

STARTUPS DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA: O PAPEL DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOIO À INOVAÇÃO¹

BRAZILIAN CREATIVE INDUSTRY STARTUPS: THE ROLE OF PUBLIC POLICIES SUPPORTING INNOVATION

Carla Fernanda da Silva Sampaio²
Ana Lúcia Tatsch³

RESUMO

As startups são um importante motor nos processos de inovação, posicionando-se no epicentro da economia criativa, pois exploram novas abordagens e métodos para solucionar problemas da sociedade, contribuindo assim para o fenômeno da destruição criativa, no qual práticas e modelos de negócios obsoletos são substituídos por alternativas adaptadas às novas demandas contemporâneas. Essas empresas impulsionam o dinamismo econômico, fomentando a concorrência e criando novos empregos a longo prazo. No entanto, elas podem enfrentar desafios, como dificuldade de acesso a capital, falta de infraestrutura adequada e questões relacionadas à proteção intelectual, entre outros. Este estudo avalia a eficácia das políticas públicas brasileiras, incluindo InovAtiva Brasil, InovAtiva de Impacto, IDEIAZ e BNDES Garagem, no apoio às startups do setor criativo. A pesquisa envolveu um estudo de caso, compreendendo o mapeamento de startups e a aplicação de questionários aos beneficiários, focando em áreas como financiamento, suporte técnico para desenvolvimento de competências, networking e infraestrutura. Devido ao tamanho reduzido da amostra obtida, a generalização dos resultados é limitada. De toda forma, verificou-se que as políticas públicas examinadas têm impactos positivos, com oportunidades para melhorias. A partir dos resultados, recomenda-se diversificar fontes de financiamento, adaptar instrumentos às fases de desenvolvimento das startups, aumentar a transparência nos processos de seleção e criar um portal centralizado de informações sobre inovação. Sugere-se desenvolver programas específicos para o setor criativo e adotar modelos de financiamento híbridos e mecanismos de pagamento por resultados para otimizar e incentivar a inovação no Brasil.

Palavras-chave: Política de inovação. Indústria criativa. Startups.

ABSTRACT

Startups are a significant driver of innovation processes, positioning themselves at the epicenter of the creative economy as they explore new approaches and methods to solve societal problems. This contributes to the phenomenon of creative destruction, where outdated practices and business models are replaced by alternatives tailored to contemporary demands. These companies boost economic dynamism, foster competition, and create new jobs in the long term.

¹ Artigo submetido ao Programa de Pós-Graduação Profissional em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Economia, área de concentração: Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas, Porto Alegre, mar. 2024.

² Especialista em startups pela Universidade São Judas Tadeu e Mestranda em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, E-mail: carla.sampaio@ufrgs.br

³ Professora da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS. Doutora em Economia. E-mail: ana.tatsch@ufrgs.br

However, they may face challenges such as difficulties in accessing capital, lack of adequate infrastructure, and issues related to intellectual property protection, among others. This study evaluates the effectiveness of Brazilian public policies, including InovAtiva Brasil, InovAtiva de Impacto, IDEIAZ, and BNDES Garagem, in supporting startups in the creative sector. The research involved a case study comprising the mapping of startups and the application of questionnaires to beneficiaries, focusing on areas such as financing, technical support for skill development, networking, and infrastructure. Due to the small sample size obtained, the generalization of the results is limited. Nevertheless, it was found that the examined public policies have positive impacts, with opportunities for improvement. Based on the results, it is recommended to diversify funding sources, tailor instruments to the development stages of startups, increase transparency in selection processes, and create a centralized portal for innovation-related information. Additionally, the development of specific programs for the creative sector and the adoption of hybrid financing models and pay-for-performance mechanisms are suggested to optimize and encourage innovation in Brazil.

Keywords: Innovation policy. Creative industry. Startups.

1 INTRODUÇÃO

O conceito de indústria criativa privilegia a interação entre a criatividade, as ideias humanas, a propriedade intelectual, o conhecimento e a tecnologia. Essencialmente, são atividades econômicas baseadas na informação, onde atuam as 'indústrias criativas' (Buettgen, 2015). Segundo Bendassolli *et al.* (2009), a definição de indústrias criativas surgiu na década de 1990, enfatizando a criatividade como uma dimensão determinante para os negócios e com potencial para gerar riqueza por meio da criação e exploração de propriedade intelectual (Wilkinson, 2007). Esse termo pode abranger uma variedade de segmentos, como publicidade, arquitetura, artes, design, moda, cinema, vídeo, fotografia, música, artes cênicas, P & D, software, jogos de computador, publicação eletrônica e rádio/TV. A economia criativa, por sua vez, consolidou-se como um campo de estudo e relevância a partir dos anos 2000, sendo vista como a soma das diferentes partes das indústrias criativas, incluindo comércio, trabalho e produção (Galuk, 2016).

A dinâmica das indústrias criativas é caracterizada pela constante necessidade de inovação, seja para garantir um diferencial estratégico por meio de melhorias incrementais ou pela quebra de paradigmas, de forma radical. A convergência de diversas áreas do conhecimento, como arte, design e tecnologia, potencializa a criação de soluções inovadoras que atendem às necessidades e desejos de um público cada vez mais exigente e diversificado. A literatura especializada (Fisher, 2001) define a inovação como a principal força que impulsiona a transformação tecnológica, sendo indispensável para o desenvolvimento a longo prazo, ao ser uma resposta a problemas, desafios ou oportunidades que surgem no ambiente social e/ou econômico. Nesse contexto, as startups ganham um papel de destaque. Enquanto empresas nascentes são fundadas com o objetivo de desenvolver um produto ou serviço inovador, introduzi-lo no mercado e torná-lo insubstituível para os clientes, além de escalável para o negócio (Blank e Dorf, 2012). Elas estão enraizadas na transformação de processos, abordando deficiências nos produtos existentes ou criando categorias inteiramente novas (Pratt, 2008). São chamadas de disruptivas porque contribuem para o dinamismo econômico, gerando ideias e soluções que incentivam a competição positiva (Ries, 2011).

As startups das Indústrias Criativas e Culturais (ICC) são bastante heterogêneas, englobando entidades distintas que compartilham o objetivo comum de utilizar a cultura como meio para desenvolver novos modelos econômicos. Destacam-se pela capacidade de expandir-se facilmente em nível regional e global, além de contribuir para a resolução de problemas e o

avanço de inovações interseccionais. Segundo Ortega (2023), essas empresas emergem como agentes de transformação social no cenário contemporâneo. Ao se estabelecerem em comunidades marginalizadas, atuam como laboratórios de inovação, promovendo o desenvolvimento local por meio da geração de empregos e do estímulo ao empreendedorismo. Essa dinâmica fortalece ecossistemas robustos e resilientes, reforçando o tecido social, promovendo a inclusão socioeconômica e democratizando o acesso à informação e à cultura.

O contexto em que operam pode ser caracterizado como um ambiente composto por uma variedade de agentes e instituições que interagem entre si para promover o avanço e atrair investidores em busca de custos acessíveis, aproveitando os recursos locais. A ampliação do intercâmbio de recursos além das fronteiras é facilitada por aceleradoras, incubadoras, espaços de coworking, convenções e eventos de networking. A colaboração entre empreendedores, gestores, mentores, especialistas em propriedade intelectual, acadêmicos e provedores de serviços resulta em um ambiente dinâmico de empreendedorismo que promove a circulação do capital social.

De acordo com Amabile (2001), esses locais não apenas fornecem serviços e mediação, mas também promovem o crescimento de motivações, atitudes e habilidades, criando oportunidades para aprendizado e participação em atividades desafiadoras. No contexto da criatividade, alguns autores, como Jung, Frank e Caten (2010), concordam que o ambiente é um componente decisivo para facilitar o desenvolvimento e a realização do potencial criativo das habilidades, servindo como um local de experimentação para os empreendedores.

Todavia, esse sistema institucional nem sempre consegue atender a todas as necessidades dessas empresas, como a escassez de recursos financeiros, a necessidade de habilidades técnicas especializadas, as barreiras de entrada no mercado e a exposição à vulnerabilidade digital.

Diante dessa realidade, as políticas públicas de inovação podem oferecer um conjunto diversificado de instrumentos para o suporte às startups, como, incentivos fiscais, como a redução de impostos sobre P&D, e financiamentos subsidiados, como linhas de crédito com juros reduzidos, são exemplos de mecanismos que facilitam o acesso a recursos. Além disso, programas de capacitação, orientação empresarial e networking proporcionam às startups as ferramentas e as conexões necessárias para crescer. Essa combinação de iniciativas, implementadas em parceria entre o setor público e privado, visa estimular o empreendedorismo, fortalecer o ecossistema de inovação e, conseqüentemente, impulsionar o desenvolvimento econômico. Como apontam Corcino *et al.* (2022), essas políticas contribuem para a geração de novos empregos, o aumento da produtividade e a diversificação da matriz produtiva.

Portanto, o presente estudo tem como objetivo analisar a eficácia das políticas públicas brasileiras voltadas ao fomento da inovação e do empreendedorismo no setor criativo, com foco nos programas InovAtiva Brasil, InovAtiva de Impacto, IDEIAZ e BNDES Garagem. A pesquisa realizou um estudo de caso que é dividido em duas etapas principais. A primeira consiste no mapeamento das startups do setor criativo, utilizando dados obtidos a partir do portal InovAtiva: Hub de Empreendedorismo e Inovação, além de documentos oficiais dos Ministérios da Economia e da Indústria. Na segunda etapa, foi realizada a coleta de dados primários por meio de um questionário online, direcionado às empresas beneficiárias das políticas públicas em análise.

A amostra foi selecionada com base em um critério específico: a perspectiva de atores-chave, como empreendedores e gestores dessas empresas. O instrumento de coleta foi desenvolvido a partir da tipologia de apoio a startups proposta por Mao (2020), que contempla três tipos de suporte interligados: (i) apoio a recursos financeiros para investimento e crescimento (capital semente, linhas de crédito, etc.); (ii) suporte técnico e administrativo (mentoria, consultoria), desenvolvimento de competências (capacitação, treinamento) e conexão com a rede de inovação (networking); e (iii) infraestrutura física e tecnológica para o

desenvolvimento dos negócios. Os resultados deste estudo não devem ser generalizados, mas buscam contribuir para o aperfeiçoamento das políticas públicas voltadas às startups criativas, destacando tanto os pontos fortes quanto as oportunidades de melhoria. Ao aprofundar a compreensão sobre o impacto dessas políticas, espera-se promover estratégias mais eficazes para estimular a inovação e o crescimento econômico no Brasil. Este artigo está estruturado em mais quatro seções. A segunda seção analisa as políticas públicas em que o Estado desempenha o papel de agente de inovação, abordando uma diversidade de instrumentos voltados tanto para a oferta quanto para a demanda, a terceira seção descreve os procedimentos metodológicos e os resultados da pesquisa, enquanto a quarta apresenta a discussão dos resultados obtidos. Por fim, a última seção reúne recomendações e considerações finais.

2 CONTEXTO TEÓRICO: POLÍTICAS PÚBLICAS DE INOVAÇÃO

As políticas públicas de inovação constituem um conjunto de intervenções governamentais estratégicas que visam fomentar a geração, difusão e aplicação de novos conhecimentos e tecnologias na economia (Borrás, 2004). Conforme destacado por Freeman (1987), essas políticas abrangem um leque de instrumentos, tais como o apoio à pesquisa e desenvolvimento, a concessão de incentivos fiscais e a promoção de parcerias entre os atores do sistema de inovação.

Esses instrumentos são operacionalizados por meio de programas de inovação, que, segundo a literatura, são iniciativas específicas desenhadas para estimular a atividade inovadora em setores e regiões estratégicas. Na perspectiva de Edquist (2013) e Niwa (2017), as políticas de inovação devem ser concebidas para atender às demandas e desafios das economias contemporâneas, com ênfase no empreendedorismo e na competitividade industrial. Mazzucato (2013), por sua vez, defende um papel proativo do Estado como catalisador da inovação, argumentando que o governo deve investir em áreas de alto risco e retorno, complementando as ações do setor privado.

Sendo assim, reconhece-se a inovação como elemento indispensável para fortalecer a competitividade nacional, uma vez que sua interrupção pode resultar em danos irreversíveis ao crescimento e à evolução do conhecimento. A ação começa com a detecção de um problema reconhecido pelas empresas, cuja resolução se espera que ocorra com intervenção governamental (Schot; Steinmueller, 2020). Essa identificação pode ser feita por meio de pesquisas, análises de dados, consultas públicas e outros métodos; contudo, a caracterização do problema frequentemente abarca interpretações diferentes e percepções variadas, uma vez que diversos grupos podem destacar causas e consequências específicas. Portanto, para que o problema se torne objeto de política pública, ele passa por um processo de modelagem que visa simplificar sua complexidade, realizando um recorte e delineamento dos aspectos que podem ser abordados através de medidas governamentais (Lima; Rosa, 2022).

De acordo com Schneider (2015), os objetivos são os elementos intencionais e premeditados do processo, ou seja, as metas deliberadamente definidas e planejadas durante a concepção de uma política pública, refletindo os resultados que o governo pretende alcançar por meio dela. Os instrumentos são as técnicas utilizadas pelas autoridades governamentais para implementar a política e alcançar seu fim. Pesquisadores nas décadas de 1980 e 1990 desenvolveram e propuseram diversas taxonomias, sendo uma das mais amplamente reconhecidas o modelo apresentado por Hood (1986), que categoriza as ferramentas em quatro conjuntos baseados nos recursos utilizados:

- a) Nodalidade: Utiliza informações e persuasão por meio de campanhas públicas, benchmarks, indicadores de desempenho e comissões de inquérito.

- b) Autoridade: Emprega os poderes legais por meio de regulamentações, supervisões e comitês consultivos.
- c) Tesouro: Gerencia os recursos financeiros disponibilizados pelo Estado.
- d) Organização: Recorre ao Estado para recursos humanos e materiais.

Rothwell (1983) categoriza o cerne da política de inovação em instrumentos de oferta e demanda, os quais têm demonstrado uma eficácia superior quando empregados de forma combinada, conforme destacado por Edler *et al.* (2013, p. 11) e exemplificado no Quadro 1:

Quadro 1: Instrumentos e orientações gerais

INSTRUMENTOS	ORIENTAÇÃO	
	OFERTA	DEMANDA
Incentivos Fiscais para P&D	•••	
Apoio Direto à P&D e Inovação nas Empresas	•••	
Acesso a financiamento, capital de risco com apoio público e garantias de empréstimo	•••	
Políticas de formação e competências para melhorar as capacidades de inovação nas empresas	•••	
Inovação e Migração de Recursos Humanos e Proteção do Emprego	•••	
Medidas de Apoio à Exploração da Propriedade Intelectual	•••	
Política de Empreendedorismo	•••	
Serviços técnicos e aconselhamento	•••	
Política de Cluster sobre Inovação	•••	
Políticas de Apoio à Colaboração em P&D e Inovação	•••	
Políticas de Rede de Inovação	•••	
Medidas para estimular a procura privada de inovação		•••
Políticas de Contratação Pública	•00	•••
Aquisições pré-comerciais	••0	•••
Prêmios de Indução à Inovação	••0	••0
Padronização e Padrões	••0	••0
Regulamento	••0	••0

Previsão tecnológica	••O	••O
----------------------	-----	-----

Fonte: Traduzido e adaptado de Edler *et al.* (2013, p.11)

Nota: Os símbolos denotam a relevância da orientação geral da política de inovação para os vários instrumentos, sendo •••: relevância forte, relevância moderada: ••O, relevância baixa: •OO

Os incentivos financeiros e fiscais, enquanto instrumentos do lado da oferta, quando aplicados nas indústrias criativas, podem fornecer apoio direto a projetos de produção cinematográfica, desenvolvimento de jogos eletrônicos ou criação de conteúdo digital, entre outros.

Esses incentivos auxiliam as empresas a investir em iniciativas de alto risco, enquanto as políticas de financiamento direto à P&D estimulam a competitividade, visando ao surgimento de novos produtos. O acesso a financiamento e capital de risco, com apoio público, assegura a disponibilidade de recursos financeiros para o desenvolvimento de projetos. Além disso, é possível aplicar políticas de formação e competências, bem como aquelas relacionadas à migração de recursos humanos e à proteção do emprego, investindo em programas de capacitação específicos que aprimorem as habilidades técnicas dos trabalhadores do setor, incentivem a atuação cooperativa e criem um ambiente adaptado às mudanças tecnológicas e culturais (Bittencourt; Rauen, 2017).

A implementação de medidas de apoio à exploração da propriedade intelectual, como o registro e a proteção de marcas registradas e direitos autorais, tem como finalidade incentivar a inovação e a criação de valor a partir do conhecimento. Já a política de apoio ao empreendedorismo, por meio de programas de incubação de empresas, mentoria e apoio técnico, busca o surgimento e crescimento de novos empreendimentos. Os serviços técnicos e a consultoria especializada oferecem orientação e suporte qualificados. A política de clusters volta-se à colaboração entre empresas, instituições de pesquisa e outras entidades em aglomerados industriais, fomentando a partilha de conhecimento (Edler *et al.*, 2013).

As políticas de apoio à colaboração em P&D e inovação favorecem parcerias entre empresas, universidades e centros de pesquisa para realizar conjuntamente estudos em áreas de interesse.

Enquanto isso, as políticas de redes de inovação buscam fortalecer a cooperação e o intercâmbio de conhecimento entre empresas, instituições de pesquisa e governo, visando à transferência de tecnologia para a sociedade. No que diz respeito à demanda, surgem estratégias por parte do mercado consumidor para inovações específicas por meio do poder de compra do Estado. Em outras palavras, as políticas de contratação pública buscam adquirir produtos ou serviços já existentes de acordo com os requisitos de inovação do governo, enquanto as aquisições pré-comerciais visam concretizar a obtenção de recursos que ainda não estão disponíveis comercialmente, mas que podem ser desenvolvidos e lançados no mercado em um futuro próximo (Edler *et al.*, 2013).

Em estudos recentes (Edler, 2023), observou-se que as políticas de inovação movidas pela demanda deverão se concentrar cada vez mais em abordar desafios sociais. Os formuladores precisarão direcionar os investimentos de maneira mais assertiva para a solução de problemas específicos. Existem três justificativas para isso. A primeira refere-se às falhas de mercado e sistêmicas, que incluem barreiras como a incerteza sobre os benefícios das inovações, a falta de comunicação entre fornecedores e consumidores, os altos custos iniciais e de adoção, e as externalidades positivas, que ocorrem quando os primeiros usuários de uma inovação arcam com custos que beneficiam posteriormente outros usuários. De acordo com Bakhshi, Cunningham e Mateos-Garcia (2015), essa assimetria na distribuição de custos e benefícios justifica a intervenção estatal na indústria criativa, onde o Estado, por meio de tipologias, deve estimular o investimento, reduzir os custos de adoção de novas tecnologias e promover a comunicação entre os diferentes agentes da cadeia produtiva. A segunda razão está

atrelada às políticas setoriais, onde a lenta disseminação de inovações pelo mercado faz com que as políticas de demanda se tornem um pré-requisito essencial, e a terceira se baseia em pesquisas sobre mercados líderes, que indicam que melhorar as condições de demanda pode ser uma ferramenta estratégica de política competitiva.

Enquanto isso, para as startups, as políticas se concentram mais em criar um ambiente propício ao surgimento de novos negócios, com medidas como a simplificação burocrática, concessão de incentivos fiscais específicos e facilitação do acesso a fontes de financiamento de alto risco, como o venture capital, segundo Audretsch *et al.* (2021). As startups enfrentam desafios distintos, como a introdução de produtos inovadores em mercados emergentes e a necessidade de recursos financeiros iniciais, tornando essencial o apoio do governo para facilitar sua criação e crescimento. Ambas as abordagens reconhecem a importância de coordenar as ações entre diferentes atores do ecossistema de inovação, mas enquanto as políticas para PMEs tendem a fortalecer as empresas estabelecidas e suas capacidades competitivas, as políticas para startups têm como objetivo acelerar a criação e o fortalecimento de novas empresas inovadoras, estimulando a transformação do ecossistema empreendedor.

2.1 TIPOLOGIA DOS INSTRUMENTOS PARA APOIAR STARTUPS CRIATIVAS

De acordo com os arquétipos estabelecidos para as indústrias criativas as startups podem ser enquadradas nos modelos de crescimento e inovação, pois impulsionam a produtividade em diversos segmentos da economia, sugerindo que uma abordagem política adequada se concentra no investimento e no estímulo ao crescimento e à inovação, com especial ênfase na promoção e suporte à criatividade (Potts; Cunningham, 2008).

Dessa maneira, existe a perspectiva de que a política do governo de apoio ao empreendedorismo exerça influência na conexão entre as capacidades inovadoras de uma startup e seu amadurecimento, uma vez que essa interação pode variar de acordo com os recursos, objetivos e estratégias do Estado. Conforme observado por Choi *et al.* (2021), essa interação tende a variar conforme os recursos, metas e estratégias estatais. Nesse cenário, a suposição subjacente ao respaldo estatal às startups, por meio de políticas de inovação, deriva das limitações de recursos que essas empresas enfrentam em seus estágios iniciais. Essa escassez as coloca em desvantagem competitiva, dificultando a inovação e a obtenção de financiamento para estabelecer parcerias, devido à falta de reconhecimento e escala, o que, por sua vez, aumenta os custos e impõe restrições significativas à criação de mercados, especialmente devido aos volumes de vendas reduzidos (Sutton, 2000).

Dessa forma, os programas destinados a promover a inovação têm o intuito de solucionar esses entraves. Contudo, a eficácia das políticas pode diferir substancialmente, dependendo de como são implementadas e executadas, além das condições gerais do mercado e do ambiente regulatório. Em decorrência disso, podem ocorrer disparidades regionais e setoriais no acesso a investimentos e financiamentos para as startups da indústria criativa (Turchi; Morais, 2017).

Conforme observado por Roncaratti (2017), as estratégias e os mecanismos de incentivo para as startups geralmente consideram as diversas fases de desenvolvimento dessas empresas. O processo de concepção de um novo empreendimento é tradicionalmente dividido em cinco etapas distintas, cada uma com características próprias, áreas de foco específicas e pressupostos subjacentes. A seguir, é apresentado um detalhamento de cada um desses elementos:

- a) **Fase de ideação** – Também conhecida como fase de hipótese, nesta etapa a startup se encontra em um estado intermediário entre a concepção da ideia e a identificação do problema que busca resolver ou da lacuna de mercado que pretende preencher. Neste

momento, os indivíduos se unem em torno de um propósito definido no desenvolvimento do MVP.

- b) **Fase de validação** – Durante esta fase, os empreendedores se engajam em experimentações com o produto, o mercado e o modelo de negócios da startup, com o objetivo de enfrentar as incertezas identificadas na fase de concepção. As suposições e proposições elaboradas anteriormente são submetidas a testes rigorosos como parte do MVP. Além disso, os empreendedores contam com a colaboração regular de mentores e consultores.
- c) **Fase de operação** – Este estágio marca o início da comercialização de um produto ou serviço, sendo o momento em que os empresários começam a implementar estratégias e recebem investimentos de investidores-anjo, que já conseguem vislumbrar o negócio em pleno funcionamento e expansão.
- d) **Fase de tração** – Nesta etapa, os empreendedores enfrentam desafios significativos após a validação do produto ou serviço da startup, por isso, a prioridade é conquistar clientes e aumentar a receita, mantendo-se alinhados aos valores e princípios da organização.
- e) **Fase de escala** – Ocorre o crescimento em que os empresários capitalizam as oportunidades e expandem o negócio em termos de geografia, mercado ou produtos, sempre alinhados à estratégia da organização.

Conforme Maliarchuk (2021), também é necessário que se leve em conta os processos de incubação e aceleração de negócios. Um programa de incubação de empresas pode ser descrito como uma iniciativa econômica e social que oferece suporte intensivo a negócios em fase inicial, orientando-os no início do seu crescimento através de um programa de assistência empresarial, identificados por três fases interligadas:

- a) **Pré-incubação:** Nessa fase, as ideias de negócio são moldadas e refinadas, com o objetivo de desenvolver um plano de negócios sólido e preparar o projeto para a incubação formal.
- b) **Incubação:** Caracterizada pela oferta de suporte intensivo para o lançamento e consolidação da startup no mercado, a fase de incubação inclui mentoria especializada, acesso a infraestrutura e apoio financeiro.
- c) **Pós-incubação:** Focada na expansão e sustentabilidade a longo prazo, essa fase visa fortalecer o crescimento da startup e sua capacidade de adaptação ao mercado.

A evolução das startups ao longo dessas etapas demonstra a importância de serviços personalizados e ajustados às necessidades de cada fase de desenvolvimento (Cohen,2014). A aceleração, por sua vez, emerge como um modelo de incubação de curta duração e alta intensidade, com foco em um conjunto específico de startups (*cohortes*), esse modelo combina mentoria e educação, culminando em um evento de apresentação (*pitch ou demo day*). A graduação representa o estágio final do processo de incubação ou aceleração, marcando a transição da startup para o mercado, isto é, empresas graduadas demonstram maturidade e

autonomia para operar de forma independente, buscando novas fontes de financiamento (Pauwels *et al.*, 2016).

Assim, os instrumentos das políticas de inovação devem ser desenhados e integrados de forma a enfrentar os desafios específicos de cada fase, conferindo-lhes uma natureza "sistêmica". Isso significa que a implementação dos mecanismos não deve ser fragmentada, mas sim adotar uma abordagem holística, levando em conta as interações e interdependências entre os vários elementos do sistema (Borrás; Edquist, 2013). Assim, de acordo com Mao (2020, p. 30), os instrumentos de apoio a startups podem ser categorizados em três grupos, cada um centralizado em um objetivo principal, conforme exemplificado no Quadro 2:

Quadro 2: Tipologia dos instrumentos da política de apoio às startups

INSTRUMENTOS DE SUPORTE ÀS STARTUPS	OBJETIVO	POLÍTICAS PÚBLICAS
i. Apoio financeiro	Financiamento de novos Negócios	a) Fundos públicos de coinvestimento em capital de risco b) Subvenção econômica (recursos não reembolsáveis) c) Concessão de crédito público
ii. Suporte, capacitação e <i>networking</i>	Serviços de apoio e capacitação para empreendedores e estímulo à criação de demanda no mercado	a) Aceleradoras, mentoria e consultoria b) Inovação aberta, competições e <i>crowdsourcing</i> c) Apoio à internacionalização de empresas
iii. Infraestrutura	Espaços físicos para o auxílio e alavancagem de novos negócios.	a) Incubadoras b) Parques tecnológicos

Fonte: Mao, 2020, p. 31.

A tipologia apresentada visa sistematizar as diversas iniciativas de apoio a startups, oferecendo um panorama abrangente das políticas públicas nesse âmbito. Com relação ao apoio financeiro (i), refere-se à destinação de fundos para fomentar o desenvolvimento e a expansão das empresas. Enquanto o eixo de suporte, capacitação e *networking* (ii) abrange um conjunto de ações não monetárias, como programas de mentoria, consultoria e *networking*, que visam fortalecer o capital humano e social das startups. Por fim, a infraestrutura (iii) refere-se à disponibilização de espaços físicos e digitais projetados para estimular a inovação e a colaboração entre os atores do ecossistema empreendedor (Mao, 2020).

2.2 PRINCIPAIS PROGRAMAS NACIONAIS DE APOIO ÀS STARTUPS CRIATIVAS

Esta seção tem por finalidade apresentar quatro programas governamentais brasileiros que visam estimular o empreendedorismo inovador, com foco especial no ecossistema de startups. As iniciativas, a saber: Inovativa Brasil, Inovativa de Impacto Socioambiental, IDEIAZ e BNDES Garagem, oferecem suporte a empresas de diversos segmentos, incluindo, mas não se limitando à indústria criativa. Esses programas foram escolhidos por sua alta demanda e relevância estratégica no apoio ao empreendedorismo inovador. Além disso, há dados públicos consistentes e acessíveis, que permitem uma investigação detalhada oferecidos pelo portal InovAtiva: Hub de Empreendedorismo e Inovação.

Esse portal apresenta informações sobre o ano, ciclo, tipo de programa, nome da startup, site, estado, estágio (acelerada ou graduada) e área de negócio, permitindo até mesmo a filtragem das startups por setor de interesse. Isto torna possível um estudo baseado em evidências, o que otimiza a tomada de decisões por parte de formuladores de políticas públicas e outros interessados, facilitando a identificação de padrões e o aprimoramento das estratégias de apoio ao empreendedorismo. Diferentemente de programas como o Centelha, que, embora também foque na criação e apoio de empresas de diversos segmentos, não oferece dados públicos suficientes para uma análise detalhada, os programas selecionados são reconhecidos pela transparência e pela estruturação de suas informações. A análise comparativa dos editais, dos benefícios oferecidos e dos instrumentos de apoio utilizados permite identificar as características distintivas de cada programa, seus objetivos específicos e sua contribuição para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil.

O **Programa Inovativa Brasil** teve sua origem em 2013, por iniciativa do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Em 2016, buscando ampliar seu alcance, foi estabelecida uma parceria estratégica com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). A motivação principal por trás da iniciativa foi a constatação de que muitos aspirantes a empreendedores possuíam um sólido conhecimento técnico ou científico, mas careciam das habilidades empresariais necessárias para transformar suas ideias em produtos ou serviços viáveis no mercado.

Esse gargalo se mostrou latente em empreendimentos de alta tecnologia, nos quais os fundadores frequentemente se viam isolados, com acesso limitado a redes de mentores, colegas empresariais, especialistas de mercado e investidores (Turchi; Morais, 2017, p. 266). No momento, a Fundação CERTI é responsável pela execução do programa, atuando como organização gestora, oferecendo qualificação, facilitação de conexões para colaborações e promoção dos participantes.

O programa tem reconhecimento nacional e internacional e é oferecido de maneira totalmente gratuita através de dois ciclos anuais. A participação está aberta para soluções em todas as áreas, abrangendo inclusive os segmentos da economia criativa, independentemente de estarem nas fases de validação, operação ou tração.

A primeira fase visa selecionar até 200 projetos inovadores que receberão suporte estratégico. Na etapa seguinte, até 100 startups com modelos de negócios sólidos são escolhidas para receber orientações especializadas, adaptadas às suas necessidades específicas. O processo culmina no InovAtiva Experience, no qual as empresas têm a chance de apresentar suas soluções a uma banca de investidores, buscando obter financiamento (Inovativa Brasil, 2023).

O **Programa Inovativa de Impacto Socioambiental** foi estabelecido em 2016 como uma ramificação do Programa InovAtiva Brasil. Seu objetivo é apoiar empresas capazes de gerar impacto social ou ambiental positivo para o país, ao mesmo tempo em que buscam lucratividade.

Cada ciclo seleciona até 80 projetos, que devem estar em fases de validação, operação ou tração, caracterizadas pela aplicação da inovação em modelos de negócios, produtos, processos ou serviços, com potencial para escalabilidade em um mercado significativo e perspectivas sólidas de crescimento, abrangendo diversas áreas de atuação. O processo de participação é dividido em três etapas distintas: inicialmente, os participantes se envolvem em atividades de orientação de negócios, preparação de pitch, formação empreendedora e participação no evento regional InovAtiva Day. Na fase subsequente, até 40 startups avançam para orientações especializadas e outras atividades formativas, culminando no InovAtiva Experience, onde apresentam suas soluções para uma banca composta pelos maiores investidores do país. Por fim, as startups certificadas recebem feedback, realizam pesquisa de impacto e têm acesso a oportunidades com parceiros do InovAtiva, além de benefícios adicionais na imprensa e em outras áreas (Inovativa de Impacto Socioambiental, 2024).

O **Programa Ideiaz** foi criado em 2016 com o propósito de atender, em escala nacional, ideias e projetos de negócios inovadores com impacto que se encontram em estágio inicial em todas as regiões do Brasil. Refere-se assim àquelas ideias que estão em fase de criação ou ideação, ou seja, cujo modelo de negócio ainda não está consolidado e pode não ter clientes utilizando seu produto ou serviço (Ideiaz, 2024). A ação é fruto da colaboração entre a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Secretaria Especial de Produtividade e Competitividade do Ministério da Economia (Sepec/ME). No âmbito do programa, são oferecidas orientações metodológicas, conceituais e de branding, capacitando entidades com atuação regional para criar programas de suporte à inovação e ao empreendedorismo inovador. Uma das finalidades do programa é permitir o desenvolvimento de ecossistemas inovadores em todo o país. Para atingir esse fim, o Ideiaz utiliza a infraestrutura, o conhecimento e a experiência presentes nas incubadoras e aceleradoras brasileiras, promovendo o surgimento e a consolidação de negócios inovadores em estágio inicial (Ideiaz, 2024).

Segundo Zucoloto e Nogueira (2017, p. 201), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), estabelecido em 1952, foi criado para preencher o gargalo de financiamento privado de longo prazo no país. A participação do Banco na promoção da inovação pode ser analisada em três etapas distintas. O primeiro período, entre 2005 e 2007, foi marcado pela introdução dessa temática na agenda da instituição; o segundo período, de 2008 a 2011, testemunhou a consolidação da inovação como uma prioridade estratégica, embora com uma abordagem relativamente passiva. A partir de 2012, iniciou-se o terceiro período, caracterizado pela adoção de uma postura mais proativa por parte do BNDES em relação às tecnologias a serem desenvolvidas (Tavares, 2013, p. 202). Em 2018, surgiu o **Programa BNDES Garagem** com o intuito de impulsionar o empreendedorismo no Brasil. Caracterizado por uma metodologia de três meses de duração, destinado a startups em dois estágios de desenvolvimento—concepção e fase de tração—o programa busca oferecer suporte para a expansão das operações, com foco no impacto social e ambiental (BNDES Garagem, 2023). A seguir, o Quadro 3 apresenta uma visão geral dos diferentes instrumentos dos programas disponíveis, com suas respectivas modalidades, autoridades responsáveis, fontes de recursos e organizações envolvidas. Posteriormente, apresenta-se uma descrição detalhada:

Quadro 3 - Classificação e Recursos dos Instrumentos de Políticas Públicas de Inovação

CLASSIFICAÇÃO DOS INSTRUMENTOS	Inovativa Brasil	Inovativa de Impacto Socioambiental	IDEIAZ	BNDES Garagem
Nodalidade	Edital de seleção lançado e registro no site	Edital de seleção lançado e registro no site	Edital de seleção lançado e registro no site	Edital de seleção lançado e registro no site
Autoridade	MDIC	MDIC	MDIC	BNDES
Tesouro	Ministério da Economia (Sepec/ME) e SEBRAE	Ministério da Economia (Sepec/ME) e SEBRAE	Recursos provenientes de parcerias entre Sebrae e Fundação CERTI	Recursos provenientes do tesouro nacional

Organização	Fundação CERTI	Fundação CERTI	Fundação CERTI	Coexecução pelo Consórcio AWL (Artemisia, Wayra, Liga Ventures) com participação do BNDES
-------------	----------------	----------------	----------------	---

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Inovativa e BNDES Garagem, 2023.

O Quadro 4 exibe os editais das políticas públicas, considerando elementos como o ano de início do programa, o número de edições conduzidas, a duração máxima de cada ciclo e a quantidade de startups que concluíram o ciclo de aceleração ou graduação em cada iniciativa.

Quadro 4 - Comparativo dos editais pelas Políticas Públicas para startups

ELEMENTOS	Inovativa Brasil	Inovativa de Impacto Socioambiental	IDEIAZ	BNDES Garagem
Início do Programa	2013	2016	2016	2018
Nº de edições	17	10	5	3
Duração máxima de cada ciclo	5 meses	5 meses	10 semanas	12 meses
Nº de vagas por ciclo	200	80	150	25
Nº de startups que concluíram o ciclo de aceleração/graduação	2699	322	616	75
Principais etapas para participação	1) Inscrições; 2) Seleção das startups; 3) Programa de aceleração e networking internacionais; 4) Demo Day; 5) Pós-ciclo de acompanhamento.	1) Inscrições; 2) Seleção das startups; 3) Programa de aceleração e networking internacionais; 4) Demo Day; 5) Pós-ciclo de acompanhamento.	1) Inscrições; 2) Avaliação das startups; 3) Aceleração; 5) Demo Day.	1) Inscrições; 2) Avaliação das startups; 3) Feedback às startups selecionadas (estágio de criação/tração); 4) Premiação

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Inovativa e BNDES Garagem, 2023.

No Quadro 5, é possível observar uma comparação dos benefícios proporcionados pelos diversos programas. O quadro abrange as fases que vão desde a concepção até a consolidação

ou expansão, além da disponibilidade de recursos para capacitação, networking e orientação aos participantes.

Quadro 5 - Comparativo dos benefícios ofertados pelos Programas de apoio às startups

Benefícios ofertados	Inovativa Brasil	Inovativa de impacto	IDEIAZ	BNDES Garagem
Aberto a todos os tipos de projetos				
Aberto para projetos de impacto ambiental				
Para soluções em ideação				
Para soluções em validação, operação ou tração				
Oferece capacitação, conexão e mentoria aos participantes				
Publicidade para a startup				
Eventos/ Workshops Temáticos				

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Inovativa e BNDES Garagem, 2023.

Os dados apresentados no Quadro 5 mostram que, apesar de cada programa possui critérios de seleção próprios, todos visam o fortalecimento das empresas, porque apoiam as startups com treinamento, networking, mentoria, oportunidades de marketing e a participação em eventos ou workshops que congregam figuras-chave do setor, incluindo grandes empresas, investidores e órgãos governamentais. A escolha do programa mais apropriado pelos interessados deve considerar as necessidades e características específicas de cada negócio, avaliando critérios de elegibilidade, benefícios e prazos para inscrição.

O objetivo deve ser aproveitar ao máximo os incentivos oferecidos conforme as suas demandas, para projetos em fases mais desenvolvidas, que procuram validação, operação ou expansão, e que focam em impactos sociais e ambientais, a Inovativa Brasil e a Inovativa de Impacto Socioambiental são boas opções. O IDEIAZ é mais indicado para empreendedores em fases iniciais, onde o modelo de negócio ainda está sendo definido e os produtos ou serviços ainda não chegaram ao mercado. Enquanto o BNDES Garagem é voltado para projetos que almejam resultados financeiros por meio da solução de problemas sociais ou ambientais, seja na fase de concepção ou de tração.

3 ESTUDO DE CASO: METODOLOGIA E RESULTADOS

A pesquisa segue uma abordagem exploratória e descritiva, estruturada como estudo de caso focado em startups do setor criativo no Brasil e organizada em duas fases complementares. Na primeira fase, foi realizado um levantamento quantitativo considerando 603 startups do setor, beneficiadas por programas de políticas públicas como Inovativa Brasil, IDEIAZ, Impacto Social e BNDES Garagem, no período de 2019 a 2023. Esse recorte temporal foi escolhido em razão do impacto da transformação digital acelerada pela pandemia de COVID-19. Com base neste levantamento, numa segunda fase, 60 startups foram convidadas para uma análise qualitativa.

Na sequência, para aprofundar a análise do impacto das políticas, foi realizada uma pesquisa qualitativa utilizando amostragem por critério, uma técnica não probabilística. A seleção dos participantes, composta por empreendedores e gestores, foi intencional, buscando captar a visão dos atores-chave que estão na linha de frente desses negócios. Essa estratégia permitiu uma investigação mais detalhada das percepções e experiências desses indivíduos em relação às políticas em questão, por meio de entrevistas semiestruturadas. Após o contato inicial por e-mail e WhatsApp, foram realizadas 13 entrevistas com os participantes selecionados, entre fevereiro e abril de 2024. O Quadro 6 apresenta o fluxo completo da seleção da amostra, destacando a amostragem por critério.

Quadro 6 - Fases da pesquisa e amostragem por critério

<p>Fase 1: Levantamento Quantitativo 603 startups do setor criativo brasileiro Beneficiários dos programas de inovação InovAtiva Brasil, InovAtiva de impacto, IDEIAZ e BNDES Garagem (2019 - 2023)</p>
<p>Fase 2: Seleção para a pesquisa Qualitativa 60 startups convidadas Critério: Empreendedores e gestores</p>
<p>Amostragem por critério: 13 entrevistas Entrevistas semiestruturadas Período: Fevereiro e Abril de 2024</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A taxa de retorno dos questionários, de 21,67%, pode ser explicada pela alta demanda de atividades inerentes ao perfil de liderança em startups. A dificuldade em agendar entrevistas com profissionais desse setor, devido às suas agendas frequentemente sobrecarregadas, é um desafio comum em pesquisas desse tipo. Para preservar a confidencialidade dos participantes e incentivar a participação, os nomes dos entrevistados e das empresas foram mantidos em sigilo, conforme consentimento prévio. As três primeiras sessões tiveram uma média de duração de 20 minutos cada, enquanto as seguintes foram preenchidas diretamente pelos participantes por meio do Google Survey.

O questionário foi elaborado abrangendo três seções distintas, cada uma abordando aspectos específicos relacionados às startups do setor criativo e aos programas de suporte correspondentes. Na primeira parte, as perguntas destinam-se a obter informações para caracterizar as startups, buscando dados sobre seu segmento de atuação, localização geográfica, estágio de desenvolvimento, tempo de operação, tamanho da equipe, público-alvo e abordagem em relação aos direitos autorais e políticas públicas de inovação.

A segunda parte abordou a tipologia dos instrumentos utilizados pelas startups: (i) Apoio Financeiro, com questões relacionadas a subsídios, empréstimos, incentivos fiscais ou outras formas de suporte financeiro oferecidas às empresas; (ii) Suporte, Capacitação e Networking, buscando informações sobre capacitação, workshops, mentoring e redes de contatos, visando o desenvolvimento e fortalecimento empresarial; e (iii) Infraestrutura, tratando do acesso a espaços físicos, tecnologia, equipamentos e outros recursos que possam influenciar diretamente no funcionamento e crescimento das empresas. Por fim, a terceira parte do questionário explora a perspectiva da indústria criativa brasileira. Esta seção busca compreender a percepção dos respondentes sobre a transparência das políticas de inovação, sugestões de ajustes, estratégias para promover a colaboração entre empresas e instituições de ensino e pesquisa, e aspectos necessários para aprimorar os programas existentes.

3.1 ANÁLISE DO LEVANTAMENTO DAS STARTUPS CRIATIVAS BRASILEIRAS

Para conduzir a coleta de dados primários, realizou-se uma análise da distribuição regional, setorial e do estágio das startups brasileiras da indústria criativa que participaram dos programas públicos de apoio à inovação (Inovativa Brasil, IDEIAZ, Impacto Social e BNDES Garagem) entre 2019 e 2023. A investigação revela que a região Sudeste lidera com 242 empresas (40,13% do total), seguida pelo Sul (192 startups, 31,84%), Nordeste (108 startups, 17,91%), Centro-Oeste (46 startups, 7,63%) e Norte (15 startups, 2,49%), totalizando 603 startups.

O Quadro 7 apresenta os dez estados brasileiros com o maior número de startups criativas, detalhando a quantidade de empresas, a participação percentual em relação ao total nacional e o total geral para cada estado:

Quadro 7- Número e localização das startups do setor criativo apoiadas pelos programas Inovativa Brasil, IDEIAZ, Impacto Social e BNDES Garagem, entre 2019 e 2023

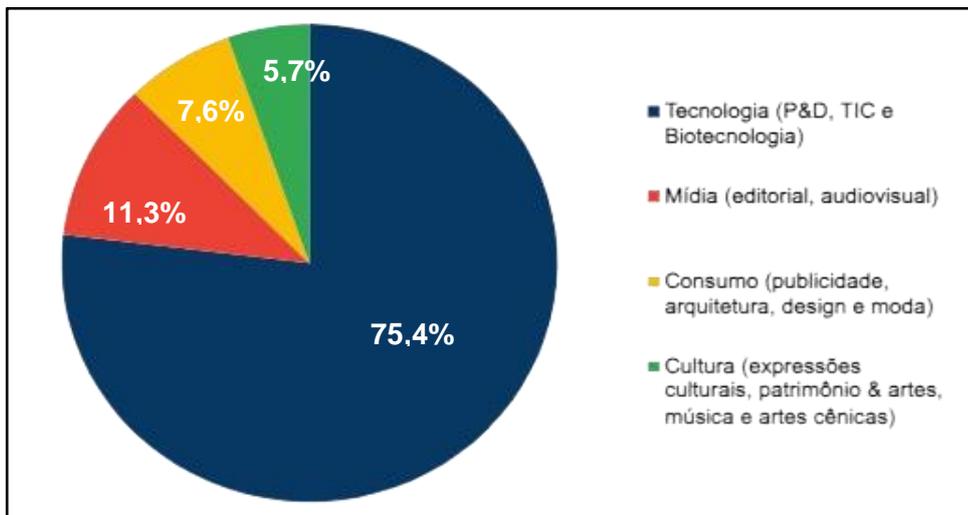
Estado (UF)	Startups	Participação (%)
São Paulo	133	22,05%
Santa Catarina	89	14,76 %
Rio Grande do Sul	53	8,79%
Rio de Janeiro	53	8,79%
Minas Gerais	50	8,29%
Paraná	50	8,29%
Distrito Federal	30	4,97%

Ceará	27	4,48%
Bahia	18	2,98%
Total	503	83,42%
Total Geral	603	100

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Inovativa e BNDES Garagem, 2023.

Os dez estados com maior representatividade concentram 83,42% do total de startups criativas brasileiras apoiadas pelos programas analisados. Há uma predominância dos estados de São Paulo (22,05%) e Santa Catarina (14,76%), que juntos representam 36,81% do total geral de startups da indústria criativa apoiadas. As startups também foram categorizadas em segmentos: Consumo (abrangendo publicidade, arquitetura, design e moda), Mídia (englobando os setores editorial e audiovisual), Cultura (envolvendo expressões culturais, patrimônio e artes, música e artes cênicas) e Tecnologia (compreendendo P&D, Tecnologia da Informação e Comunicação, e Biotecnologia).

Gráfico 1 - Setores Criativos de atuação das startups apoiadas pelos programas analisados (%)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Inovativa e BNDES Garagem, 2023

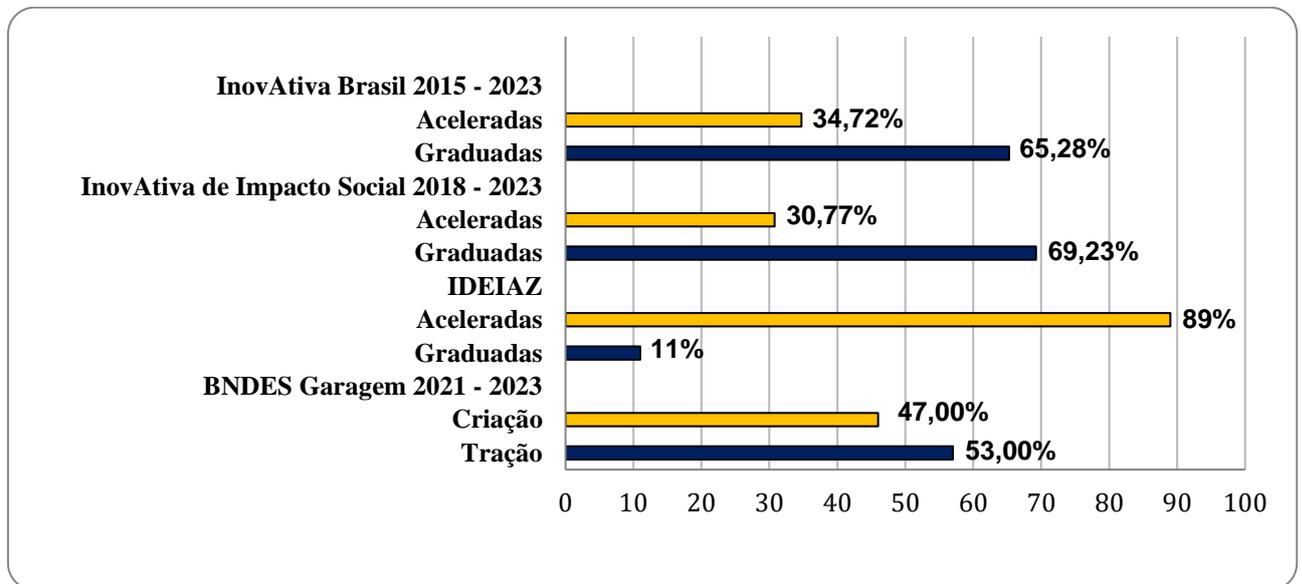
Conforme ilustrado no Gráfico 1, o setor de Tecnologia abriga o maior número de startups analisadas, com 75,4 % dos empreendimentos vinculados a esse segmento. Essa predominância reflete a tendência atual de utilização de aplicativos móveis, software de gerenciamento de dados, plataformas de comunicação online, segurança cibernética, inteligência artificial, realidade aumentada, gamificação, robótica, entre outros, além de investimentos em P&D por meio de experimentos e atividades em laboratórios de Biotecnologia.

Em seguida, o setor de Mídia compreende 11,3% das startups consideradas, denotando que as startups deste estudo estão buscando distribuir, consumir e monetizar conteúdo digital, adaptando-se às mudanças nos padrões de consumo editorial de livros, jornais, revistas e audiovisual na forma de transmissão e distribuição utilizando ferramentas de análise de dados.

O setor de Consumo abrange 7,6% das empresas analisadas, demonstrando a força da publicidade e marketing em atividades de comunicação, pesquisa de mercado e organização de eventos, além de arquitetura (projetos de edificações, paisagens e ambientes, planejamento e conservação) e design gráfico e multimídia. Por fim, o setor Cultural engloba 5,7% das startups examinadas através da democratização do acesso à música, gastronomia e artes cênicas por meio de novas ferramentas de criação.

O Gráfico 2 apresenta o percentual de participação das startups mapeadas nos programas públicos de apoio à inovação. Os três primeiros programas classificam as empresas em dois estágios: as aceleradas, que passam por um processo intensivo de orientação, treinamento, mentoria e, em alguns casos, financiamento; e as graduadas, que já atingiram um estágio de maturidade e independência no mercado. A última iniciativa considera as fases de criação, onde os empreendedores iniciantes desenvolvem e validam seu MVP no mercado, e, posteriormente, a fase de tração, que envolve o refinamento das soluções para acessar a rede de parceiros e investidores (Loy; Aageson, 2018).

Gráfico 2 - Participação das startups criativas nos programas nacionais (%)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Inovativa e BNDES Garagem, 2023.

Os dados apresentam a distribuição percentual das startups do setor criativo que participaram do programa InovAtiva Brasil, divididas em duas fases: aceleradas (34,72%) e graduadas (65,28%). Entre 2018 e 2023, o programa InovAtiva de Impacto Socioambiental recebeu 26 startups nacionais, das quais 30,77% passaram pelo processo de aceleração e 69,23% concluíram o programa com sucesso. No programa IDEIAZ, realizado entre 2015 e 2022, 45 empresas participaram, sendo que 89% delas passaram pelo processo de aceleração e 11% se graduaram com sucesso. Já o programa BNDES Garagem englobou 47 empresas, com 47% delas na fase de ideação e 53% já avançando para a fase de tração.

3.2 ANÁLISE DAS STARTUPS BRASILEIRAS PARTICIPANTES

Esta seção dedica-se a fornecer uma visão abrangente e detalhada, representada no Quadro 8, que apresenta o perfil das empresas participantes da pesquisa de campo, identificadas por códigos alfanuméricos. A amostra é composta por empreendedores e gestores de startups brasileiras, diferenciados por seus papéis na organização. Os empreendedores são

frequentemente líderes máximos e responsáveis pela criação e desenvolvimento do negócio, além da definição das estratégias iniciais, enquanto, os gestores são especialistas em áreas específicas, implementando os planejamentos definidos pelos fundadores e gerenciando as operações diárias.

A análise comparativa entre esses dois grupos permite identificar características e desafios distintivos no contexto do empreendedorismo brasileiro. Além disso, a tabela inclui informações sobre o setor de atuação, a localização geográfica e o estágio de desenvolvimento das startups, proporcionando um panorama abrangente do ecossistema empreendedor criativo.

Quadro 8 - Detalhamento do perfil das empresas entrevistadas

CÓDIGO	ATORES RESPONDENTES	SEGMENTO	REGIÃO	ESTÁGIO
STARTUP 1	EMPREENDEDOR 1	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Sul	Operação
STARTUP 2	EMPREENDEDOR 2	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Nordeste	Validação
STARTUP 3	EMPREENDEDOR 3	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Sul	Operação
STARTUP 4	EMPREENDEDOR 4	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Sul	Ideação/ pré-seed
STARTUP 5	EMPREENDEDOR 5	Mídia (editorial, audiovisual)	Norte	Validação
STARTUP 6	EMPREENDEDOR 6	Consumo (publicidade, arquitetura, design e moda)	Sul	Operação
STARTUP 7	EMPREENDEDOR 7	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Nordeste	Operação
STARTUP 8	GESTOR 1	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Sudeste	Operação
STARTUP 9	GESTOR 2	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Sudeste	Operação
STARTUP 10	EMPREENDEDOR 8	Mídia (editorial, audiovisual)	Sudeste	Scale-Up
STARTUP 11	EMPREENDEDOR 9	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Nordeste	Validação
STARTUP 12	EMPREENDEDOR 10	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Sudeste	Validação
STARTUP 13	EMPREENDEDOR 11	Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)	Sudeste	Validação

Fonte: Elaborado pela autora a partir do questionário

Entre os respondentes, 84,62% são fundadores e 15,38% ocupam cargos de gestão. A grande maioria das startups participantes da pesquisa de campo (76,9%) atua no setor de Tecnologia, 15,4% no segmento de Mídia e 7,7% no de Consumo. Em termos de distribuição geográfica pelo Brasil, 38,5% estão localizadas no Sudeste, 30,8% no Sul, 23,1% no Nordeste e 7,7% no Norte. Quanto ao estágio de desenvolvimento, 46,2% das startups já estão em operação, 38,5% estão em fase de validação, 7,7% estão na fase de ideação e 7,7% na fase de escala.

A seguir, a segunda coluna do Quadro 9 exibe o período de atividade das startups, que, em termos práticos, está relacionado à duração dos processos e procedimentos que criam e facilitam a colaboração entre departamentos, como administrativo, finanças, conformidade, recursos humanos e vendas. É possível observar que a maioria (69,2%) está em funcionamento há 1 a 3 anos, indicando a recente entrada desses empreendedores no setor criativo. Em seguida, um número significativo (23,1%) já está em operação há 3 a 5 anos, demonstrando a consolidação de algumas empresas e a maturidade crescente do setor. Por fim, os players mais experientes, apesar de representarem uma minoria (7,7%), com mais de 5 anos de experiência, são empresas com processos internos consolidados que já ultrapassaram os obstáculos iniciais.

Quadro 9 - Detalhamento do perfil das Startups Participantes em Programas de Incentivo

CÓDIGO	TEMPO DE OPERAÇÃO	Nº COLABORADORES	MODELO DE NEGÓCIO	AUTORIZAÇÃO DE CONTEÚDO	PROGRAMA A ADERIDO	QUALIFICAÇÃO
STARTUP 1	1-3 anos	Menos de 5	B2B	Não se aplica	Programa InovAtiva Brasil	Aceleração
STARTUP 2	1-3 anos	Entre 5 e 10	B2G	Direitos autorais	Programa de Impacto Socioambiental	Aceleração
STARTUP 3	3-5 anos	Menos de 5	B2B e B2B2C	Não se aplica	Programa InovAtiva Brasil	Aceleração
STARTUP 4	1-3 anos	Menos de 5	B2B e B2C	Direito de uso de imagem	IDEIAZ	Graduação
STARTUP 5	1-3 anos	Entre 5 e 10	B2C, B2B2C e Artistas e Criadores Independentes	Direitos autorais, Direitos conexos, Direito de uso de imagem, Direito de uso de voz, Licença para uso de vídeo e Licença para uso de imagem	Programa InovAtiva Brasil	Graduação
STARTUP 6	1-3 anos	Entre 5 e 10	B2B2C	Direito de uso de imagem	Programa InovAtiva Brasil	Incubação

STARTUP 7	3-5 anos	Menos de 5	B2B e B2C	Direitos autorais	BNDES Garagem	Graduação
STARTUP 8	3-5 anos	Entre 5 e 10	B2B, B2C, B2G, P2P, Artistas e Criadores Independentes e Plataformas e Agências Criativas	Direitos autorais, Direito de uso de imagem, Direito de uso de voz, Licença para uso de vídeo e Licença para uso de imagem	Programa InovAtiva Brasil	Graduação
STARTUP 9	1-3 anos	Menos de 5	B2B2C	Direitos autorais, Direito de uso de imagem e Licença para uso de imagem	Programa de Impacto Socioambiental	Aceleração
STARTUP 10	Mais de 5 anos	Entre 5 e 10	B2B	Direitos autorais; Direito de uso de voz; Licença para uso de vídeo e Licença para uso de imagem	Programa InovAtiva Brasil	Graduação
STARTUP 11	1-3 anos	Menos de 5	B2B e B2C	Não se aplica	Programa InovAtiva Brasil	Graduação
STARTUP 12	1-3 anos	Entre 5 e 10	B2B (Empresas para Empresas)	Não se aplica	Programa BNDES Garagem	Aceleração
STARTUP 13	1-3 anos	Entre 5 e 10	B2G e B2B2C	Direitos autorais	Programa BNDES Garagem	Aceleração

Fonte: Elaborado pela autora a partir do questionário

Em relação ao tamanho da equipe, há uma divisão clara: 53,8% das equipes têm entre 5 e 10 colaboradores, indicando um crescimento gradual à medida que buscam expandir suas operações. Por outro lado, 46,2% das equipes têm menos de 5 membros, sugerindo uma estrutura mais enxuta e flexível. Essas composições refletem diferentes necessidades operacionais e ressaltam a capacidade das equipes menores de manter agilidade e colaboração, enquanto as equipes maiores buscam maior capacidade de execução e especialização.

O modelo de negócio se caracteriza por um plano comercial com a função de gerar receitas para as empresas, podendo variar significativamente dependendo da indústria e do mercado-alvo. Essa estruturação tem a finalidade de atrair clientes e investidores. As empresas puderam assinalar todas as abordagens em que seus negócios atuam, como B2B (Empresas para Empresas), B2C (Empresas para Consumidores), C2C (Consumidores para Consumidores), B2G (Empresas para Governo), P2P (Pessoa para Pessoa), e B2B2C (Empresas para Empresas

e Consumidores), além de opções como Artistas e Criadores Independentes e Plataformas e Agências Criativas. Cada uma dessas opções permite que as empresas adaptem seu modelo às suas necessidades e objetivos específicos.

A investigação exhibe um panorama interessante: o formato B2B é adotado por aproximadamente 61,5% dos participantes. Nesse caso, as startups vendem diretamente para outras empresas, podendo negociar, por exemplo, softwares de gestão empresarial, serviços de consultoria, fornecedores de matéria-prima para outras indústrias, entre outros.

A estrutura B2C atende diretamente aos consumidores finais, com serviços e produtos como plataformas de streaming, aplicativos de edição de fotos e vídeos, lojas online de produtos criativos e cursos online. 38,5% das empresas respondentes se encaixam nesse modelo.

O modelo B2B2C corresponde a 38,5%, incorporando tanto empresas quanto consumidores finais. Entre os principais serviços citados estão soluções para gerenciamento de redes sociais na criação de conteúdo de engajamento, aplicações para criação de sites e *landing pages*, e serviços de marketing de conteúdo.

A modalidade B2G atende às demandas do setor público da indústria criativa, abrangendo soluções digitais para o ensino de artes, cultura e habilidades criativas; aplicativos de cidades inteligentes e sustentáveis; e programas de incentivo à cultura que apoiam artistas, produtores culturais e empresas criativas através de financiamentos, subsídios e leis de incentivo, resultando em 23,1% de adesão.

A categoria P2P busca conectar indivíduos que têm o mesmo interesse facilitando a troca de recursos, como as plataformas de *crowdfunding* que ajudam os artistas e criadores de conteúdo a obterem fundos para seus projetos através de doações do público, aplicativos que auxiliam freelancers com clientes que buscam serviços de design, escrita, marketing e espaços virtuais onde artistas e profissionais da indústria criativa compartilham ideias para desenvolvimento de projetos, representando 7,7% do total.

É importante esclarecer que, neste caso, a soma dos percentuais ultrapassa 100% porque as empresas podem estar engajadas em mais de um modelo de negócio simultaneamente. Por exemplo, uma empresa pode operar tanto no modelo B2B quanto no B2C, e talvez também no B2B2C. Dessa forma, a porcentagem representa a participação de cada abordagem entre as empresas, e não a divisão exclusiva de empresas em cada modelo.

Em relação à análise de adesão aos programas, o InovAtiva Brasil se destaca, atraindo 53,85% dos participantes. Esse percentual expressivo pode ser atribuído à sua reputação consolidada e ao alcance nacional, tornando-o a opção mais popular. Outro programa com alta demanda é o BNDES Garagem, com 23,08% de adesão. O InovAtiva de Impacto Socioambiental registrou uma participação de 15,38%, com os beneficiários enxergando nesta iniciativa uma oportunidade para desenvolver e expandir suas ações, agregando valor não apenas aos seus produtos ou serviços, mas também à comunidade em geral. Por fim, o IDEIAZ teve uma adesão mais modesta, com apenas 7,69% das empresas participando.

Quanto à autorização de conteúdo, intrinsecamente ligada à proteção da propriedade intelectual (PI), constitui um mecanismo determinante para que empresas e indivíduos capturem o valor econômico gerado por suas criações intelectuais, as quais abrangem desde invenções e obras artísticas até símbolos e marcas. Ao garantir direitos exclusivos sobre suas propriedades intelectuais, os titulares podem fomentar a inovação, facilitar colaborações e atrair investimentos.

No entanto, a gestão inadequada dos direitos de propriedade intelectual pode acarretar consequências negativas. A imposição de restrições excessivas à transferência de tecnologia, por exemplo, pode inibir a disseminação do conhecimento e a criação de sinergias entre diferentes atores do mercado. Similarmente, um regime de proteção intelectual excessivamente rigoroso pode desencorajar o investimento estrangeiro direto, ao aumentar os custos de entrada e os riscos associados à exploração de tecnologias e mercados locais.

Nesse ponto, o estudo revelou diversas abordagens para a salvaguarda das criações pelos beneficiários. Ao analisar os resultados, observa-se que 53,8% dos negócios priorizam os direitos autorais, como o desenvolvimento de conteúdo original provenientes de músicas, textos, imagens e software, o que viabiliza sua monetização. Ao passo que o direito de uso de imagem é aplicável a 38,5% das startups que trabalham com fotografia, vídeo ou mídia visual, permitindo o uso de imagens de indivíduos em suas criações através de acordos de consentimentos. O direito de uso de voz é aderido por 23,1% dos empreendimentos, sendo aplicado para aquelas que atuam com áudio ou mídia sonora necessitando também da permissão de indivíduos em suas produções, como gravações de podcast, narrações ou jingles publicitários. As licenças de vídeo e imagem figuram como medidas adotadas por 23,1% dos participantes da pesquisa, possibilitando o uso de conteúdo criado por terceiros de acordo com os termos estabelecidos nos contratos de licenciamento em diversas aplicações como redes sociais, sites, marketing e outros. É importante mencionar que os empreendimentos podem combinar diversas dessas estratégias, o que explica a soma dos percentuais superior a 100%.

Sobre o estágio de qualificação que as startups atingiram durante a participação nos programas, os resultados mostram que 46,15% alcançaram a graduação, o que indica que possuem um nível de maturidade, isto é, validaram seus processos e estão prontas para gerar receitas ou buscar capital de investimento. Enquanto, 46,15% finalizaram na fase de aceleração, encontrando-se em um estágio intermediário de desenvolvimento, refinando suas propostas de valor e escalando suas operações e 7,69% delas estão em incubação, dedicadas a validar suas ideias através do MVP e buscando entender melhor seu mercado-alvo e suas necessidades.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção tem como objetivo analisar aprofundadamente os programas de apoio a startups criativas no Brasil, com foco em suas características, impactos e na percepção dos participantes, para isso, foram analisados os programas Inovativa Brasil, IDEIAZ, Impacto Social e BNDES Garagem, utilizando como referência a Tipologia de Instrumentos de Apoio às Startups. Ao comparar startups em estágio de graduação com aquelas em aceleração, evidenciam-se nuances significativas em suas necessidades e percepções.

As startups em fase inicial de desenvolvimento demandam principalmente orientação, acesso ao conhecimento e networking para validar suas ideias e compreender o mercado. Já as startups em aceleração buscam suporte mais especializado, com foco em mentorias avançadas, parcerias estratégicas e acesso a capital para escalar seus negócios e aumentar sua competitividade. Os modelos de negócio também se diferenciam entre os dois grupos. Startups em graduação tendem a apresentar maior flexibilidade, explorando diversas abordagens e ajustando suas estratégias com base em feedback e novas informações. Por outro lado, as startups em aceleração possuem modelos de negócio mais definidos e direcionam seus esforços para a otimização e escalabilidade, buscando a eficiência operacional e a expansão do mercado.

Os desafios enfrentados por cada grupo também são distintos. Startups em graduação lidam com a falta de experiência, acesso limitado a recursos e a necessidade de validar suas ideias no mercado. Em contrapartida, as startups em aceleração enfrentam questões mais complexas, como escalabilidade, gestão financeira e competitividade, a análise comparativa revela uma evolução natural na maturidade das startups ao longo do processo de desenvolvimento. À medida que avançam de um estágio para outro, as startups demonstram uma compreensão mais sofisticada das dinâmicas do mercado, adaptam seus modelos de negócio e aprimoram suas estratégias de crescimento. Essa evolução se reflete nas demandas por suporte, que se tornam mais específicas e direcionadas a cada etapa do desenvolvimento.

Os resultados da pesquisa apresentam nuances da importância de programas de apoio mais personalizados e flexíveis, que consigam atender as demandas específicas de startups em

diferentes fases. A oferta de serviços e recursos precisa ser adaptada às particularidades de cada grupo, a fim de potencializar o impacto das iniciativas de apoio e promover o crescimento sustentável do ecossistema de inovação na indústria criativa.

4.1 CONFORME A TIPOLOGIA DE INSTRUMENTOS DE APOIO ÀS STARTUPS

No **aspecto financeiro**, apesar de 53,8% dos participantes considerarem as informações sobre financiamento nos programas satisfatórias, há espaço para melhorar a comunicação e a transparência, segundo 46,2% dos entrevistados.

Quanto à flexibilidade dos instrumentos financeiros, 30,8% dos respondentes entendem que esses instrumentos não estão adequados às necessidades das startups criativas, bem como aos estágios em que se encontram. Por outro lado, apenas 23% os consideram adequados, e uma parcela significativa dos respondentes, 46,2%, mantém uma visão neutra sobre o assunto.

Sobre a atual concessão de subsídios, 61,5% dos entrevistados relatam dificuldades em acessar fundos não reembolsáveis, em contraste, 7,7% estão satisfeitos com o processo atual, enquanto 30,8% se mantêm neutros.

No que tange à transparência e facilidade de acesso aos fundos públicos de co-investimento, 30% dos participantes consideram o processo complexo e pouco acessível. Por outro lado, apenas 15,4% o avaliaram como simples e acessível. A maioria, 53,8%, mantém uma visão neutra. Sobre a equidade e benefícios dos termos dos programas, 30,8% discordam significativamente das condições oferecidas para investimentos em startups criativas. Apenas 15,4% concordam com os termos, e 53,8% permanecem neutros.

Quanto à oferta de **suporte e capacitação** aos beneficiários dos programas, os resultados da pesquisa evidenciam uma alta valorização por parte dos participantes, um expressivo percentual de 77% dos envolvidos destacam o peso das capacitações para o desenvolvimento de habilidades estratégicas, demonstrando a compreensão da necessidade de aprendizado contínuo e aprimoramento de competências para o sucesso de seus empreendimentos. Corroborando esses resultados, as sessões de mentoria também se mostraram eficazes no desenvolvimento profissional dos participantes, com mais da metade dos entrevistados relatando o valor da orientação personalizada para superar desafios específicos do setor.

No quesito da interconexão entre empreendedores e investidores, fundos, aceleradoras e grandes corporações, as perspectivas são diversas. Cerca de 46,2% não percebem essas iniciativas como impulsionadoras de oportunidades, indicando que podem haver limitações na implementação ou na concepção das ações. Por outro lado, 38,5% concordam que tais interações têm um impacto positivo na expansão dos seus mercados. Enquanto isso, 15,3% mantêm uma postura neutra em relação ao assunto.

A formação de parcerias estratégicas e colaborações de longo prazo parece ser uma área que pode ser aprimorada, uma vez que mais da metade, representando 53,9%, não acredita que os programas ofereçam suporte adequado nesse aspecto. Por outro lado, 38,5% acreditam que sim, enquanto 7,6% mantêm uma posição neutra. As opiniões sobre a realização de eventos para promover a visibilidade e o reconhecimento das startups são: 46,2% acreditam que os benefícios são significativos, enquanto 38,5% mantêm uma posição neutra e apenas 15,3% discordam da efetividade dessas iniciativas.

Quando se trata de **infraestrutura**, as instalações físicas fornecidas pelo programa, como espaços de coworking e laboratórios, são consideradas adequadas para promover a inovação e o desenvolvimento por apenas 38,5% dos participantes. Em contraste, 15,4% discordam dessa avaliação, enquanto a maioria, 46,1%, mantém uma opinião neutra. A implementação de iniciativas em parceria com parques tecnológicos é vista como benéfica por

69,2% dos participantes, que acreditam que esses espaços são excelentes para o intercâmbio de informações entre empresas e para a redução de custos.

A análise dos dados revelou uma percepção positiva, embora não unânime, sobre o papel dos recursos e da infraestrutura tecnológica na avaliação do programa, enquanto 61,5% dos participantes concordaram plenamente com as vantagens proporcionadas por esses elementos (como espaços de coworking, acesso a ferramentas e softwares, e credenciais em nuvem), uma parcela considerável, 30,8%, manteve uma postura neutra, sugerindo a necessidade de aprofundar a investigação sobre a importância relativa desses recursos. Por fim, a parceria com instituições de pesquisa é vista de forma positiva, com 46,2% concordando totalmente que contribui para o acesso a recursos tecnológicos avançados e conhecimento especializado. Ainda assim, existe uma parcela significativa de 38,5% de neutralidade, sugerindo que há espaço para melhorias na percepção da eficácia dessas parcerias.

4.2 SETOR DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA: PERCEPÇÕES E DEMANDAS

Com a função de identificar a percepção dos respondentes sobre a adequação dos programas de inovação às necessidades do setor criativo, a pesquisa investigou a inteligibilidade da comunicação e implementação dessas políticas. Os resultados revelaram uma divergência de opiniões: 38,4% dos participantes adotaram uma posição neutra, enquanto 30,8% concordaram e 30,8% discordaram que os programas, em seus formatos atuais, atendem às especificidades do setor. Esses dados sugerem que existe um espaço para melhorias na comunicação e design desses programas, a fim de garantir que eles sejam mais eficazes em atender às demandas do setor criativo.

Na avaliação dos ajustes necessários para atender às demandas específicas das empresas dos segmentos da indústria criativa, quase todos os participantes consideraram os programas de capacitação e os auxílios financeiros como indispensáveis. Cerca de 53,8% expressaram a necessidade de um maior foco em financiamento e recursos, enquanto 23,1% enfatizaram a ampliação do acesso às mentoras especializadas. Além disso, 15,4% mencionaram a importância de incentivos fiscais mais robustos, e 7,7% permaneceram neutros.

Quando questionados sobre os aspectos mais importantes para os programas de suporte a startups criativas, os participantes destacaram principalmente: mentoria especializada (69,2%), apoio financeiro (69,2%) e desenvolvimento de parcerias estratégicas (53,8%), a possibilidade de múltiplas escolhas justifica a soma dos percentuais superior a 100%, evidenciando a magnitude dessas áreas para o sucesso das startups do setor criativo

A seguir, são apresentados os aspectos necessários para aprimorar cada programa, considerando a perspectiva dos participantes que os adotaram. No caso do programa **InovAtiva de Impacto Socioambiental**, os participantes enfatizaram a necessidade de mentores para auxiliar no desenvolvimento das habilidades táticas dos integrantes das startups. Além disso, o acesso a financiamento e/ou fundos de investimento foi destacado como fundamental para o crescimento e a sustentabilidade dos empreendimentos, conforme expresso pelo empreendedor 2.

Mentores que ajudem a desenvolver as habilidades dos membros da startup e mais acesso a financiamento e/ou fundos de investimento (Empreendedor 2).

Outra experiência que expressa a necessidade do recurso financeiro é realizada:

Mais investimentos e recursos disponíveis para startups (Gestor 2).

No que tange ao **Programa InovAtiva Brasil**, também é notável que os atores priorizam o acesso a capital, conforme mencionado por dois empreendedores:

Facilitar o acesso a recursos financeiros (sejam investimentos ou incentivos fiscais) assim como apoiar uma entrada mais sólida no mercado (Empreendedor 3).

Permitir e facilitar o acesso a recursos financeiros (Empreendedor 9).

A exclusão de determinados grupos demográficos, como mulheres negras da região Norte, também foi evidenciada. Além de dificuldades em acessar programas, esses grupos enfrentam desafios estruturais, como a distribuição limitada de obras no setor audiovisual. Uma empreendedora relatou que a falta de interesse em propostas inclusivas contribui para um mercado desigual:

Sinto que a mulher parda e da região norte não tem vez, todos os programas que participei nunca houve interesse real em escutar a nossa proposta tão importante para a economia criativa. O maior problema da economia criativa do setor audiovisual cinematográfico é a distribuição das suas obras para monetizá-las e promover-lhes em um ambiente segmentado e ao oferecer ao público uma outra forma de entretenimento, conscientização, através de uma startup como a nossa por exemplo, que promove a inclusão e a diversidade e preenche uma grande lacuna que existe no mercado. Os recursos chegam com mais facilidade para grandes empresas e nosso setor de distribuição de conteúdo audiovisual independente é esquecido [...] (Empreendedor 5).

O empreendedor 6 destacou a falta de engajamento ativo dos participantes do programa. Para que as próximas edições sejam ainda mais eficazes, é fundamental revisar o processo de seleção das empresas beneficiárias. Uma filtragem mais rigorosa dos candidatos, com critérios de seleção mais claros e objetivos, pode garantir que apenas empresas com alto potencial de crescimento e comprometimento com o programa sejam selecionadas. Dessa forma, todos os participantes poderão aproveitar ao máximo as oportunidades oferecidas e contribuir para o sucesso do programa:

Cada pessoa tem uma interpretação diferente ao entrar no programa. Uns pensam que vão ficar sentados e a empresa vai começar a andar sozinha, outros sabem que tem que ir atrás das respostas o mais rápido possível. Eu diria que precisaria ter um filtro maior das empresas participantes para ter sempre empreendedores engajados no programa (Empreendedor 6).

O gestor 1 propõe que o programa inclua o blockchain e práticas descentralizadas como tecnologias chave para transformar e fortalecer o ecossistema empresarial, especialmente no setor criativo.

Se o ponto é economia criativa vejo que adoção da web3 é essencial (propriedade privada, venda de ativos partilhados, venda escalável com metaverso e outras realidades, acesso a financiamento descentralizado) - fora o DREX que toda startup precisa implementar com pagamento (Gestor 1).

No caso do **programa IDEIAZ**, foi mencionado a relevância da interação das mentorias

Mais prática e mentorias individuais (Empreendedor 4).

Na perspectiva do participante, a metodologia utilizada no presente momento pode ser alterada para uma técnica mais *hands on* (mão na massa), em vez de apenas conselhos ou orientação teórica, enquanto, o suporte da mentoria individual pode ser otimizado aumentando a frequência dos encontros e direcionando as reuniões para atender às necessidades específicas de cada negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: DESAFIOS E RECOMENDAÇÕES

Embora os resultados desta pesquisa indiquem a existência de barreiras significativas ao acesso de startups criativas a programas de apoio no Brasil, é importante ressaltar que a amostra utilizada foi limitada e isso impacta na generalização dos resultados para todo o território nacional e para diferentes segmentos da economia criativa. No entanto, os achados preliminares apontam para a necessidade de aprofundar a investigação sobre as especificidades

das dificuldades enfrentadas por essas empresas, especialmente no que diz respeito à inadequação dos instrumentos financeiros, à fragmentação do ecossistema de inovação e à falta de critérios claros e objetivos nos processos seletivos. Além disso, a subrepresentação de grupos minoritários nos programas de apoio evidencia a urgência de políticas públicas mais inclusivas. Desta forma, futuras pesquisas com amostras maiores e mais diversificadas poderão contribuir para uma compreensão mais aprofundada das dinâmicas que influenciam o acesso de startups criativas a programas de apoio e, conseqüentemente, para o desenvolvimento de políticas públicas mais eficazes.

No caso do programa BNDES Garagem, uma possível expansão do portfólio incluiria a oferta de linhas de crédito específicas para startups em diferentes estágios de desenvolvimento, como seed, pre-seed e scale-ups. Essa segmentação poderia ajudar a mitigar riscos e otimizar o retorno dos recursos públicos. A adoção de modelos de financiamento híbridos, que combinem recursos não reembolsáveis (subvenções) com recursos reembolsáveis (empréstimos), seria uma alternativa interessante, permitindo atender startups em várias fases de crescimento. Além disso, a implementação de mecanismos de pagamento por resultados, com base em metas pré-estabelecidas, poderia incentivar maior eficiência e promover melhores resultados.

No contexto estratégico da economia criativa, programas como InovAtiva Brasil, InovAtiva de Impacto e IDEIAZ têm o potencial de oferecer apoio direcionado ao setor expandindo os serviços com a criação de laboratórios e prototipagem utilizando tecnologias avançadas, residências criativas para fomentar a produção artística, e parcerias com agentes culturais e empresas do setor. Além disso, intensificar a promoção de festivais de inovação, apoiar a captação de patrocínios e financiamento cultural, e promover a integração com plataformas de distribuição digital pode fortalecer a comercialização e o desenvolvimento de produtos criativos, bem como, a implementação de um programa de aceleração direcionado a startups criativas em estágio inicial pode, por sua vez, impulsionar significativamente o crescimento do segmento.

Recomenda-se a implementação de um portal online unificado, resultado de uma parceria entre o MDIC e o Ministério da Cultura, para centralizar informações sobre políticas de inovação voltadas para startups do setor criativo, com ênfase na inclusão e na diversidade de grupos minoritários em todo o país. Este portal poderia fornecer um compêndio abrangente sobre investimentos e financiamento, detalhando os instrumentos financeiros disponíveis, como linhas de crédito, investimentos de capital de risco e programas de subsídios. Por fim, seria importante o uso de um sistema de monitoramento que os formuladores possam avaliar o impacto das políticas, com base em indicadores-chave de desempenho que analisem a satisfação dos participantes e a eficácia das iniciativas.

REFERÊNCIAS

AUDRETSCH, David; COLOMBELLI, Alessandra; GRILLI, Luca; MINOLA, Tommaso; RASMUSSEN, Einar. **Innovative start-ups and policy initiatives**. Bloomington, Indiana: O'Neill School of Environmental & Public Affairs, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.104027>. Acesso em: 10 nov. 2024.

AMABILE, Teresa M. Beyond talent: John Irving and the passionate craft of creativity. **American psychologist**, Washington, v. 56, n. 4, p. 333, 2001.

BAKHSI, H. CUNNINGHAM, S.; MATEOS-GARCIA, J. **Creative Industries: Public Policy for the Creative Industries**. In: JONES, C.; LORENZEN, M.; SAPSED, J. (Eds.). *Policy and Development*. 6. ed. [S.l.]: Sage Publications, 2015. p. 465-485.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; PINA E CUNHA, Miguel. Indústrias criativas: Definição, limites e possibilidades. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, Maringá, v.13, n.2, p. 336-357, 2009.

BITTENCOURT, Pablo F.; RAUEN, André T. Políticas de inovação: racionalidade, instrumentos e coordenação. *In*: RAPINI, Márcia S.; RUFFONI, Janaina; SILVA, Leandro A.; ALBUQUERQUE, Eduardo da M. (orgs.). **Economia da ciência, tecnologia e inovação: fundamentos teóricos e a economia global**. 2 ed. Belo Horizonte: FACE – UFMG, 2021.

BORRÁS, S.; EDQUIST, C. **The Choice of Innovation Policy Instruments**. Department of Business and Politics, Lund: Copenhagen Business School, Denmark; CIRCLE, Lund University, 2013. (Paper no. 2013/04.).

BLANK, S.; DORF, Bob. **Startup: manual do empreendedor**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

BNDES Garagem. **Negócios de Impacto**. Rio de Janeiro, [S.d.]. Disponível em: <https://garagem.bndes.gov.br/home/index.html#programa>. Acesso em: 30 dez. 2023.

BUETTGEN, Jackson. **Economia Criativa: inovação, cultura, tecnologia e desenvolvimento**. Curitiba: Juruá, 2015.

CHOI, S.-K.; HAN, S.; KWAK, K.-T. Innovation Capabilities and the Performance of Start-Ups in Korea: The Role of Government Support Policies. **Sustainability**, [S.l.], v. 13, p. 6009, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su13116009>. Acesso em: 10 jan. 2024.

COHEN, S.; HOCHBERG, Y. **Accelerating startups: the seed accelerator phenomenon**. 30 mar. 2014. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2418000. Acesso em: 5 maio. 2024.

CORCINO, K. F. *et al.* Impacto da educação financeira na motivação empreendedora de micros e pequenos empreendedores em Camaragibe - PE. **Research, Society and Development**, São Paulo, v. 11, n. 17, p. 1-14, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/38418>. Acesso em: 5 mai. 2024.

EDLER, J.; CUNNINGHAM, P.; GÖK, A.; SHAPIRA, P. **Impacts of innovation policy: synthesis and conclusion**. London, 2013. (Nesta Working Paper n. 13/21) Disponível em: https://pure.manchester.ac.uk/ws/portalfiles/portal/33172043/FULL_TEXT.PDF. Acesso em: 5 mai. 2024.

EDLER, J. **Demand, public procurement and transformation**. Karlsruhe: Fraunhofer ISI, May 2023. (Discussion Papers Innovation Systems and Policy Analysis n. 79). Disponível em: <https://publica.fraunhofer.de/entities/publication/677e5da4-f3e1-4201-bf19-526576910b26>. Acesso em: 5 mai. 2024.

FREEMAN, Chris. **Technology policy and economic performance: lessons from Japan**. Londres: Pinter Publishers, 1987.

FISCHER, M. Innovation, knowledge creation and systems of innovation. **Annals of Regional Science**, [S.l.], v. 35, n. 2, p. 199-216, 2001.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://appsext.firjan.com.br/economiacriativa/pages/release.aspx#:~:text=A%20Firjan%20di%20vide%20o%20Mapeamento,de%2085%25%20dos%20v%C3%ADnculos%20empregat%C3%ADci>. Acesso em: 1 mar. 2024.

JUNG, C. F. FRANK, A. G. CATEN. C. S. T. **Fatores de Bloqueio à Criatividade em Pesquisadores de um Pólo de Inovação Tecnológica a partir de uma perspectiva macroeconômica**. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE ENGENHARIA INDUSTRIAL E GESTÃO DE OPERAÇÕES, 16., 2010, São Carlos. **Anais [...]**. São Carlos. 2010.

GALUK, Mariana Bianchini *et al.* Innovation in creative economy micro-enterprises: a multiple case study. **RAM.Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 17, n. 5, p. 166-187, 2016.

IDEIAZ. **Ideiaz Powered by InovAtiva**. [S.d.]. Disponível em: <https://www.inovativa.online/powered-by/ideiaz/>. Acesso em: 2 jan. 2024.

INOVATIVA. **Hub de Empreendedorismo e Inovação**. [S.d.]. Disponível em: <https://www.inovativa.online>. Acesso em: 15 set. 2023.

INOVATIVA BRASIL. **História do Inovativa**. [S.d.]. Disponível em: <https://www.inovativa.online/historia-do-inovativa>. Acesso em: 15 set. 2023.

INOVATIVA DE IMPACTO. **O que o InovAtiva de Impacto oferece**. [S.d.]. Disponível em: <https://www.inovativa.online/inovativa-impacto>. Acesso em: 2 jan. 2024.

SCHOT, J.; STEINMUELLER, W. E. Three frames for innovation policy: R&D, systems of innovation and transformative change. **Research Policy**, [S.l.], v. 47, n. 9, p. 1554–1567, 1 nov. 2018.

SUTTON, Stanley M. The Role of Process in a Software Start-up. **IEEE Software**, v. 17, n. 4, p. 33–39, July 2000. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/854066>. Acesso em: 07 mar. 2024.

LIMA, Luciana Leite; ROSA, Júlia Gabriele Lima da. Políticas Públicas da Cultura e Indústrias Criativas. In: MILAN, M.; MÖLLER, G.; WOBETO, D. (org.) **Aspectos institucionais e tecnológicos da cultura e da criatividade**: políticas, normas legais, direitos de propriedade e mudanças econômicas. Porto Alegre: UFRGS; Itaú Cultural, 2022.

LOY, A.; AAGESON, T. **Creative Economy Entrepreneurs: From Startup to Success**; How Entrepreneurs in the Creative Industries are Transforming the Global Economy. [S.l.]: Creative Startups, 2018. Kindle Edition.

MALIARCHUK, Olha H. Business incubation and acceleration process: theoretical foundation. **Strategy of Economic Development of Ukraine**, Kiev, v. 49, p. 21-33,

2021. Disponível em: <https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=3625143>. Acesso em 07 mar. 2024.

MAO, S. C. **Políticas Públicas de Apoio a Startups**. 2020. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Mestrado Profissional em Governança e Desenvolvimento, Escola Nacional de Administração Pública, Brasília, 2020.

MAZZUCATO, Mariana. **The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths**. London: Anthem Press, 2013.

NIWA, T. H. Inovação e empreendedorismo à luz de teorias de políticas públicas. **Revista de Políticas Públicas**, São Luís, v. 21, n. 2, p. 855-873, 2017.

ORTEGA, Sam. **The social impact of the creative economy**. Denver, 2023. Disponível em: <https://cvsuite.org/2023/06/14/the-social-impact-of-the-creative-economy/>. Acesso em: 12 nov. 2024.

PAUWELS, Charlotte; CLARYSSE, Bart; WRIGHT, Mike; VAN HOVE, Jonas. Understanding a new generation incubation model: The accelerator. **Technovation**, [S.l.], v. 50, p. 13-24, out. 2015. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0166497215000644>. Acesso em 07 mai. 2024.

POTTS, Jason; CUNNINGHAM, Stuart. Four models of the creative industries. **International Journal of Cultural Policy**, Abingdon, v. 14, n. 3, p. 233-247, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10286630802281780>. Acesso em: 15 mar. 2024.

PRATT, Andy C. Creative cities: the cultural industries and the creative class. **Geografiska annaler: series B, human geography**, v. 90, n. 2, p. 107-117, 2008.

RIES, Eric. **The Lean Startup**. New York: Crown Business, 2011.

RONCARATTI, L. S. Incentivos a Startups no Brasil: os casos do Startup Brasil, InovAtiva e InovApps. In: CAVALCANTE, P. *et al.* (Orgs.). **Inovação no setor público: teoria, tendências e casos no Brasil**. Brasília: Enap; Ipea, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/8800>. Acesso em: 15 mar. 2024.

ROTHWELL, R. The difficulties of national innovation policies. In: MACDONALD, S.; LAMBERTON, D.; MANDEVILLE, T. (Eds). **The trouble with technology**. London: Frances Pinter, 1983.

WILKINSON, A. **An Assessment of Productivity Indicators for the Creative Industries**. London: DCMS, 2007.

ZUCOLOTO, G. F.; NOGUEIRA, M. O. Inovação nas inovações ou mais do mesmo? O papel do BNDES no apoio ao desenvolvimento tecnológico. In: TURCHI, L. M.; MORAIS, J. M. de. (Org.). **Políticas de apoio à inovação tecnológica no Brasil: avanços recentes, limitações e propostas de ações**. Brasília-DF: Ipea, 2017. p. 197-232.

APÊNDICE A - Questionário sobre as startups da Indústria Criativa Brasileira: O papel das políticas de inovação

Prezado(a), espero encontrá-lo (la) bem,

Me chamo Carla Sampaio, sou mestranda do curso de Economia e Política da Cultura e Indústrias Criativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Para a realização do trabalho final de curso, estou dedicada à pesquisa sobre as políticas de inovação no contexto das startups brasileiras na Indústria Criativa. Busco compreender de que maneira essas políticas impactam o crescimento e a sustentabilidade das startups, levando em conta a dinâmica singular desse setor.

Nessa direção, te convido a responder um questionário sobre o tema. Minha pesquisa tem como público-alvo: gestores de incubadoras e aceleradoras, investidores e profissionais que atuam diretamente nessas empresas, em especial os sócios, gestores de inovação e diretores criativos.

Leia cuidadosamente cada questão e preencha com a resposta que estiver mais próxima da sua realidade. A pesquisa exige no máximo 10 minutos do seu tempo. Sua contribuição é muito valiosa para este estudo inédito no setor criativo. Caso queira indicar alguma pessoa que possa participar desta pesquisa será de grande auxílio.

Esclareço que as informações coletadas serão tratadas no agregado e não de forma individual. Os nomes das empresas serão resguardados.

Fico à disposição para qualquer esclarecimento necessário.

Se concordar em participar, dirija-se à seção de perguntas na opção "Próxima"

Parte I: Informações Gerais sobre as Startups das Indústrias Criativas

a. Qual é o nome da sua startup? *

b. Com base no mapeamento da Firjan, qual segmento sua startup ocupa na indústria criativa? *

- () Consumo (publicidade, arquitetura, design e moda)
- () Mídia (editorial, audiovisual)

- Cultura (expressões culturais, patrimônio & artes, música e artes cênicas)
- Tecnologia (P&D, TIC e Biotecnologia)

c. Em qual região do Brasil está localizada sua startup? *

- Norte
- Nordeste
- Centro-Oeste
- Sudeste
- Sul

d. Qual é o estágio da sua startup? *

- Ideação
- Operação
- Tração
- Escala

e. Há quanto tempo sua startup está operando? *

- Menos de 1 ano
- 1-3 anos
- 3-5 anos
- Mais de 5 anos

f. Quantas pessoas compõem a equipe da sua startup? *

- Menos de 5
- Entre 5 e 10
- Entre 10 e 20
- Mais de 20

g. Para quem você vende? (mais de uma opção pode ser assinalada) *

- B2B (Empresas para Empresas)
- B2C (Empresas para Consumidores)
- C2C (Consumidores para Consumidores)
- B2G (Empresas para Governo)
- P2P (Pessoa para Pessoa)
- B2B2C (Empresas para Empresas e Consumidores)
- Artistas e Criadores Independentes
- Plataformas e Agências Criativas
- Outros: _____

h. No que diz respeito à autorização de conteúdo, como sua startup aborda a salvaguarda de suas criações na Indústria Criativa? *

- Direitos autorais
- Direitos conexos
- Direito de uso de imagem
- Direito de uso de voz
- Licença para uso de vídeo
- Licença para uso de imagem
- Não se aplica

i. A sua startup participa ou já participou de programas relacionados às políticas públicas de inovação direcionadas às startups nas indústrias criativas do Brasil? Em caso afirmativo, por favor, selecione a opção correspondente. Se nunca participou de qualquer política dessa natureza, descreva o motivo em "Outro" (Assinale apenas uma opção) : *

- Inovativa Brasil
- InovAtiva de Impacto
- Programa IDEIAZ
- BNDES Garagem
- Participou de outro programa não citado.
- Outro _____

Parte II. Conhecimentos alinhados à Tipologia dos instrumentos da política de suporte a empresas iniciantes:

Para cada programa assinalado, responda as questões que seguem:

Em qual estágio de qualificação a sua startup atingiu durante a participação no programa? *

- Graduação
- Aceleração
- Incubação
- Outro: _____

1. Apoio Financeiro:

a. No âmbito do programa foram disponibilizadas informações claras e compreensíveis sobre as opções de financiamento ofertadas para as startups da indústria criativa? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

b. O programa demonstra flexibilidade na adaptação de seus instrumentos financeiros para atender aos diferentes estágios de desenvolvimento das startups na indústria criativa? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

c. Em sua experiência, o programa foi eficaz na concessão de subvenção econômica (recursos não reembolsáveis) para startups inovadoras na indústria criativa? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

d. Na sua opinião, a assistência financeira fornecida pelo programa atendeu adequadamente às exigências específicas das startups ligadas à indústria criativa? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

e. O processo de obtenção de fundos públicos de coinvestimento em capital de risco por meio do programa foi transparente e acessível para startups da indústria criativa? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

f. As condições e termos estabelecidos pelo programa para investimentos em startups são considerados justos e benéficos para o crescimento sustentável das empresas da indústria criativa? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

2.Suporte, Capacitação e Networking:

a. O apoio proporcionado pelo programa por meio de capacitações é reconhecido como um recurso valioso para o aprimoramento das habilidades dos empreendedores na indústria criativa?*

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

b. As ações promovidas pelo programa, que visavam ligar empreendedores da indústria criativa a investidores, fundos, aceleradoras e grandes empresas, têm mostrado eficácia em impulsionar a demanda no mercado para as startups desse setor? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

c. As sessões de mentoria individual e coletiva fornecidas pelo programa têm impacto positivo na tomada de decisões estratégicas em sua empresa? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

d. O programa oferece suporte significativo para que as startups construam parcerias estratégicas e colaborações de longo prazo? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

e. A participação em eventos e painéis promovidos pelo programa contribui para a visibilidade e reconhecimento das startups da indústria criativa? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

f. A rede de contatos proporcionada pelo programa é visto como um diferencial significativo para as startups, facilitando o acesso a parceiros estratégicos, investidores e potenciais clientes? *

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

3. Infraestrutura:

a. As instalações físicas oferecidas pelo programa, como espaços de coworking e laboratórios, são adequadas para promover a inovação e o desenvolvimento das startups na indústria criativa?

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

b. A implementação das iniciativas em parceria com parques tecnológicos contribui para (mais de uma opção pode ser assinalada):

- Estabelecer espaços de intercâmbio de informações entre as startups
- Reduzir os custos operacionais das empresas
- Acessar conhecimentos desenvolvidos em colaboração com universidades
- Impulsionar o surgimento de novos negócios
- Outro: _____

c. Os recursos e a infraestrutura tecnológica fornecidos pelos parques tecnológicos vinculados ao programa apresentam vantagens significativas para as startups da indústria criativa, facilitando o acesso a recursos, networking e oportunidades de colaboração?

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

d. A infraestrutura disponibilizada pelo programa é considerada um fator diferencial na escolha de startups da indústria criativa em participar do programa?

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

e. A parceria do programa com instituições de pesquisa contribui positivamente para o acesso das startups a recursos tecnológicos avançados e conhecimento especializado?

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

Parte III. Indústria Criativa Brasileira:

a. A transparência nos processos de comunicação entre os responsáveis pela promoção das políticas de inovação nas indústrias criativas facilita a implementação eficiente das atividades do programa?

- Discordo Totalmente
- Discordo
- Neutro
- Concordo
- Concordo Totalmente

b. Como você sugere que as políticas de inovação possam ser ajustadas para melhor atender às necessidades específicas das startups na Indústria Criativa?

- Maior foco em financiamento e recursos
- Ampliação do acesso a mentorias especializadas
- Introdução de medidas específicas para startups em estágios iniciais
- Incentivos fiscais mais robustos
- Outros: _____

c. Qual seria o foco mais apropriado para programas de apoio a startups na indústria criativa, na sua opinião? (mais de uma opção pode ser assinalada):

Capacitação estratégica

Financiamento

Mentoria especializada

Parcerias estratégicas

Programas de aceleração

Acesso a recursos tecnológicos

Networking e eventos do setor

Outro: _____

d. Como você avalia a importância de programas de capacitação para empreendedores na Indústria Criativa?

- Muito importante
- Importante
- Neutro
- Pouco importante
- Nada importante

e. Quais estratégias poderiam ser adotadas para promover a colaboração entre as empresas da Indústria Criativa e instituições de ensino e pesquisa? (mais de uma opção pode ser assinalada)

- Implementação de incentivos fiscais para empresas que colaborarem com instituições de ensino e pesquisa na área da Indústria Criativa.
- Estabelecer programas de estágio e parcerias entre empresas e instituições educacionais.
- Desenvolver currículos educacionais alinhados com as necessidades da indústria, com a participação ativa de profissionais do setor.
- Incentivar a pesquisa aplicada, estimulando projetos conjuntos que tragam benefícios tanto para as empresas quanto para as instituições de ensino
- Estimular a criação de clusters ou polos criativos, concentrando empresas e instituições em uma área geográfica específica.
- Facilitar o acesso das empresas a recursos de pesquisa e laboratórios das instituições de ensino.
- Estabelecer políticas de propriedade intelectual claras para promover a colaboração e compartilhamento de inovações.
- Outro: _____

f. Quais seriam os aspectos necessários para aprimorar o programa? *

AGRADECIMENTOS

Gostaria sinceramente de expressar minha gratidão aos meus pais pelo apoio e dedicação inabaláveis ao longo do meu mestrado, sendo verdadeiros pilares durante todo o desenvolvimento deste trabalho.

À estimada professora Dr^a Ana Tatsch, quero dedicar palavras de reconhecimento pela sua disponibilidade e competência nas orientações e revisões.

Agradeço também à dedicada equipe de apoio do Programa de Pós-Graduação Profissional em Economia (PPECO), com destaque para a Débora Wobeto, pelo atendimento ágil e prestativo às demandas do curso.

Não poderia deixar de mencionar minha profunda gratidão à Universidade Federal do Rio Grande do Sul e ao Itaú Cultural pela generosa oportunidade e pelos incentivos oferecidos para a realização do curso. Ao longo dessa jornada acadêmica, a significativa contribuição dessas instituições foi importante.