

NOTÍCIA**Cenário Ensino Superior**

Universidades como Harvard, MIT e Stanford povoam os sonhos de muitos jovens brasileiros que têm como objetivo tocar o próprio negócio, de preferência, único e inovador, capaz de gerar impacto, provocar rupturas. Outros, disputam uma vaga por aqui, em instituições como Unicamp, USP, Federal de Pernambuco, Insper e ESPM, todas com fortes traços de apoio à atividade empreendedora. Mas no que essas universidades diferem de outras espalhadas pelo país? Para os consultores, ao contrário da maioria, seus cursos somam teoria e prática, algo essencial para quem quer empreender. Na visão de Luiz Mesquita, pesquisador brasileiro que liderou o estudo "Competence Versus Identity as Drivers of Nascent Entrepreneurship", o segredo está na combinação certa de ecossistemas, incluindo intenso network e oportunidades para que as ideias se cruzem e fertilizem umas às outras. A opinião é compartilhada por Carolina Costa, diretora acadêmica de graduação do Insper, observando que não é necessário fazer os alunos criarem uma empresa, mas sim, permitir que eles estejam próximos a mentores, incubadoras e empreendedores de sucesso. "Tudo isso, dentro do ambiente universitário", destaca. "No Brasil, o modelo mais aproximado de grandes universidades como Babson, MIT e Stanford, é a Unicamp". O professor Paulo Lemos, da Unicamp, defende a tese de que é preciso flexibilizar o conteúdo a quem quer aprender. "A educação online cresce em um ritmo acelerado, justamente porque permite às pessoas aprenderem quando podem", afirma. "E a qualidade desse ensino na área de empreendedorismo tem melhorado muito, com plataformas importantes, como a Coursera, fazendo parcerias com universidades de ponta como a USP e Unicamp, no Brasil, e a Universidade da Califórnia, nos Estados Unidos, entre outras".

Fonte: *Bons cursos unem teoria e prática (Valor Econômico, 05 outubro 2015). Veja anexo 01.*

Em 2006, um ano após se formar em engenharia da computação pela Universidade de Campinas (Unicamp), Igor Santiago voltou às aulas para o curso opcional de empreendedorismo para empresas de base tecnológica. O trabalho final era a criação de um plano de negócios que, no caso, foi a semente para o desenvolvimento de um produto para melhorar a eficiência de processos na indústria, tendo como base a inteligência artificial. O projeto foi selecionado para ser incubado na Incamp, a incubadora de empresas ligada à universidade e, em 2007, um ano após a conclusão do curso, Santiago estava à frente da startup ISystem, cujo primeiro cliente foi a CocaCola, com um processo para envase em embalagem pet. Santiago soube aproveitar o ecossistema que a Unicamp montou para incentivar a prática do empreendedorismo. "As novas gerações estão mais empreendedoras e as instituições de ensino precisam estar atentas à esta mudança", afirma Paulo Lemos, professor da Escola de Extensão, no curso empreendedores da Unicamp. "É difícil falar pela universidade, mas a Unicamp entende que unidades de pesquisa como Harvard, Cambridge, USP, Federal do Rio e a própria Unicamp, produzem muito conhecimento na base de artigos, mas também muita coisa pode ser transferida em produtos e serviços para a sociedade." As instituições de ensino superior também podem contar com a parceria do Sebrae para desenvolver empreendedores potenciais. Hoje, no país, 65 instituições de ensino superior contam com essa parceria.

Fonte: *Novos empreendimentos surgem nas salas de aula (Valor Econômico, 05 outubro 2015). Veja anexo 02.*

O ano era 1997. O endereço o Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da USP São Carlos (ICMC). Como dois peixes fora d'água, os professores Solange Rezende e André Carvalho tentavam chamar a atenção de um grupo de alunos para a disciplina optativa Empreendedorismo em informática, incluída naquele ano na grade do curso de ciência da computação. Despertar o interesse dos estudantes para sua

capacidade empreendedora naqueles anos 90 era uma tarefa árdua. Menos de duas décadas depois, a realidade é bem diferente. A disciplina, hoje chamada de empreendedorismo, ganhou dois braços optativos: projeto empreendedor I e II, oferecidos em três cursos de graduação da área de computação. A procura cresceu. Essa mudança, com maior interesse em empreender é visível em todo o país. De acordo com a Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), de 2004 a 2014, a taxa de empreendedorismo saltou de 23% para 34,5% no país. Outros indicadores também apontam o maior interesse dos brasileiros em desenvolver o próprio negócio. A pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2014, realizada pela Endeavor, em parceria com o Sebrae Nacional, registra que seis em cada dez estudantes querem montar suas empresas e que um em cada quatro já possui alguma experiência empreendedora. Um ponto que merece atenção na pesquisa, segundo Heloisa Menezes, diretora técnica do Sebrae Nacional, é a pouca ênfase em inovação. Para Sylvio Goulart Rosa Júnior, diretor presidente do ParqTec, de São Carlos, "Esse cenário está diretamente ligado à forma como as universidades operam hoje. É um crime deixar o conhecimento na prateleira dos laboratórios e centros de pesquisa." Segundo ele, é preciso transferir esse conhecimento para o setor produtivo. "A USP do século XX foi bem sucedida em sua missão e teve um papel fundamental para o Brasil. Mas, para continuar na vanguarda no século XXI, precisa espalhar disciplinas de empreendedorismo por todos os cursos, fertilizando todo mundo para a geração do conhecimento e da inovação", diz. Já para Juliano Seabra, diretor da Endeavor, "Empreendedorismo é esporte de contato, as universidades trouxeram a disciplina para dentro da sala de aula, mas, em sua maioria, ensinam apenas a criar um plano de negócios. Empreender exige prática, pede a interação com um ecossistema empreendedor e um olhar para fora." O que ele considera como um desafio e tanto para as grandes universidades públicas, que ainda não permitem que suas pesquisas se transformem em negócios de sucesso, resolvendo problemas da sociedade onde estão inseridas.

Fonte: *Fora da caixa (Valor Econômico, 05 outubro 2015). Veja anexo 03.*

PROGRAMAS DE APOIO

Desafio Brasil: iniciativa da Fundação Getúlio Vargas (FGV) criada em 2006, será reposicionado como um programa de educação empreendedora, com foco na cultura de venture capital e na conexão com grandes empresas. Para isso, deve criar um prêmio voltado a educadores e professores de empreendedorismo. A ação já recebe projetos de startups e realiza mentorias online e presencial em 14 cidades no país. Para participar do Desafio Brasil, é preciso apresentar uma proposta de negócio inovadora e com potencial de crescimento. Um dos sócios deve ser estudante de graduação, mestrado, doutorado ou formado há menos de um ano.

Grandes Desafios do Movimento 100 Open Startups: em funcionamento desde 2014, a ideia do programa é conectar grandes empresas e fundos de investimento a novas startups. A ação envolve mais de 40 companhias, como Grupo Fleury, Natura e IBM, além de dez fundos e outros seis programas de apoio. Segundo Rafael Levy, diretor da consultoria Wenovate e uma das organizadoras do programa, os negócios iniciantes submetem propostas que são avaliadas por outras startups, grupos empresariais e investidores. Depois, cem empresas seguem para a Open Innovation Week, evento de inovação que acontece em fevereiro de 2016, em São Paulo.

StartUp Brasil: o programa é uma iniciativa do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) com gestão da Softex. Criado há três anos, ele também passará por reformulações, segundo o seu gestor Vitor Andrade. Os próximos passos incluem a internacionalização de startups, uma maior aproximação com grupos privados, investidores nacionais e internacionais. O programa é baseado em dois tipos de editais: um para qualificar aceleradoras e outro para a seleção de startups. Oferece cem vagas ao ano e conta com verba anual de R\$ 20 milhões, do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT).

Fonte: *Novas frentes de apoio a negócios (Valor Econômico, 05 outubro 2015). Veja anexo 04.*

05/10/2015 - 05:00

Bons cursos unem teoria e prática

Por **Katia Simões**

Lindália Reis: desde que abrimos o programa, já são três turmas com empresas criando impacto no mercado

Universidades como Harvard, MIT e Stanford povoam os sonhos de muitos jovens brasileiros que têm como objetivo tocar o próprio negócio, de preferência, único e inovador, capaz de gerar impacto, provocar rupturas. Outros, disputam uma vaga por aqui, em instituições como Unicamp, USP, Federal de Pernambuco, Insper e ESPM, todas com fortes traços de apoio à atividade empreendedora. Mas no que essas universidades diferem de outras espalhadas pelo país? Para os consultores, ao contrário da maioria, seus cursos somam teoria e prática, algo essencial para quem quer empreender.

Na visão de Luiz Mesquita, pesquisador brasileiro que liderou o estudo "Competence Versus Identity as Drivers of Nascent Entrepreneurship", o segredo está na combinação certa de ecossistemas, incluindo intenso network e oportunidades para que as ideias se cruzem e fertilizem umas às outras.

"Por mais que esse tenha sido o foco de países como Cingapura, França, Holanda, Malásia, China e Índia, as empresas nascentes só se fortaleceram em ambientes que somavam mais de um ingrediente, que integravam a universidade ao ecossistema empreendedor", escreve Mesquita.

A opinião é compartilhada por Carolina Costa, diretora acadêmica de graduação do Insper, observando que não é necessário fazer os alunos criarem uma empresa, mas sim, permitir que eles estejam próximos a mentores, incubadoras e empreendedores de sucesso. "Tudo isso, dentro do ambiente universitário", destaca. "No Brasil, o modelo mais aproximado de grandes universidades como Babson, MIT e Stanford, é a Unicamp".

O Insper, segundo Carolina, está trabalhando para chegar lá. Nos últimos anos, tem destinado um valor significativo do orçamento da própria faculdade, em torno de R\$ 250 mil por ano, para que os alunos planejem e executem seus projetos. "Se somarmos a infraestrutura e a orientação qualificada disponível para esse fim, esse valor sobe para cerca de R\$ 1 milhão", afirma. "Em dois anos, saímos de quatro para 16 grupos tocando projetos, com mais de 700 alunos envolvidos na produção". O objetivo principal, de acordo com a diretora, é criar condições para que o jovem protagonize, de fato, o desafio de trabalhar em grupo, aprenda a lidar com as frustrações e com os próprios erros. "Para que isso dê resultados é preciso ter uma integração de todas as áreas da universidade, é preciso querer transformar e criar mecanismos para gerar e medir o impacto que isso provoca em toda a estrutura", afirma.

Embora ainda não ocupe o topo da lista entre as universidades mais procuradas por jovens que desejam empreender, o Instituto Mauá, com sede em São Caetano do Sul, desde o final dos anos 90 tem trabalhado para integrar seus cursos de engenharia, administração e design em atividades que possam gerar startups inovadoras. O curso de administração nasceu em 1996, com vocação empreendedora, lembra o professor Ricardo Balistiero, coordenador da área de Administração da Mauá.

"O estímulo a empreender acontece desde o primeiro dia de aula e, já no primeiro semestre, os alunos trabalham com projetos e atividades especiais, que transcendem a sala de aula", afirma Balistiero. "Além disso, no terceiro e quarto ano, nas disciplinas regulares, alguns trabalham com projetos empreendedores dentro da Oficina da Inovação, e outros com Jogos de Empresa". Ele destaca, ainda, que desde o ano passado os projetos contam com a participação de representantes de todos os cursos. A engenharia cria, o design materializa e a administração ajuda a vender. "Estimulamos que os Trabalhos de Conclusão de Curso sejam, inclusive, feitos entre cursos. Não existe empreendedorismo só de uma área", ressalta.

O professor Paulo Lemos, da Unicamp, é ainda mais enfático, defendendo a tese de que é preciso flexibilizar o conteúdo a quem quer aprender. "A educação on-line cresce em um ritmo acelerado, justamente porque permite às pessoas aprenderem quando podem", afirma. "E a qualidade desse ensino na área de empreendedorismo tem melhorado muito, com plataformas importantes, como a Coursera, fazendo parcerias com universidades de ponta como a USP e Unicamp, no Brasil, e a Universidade da Califórnia, nos Estados Unidos, entre outras".

Na visão de Lindália Reis, diretora de inovação da Universidade Estácio, do Rio de Janeiro, para que tenhamos os 'craques' do futuro, jovens brasileiros que criem negócios inovadores e competitivos globalmente, precisamos primeiro criar as boas 'escolinhas de futebol', onde eles possam testar, experimentar, falhar e minimizar os riscos inerentes a qualquer tipo de novo negócio. "A Estácio tem um DNA empreendedor e a cada ano investe mais na expansão do seu ecossistema", diz Lindália. Em 2014, criou a primeira pré-aceleradora gratuita, o Espaço Nave (Núcleo de Aceleração e Valorização da Estácio), um espaço de 800 metros quadrados no Porto Maravilha, com programa startup nave, em que recebem formação, mentoria com profissionais experientes do mercado e networking com os líderes do ecossistema. "Desde que abrimos o programa, já são três turmas, cada uma com mais de 30 empresas criando impacto no mercado", afirma.

05/10/2015 - 05:00

Novos empreendimentos surgem nas salas de aula

Por **Katia Simões**

Em 2006, um ano após se formar em engenharia da computação pela Universidade de Campinas (Unicamp), Igor Santiago voltou às aulas para o curso opcional de empreendedorismo para empresas de base tecnológica. O trabalho final era a criação de um plano de negócios que, no caso, foi a semente para o desenvolvimento de um produto para melhorar a eficiência de processos na indústria, tendo como base a inteligência artificial.

O projeto foi selecionado para ser incubado na Incamp, a incubadora de empresas ligada à universidade e, em 2007, um ano após a conclusão do curso, Santiago estava à frente da startup I-System, cujo primeiro cliente foi a Coca-Cola, com um processo para envase em embalagem pet.

Santiago soube aproveitar o ecossistema que a Unicamp montou para incentivar a prática do empreendedorismo. "As novas gerações estão mais empreendedoras e as instituições de ensino precisam estar atentas à esta mudança", afirma Paulo Lemos, professor da Escola de Extensão, no curso empreendedores da Unicamp. "É difícil falar pela universidade, mas a Unicamp entende que unidades de pesquisa como Harvard, Cambridge, USP, Federal do Rio e a própria Unicamp, produzem muito conhecimento na base de artigos, mas também muita coisa pode ser transferida em produtos e serviços para a sociedade."

No país, 65 instituições de ensino superior contam com a parceria do Sebrae, entidade que tem a meta de atender 608 mil empreendedores potenciais em 2015. "Há bons exemplos espalhados por muitas regiões, entre elas, o Sul de Minas Gerais, mais precisamente em Santa Rita do Sapucaí, onde há não só estímulo à abertura de negócios na área de tecnologia dentro da universidade, como um ecossistema robusto para azeitar novos negócios", diz Heloísa Meneses, diretora técnica do Sebrae.

Somar teoria e prática em um ambiente de olho no futuro é a proposta da ESPM, que desde 2010 multiplica suas frentes de ensino transversal do empreendedorismo, envolvendo alunos de diferentes cursos. "O empreendedorismo é uma importante fonte de geração de empregos, que começa a despertar o interesse de governantes e economistas como forma de movimentar a economia", afirma Letícia Menegon, coordenadora da Incubadora de Negócios da ESPM, por onde já passaram 50 empresas.

Segundo ela, além de ensinar empreendedorismo é preciso oferecer a prática. Assim, em 2010 a ESPM fundou a incubadora de negócios, um programa de apoio gerencial e operacional, que visa contribuir para que alunos e ex-alunos transformem ideias em empresas lucrativas. Inicialmente, oferecia apenas a sala e a infraestrutura, sem qualquer custo. Depois, disponibilizou coordenadores para acompanhar os projetos, mentoria feita por empresários de mercado, passou a monitorar o desempenho das empresas e a envolver alunos de vários cursos na oferta de serviços.

"O Design Lab, por exemplo, desenvolve desde a identidade visual da marca até as embalagens do produto", diz Letícia, lembrando que a turma do jornalismo colabora com a comunicação corporativa. O trabalho é todo integrado e, desde o início deste ano, a disciplina faz parte de todos os cursos, o que permite que alunos das mais variadas áreas possam inscrever seus projetos e incubá-los. A disputa é grande, pois estão disponíveis apenas quatro vagas por ano, para um período de incubação de no máximo dois anos.

05/10/2015 - 05:00

Fora da caixa

Por **Katia Simões**



Koga, Alves Silva e Vilas Boas, da MVisia: empresa nasceu a partir de plano feito para as aulas de empreendedorismo

O ano era 1997. O endereço o Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da USP-São Carlos (ICMC), distante pouco mais de 200 km da capital paulista. Como dois peixes fora d'água, os professores Solange Rezende e André Carvalho tentavam chamar a atenção de um grupo de alunos para a disciplina optativa Empreendedorismo em informática, incluída naquele ano na grade do curso de ciência da computação.

Despertar o interesse dos estudantes para sua capacidade empreendedora naqueles anos 90 era uma tarefa árdua. Menos de duas décadas depois, a realidade é bem diferente. A disciplina, hoje chamada de empreendedorismo, ganhou dois braços optativos: projeto empreendedor I e II, oferecidos em três cursos de graduação da área de computação. A procura cresceu. Essa mudança, com maior interesse em empreender é visível em todo o país.

De acordo com a Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), de 2004 a 2014, a taxa de empreendedorismo saltou de 23% para 34,5% no país. Metade desse total é constituída por empreendedores novos, com menos de 3,3 anos de atividade. Entre os BRICS, o Brasil tem a maior taxa de empreendedorismo, quase oito pontos percentuais à frente da China, com taxa de 26,7%, Índia (10,2%), África do Sul (9,6%) e a Rússia (8,6%).

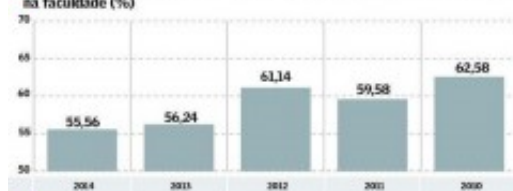
Outros indicadores também apontam o maior interesse dos brasileiros em desenvolver o próprio negócio. A pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2014, realizada pela Endeavor, em parceria com o Sebrae Nacional, registra que seis em cada dez estudantes querem montar suas empresas e que um em cada quatro já possui alguma experiência empreendedora.

Em 2012, na primeira edição do estudo, 54,8% dos universitários pesquisados pensavam em abrir um negócio. O número evoluiu para 57,9% em 2014. O interesse cresce conforme os alunos avançam na formação.

Boas intenções

Desejo de empreender no ensino superior

■ Alunos que pensam em abrir o próprio negócio - Segundo o ano de ingresso na faculdade (%)



■ Quando pretendem abrir o próprio negócio

Devido Testes sem fim %()

"O que nos preocupa é que a demanda em cursar disciplinas de empreendedorismo, superior a 70% em vários cursos, de letras a ciências da saúde, não é atendida pela grande maioria das universidades brasileiras", afirma Heloisa Menezes, diretora técnica do Sebrae Nacional. Outro ponto que merece atenção na pesquisa, segundo ela, é a pouca ênfase em inovação. Dos 11% dos alunos de

ensino superior que já empreendem, apenas 18,9% acreditam que o seu negócio é novo ou desconhecido por todos os potenciais clientes e 23,5% dizem que seu negócio não apresenta nenhum tipo de inovação.

"Esse cenário está diretamente ligado à forma como as universidades operam hoje", afirma Sylvio Goulart Rosa Júnior, diretor-presidente do Parq Tec, de São Carlos. "É um crime deixar o conhecimento na prateleira dos laboratórios e centros de pesquisa." Segundo ele, é preciso transferir esse conhecimento para o setor produtivo. "A USP do século XX foi bem sucedida em sua missão e teve um papel fundamental para o Brasil. Mas, para continuar na vanguarda no século XXI, precisa espalhar disciplinas de empreendedorismo por todos os cursos, fertilizando todo mundo para a geração do conhecimento e da inovação", diz.

"Precisamos preparar nossos alunos para entender as demandas da sociedade, para um mercado onde as coisas envelhecem rapidamente. O jovem não pode se tornar obsoleto antes mesmo de concluir o curso", afirma Rosa Júnior.

Em departamentos em que esse conceito foi revisto, as empresas nascem naturalmente. Alunos de engenharia elétrica da Poli-USP, os jovens Marcelo Koga, Luiz Lamardo Silva e Laio Vilas Boas cursaram a disciplina de empreendedorismo. Na hora de elaborar o plano de negócios, decidiram levar a coisa a sério e preparar a abertura de uma empresa de controle de qualidade de produtos agrícolas, usando visão computacional e inteligência artificial. Assim nasceu, em 2012, a MVisia, cujo primeiro produto foi uma seletora de mudas, que hoje roda com sucesso em uma fazenda de produção de violetas em Holambra, São Paulo.

"O primeiro apoio veio da Empresa Júnior da Poli e, mais adiante, com o aval da universidade, a aprovação da liberação de verbas pela Fapesp", lembra Silva. A diferença de ter nascido dentro da academia não está apenas na maior facilidade de recebimento de recursos, diz, mas, principalmente, no uso de tecnologia de ponta e de laboratórios dirigidos por profissionais de alta capacitação. Com três anos de mercado, a MVisia lançou uma segunda máquina, uma calibradora eletrônica de tomates, que em breve será adaptada também para laranja e maçã.

"Empreendedorismo é esporte de contato", diz Juliano Seabra, diretor da Endeavor. "As universidades trouxeram a disciplina para dentro da sala de aula, mas, em sua maioria, ensinam apenas a criar um plano de negócios. Empreender exige prática, pede a interação com um ecossistema empreendedor e um olhar para fora." O que ele considera como um desafio é tanto para as grandes universidades públicas, que ainda não permitem que suas pesquisas se transformem em negócios de sucesso, resolvendo problemas da sociedade onde estão inseridas.

Para Seabra, existe uma clara demanda por empreender por parte dos universitários, mas que as universidades não sabem enxergar. "O ensino de empreendedorismo tem de ser transversal, permeando as mais diversas áreas. Poucas são as instituições de ensino superior que praticam esse modelo", afirma.

A opinião é compartilhada por Maurício Carvalho, coordenador de fomento do Porto Digital, um dos maiores parques tecnológicos do Brasil, que montou, em 2011, um centro de empreendedorismo dentro da Universidade Federal de Pernambuco. Um espaço de onde já saíram algumas das empresas incubadas no Porto.

"As universidades ainda são muito engessadas, mas quem rompe as barreiras promove um grande retorno para a sociedade", afirma Carvalho. "Os potenciais empreendedores dentro da academia têm uma capacidade enorme de buscar soluções criativas para os problemas do ambiente onde vivem e do país como um todo." Como exemplo, ele cita a criação de um aplicativo que ajuda os jovens a tirar dúvidas sobre diversidade sexual, um tema em alta na sociedade moderna. Quanto mais problemas aparecerem, maiores serão as chances de surgirem empresas inovadoras, que pensem fora da caixa.

05/10/2015 - 05:00

Novas frentes de apoio a negócios

Por **Jacilio Saraiva**

Rondani, do Desafio Brasil: criação de um prêmio para educadores e professores de empreendedorismo

Criar uma startup pode ser o primeiro passo para se lançar no empreendedorismo. Programas de apoio a negócios iniciantes estão investindo em novas frentes, que incluem a internacionalização dos empreendimentos e uma maior aproximação com grandes grupos privados e investidores.

O Desafio Brasil, iniciativa da Fundação Getúlio Vargas (FGV) criada em 2006, será reposicionado como um programa de educação empreendedora, com foco na cultura de venture capital e na conexão com grandes empresas. Para isso, deve criar um prêmio voltado a educadores e professores de empreendedorismo.

A ação já recebe projetos de startups e realiza mentorias on-line e presencial em 14 cidades no país. "Em cada encontro, as dez melhores startups são convidadas a apresentar um projeto para uma banca de investidores locais. Depois, as 30 melhores participam de uma competição geral, em que são expostas a uma banca de apoiadores nacionais e internacionais", explica Bruno Rondani, coordenador do programa, considerado um dos pioneiros no setor de startups.

Para participar do Desafio Brasil, é preciso apresentar uma proposta de negócio inovadora e com potencial de crescimento. Um dos sócios deve ser estudante de graduação, mestrado, doutorado ou formado há menos de um ano. Em nove edições, recebeu mais de três mil projetos, que já são operacionais, como a Bliive, rede colaborativa de troca de conhecimentos, e a Lean Survey, que mistura crowdsourcing e tecnologia móvel para fazer pesquisas de opinião.

No programa Grandes Desafios do Movimento 100 Open Startups, em funcionamento desde 2014, a ideia é conectar grandes empresas e fundos de investimento a novas startups. A ação envolve mais de 40 companhias, como Grupo Fleury, Natura e IBM, além de dez fundos e outros seis programas de apoio.

Segundo Rafael Levy, diretor da consultoria Wenovate e uma das organizadoras do programa, os negócios iniciantes submetem propostas que são avaliadas por outras startups, grupos empresariais e investidores. Depois, cem empresas seguem para a Open Innovation Week, evento de inovação que acontece em fevereiro de 2016, em São Paulo.

Em 2014, a ação apoiou cem empreendimentos entre mais de três mil inscritos. Em 2015, recebeu cinco mil inscrições. "O objetivo é que o empreendedor implemente projetos pilotos nas empresas parceiras", destaca.

Levy diz que, em troca, as companhias apoiadoras podem oferecer contratos-anjo, acesso a recursos tecnológicos ou investimentos. No ano passado, quatro startups foram convidadas para participar de eventos no exterior, duas ganharam aportes de R\$ 3,8 milhões e quatro negócios se qualificaram para receber recursos de subvenção do edital Sesi-Senai de Inovação, no valor de R\$ 1,2 milhão.

Vitor Andrade, gestor do Start-Up Brasil, iniciativa do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) com gestão da Softex, afirma que o programa, criado há três anos, também passará por reformulações. Os próximos passos incluem a internacionalização de startups, uma maior aproximação com grupos privados, investidores nacionais e internacionais. "As grandes companhias podem ser clientes ou até mesmo investir nas startups, ao adotar novas soluções para seus problemas", diz.

O Start-Up Brasil é baseado em dois tipos de editais: um para qualificar aceleradoras e outro para a seleção de startups. Oferece cem vagas ao ano e conta com verba anual de R\$ 20 milhões, do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT). Em quatro turmas de negócios apoiados desde 2013, o programa já envolveu 183 empreendimentos, sendo 21 internacionais.