por um empreendedor quando encontra uma oportunidade lucrativa, uma das funções importantes do empreendedorismo é a criação e crescimento dos negócios, e assim a prosperidade de regiões e nações.

2.4 Inovação e agronegócio sustentável

Com relação a definição de agronegócio, Rodrigues e Marietto (2010) relatam que, o agronegócio é um termo traduzido do inglês agribusiness, e está relacionado com todos os processos de produção, como movimentação, transformação, estocagem e a comercialização dos produtos provenientes do campo, abrangendo então toda atividade econômica que esteja relacionada ao meio agrícola e empresas agroalimentares.

A respeito da importância do agronegócio para a economia, a CNA Brasil (2021), Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil, publicou que nos últimos quarenta anos a agropecuária teve grande desenvolvimento no país, com isso, o Brasil poderá ser o grande responsável pelo fornecimento de alimentos no futuro. O site cita ainda que, com a alta produção no país, o agro reduziu de forma drástica o preço dos alimentos, melhorando assim a saúde e a qualidade de vida da população, além do seu papel crucial no crescimento econômico do Brasil.

Apesar dos grandes benefícios, principalmente econômicos, gerados pelo agronegócio, surgem preocupações voltadas para o meio ambiente. As organizações do futuro devem ter como foco de transformação, a capacidade de perceber a importância da preservação dos recursos naturais, e empregar então

práticas socioambientais de forma responsável e implementar tecnologias ecológicas, considerando que a busca para alcançar o desenvolvimento sustentável deve ser um estímulo evolutivo para as organizações (RODRIGUES; MARIETTO, 2010).

De acordo com Tarapanoff (2018), as organizações, visando cumprir as exigências voltadas para o desenvolvimento sustentável, começaram a assumir as responsabilidades das consequências do desenvolvimento das suas atividades. Segundo a autora, as empresas seguem então tendo que atender suas obrigações e demandas econômicas, e além disso ampliar suas responsabilidades com o desenvolvimento sustentável.

Zuin e Queiroz (2019) relatam que nas próximas décadas, para os profissionais que fazem parte da cadeia produtiva voltada para o agronegócio, o maior desafio será saber como planejar e atuar de forma que os modelos produtivos sejam viáveis economicamente, inovadores, correto para o meio ambiente e socialmente justo quanto a rotina trabalhista. Para os autores, levando em consideração as diversas formas de viver de cada consumidor, a cadeia produtiva do agronegócio, por meio da inovação dos produtos e processos, busca atender as exigências de cada mercado, mesmo sendo eles compostos por consumidores bastante distintos.

De acordo com Rodrigues e Marietto (2010), existe atualmente uma pressão social, institucional e econômica a respeito do agronegócio, porém em direções diferentes. Primeiro os autores citam o fato da pressão voltada para a eficiência e eficácia, tanto produtiva quanto econômica, com a pretensão de alcançar a maior produtividade possível, com os menores gastos (não só em termos financeiros), considerando que isso é necessário por conta do crescimento populacional no mundo. Em contrapartida, os autores citam a pressão institucional, voltada para a preservação do meio ambiente, para que a natureza, permanecendo preservada, possa continuar a oferecer recursos para produção alimentícia, necessária para a população em crescimento constante.

No Brasil, com relação à evolução do agronegócio e sua responsabilidade com o meio ambiente, a CNA Brasil (2021), relatou que a agricultura atualmente está adaptada às regiões tropicais do país, e que muitos produtores rurais, voltados para a produção alimentícia, estão conscientes das responsabilidades

ambientais que recaem sobre eles. O agronegócio pode melhorar suas atividades, fazendo também com que elas sejam sustentáveis, a partir de ideias inovadoras. Partindo desse pensamento, Santos e Araújo (2017) relatam que, o agronegócio passa por constantes mudanças, em busca de melhorar sua produtividade, competitividade, suprir as exigências do mercado e que o resultado disso é o estímulo para inovações que acompanhe a velocidade de tais transformações.

3 METODOLOGIA

3.1 Caracterização da pesquisa

As pesquisas podem ser divididas entre natureza básica ou aplicada, nas quais a natureza básica está voltada para a geração de conhecimentos, sem se preocupar inicialmente com a aplicação prática. Além disso, a pesquisa pode ter abordagem qualitativa ou quantitativa, sendo a qualitativa uma abordagem descritiva, onde o pesquisador tem o principal foco voltado para o significado da pesquisa, considerando o ambiente natural como sendo a fonte para coletar dados (VENANZI; SILVA, 2016). Para a pesquisa feita neste trabalho foi utilizada a abordagem qualitativa de natureza básica, considerando o ambiente natural da aceleradora como fonte para coletar dados e voltado para a geração de conhecimentos sobre esse modelo de negócio.

Quanto aos objetivos de pesquisa, este trabalho tem objetivos descritivos e exploratórios. O objetivo principal de uma pesquisa descritiva é descrever as características de um fenômeno ou população, ou ainda, a relação estabelecida entre as variáveis. No caso da pesquisa exploratória, o objetivo é o aprimoramento das ideias, descoberta de intuições, e criar certa familiaridade com o problema, para torná-lo mais claro (GIL, 2017). O objetivo dessa pesquisa foi considerado descritivo e exploratório, pelo foco na descrição da relação e da importância entre a aceleradora e a startup, além de descrever as características do processo com o intuito de aprimorar as ideias e se familiarizar com o assunto.

Quanto ao procedimento de pesquisa, foi utilizado o método estudo de caso. Esse método é muito comum em diversas áreas e é usado em variadas situações, com o objetivo de contribuir para o conhecimento de fenômenos

organizacionais por exemplo, seja qual foi a área de interesse, o uso do estudo de caso surge da vontade de entender algum fenômeno social complexo, no caso deste trabalho, a busca por entender o modelo de negócios que envolve as aceleradoras de startups. O estudo de caso permite então, que o pesquisador tenha uma percepção abrangente e real sobre o comportamento de pequenos grupos, processos administrativos, organizacionais e até sobre a maturação das indústrias (YIN, 2015).

3.2 Procedimentos

O estudo de caso foi conduzido conforme as etapas apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3 - Etapas da Pesquisa

Etapa	Descrição
1	Revisão da literatura.
2	Definição do problema de pesquisa.
3	Planejamento do estudo de caso.
4	Coleta dos dados.
5	Análise dos dados.
6	Elaboração do relatório de pesquisa.

Fonte: elaborado pela autora.

Na revisão da literatura, foram realizadas pesquisas bibliográficas a fim de abordar conceitos relevantes para a pesquisa, voltados para o ecossistema de inovação, empreendedorismo, aceleradora, startup e agronegócio, fazendo com que seja possível aprimorar os conhecimentos sobre o tema. Depois foi definido o problema de pesquisa a ser estudado e planejado o estudo de caso.

A entrevista é uma das fontes mais importantes para obter informações para o estudo de caso, existindo também uma associação que acontece habitualmente entre a entrevista e a pesquisa do levantamento. Algumas entrevistas podem ser mais focadas e durar em torno de uma hora apenas, nesse caso é provável que seja seguido um protocolo de estudo de caso (YIN, 2015). Com o objetivo de realizar entrevistas mais focadas e precisas, foram

elaborados questionários para serem usados como roteiro de entrevista, além disso, as reuniões foram gravadas e depois transcritas, para que fosse possível uma melhor absorção das informações obtidas. Por fim, foram analisados os dados e elaborado o relatório com a análise.

Para a pesquisa, foi selecionada uma aceleradora localizada no oeste da Bahia, na cidade de Luís Eduardo Magalhães, para preservar sua identidade, chamaremos de aceleradora Alfa. Através da aceleradora foi possível contactar uma startup acelerada por ela, a qual também foi entrevistada, a chamaremos de startup Beta.

A coleta de dados para o estudo de caso foi feita usando entrevistas semiestruturadas, conforme mostram os anexos A e B, e dados secundários provenientes de documentos de publicações externas da organização. O roteiro de entrevistas foi criado com base em assuntos relevantes capitados na etapa um da pesquisa, revisão da literatura, juntamente com o foco em responder o problema de pesquisa ao final do estudo. As entrevistas foram feitas através de reuniões remotas por videochamada e não foram realizadas de forma presencial pois os entrevistados não se encontravam na cidade no dia da entrevista. O Quadro 4 mostra o resumo das entrevistas com a aceleradora Alfa e a Startup Beta.

Quadro 4 - Resumo das Entrevistas

Organização	Aceleradora Alfa	Startup Beta
Área de atuação	O foco da aceleradora é gerar soluções na área do agronegócio, voltadas para a região MATOPIBA	A startup é uma AgTech, responsável por oferecer uma plataforma que audita as informações do agro
Data da fundação	Setembro de 2019	Janeiro de 2021
Número de fundadores	4 fundadores	2 fundadores
Número de entrevistados	1 entrevistado	1 entrevistado
Cargo do entrevistado	COO (Chief Operation Officer). Diretor operacional	Responsável financeiro e comercial
Data da entrevista	12 de abril de 2023	5 de maio de 2023
Duração da entrevista	1 hora e 8 minutos	47 minutos

Fonte: elaborado pela autora.

Após a transcrição das entrevistas, foi feita a análise dos dados tanto da visão da aceleradora quanto da startup. Foi possível observar a relação entre área de atuação da aceleradora e o meio ao qual ela está inserida, o modo como o processo de aceleração acontece, os principais fatores que mostram a importância da aceleradora para a startup e os principais desafios que envolvem o processo. Na análise de dados o objetivo é identificar como todo o processo funciona, quais as vantagens para ambos os lados, e quais as dificuldades encontradas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Visão geral da aceleradora Alfa

Inicialmente dois sócios da aceleradora Alfa pensaram em fazer um fundo de investimento em inovação, após o contato com os outros dois sócios, decidiram por investir na fundação da aceleradora. Sendo assim, dois sócios entraram com o investimento financeiro e os outros dois com o conhecimento e fundamentos do modo como uma aceleradora deve funcionar, e surgiu então a Aceleradora Alfa, voltada para a região MATOPIBA, que é composta por partes dos estados do Maranhão (MA), Tocantins (TO), Piauí (PI) e Bahia (BA).

A aceleradora atua em toda a região MATOPIBA e aceita startups de todo o país. Como ela é localizada em Luís Eduardo Magalhães no oeste da Bahia, para que a expansão dos seus serviços seja possível, normalmente o atendimento fora da região a qual a aceleradora está instalada é feito através de parcerias com outras aceleradoras que não trabalham de forma verticalizada com o agronegócio, que é o foco da aceleradora estudada. Desde a fundação, até o ano de 2022, não existia nenhum serviço a distância feito pela aceleradora, porém, com algumas dificuldades que surgiram durante a pandemia e devido às exigências de mercado, foi aberta a exceção para o atendimento virtual que começou a ser implantado esse ano.

A cidade de Luís Eduardo Magalhães, entre 2017 e 2018, estava entre os 10 maiores PIB agropecuário da Bahia, representando em valores, foi o equivalente a R\$ 853,37 milhões em 2017 e R\$ 1.216,74 milhões em 2018, com o aumento considerável de 70,14% de um ano para o outro. Além disso, entre

os 10 municípios com o maior PIB agropecuário do estado, sete foram do oeste da Bahia, ou seja, localizados na região MATOPIBA. Luís Eduardo está também entre os 10 maiores PIB de serviços, com 1,9% de aumento entre 2001 e 2019, e em 2017 teve o PIB per capita com valores que representaram o 6º maior na Bahia (ALVES, 2021). Considerando o desempenho da cidade com relação ao agronegócio e a sua economia, é possível entender o motivo da aceleradora escolher esse município para alocar sua sede dentro da região MATOPIBA.

Para as startups de fora de Luís Eduardo Magalhães, que desejam realizar a aceleração a distância, é exigido que o seu projeto tenha necessariamente uma aplicação dentro do MATOPIBA, e os testes devem ser realizados na região. Além disso, existe a necessidade de os membros estarem na aceleradora pelo menos em dois períodos do ano, sendo um deles o momento que antecede o evento BFS (Bahia Farm Show) e em um momento depois do BFS.

A feira chamada Bahia Farm Show, dispõe de uma grande estrutura, tanto física quanto organizacional, sendo realizada por instituições privadas e associações de classe, contando com a participação dos principais fabricantes voltados para tecnologia, nesse contexto, no evento são consolidadas novas articulações econômicas, por meio de novos investimentos (LIMA, 2016). Considerando a grandiosidade do evento e o impacto socioeconômico que tem para a região, é uma oportunidade para que as startups possam expor as suas ideias para investidores em potencial.

4.2 Processo de aceleração

Na aceleradora Alfa, o ano de aceleração é chamado de “batch”. Existe apenas um programa por ano que dura 9 meses e suporta no máximo 10 startups, porém, nem sempre atinge a capacidade máxima. Ao todo, desde a sua fundação em 2019, já foram aceleradas 32 startups. O programa da aceleradora Alfa ocorre, de forma resumida, de acordo com o que está descrito no Quadro 5.

Quadro 5 - Descrição do Programa da Aceleradora Alfa

Atividade	Descrição
-----------	-----------

Primeiro passo da seleção	As startups devem fazer uma apresentação de no máximo 10 slides e um vídeo de até dois minutos apresentando sua ideia.
Segundo passo da seleção	Deve ser realizado pela startup o planejamento estratégico do seu negócio.
Terceiro passo da seleção	A aceleradora analisa se a ideia proposta pela startup é viável, voltada para o agronegócio, aplicável na região MATOPIBA e se é possível de pôr em prática no tempo do programa.
Divulgação	São selecionadas e divulgadas as 10 startups que participarão do processo de aceleração.
Planejamento de aceleração	É o primeiro passo da aceleração, o qual as startups devem desenvolver uma lista de atividades que serão desenvolvidas durante todo o processo.
Reuniões semanais (check-in)	Essa reunião é feita com o diretor de operações e um dos integrantes do grupo, para discutir o desempenho semanal e as pendências, para analisar se está de acordo com o planejamento inicial.
Reunião mensal (board meeting)	Essa reunião é feita com o CEO da aceleradora Alfa, alguns sócios e todos os integrantes da startup, para que acompanhem o processo de aceleração e discutam oportunidades e possíveis correções a serem feitas.
Regras de negócios	Essa etapa é feita no início do programa, onde as startups devem descrever suas regras de negócio.
Prototipação	Etapa onde a startup deve desenvolver seu protótipo. Em caso por exemplo de desenvolvimento de programas, é o momento em que as telas do sistema são desenvolvidas. O protótipo final deve ser aprovado pela aceleradora.
Jornada	Etapa em que é avaliado se as ideias propostas pelas startups são de interesse dos clientes em potencial. Deve ser descrita a forma como a ideia proposta irá interagir com o mercado e os consumidores.
Procura por investimentos	Durante o processo é feita a preparação das startups para se apresentarem para fundos de investimento e convencê-los de que a ideia proposta é boa e que vale a pena investir. Esses eventos são mais comuns no final da aceleração, quando o projeto já estava melhor desenvolvido.
Mentorias	O quadro de mentores é composto pelos sócios da aceleradora Alfa e alguns parceiros convidados. Toda semana é feita uma mentoria em alguma área específica

	como por exemplo, finanças, banco de dados, tecnologia e sistemas.
--	--

Fonte: elaborado pela autora.

De modo geral as startups encontram a aceleradora por meio do site e das redes sociais, mas a aceleradora também procura projetos em potencial para serem acelerados. Já aconteceu por exemplo, de um dos sócios encontrar uma startup em uma feira voltada para inovação, fora do estado, e tendo em vista que o projeto era aplicável na região MATOPIBA, convidou a startup para se inscrever para o processo de aceleração. No caso da startup Beta, o fundador já conhecia anteriormente um dos fundadores da aceleradora Alfa, e através disso conheceu a aceleradora e se inscreveu para o processo, mas esse foi um caso atípico.

Em busca do sucesso no processo de aceleração, de modo geral, as aceleradoras determinam quais serão os melhores métodos a serem utilizados, geralmente composto pelos planos de trabalho que devem ser cumpridos no tempo determinado para o processo de aceleração de cada startup (SARMENTO; COSTA, 2016) Assim como previsto na literatura, a primeira etapa que a startup desenvolve é fazer o planejamento de aceleração, que precisa ser aprovado pela aceleradora.

Algumas aceleradoras concedem um capital para que a startup possa se desenvolver durante o programa. No caso da aceleradora Alfa o investimento ocorre de maneira parcelada, todos os meses, após a reunião mensal (board meeting) a aceleradora libera um valor para a continuação do processo, caso a startup não entregue o que foi planejado, ela não recebe.

Após a prototipação, e após a descrição da jornada, são analisados quem são os principais personagens que irão interagir com a ideia proposta pela startup, para que seja criado um plano de comunicação com essas pessoas, como será oferecida essa solução, e de que forma será feito para que essa solução seja desejada por essas pessoas. É identificado o público alvo e feito o planejamento de como alcançar esse público específico dessa solução.

Pessoalmente, a startup Beta conversou com mais de cem pessoas que estariam interessadas nessa nova tecnologia, sendo eles, produtores rurais, empresas e escritórios de contabilidade tanto do agro, quanto de outros setores.

A etapa da jornada foi o que diferenciou a ideia atual da startup, das outras que foram descartadas no passado, pois não tinha sido feito tal pesquisa a respeito do cliente, da forma que aconteceu no processo de aceleração.

Mais próximo do fim do programa são feitas as reuniões de apresentação para investidores, as quais as startups escolhem de quais querem participar. A startup Beta, por exemplo, participou de apenas três desses eventos, pois optaram por não diluir mais o capital da sua empresa. Porém, outras startups que estavam interessadas nesse fator, participaram de mais eventos. Essas oportunidades de apresentarem seus projetos para investidores ocorrem geralmente no prédio da aceleradora Alfa e algumas ocorreram de forma remota por chamada de vídeo.

De forma resumida, as startups chegam até a aceleradora com uma ideia e recebe um apoio para pôr essa ideia em prática. Recebem um espaço inicial para trabalhar e desenvolver seu projeto, mentorias, suporte administrativo, jurídico e um investimento financeiro, que é convertido em um percentual do capital da startup que passa a ser da aceleradora. A aceleradora tem um quadro de mentores com mais de 50 pessoas, entre executivos e profissionais de diversas áreas, deste modo, as mentorias são feitas frequentemente.

Após o programa de aceleração, a startup pode sair do prédio da aceleradora e seguir para o mercado, montando seu próprio ambiente de trabalho. Caso opte por continuar no prédio da aceleradora por mais um tempo, é cobrado um aluguel do espaço em que a startup ocupa. A startup Beta, por exemplo, permaneceu na aceleradora por mais dois meses para que conseguisse se estabilizar antes de partir para o mercado. Mensalmente, após o programa, tem-se reunião de sócios com as startups que foram aceleradas, já que a aceleradora Alfa agora possui um percentual de cada empresa, e além disso pode oferecer o apoio jurídico se necessário. A aceleradora só passa a não ter mais relações com a startup depois que não existe mais participação acionária, quando a startup compra de volta o percentual que foi cedido por conta do financiamento recebido no início do programa.

4.3 Desafios do processo

O principal desafio enfrentado pela aceleradora com relação às startups, é ter matéria-prima para trabalhar, que são os grupos com boas ideias e que sejam inovadoras. A prova disso é que até o momento da entrevista o bath atual tinha 6 startups, sendo que tem vaga para 10. Outro desafio enfrentado pela aceleradora Alfa, é convencer os clientes em potencial a adquirirem os produtos/serviços oferecidos pelas startups, que são geralmente, aqueles que estão inseridos no ramo do agronegócio.

Com relação aos produtores rurais, muitos ainda estão arraigados à cultura e aos costumes do passado com relação ao plantio e colheita, então na maioria das vezes não aceitam ideias inovadoras que possam ajudar na sua produtividade, com exceção de novos maquinários, pois pensam que o jeito que estão acostumados é o suficiente. Essa é uma das dificuldades em Luís Eduardo, pois muitas vezes é mais fácil entregar inovação em outros estados, principalmente em regiões em que os produtores rurais são mais jovens.

Durante o processo, a parte um pouco mais trabalhosa que a startup enfrenta é encontrar uma linguagem correta para falar com o cliente, já que é um assunto um pouco mais técnico e alguns clientes têm dificuldade de entender. Após o processo de entender como se comunicar da forma certa com o público, a venda é facilitada.

A startup enfrenta durante a aceleração diversos desafios para conseguir finalizar o programa e por sua ideia em prática. Um deles é conseguir entregar tudo que foi planejado dentro do prazo, para que recebam o auxílio financeiro mensal e consigam finalizar tudo dentro dos 9 meses. Muitas vezes é difícil conciliar tudo que deve ser feito na semana, participar da reunião de apresentação semanal e ainda participar das mentorias. Durante a aceleração, alguns serviços tiveram que ser terceirizados, um desafio que ocorreu foi nessa parte, era preciso encontrar mão-de-obra que fosse qualificada e responsável, para que entregasse o que foi combinado, já que a startup tem prazos para cumprir as atividades propostas no planejamento.

A pior fase que a startup enfrenta é quando termina o processo de aceleração, que é chamado de “vale da morte”, isso porque ela não recebe mais

o apoio financeiro da aceleradora e ainda não possui faturamento suficiente para se manter, já que acabou de ser lançada no mercado. Esse é o período em que os fundadores precisam dar um jeito de conseguir o recurso financeiro suficiente para manter a empresa funcionando, ou optam por procurar investidores para auxiliarem nessa fase.

Após a aceleração, o desafio enfrentado pela startup é a sustentação, crescer e ir descobrindo durante o caminho, coisas que eles jamais teriam imaginado na teoria durante o processo de aceleração. O exemplo da startup Beta foi começar a vender o software e na décima venda perceber que o banco de dados foi desenhado de forma errada, então foi preciso parar no meio do processo e refazer o banco de dados. Garantir o crescimento nessa fase inicial, com pouquíssimos recursos é uma das partes mais difíceis.

De forma resumida, os principais desafios enfrentados por esse modelo de negócio são:

- Encontrar bons projetos para serem acelerados.
- Convencer os clientes em potencial a adquirirem os produtos, serviços ou tecnologias desenvolvidas pelas startups.
- Convencer os produtores rurais a evoluírem seus pensamentos a respeito do campo, para adquirirem novas tecnologias desenvolvidas pelas startups em seu programa de aceleração.
- Encontrar a linguagem correta para falar com o cliente.
- Entregar tudo que foi planejado dentro do prazo.
- Para a startup, conseguir se manter após a aceleração, sem faturamento suficiente no início e sem o investimento que a aceleradora disponibilizava durante o programa.
- Conseguir crescer e se manter no mercado mesmo com os desafios que são encontrados.

4.4 A importância da aceleradora para a startup

As aceleradoras oferecem um ambiente no qual é provável que aconteçam cooperações entre as startups, tendo em vista as vantagens oferecidas por esse tipo de relação, as startups podem obter certa vantagem competitiva comparado às startups que não passaram pelo programa de aceleração. Essa relação cooperativa, tendem a gerar um efeito positivo para o

desenvolvimento delas, e no processo de aceleração é o momento apropriado para observar tal comportamento, considerando a proximidade que existe entre as startups devido ao fato de compartilharem o mesmo espaço e dividirem os mesmos recursos (MORITZ et al., 2022).

Existe na aceleradora Alfa certo incentivo para que haja essa interação entre as startups. Não necessariamente a solução de uma startup seja complementar para a outra, mas pode servir de ideia para solucionar problemas que existam nas outras. Essa interação deve existir pois na inovação precisa de cooperação para que se tenha crescimento. Durante a aceleração, a presença de outras startups afeta positivamente todo mundo.

Devido ao fato de terem eventos semanalmente, ocorre muita interação entre as startups e uma sabe praticamente tudo sobre a outra. O ambiente da aceleradora, além de ser um local de trabalho, pode ser também um local de lazer e descanso para que os fundadores possam pôr as ideias no lugar, alguns jogam vídeo game e mexem com drone, nesses momentos ocorre muita interação e troca de informações. Ocorrem situações por exemplo de uma startup está com o mesmo problema que a outra já passou e conseguiu resolver, então uma ajuda a outra a encontrar a solução, podendo até indicar um fornecedor que possa resolver aquele problema, a startup Beta vivenciou essa situação.

Durante o processo, a startup Beta ainda não tinha encontrado o seu CTO (Chief Technology Officer), ou seja, diretor de tecnologia. Em uma das interações, uma startup indicou a plataforma Workana, que foi onde eles encontraram o atual CTO da empresa, essa foi a cooperação mais importante para eles durante a aceleração. Da mesma forma, por terem conhecimentos mais aprofundados na área de finanças, o fundador da startup Beta pode diversas vezes ajudar outras startups na parte de planejamento financeiro. Tendo em vista a relevância do cargo ocupado pelo CTO na startup, essa interação e cooperação foi especialmente útil e é um fator importantíssimo durante todo o processo.

Ao mesmo tempo em que existe cooperação entre as startups, pode existir competitividade entre elas pelos recursos oferecidos pela aceleradora, como as mentorias e o financiamento para a ideia (MORITZ et al., 2022). Na aceleradora

Alfa existe competitividade, mas é algo natural. Por exemplo, as startups sempre observavam as outras e reparavam em qual estágio elas estavam, aquelas que estavam mais avançadas nos seus projetos serviam de incentivo para que as outras buscassem evoluir mais rápido. Fora isso, não existia nenhum aspecto que gerasse rivalidade, cada uma tinha o seu lugar e nenhuma precisava tomar o lugar da outra, então é possível dizer que o nível de competitividade é fraco nessa aceleradora em específico.

Investir em uma startup é de alto risco considerando a imprevisibilidade de como o mercado aceitará a ideia proposta, mesmo assim, o acesso ao capital é fundamental, porém, não é o único fator que influencia no sucesso da startup, pois mesmo desenvolvendo algo inovador, muitas dessas startups não possuem a rede de contatos, expertise ou conhecimento necessário para entrar no mercado de maneira eficaz (SARMENTO; COSTA, 2016). São esses fatores que diferenciam o desenvolvimento das startups que participam do processo de aceleração, das que não participam.

A aceleradora Alfa conta com parcerias que possam ajudar em todo o processo, além dos mentores, possui como parceiros por exemplo o Bossanova Investimentos, AgroVen e a SP Ventures que são investidores. Tem-se parcerias com universidades da cidade, com as principais secretarias do ministério da agricultura e com a Anvisa. De modo geral, com a maioria dos órgãos públicos e privados que possam ter relação com a área de atuação da aceleradora.

A expectativa da aceleradora Alfa com relação às startups, é de que a aceleradora possa, através das startups, entregar para o país boas soluções, para que seja possível contribuir com a humanidade, no caso do agronegócio, fornecendo alimento suficiente para a população. Que tudo isso seja feito de uma forma que tenha um retorno financeiro para os investidores.

Antes de entrar no processo de aceleração, a expectativa da startup Beta era entregar tudo no prazo e após os nove meses ter muitos clientes e estar vendendo sem empecilhos. Não ocorreu como esperado, no final da aceleração o programa ainda estava ficando pronto, e depois disso ainda precisaria ser testado, então não foi possível vender logo quando acabou o processo. No fim o resultado não foi exatamente como planejado, mas também não foi muito

distante, conseguiram finalizar o produto para o mercado, diferente das tentativas anteriores que tiveram que descartar completamente a ideia.

Para conseguir reaver todo o investimento que foi feito na startup Beta, ainda vai precisar de alguns anos. Apesar disso, a empresa está crescendo, já tem alguns clientes grandes em carteira, até mesmo alguns que não são do ramo do agronegócio. Em julho deste ano a empresa atingirá o chamado “breakeven”, que é uma fase muito importante onde a receita que entra, empata com o que sai, é a fase que divide a etapa em que a startup precisava de investimentos e depois passará a dar retorno financeiro. O início é mais complicado para adquirir clientes, as vendas se parecem com uma curva exponencial, a ideia é chegar ao fim deste ano com um pouco mais de 100 clientes, para em dois anos chegar aos 5 mil.

O nível de importância que a aceleradora Alfa teve para o desenvolvimento da ideia proposta pela startup Beta foi forte, a aceleração foi um caminho com direcionamento das prioridades que realmente acelerou todas as etapas. O projeto teria sido desenvolvido mesmo que não tivesse passado pela aceleradora, a diferença foi justamente a velocidade do desenvolvimento, provavelmente demoraria muito mais. Hoje com mais de dois anos do início da startup, se não fosse o programa talvez ainda estaria na parte do desenvolvimento, isso se não tivesse tido que fazer novamente o projeto mais algumas vezes como as experiências anteriores.

No oeste da Bahia, o ecossistema de inovação ainda é um pouco imaturo, e a aceleradora pode contribuir como intermediadora, criando uma rede de contatos que facilite a troca de informações, parcerias, oportunidades de negócios e principalmente dando o suporte para que as startups se desenvolvam e gerem novas ideias inovadoras para a região, principalmente no setor do agro, já que a aceleradora Alfa é verticalizada nessa área.

A aceleradora pode incentivar a inovação e a criação de soluções inovadoras voltadas para o agro, fornecendo o ambiente controlado para que as startups possam testar e validar suas ideias, assim, os riscos podem ser reduzidos e o processo de desenvolvimento acelerado, facilitando a comercialização de novas tecnologias no setor do agronegócio. Além disso, a integração entre a aceleradora e a comunidade local, envolvendo os agricultores,

instituições de ensino e órgãos governamentais, pode ajudar a melhorar o ecossistema de inovação, contribuindo para o desenvolvimento de toda a região.

5 CONCLUSÃO

Durante esse trabalho foi possível compreender melhor como funciona o processo de aceleração, desde a seleção até o pós-aceleração, identificar os fatores mais influentes para o processo, o modo como a aceleradora influencia no desenvolvimento da startup e os principais desafios enfrentados pela aceleradora e pela startup.

As etapas que ocorrem na aceleração são essenciais para impulsionar o crescimento das startups e a geração de ideias inovadoras. As etapas do processo envolvem a seleção dos projetos, baseado nas diretrizes da aceleradora e no tempo a ser realizado o processo, suporte financeiro e jurídico, oferta de mentorias e espaço físico para desenvolvimento da ideia, contato com investidores e clientes em potencial. As etapas que ocorrem durante o processo, permitem que as startups possam superar os desafios iniciais, e desenvolverem suas ideias da melhor forma possível, já que recebem todo o apoio e orientação necessárias para isso.

Foi possível perceber que existem alguns fatores que influenciam no desempenho da inovação de uma aceleradora, um desses fatores está voltado para a colaboração e o compartilhamento de conhecimentos, ou seja, a participação em um ecossistema de inovação. O mesmo serve para as startups, a interação entre empreendedores, mentores e membros das startups, criam um ambiente propício para o surgimento de novas ideias, no caso estudado, voltadas para o agronegócio e geração de soluções para os problemas enfrentados pelas startups durante a aceleração. Além disso, com o apoio financeiro adequado e o acesso a rede de investidores e clientes, as startups podem manifestar sua capacidade de inovação e desenvolver sua ideia com maior facilidade.

Ao longo do estudo foi possível perceber a influência que a aceleradora pode exercer na consolidação de uma nova empresa no mercado, impulsionando seu desenvolvimento, nesse caso, no ramo do agronegócio, ajudando a superar seus desafios e gerando um ambiente propício para seu

crescimento de uma forma sustentável e lucrativa. Isso pode ocorrer devido ao suporte oferecido às startups que participam do programa de aceleração, já que recebem acesso a conhecimento especializado na sua área de atuação, orientação estratégica com relação aos aspectos que envolvem o mercado de consumidores, de modo geral, as startups recebem todos os recursos que podem aumentar suas chances de obterem sucesso no mercado.

É importante ressaltar que o modelo de negócio das aceleradoras e das startups também enfrenta desafios significativos. Para as aceleradoras, os principais desafios são encontrar bons projetos propostos para serem acelerados, com boas equipes e que se encaixem no programa, e além disso, a dificuldade em conseguir clientes em potencial que estejam dispostos a adquirir as soluções inovadoras desenvolvidas no programa. Para as startups, considerando seu modelo de negócio de alto risco, as dificuldades são, desenvolver uma ideia que realmente o mercado se interesse, se manter com poucos recursos financeiros e se sustentar após a aceleração, tentar crescer sem os recursos oferecidos antes pelo programa. Superar esses desafios requer uma busca contínua por melhorias, adaptação às tendências do mercado e aprimoramento das práticas de gestão.

Com base nos resultados desta pesquisa, alguns tópicos sugeridos para os próximos estudos incluem a análise do impacto das aceleradoras de startups no agronegócio em diferentes regiões, a investigação dos critérios de seleção mais eficazes para identificar projetos com alto potencial de inovação, a comparação de diferentes aceleradoras e seus resultados no desenvolvimento de startups focadas no agronegócio, e a avaliação dos efeitos de longo prazo das startups aceleradas, considerando seu crescimento e permanência no mercado.

A pesquisa realizada com a aceleradora e a startup revelou a importância do processo de aceleração para impulsionar o desenvolvimento de novas empresas no agronegócio. Foi possível analisar as etapas do processo de seleção e de aceleração, do ponto de vista da aceleradora e do acelerado, os fatores influentes para o desenvolvimento da inovação, e os desafios enfrentados pela aceleradora e pela startup. A compreensão desses aspectos contribui para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes para os gestores

do ramo, podendo reduzir os riscos e identificar os aspectos que facilitam a gestão desse tipo de negócio.

REFERÊNCIAS

ABREU, Paulo RM; CAMPOS, Newton M. Aceleradoras de Startups. **Revista GV novos negócios**, v. 7, n. 7, 2016.

ABSTARTUPS. Crescimento das startups: veja o que mudou nos últimos cinco anos! Abstartups, 2020. Disponível em: <https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/>. Acesso em: 01 jun. 2023.

Agência Brasil. Mapeamento mostra que Brasil tem 363 incubadoras e 57 aceleradoras. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-08/mapeamento-mostra-que-brasil-tem-363-incubadoras-e-57-aceleradoras>. Acesso em: 07 jun. 2023.

ALDRICH, Howard E.; YANG, Tiantian. What did Stinchcombe really mean? Designing research to test the liability of newness among new ventures. **Entrepreneurship Research Journal**, v. 2, n. 3, 2012.

ALVES, Ricardo Barboza et al. **Os impactos sociais do crescimento do agronegócio em Luís Eduardo Magalhães (BA)**. Anais. Brasília: Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia, Universidade de São Paulo 2021.

ARCENTALES, John Jairo Garcia; SENA, Priscila Machado Borges; DE ARAUJO, Nelma Camelo. O papel das aceleradoras para o desenvolvimento das startups e do empreendedorismo no Brasil. **A.to.Z: novas práticas em informação e conhecimento**, v. 10, n. 3, p. 1-10, 2021.

BARREHAG, Lisa et al. **Accelerating success: A study of seed accelerators and their defining characteristics**. Bachelor Thesis TEK 04-12-10 Chalmers University, Sweden, Gotemburgo, Suécia, 2012.

CASEMIRO, P. et al. Orientação Empreendedora e Aceleração de Negócios: Fatores, Processos e A Consolidação de Negócios Digitais. **Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**, v. 8, 2014.

CERETTA, Gilberto Francisco; REIS, Dácio Roberto dos; ROCHA, Adilson Carlos da. Inovação e modelos de negócio: um estudo bibliométrico da produção científica na base Web of Science. **Gestão & Produção**, v. 23, p. 433-444, 2016.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo - Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9788597028089.

CLARYSSE, B.; WRIGHT, M.; VAN HOVE, J. A look inside accelerators: Building businesses. **Nesta**. 2015.

COHEN, Susan et al. The design of startup accelerators. **Research Policy**, v. 48, n. 7, p. 1781-1797, 2019.

COHEN, Susan. What do accelerators do? Insights from incubators and angels. **Innovations: Technology, Governance, Globalization**, v. 8, n. 3, p. 19-25, 2013.

Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). **Panorama do Agro**. 2021. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/cna/panorama-do-agro>. Acesso em: 10 maio. 2023.

CONNOLLY, Aidan J.; TURNER, Justin; POTOCKI, Alexa D. IGNITE your corporate innovation: Insights from setting up an ag-tech start-up accelerator. **International Food and Agribusiness Management Review**, v. 21, n. 6, p. 833-846, 2018.

CRİŞAN, Emil Lucian et al. A systematic literature review on accelerators. **The Journal of Technology Transfer**, v. 46, p. 62-89, 2021.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. 8. ed. Empreende Editora, 2021.

DUTIA, Suren. Agtech: Challenges and opportunities for sustainable growth. **Available at SSRN 2431316**, 2014.

FILHO, Fernando Luiz F. **Gestão da inovação** : teoria e prática para implantação. Grupo GEN, 2013. *E-book*. ISBN 9788522480661.

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

GOMES, Leonardo Augusto de Vasconcelos et al. Unpacking the innovation ecosystem construct: Evolution, gaps and trends. **Technological forecasting and social change**, v. 136, p. 30-48, 2018.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Amgh Editora, 2014.

ISENBERG, Daniel J. How to start an entrepreneurial revolution. **Harvard business review**, v. 88, n. 6, p. 40-50, 2010.

JISHNU, V.; GILHOTRA, R. M.; MISHRA, D. N. Pharmacy education in India: Strategies for a better future. **Journal of Young Pharmacists**, v. 3, n. 4, p. 334-342, 2011.

LIMA, Josianne Da Silva. **A Bahia Farm Show no município de Luís Eduardo Magalhães/Ba**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

MANFRINATTO, Giovana Ribeiro; STRIQUER, Lorena Pickert; WOLF, Alexandre Silva. Análise e controle do crescimento de startups. **Caderno PAIC**, v. 21, n. 1, p. 97-112, 2020.

Manual de Oslo. OECD/Eurostat (2018), **Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation**, 4. ed. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing Paris/Eurostat, Luxembourg. 2018.

MILLER, Paul; BOUND, Kirsten. The startup factories: The rise of accelerator programmes to support new technology ventures. **Nesta**, Londres, 2011.

MOHAMMADI, Navid; SAKHTEH, Shaghayegh. Start-up accelerator value chain: A systematic literature review. **Management Review Quarterly**, v. 73, n. 2, p. 661-694, 2023.

MOORE, James F. Predators and prey: a new ecology of competition. **Harvard business review**, v. 71, n. 3, p. 75-86, 1993.

MORITZ, Alexandra; NAULIN, Tamara; LUTZ, Eva. Accelerators as drivers of coopetition among early-stage startups. **Technovation**, v. 111, p. 102378, 2022.

OH, Deog-Seong et al. Innovation ecosystems: A critical examination. **Technovation**, v. 54, p. 1-6, 2016.

REIS, Dácio Roberto dos. **Gestão da Inovação Tecnológica**. Editora Manole, 2008. *E-book*. ISBN 9788520452141.

RODRIGUES, Lucas Aparecido; MARIETTO, Marcio Luiz. **Agronegócio: inovação e gestão rumo a sustentabilidade**. 2012.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao Empreendedorismo**. Grupo GEN, 2009. *E-book*. ISBN 9788595154414.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; ARAÚJO, Maurílio Arruda de. A importância da inovação aplicada ao agronegócio: uma revisão. **Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção**, v. 5, n. 7, p. 31-47, 2017.

SARMENTO, Marcela Regina Climaco, COSTA, L. F. L. G.. O papel das aceleradoras na consolidação de novas empresas de cultura empreendedora a luz da metodologia lean startup. **EmpíricaBR Revista Brasileira de Gestão Negócio e Tecnologia da Informação**, v. 1, n. 1, p. 65-86, 2016.

SEBRAE. Brasil alcança recorde de novos negócios, com quase 4 milhões de MPE, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/brasil-alcanca-recorde-de-novos-negocios-com-quase-4-milhoes-de-mpe.b7e02a013f80f710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 18 mar. 2023.

SILVA, Fabiane Padilha da et al. **Gestão da inovação**. Grupo A, 2018. *E-book*. ISBN 9788595028005.

SILVEIRA, Thayane Santos; PASSOS, Dante Flávio Oliveira; MARTINS, Igor. Empreendedorismo X Startup: um comparativo bibliométrico de 1990 a 2016. **REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**. v. 3, n. 2, p. 304-322, 2017.

STEIBER, Annika. Technology management: Corporate-startup co-location and how to measure the effects. **Journal of technology management & innovation**, v. 15, n. 2, p. 11-22, 2020.

TAJRA, Sanmya F. **Empreendedorismo: conceitos e práticas inovadoras**. Série eixos. Editora Saraiva, 2019. *E-book*. ISBN 9788536531625.

TARAPANOFF, Kira Maria Antonia. Monitoramento do agronegócio brasileiro sustentável em relação ao mercado global. **Ciência da Informação**, v. 45, n. 3, 2018.

TIDD, Joe; BESSANT, Joe. **Gestão da inovação**. Grupo A, 2015. *E-book*. ISBN 9788582603079.

TIGRE, Paulo. **Gestão da Inovação - Uma Abordagem Estratégica, Organizacional e de Gestão de Conhecimento**. Grupo GEN, 2019. *E-book*. ISBN 9788595150812.

VENANZI, Délvio; SILVA, Orlando Roque da. **Introdução à Engenharia de Produção - Conceitos e Casos Práticos**. Grupo GEN, 2016. *E-book*. ISBN 9788521631002.

VILENKY, Renata. **Startup - Transforme problemas em oportunidade de negócios**. Editora Saraiva, 2021. *E-book*. ISBN 9786587958262.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**. Grupo A, 2015. *E-book*. ISBN 9788582602324.

ZUIN, Luís Fernando S.; QUEIRÓZ, Timóteo R. **Agronegócios: gestão, inovação e sustentabilidade**. 2. ed. Editora Saraiva, 2019. *E-book*. ISBN 9788571440104.

ANEXOS

Anexo A: Roteiro de entrevista para a aceleradora.

1. Qual data a aceleradora foi fundada?
2. Qual a região em que vocês atuam e por que escolheram essa região?
3. A empresa atua em toda a região MATOPIBA, como é feita essa atuação?
Existem escritórios em outros estados ou é feito um serviço on-line?
4. Qual o segmento de atuação de vocês? Por que escolheram esse?
5. Quantos fundadores a aceleradora tem?
6. Qual seu cargo?
7. Qual a experiência profissional anterior dos fundadores, já participaram de alguma startup, aceleradora ou algo no ramo do agronegócio?
8. Quanto tempo dura o programa de aceleração, e qual o número de startups selecionadas por programa?
9. Quais os critérios usados para a escolha das startups, além do requisito básico que é estar relacionada com a atividade foco da aceleradora que é o agritech?
10. Quais as etapas do processo de seleção?
11. Apenas as startups chegam até a aceleradora ou vocês procuram projetos em potencial para acelerarem?
12. A aceleradora fornece um capital inicial para as startups? É convertido em percentual de ações na empresa?
13. Como é feita a busca por investidores para investir nas startups?
14. É fornecido um espaço de trabalho inicial? Se sim, fica no mesmo prédio da aceleradora?
15. É disponibilizado mentoria e oportunidade de educação?
16. Ao fim do programa de aceleração é feito um evento para que as startups apresentem seus projetos para investidores em potencial?
17. Quais são as etapas feitas pelo programa de aceleração?
18. Existem atividades de pré aceleração? Se sim, como funciona?
19. Como funciona a pós aceleração? Vocês escolhem as startups para o programa de pós?
20. Quantas startups já foram aceleradas?

21. Na literatura, algumas pesquisas falam sobre a importância de uma rede de apoio. Vocês possuem uma rede que envolva por exemplo grandes empresas do ramo, universidades e órgãos governamentais?
22. Quais são os parceiros mais importantes?
23. Que tipo de ajuda esses parceiros costumam oferecer?
24. Algumas pesquisas falam sobre a influência positiva que pode existir para o desenvolvimento das startups quando existe uma interação entre elas, para que possam trabalhar não só de forma competitiva, mas também de maneira cooperativa. Na aceleradora, as startups interagem entre si? Existe um incentivo da aceleradora para que tenha uma troca de informações e conhecimento?
25. Quais as expectativas em relação às startups? Elas estão suprindo essas expectativas?
26. Quais são os desafios enfrentados no processo de aceleração com as startups? (Seleção, contactar parceiros)
27. Quais os desafios enfrentados pela aceleradora nesta região?
28. Existe apoio ou envolvimento de algum órgão governamental?

Anexo B: Roteiro de entrevista para a startup.

1. Qual data a startup foi fundada?
2. Qual produto ou serviço a startup oferece?
3. Qual posição você ocupa na sua startup? Quantos membros e quantos fundadores a startup tem?
4. Qual a experiência profissional anterior dos fundadores? Já participaram de alguma startup ou algo no ramo do agronegócio?
5. Quais são as etapas feitas pelo programa de aceleração?
6. Como é a vida cotidiana das pessoas que estão participando do processo de aceleração? Vocês vão diariamente para a aceleradora? Tem horário para chegar e sair?
7. Quanto tempo a startup ficou na aceleradora? Após finalizar o programa de aceleração vocês optaram por sair de lá ou permaneceram mais um tempo?
8. Quais foram as etapas do processo de seleção? Como ficaram sabendo da existência da aceleradora?
9. Vocês receberam um capital inicial da aceleradora? Foi convertido em percentual de ações na empresa?
10. É disponibilizado mentoria e oportunidade de educação? Como isso funciona?
11. Qual o nível de apoio que vocês recebem dos mentores?
12. Como funcionam os eventos para que as startups apresentem seus projetos para investidores em potencial? De quantos eventos vocês participaram?
13. Algumas pesquisas falam sobre a influência positiva que pode existir para o desenvolvimento das startups quando existe uma interação entre elas, para que possam trabalhar de maneira cooperativa. Na aceleradora Alfa, as startups interagem entre si? Existe um incentivo da aceleradora para que tenha uma troca de informações e conhecimento?
14. Que situação de cooperação com uma ou mais startups foi especialmente útil para o seu grupo?
15. Qual nível de interação e cooperação que existe entre as startups?

16. A competitividade entre empresas pode ser positiva até certo ponto, pois as motivam a se desenvolverem. As startups competem entre si por recursos internos da aceleradora? Ou externos, pelos investidores por exemplo?
17. Qual o nível de competição entre as startups por recursos internos e externos da aceleradora?
18. Como a presença de outras startups afetam você e a sua startup?
19. Quais eram as expectativas quando entraram na aceleradora? Foi da forma que vocês esperavam?
20. Quais foram os desafios enfrentados no processo de aceleração?
21. Qual o nível de apoio que vocês recebem da aceleradora?
22. Quais os desafios enfrentados por vocês para conseguir investidores para a ideia que vocês estavam propondo?
23. Como a participação na aceleradora afetou você e a sua startup?
24. Em qual estágio está sua startup? Já tiveram retorno financeiro superior ao que foi investido?