

## Apoio à inovação pelo Banco do Nordeste: uma ação antecedente ao crédito para redução de riscos

**Elizabeth Castelo Branco**

Graduada em Arquitetura. Especialista em Gestão Ambiental. Especialista em Avaliação de Políticas Públicas. Mestra em Administração. Mestra e Doutora em Conservación del Medio Ambiente y Cambio Global. Contato: [ecastelo@bnb.gov.br](mailto:ecastelo@bnb.gov.br).

### Resumo

Este estudo tem por objetivo geral conhecer os resultados e impactos alcançados, pelas ações desenvolvidas pelo Hub de Inovação Banco do Nordeste, junto às empresas Residentes. A metodologia previu a comparação entre os dados coletados em duas pesquisas de campo. A primeira realizada no período de novembro a dezembro de 2019 (pesquisa 2019); e a segunda realizada de novembro de 2020 a janeiro de 2021 (pesquisa 2020), junto aos empreendedores que apresentaram seus projetos de inovação no Hub de Inovação Banco do Nordeste, nas unidades localizadas nas cidades de Fortaleza, de Recife e de Salvador. Como principais resultados tem-se que aspectos relacionados à relação custo-benefício e à funcionalidade para as atividades meio, não são considerados importantes, nem por Residentes, nem por Não-Residentes, para motivar a decisão de participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste. No entanto, aspectos sensíveis para formação de *networking*, de suporte a negócios inovadores, tais como oportunidade de acesso à capacitação, de troca de conhecimentos e de experiências entre as *startups*, articulação e aproximação com potenciais clientes, e, ainda, apoio à cocriação, foram reconhecidos, pelos grupos de Residentes e de Não-Residentes, como motivação e como vantagem para participar do Hub. Variáveis que sinalizam sobre a efetividade das ações do Hub de Inovação, dentre elas, nível de geração de novas ideias, melhoria do nível de capacitação da equipe, aumento de faturamento e do número de clientes, ampliação do *market share* e do nível de investimentos, foram reconhecidas como motivação e como vantagem para residir no Hub de Inovação, podendo-se afirmar, assim, que o Hub de Inovação Banco do Nordeste, no que se refere à sua competência essencial, vem cumprindo o seu papel.

**Palavras-chave:** Avaliação de resultados e impactos. Inovação. Hub de Inovação Banco do Nordeste. FNE. Redução de riscos.

ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE - ETENE Expediente: Banco do Nordeste: Luiz Alberto Esteves (Economista-Chefe). Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE: Tibério Rômulo Romão Bernardo (Gerente de Ambiente). Célula de Avaliação de Políticas e Programas: Airton Saboya Valente Junior (Gerente Executivo); Elizabeth Castelo Branco, Luiz Fernando Gonçalves Viana, Maria Inez Simões Sales, Maria Odete Alves e Wendell Márcio Araújo Carneiro (Equipe Técnica), Lídia Maria Vasconcelos de Araújo (Bolsista de Nível Superior), Alysson Inácio de Oliveira, José Maria da Cunha Junior e Maria Renata Bezerra Melo (Bolsistas BNB/IEL). Célula de Gestão de Informações Econômicas: Bruno Gabai (Gerente Executivo), José Wandemberg Rodrigues Almeida, Gustavo Bezerra Carvalho (Projeto Gráfico), Hermano José Pinho (Revisão Vernacular).

Aviso Legal: O BNB/ETENE não se responsabiliza por quaisquer atos/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações e projeções. Desse modo, todas as consequências ou responsabilidades pelo uso de quaisquer dados ou análises desta publicação serão assumidas exclusivamente pelo usuário, eximindo o BNB de todas as ações decorrentes do uso deste material. O acesso a essas informações implica a total aceitação deste termo de responsabilidade. É permitida a reprodução das matérias, desde que seja citada a fonte. SAC 0800 728 3030; Ouvidoria 0800 033 3030; [bancodonordeste.gov.br](http://bancodonordeste.gov.br).

## 1 Introdução

O objetivo deste estudo é apresentar os principais resultados e impactos alcançados pelo Hub de Inovação Banco do Nordeste no apoio a *startups* localizadas na área de atuação do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE).

A existência de ambiência propícia ao processo de inovação é fundamental para a promoção do desenvolvimento duradouro, com potencial de trazer importantes contribuições ao dinamismo das economias e à qualidade de vida em sociedade de uma maneira geral.

Esse ambiente favorável é tecido por diferentes iniciativas, com fatores relacionados: à definição de políticas de inovação e sua regulamentação legal; à democratização das tecnologias de informação e comunicação; ao apoio ao processo de registro de patentes; à formação de centros de pesquisa e desenvolvimento; à educação; aos investimentos em pesquisa e desenvolvimento; ao estímulo ao empreendedorismo; ao apoio creditício para desenvolvimento dos projetos de inovação, dentre outros (BINGWEN; HUIBO, 2010). Ou seja, a formação de uma rede de apoio a essas iniciativas, composta por instituições públicas e privadas, possibilita a troca de informações e a sinergia entre as ações, necessárias para estimular o processo criativo e a geração de ideias disruptivas e promotoras de melhores produtos e processos.

De acordo com o Houaiss (2004), inovar é “introduzir novidade; fazer algo como não era feito antes”. A simplicidade da definição se contrapõe à complexidade do processo de geração, difusão e incorporação das novas ideias pelo aparelho produtivo, visando prosperidade e avanços na qualidade de vida da sociedade.

Assim, o Banco do Nordeste do Brasil (BNB) – em sua atuação como banco de desenvolvimento regional e atento à importância do apoio à inovação, a fim de promover o aumento de produtividade e de competitividade das empresas e dos setores econômicos – criou, em 2016, o Hub de Inovação Banco do Nordeste.

Hub de inovação é uma expressão utilizada para definir um espaço voltado para empreendedores criarem produtos e processos inovadores, trazendo novas ideias que podem transformar a maneira de se realizar um serviço ou processo, ou de se utilizar determinado produto, agregando novos usos e funcionalidades para superação dos entraves, que inibem o dinamismo de diferentes atividades econômicas.

O Hub de Inovação Banco do Nordeste tem, por missão, fomentar o processo inovativo de produtos, de inovações organizacionais e de *marketing*, por meio da oferta de capacitação que estimule a criatividade e a formação de negócios inovadores e de mentoria para o público de empreendedores. Propicia, ainda, a formação de parcerias, de incubação de projetos ou ideias, de aceleração de empresas e de outras iniciativas, visando à criação da ambiência favorável à inovação e direcionadas para a superação das dificuldades socioeconômicas da Região Nordeste.

Após dois anos de sua atuação em Fortaleza, junto a várias empresas de diferentes setores econômicos, o Hub de Inovação Banco do Nordeste ampliou suas atividades, com a implantação de mais duas unidades: uma na cidade de Salvador e outra em Recife.

Em geral, projetos inovadores de produtos e de processos estão embasados em tecnologia e são fomentados por empresas, que detêm um atrelamento à melhoria do bem-estar da sociedade e da competitividade das empresas, como no caso do BNB, cuja missão é o desenvolvimento regional sob múltiplas dimensões e que declara como diretriz estratégica “inovar em processos, produtos e serviços” (BNB, 2021).

A ação do Hub de Inovação Banco do Nordeste é antecedente ao financiamento dos projetos inovadores, contribuindo para reduzir os riscos inerentes ao processo de inovação e para dar sustentabilidade ao crédito, aumentando a eficiência de sua ação financiadora. No âmbito do FNE, existem programas específicos para financiamento da inovação, tais como o FNE Inovação, o FNE *Startup*, dentre outros, que permeiam os diferentes setores da economia.

Diante da importância e complexidade dos processos inovativos e do nível de alcance das ações do Hub de Inovação Banco do Nordeste, é importante avaliar a eficácia e a efetividade de suas ações, contribuindo, também, para a identificação de falhas no processo operacional, possibilitando o seu aperfeiçoamento.

## 2 Metodologia

O presente estudo adota o método qualitativo, por capturar percepções e opiniões dos sujeitos de pesquisa. A estratégia metodológica previu a realização de duas pesquisas de campo, para coleta de dados primários de um conjunto de variáveis definidas, levando-se em consideração a missão do Hub de Inovação Banco do Nordeste.

O estudo compara os resultados da primeira pesquisa de campo realizada nos períodos de novembro a dezembro de 2019 (pesquisa 2019) e de novembro de 2020 a janeiro de 2021 (pesquisa 2020), junto aos empreendedores que apresentaram seus projetos de inovação no Hub de Inovação Banco do Nordeste nas unidades localizadas nas cidades de Fortaleza, de Recife e de Salvador.

A primeira pesquisa de campo permitiu estabelecer o nível de desempenho na situação inicial, definindo-se, assim, a Linha de Base das variáveis. Já a segunda, realizada após 12 meses de atuação do Hub de Inovação Banco do Nordeste e denominada “avaliação *ex-post*”, permitiu a comparação dos desempenhos em cada variável, possibilitando a mensuração dos resultados alcançados pelas ações desenvolvidas.

A equipe do Hub de Inovação manteve contato com os empreendedores, cujos projetos foram selecionados para participação no Hub de Inovação Banco do Nordeste, nas três unidades, aqui denominados “Residentes”, que formaram o grupo de tratamento; e, também, junto àqueles que apresentaram seus projetos ao Hub de Inovação e que, por razões distintas, não foram selecionados, aqui denominados “Não-Residentes”, que formaram o grupo de controle. Os empreendedores Não-Residentes responderam às questões, na perspectiva de suas percepções e opiniões, caso estivessem participando da programação do Hub de Inovação Banco do Nordeste.

Adotou-se essa estratégia para identificar empreendedores, com características e oportunidades, de acesso ao Hub de Inovação, semelhantes, inferindo-se que as diferenças apresentadas nos resultados obtidos por cada grupo, ou seja, Residentes e Não-Residentes,

foram decorrentes das contribuições das ações implantadas pelo Hub de Inovação Banco do Nordeste.

As questões propuseram uma classificação por Grau de Importância, em escala de 1 a 5, considerando 1 (um) o mais alto grau de importância e 5 (cinco) o menor grau de importância, relativamente às motivações, às vantagens e às desvantagens, em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste.

O instrumento de pesquisa foi um questionário, construído para este estudo e, basicamente, empregado em ambas as pesquisas. Algumas questões foram inseridas no questionário da pesquisa de 2020, em relação ao utilizado em 2019, para captar as opiniões dos empreendedores quanto aos impactos devidos às medidas restritivas de controle da pandemia do novo Coronavírus, cenário que se apresentou durante quase todo o período de referência da segunda pesquisa de campo.

O questionário foi elaborado e disponibilizado aos participantes da pesquisa, utilizando-se a ferramenta *SurveyMonkey*<sup>®</sup>, abordando-se as seguintes variáveis<sup>1</sup>:

- ✓ Variáveis para avaliação da eficácia
  - *Networking*
    - Possibilidade de troca de conhecimentos/experiências
    - Acesso a novos conhecimentos
    - Possibilidade de conhecer potenciais clientes
    - Seleção das empresas para cocriação
  - *Coworking*
    - Custo-benefício
    - Funcionalidade para as atividades-meio
    - Eventos
    - Falta de privacidade
    - Risco de “espionagem”
    - Ambiente inovador e desafiador
- ✓ Variáveis para avaliação de efetividade
  - Negócio inovador
  - Geração de ideias
  - Número de colaboradores
  - Nível de capacitação pessoal
  - Faturamento
  - Número de clientes
  - *Market share*
  - Número de parcerias
  - Investimentos
  - Contribuição para estruturação do negócio

---

<sup>1</sup> Este artigo resume parte das variáveis analisadas, no estudo completo, no âmbito das percepções dos sujeitos das pesquisas, relativamente às motivações, às vantagens e às desvantagens em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste.

- Pivotar
- Tempo de permanência no Hub de Inovação Banco do Nordeste

Compuseram, ainda, o instrumento de pesquisa, duas questões para identificar o setor da economia em que a empresa atua e a unidade do Hub de Inovação Banco do Nordeste na qual a empresa reside ou residiu<sup>2</sup>.

## 3 Resultados Comentados

### 3.1 Perfil dos respondentes

#### 3.1.1 Residentes e Não-Residentes por unidade do Hub de Inovação

Participaram da pesquisa, em 2019, no Hub de Inovação localizado em Fortaleza, 69% de empreendedores Residentes e 31% de empreendedores Não-Residentes. Dos participantes da pesquisa em Salvador, 20% são Residentes no Hub de Inovação e 80% são Não-Residentes.

Assim, cerca de 85% dos empreendedores Residentes estão no Hub de Inovação de Fortaleza e 15% no Hub de Inovação de Salvador. Os Não-Residentes estão 62% localizados em Salvador e 38% em Fortaleza.

Participaram da pesquisa, em 2020, no Hub de Inovação localizado em Fortaleza, 40% de empreendedores Residentes e 40% de empreendedores Não-Residentes. Em Salvador, 40% são Residentes e 20% são Não-Residentes. Já em Recife, 20% são Residentes e 40% Não-Residentes no Hub de Inovação.

Portanto, cerca de 40% dos empreendedores Residentes estão no Hub de Inovação de Fortaleza, 40% em Salvador e 20% no Hub de Inovação de Recife. Os Não-Residentes estão 40% localizados em Fortaleza, 20% em Salvador e 40% em Recife.

O fato de a unidade de Recife do Hub de Inovação ter sido mais recentemente instalada, do que as unidades de Fortaleza e de Salvador, pode explicar a menor proporcionalidade de *startups* Residentes nessa unidade. Vale ressaltar que essa distribuição espacial não se constitui limitação metodológica para desenvolvimento da pesquisa nas três unidades, uma vez que as ações do Hub de Inovação do Banco do Nordeste são pautadas por linhas estratégicas de atuação, que, em geral, não estão sujeitas diretamente às variações locais.

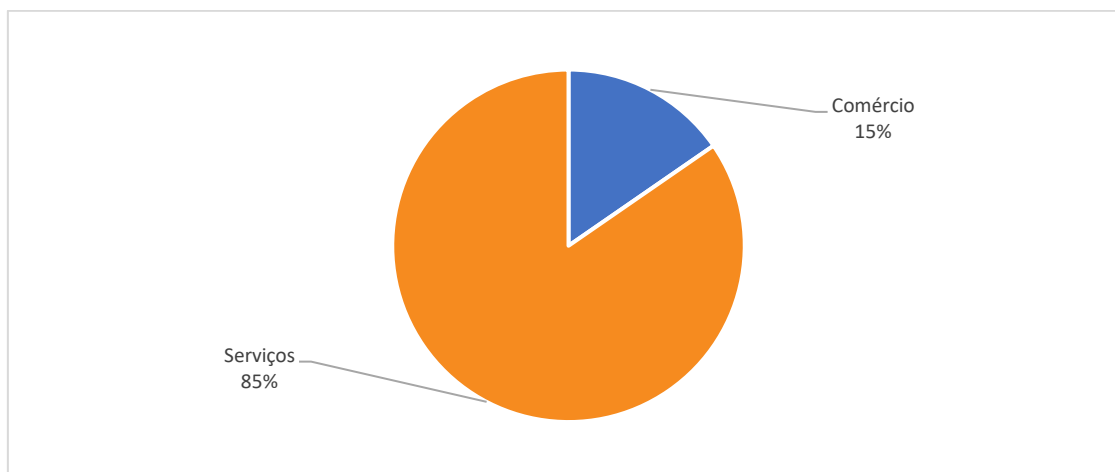
#### 3.1.2 Residentes e Não-Residentes por setor da economia

Em 2019, dentre os Residentes, 85% desenvolvem empreendimentos no Setor de Serviços e 15% no Setor de Comércio (Gráfico 1).

---

<sup>2</sup> “Residir” é o termo utilizado entre as *startups* para indicar a participação em atividades de determinado espaço de trabalho compartilhado para estímulo à inovação.

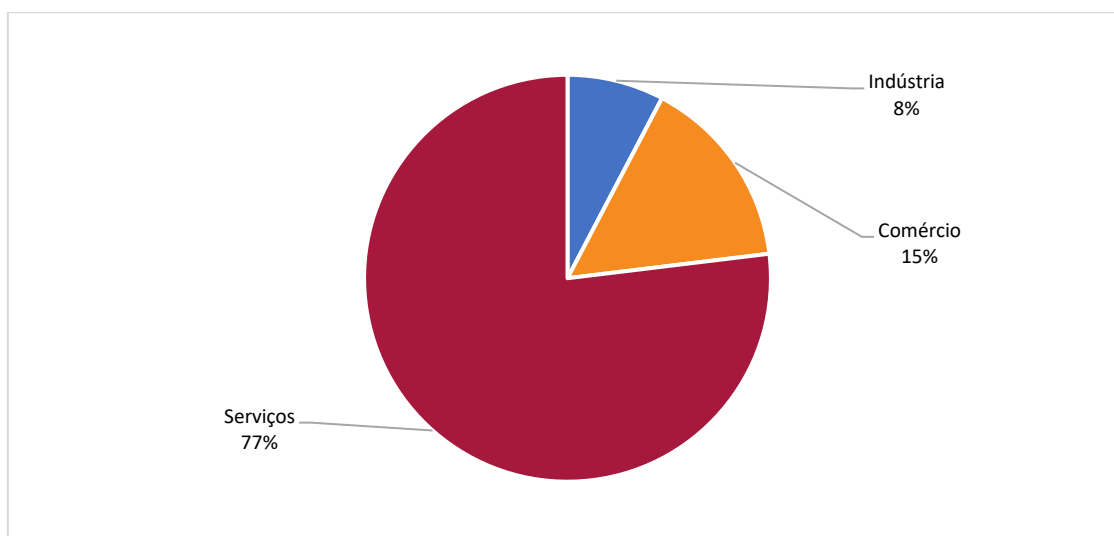
Gráfico 1 – Distribuição dos respondentes Residentes por setor da economia - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Dentre os empreendedores Não-Residentes 77% desenvolvem empreendimentos no Setor de Serviços, 15% no Setor de Comércio e 8% na Setor da Indústria (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Distribuição dos respondentes Não-Residentes por setor da economia - 2019 (%)

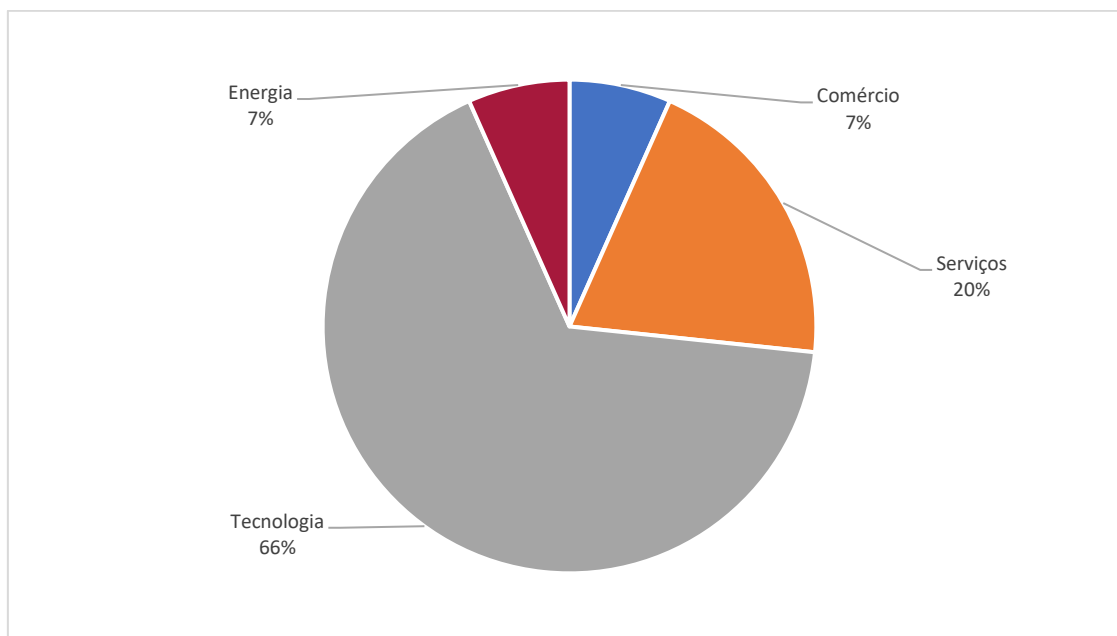


Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Observa-se, em 2019, predominância de projetos/empresas no Setor de Serviços, seguido, em menor escala, pelo Setor de Comércio e poucos empreendimentos no Setor da Indústria.

Em 2020, entre os Residentes, há forte predominância de empresas de Tecnologia, seguidos pelas empresas do Setor de Serviços e, em menor escala, por aquelas do Setor de Comércio e pelas relacionadas à produção e distribuição de Energia (Gráfico 3).

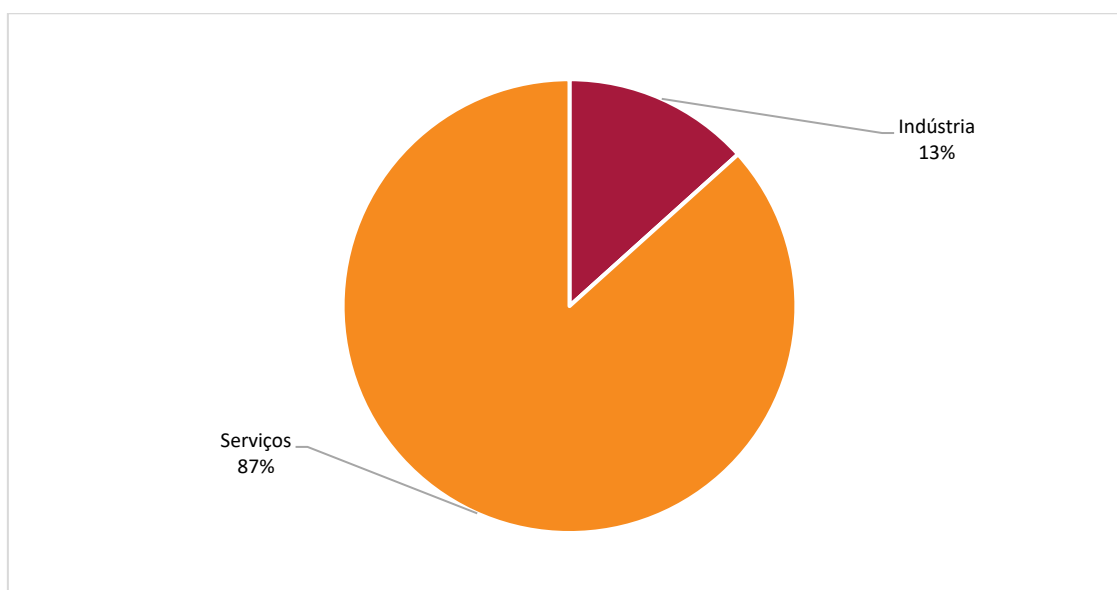
Gráfico 3 – Distribuição dos respondentes Residentes por setor da economia - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Entre os Não-Residentes, nessa mesma pesquisa de 2020, predominam as empresas do Setor de Serviços e, em menor escala, aquelas da Indústria (Gráfico 4).

Gráfico 4 – Distribuição dos Respondentes Não-Residentes por setor da economia - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Assim, comparando-se as duas pesquisas, observa-se uma mudança de perfil das empresas para a área de Tecnologia, mantendo-se a predominância de empresas do Setor de Serviços em ambas as pesquisas e com relação aos grupos de Residentes e de Não-Residentes.

## 3.2 Avaliação da eficácia do Hub de Inovação Banco do Nordeste

### 3.2.1 *Networking*

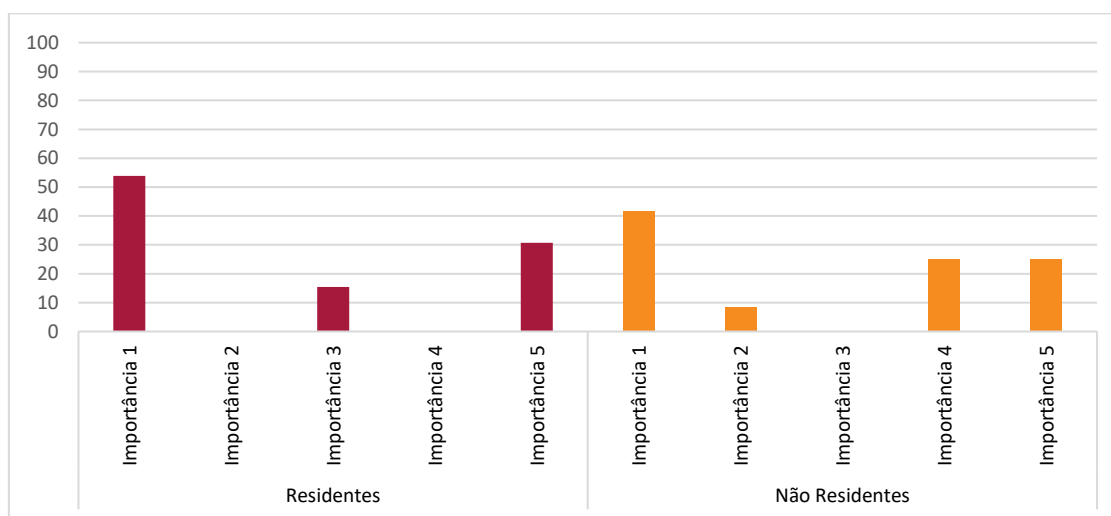
Entendendo *networking* como o trabalho em rede e uma atividade socioeconômica pela qual empreendedores e empresários reúnem-se para formar relacionamentos comerciais e reconhecer ou criar oportunidades de negócios, compartilhar conhecimentos e experiências, bem como acessar novos conhecimentos e buscar parceiros em potencial para seus empreendimentos, a participação no Hub de Inovação Banco do Nordeste tem por objetivo contribuir para ampliar essas oportunidades nessa modalidade de trabalho.

Questões relacionadas à possibilidade de troca de experiências, acesso a novos conhecimentos, possibilidade de conhecer potenciais clientes e a importância da seleção das empresas foram selecionadas para compor essa categoria denominada *networking*.

#### a) Possibilidade de troca de experiências

Na pesquisa de 2019, a maioria dos empreendedores Residentes e 42% dos Não-Residentes atribuem grau de importância 1 à motivação de participar do Hub de Inovação pela possibilidade de troca de experiências (Gráfico 5).

Gráfico 5 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela possibilidade de troca de experiências - 2019 (%)

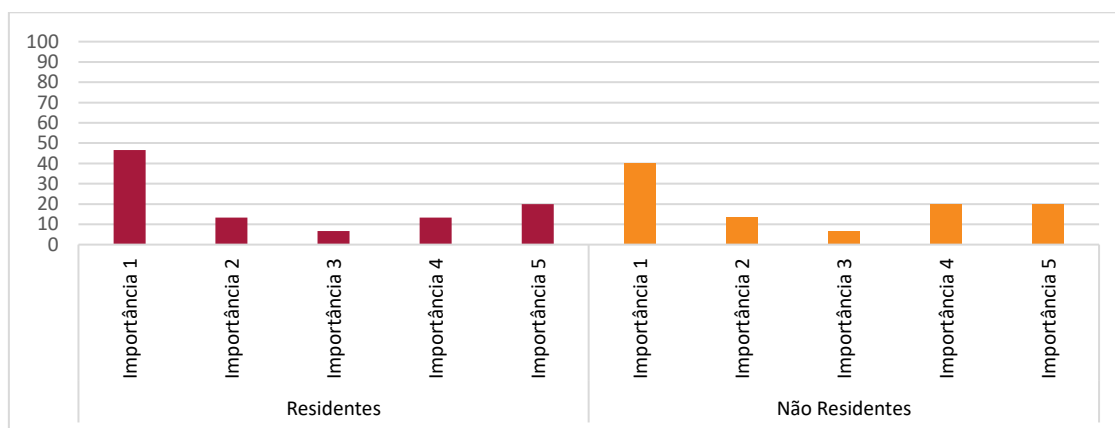


Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).



Não se observa mudança significativa de comportamento dessa variável na pesquisa de 2020 em relação à de 2019 (Gráfico 6).

Gráfico 6 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela possibilidade de troca de experiências - 2020 (%)

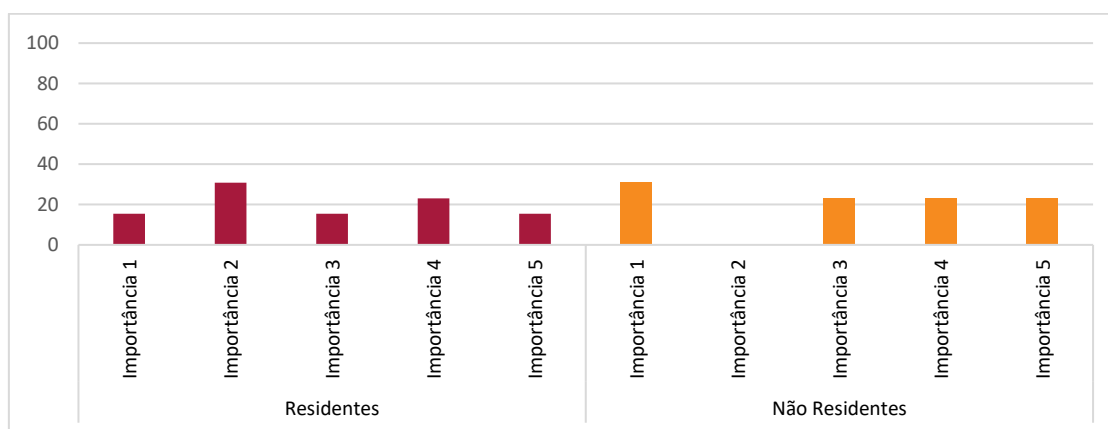


Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

## b) Acesso a novos conhecimentos

No quesito relativo à facilidade de acesso a novos conhecimentos, em 2019, Residentes, em maioria, não consideraram ser essa uma motivação importante para participarem do Hub de Inovação (Gráfico 7). Assim, uma inferência possível é a de que o Hub não esteja ofertando cursos, treinamentos ou palestras de interesse direto para esse grupo de Residentes.

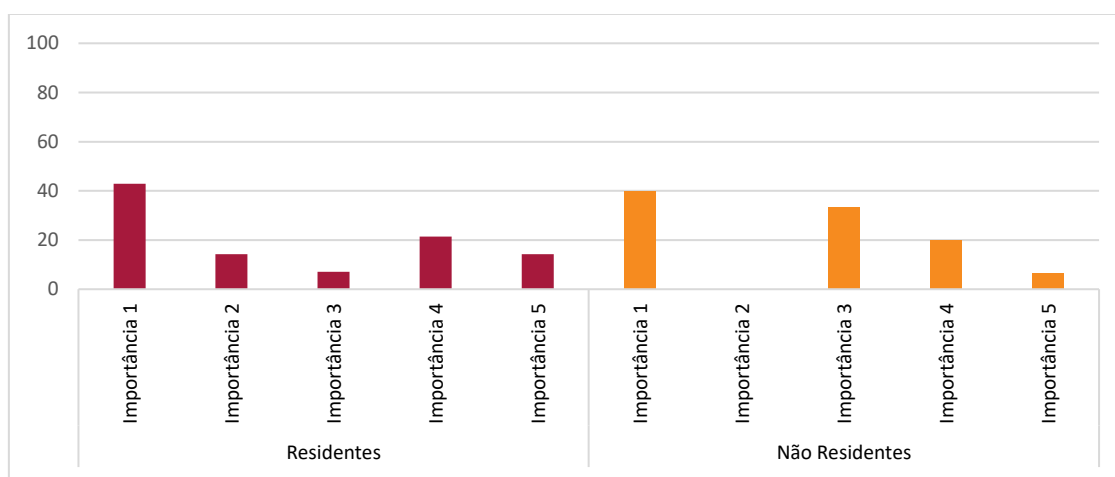
Gráfico 7 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pelo acesso a novos conhecimentos - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Na pesquisa de 2020, no entanto, observa-se significativa mudança de comportamento em relação ao acesso a novos conhecimentos, apontando que Residentes e Não-Residentes atribuem maior grau de importância a essa variável como motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste (Gráfico 8).

Gráfico 8 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pelo acesso a novos conhecimentos - 2020 (%)



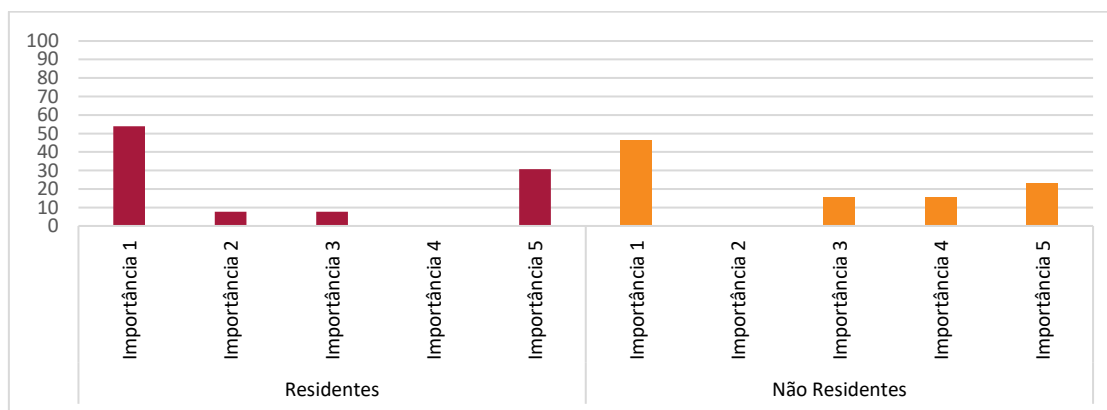
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Esses resultados parecem sinalizar que os empreendedores, em geral, compreendem a importância de acessar novos conhecimentos e, também, que o Hub de Inovação ofereceu cursos de mais interesse dos empreendedores. Portanto, indica que houve alinhamento entre a oferta de cursos e outros eventos de capacitação mais específicos, por parte do Hub de Inovação, e as necessidades e expectativas dos empreendedores.

### c) Possibilidade de conhecer potenciais clientes

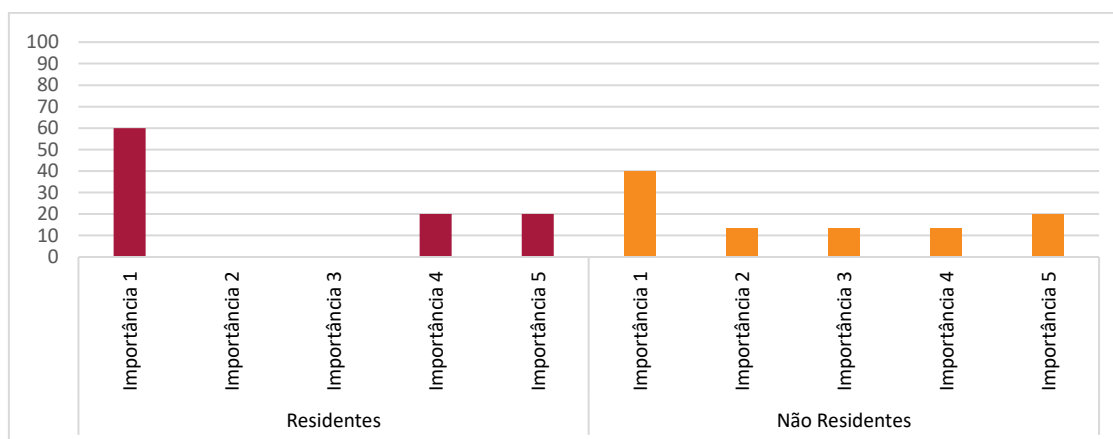
Por sua vez, na pesquisa de 2019 e na de 2020, a maioria dos empreendedores Residentes atribuiu grau de importância 1 à motivação de participar do Hub de Inovação pela possibilidade de conhecer potenciais clientes, observando leve acréscimo na pesquisa realizada em 2020 (Gráficos 9 e 10).

Gráfico 9 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela possibilidade de conhecer potenciais clientes - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 10 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela possibilidade de conhecer potenciais clientes - 2020 (%)



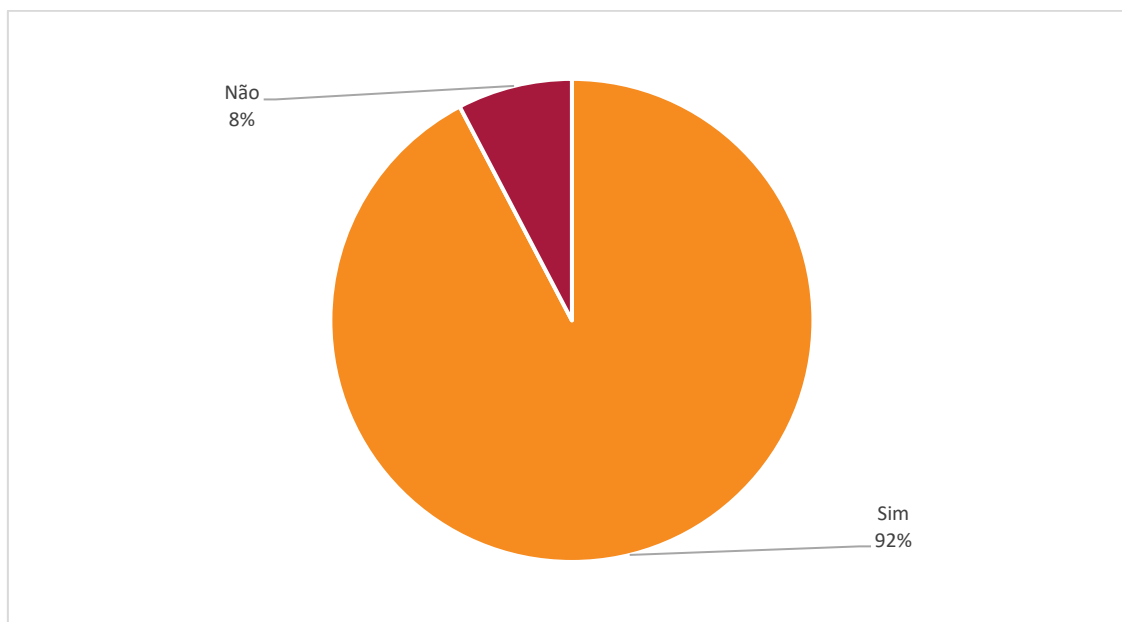
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

A oferta de oportunidades de acessar novos conhecimentos e de ampliar as relações com potenciais clientes são atributos sensíveis à atratividade de um Hub de Inovação. Os resultados apresentados – de crescimento de atribuição de valor a essas variáveis, por parte de empreendedores Residentes e Não-Residentes –, sinalizam o reconhecimento positivo das ações desenvolvidas pelo Hub de Inovação na perspectiva de geração de ideias e de promoção das iniciativas inovadoras.

#### d) Seleção das empresas Residentes

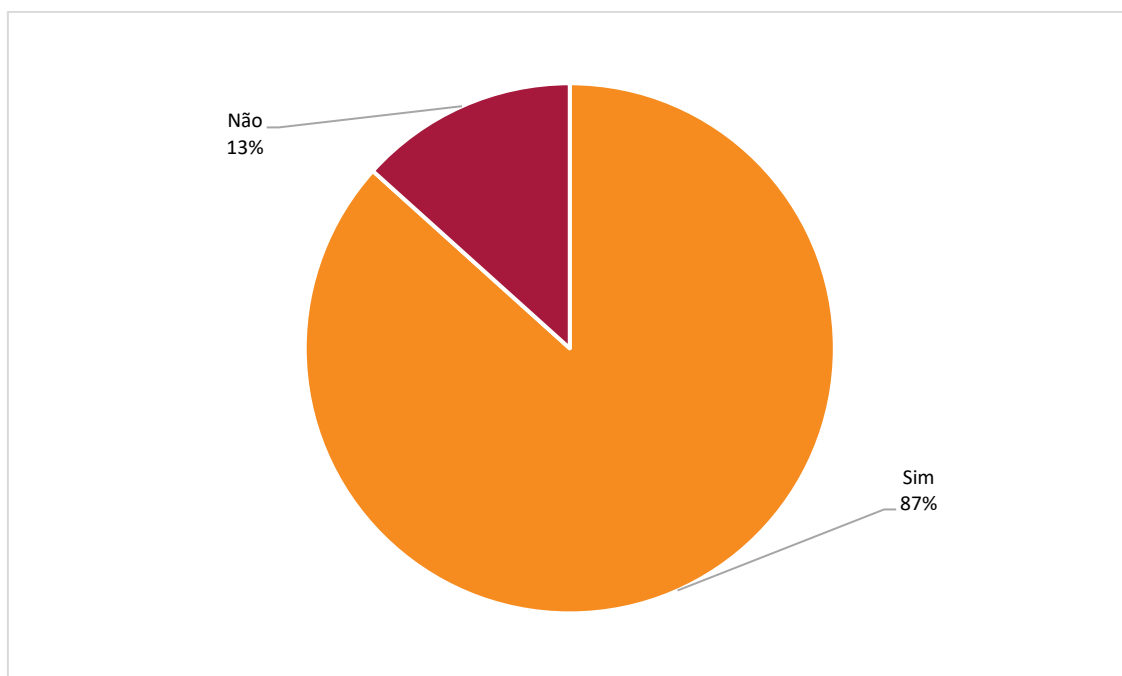
Em 2019, para 92% dos respondentes Residentes, a seleção das empresas contribuiu com o desenvolvimento das *startups* e traz sinergia aos modelos de negócios. Da mesma maneira, 77% dos respondentes concordam que as empresas Residentes contribuem entre si para o desenvolvimento dos projetos (Gráficos 11 e 13).

Gráfico 11 – Seleção das empresas e contribuição com as *startups* - 2019 (%)



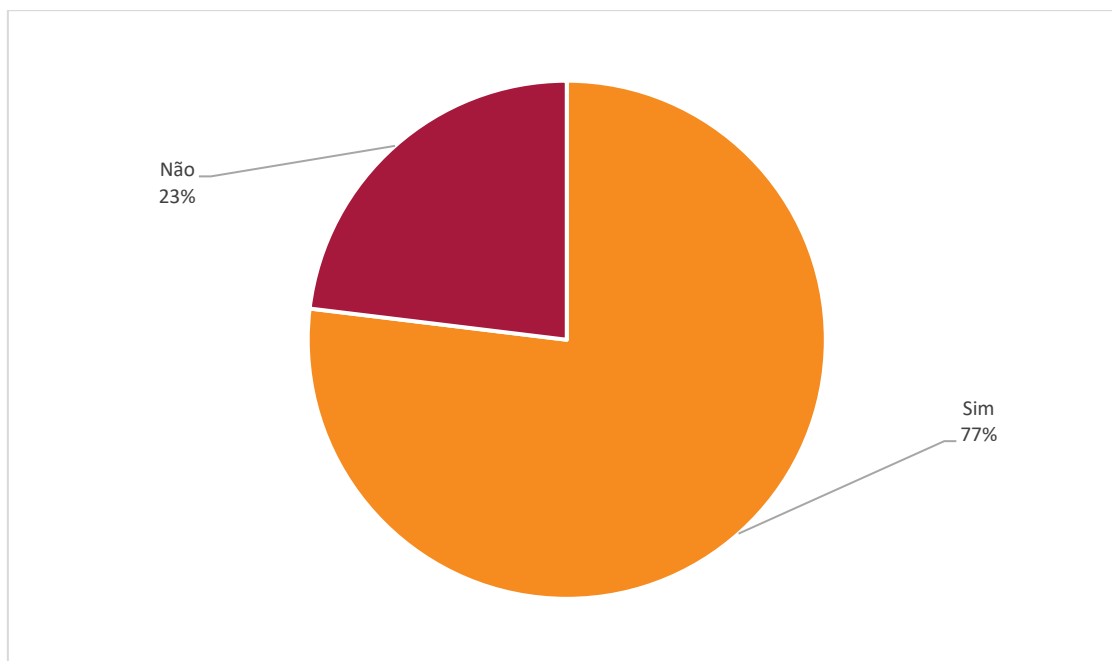
Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 12 – Seleção das empresas e contribuição com as *startups* – 2020 (%)



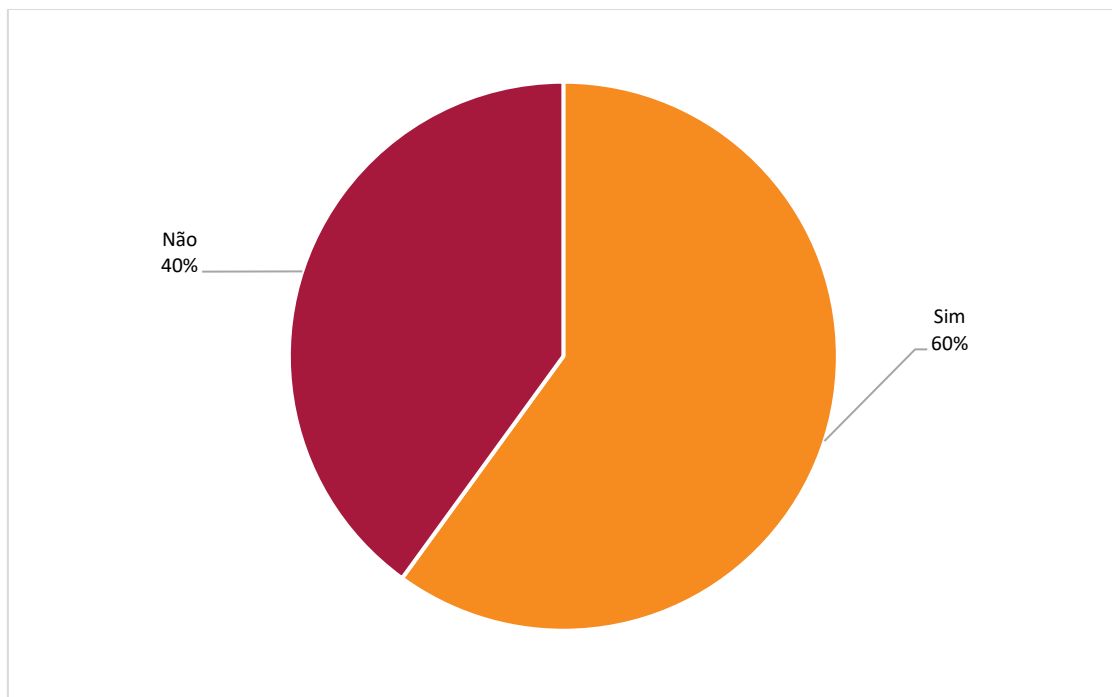
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Gráfico 13 – Contribuição entre empresas Residentes - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 14 – Contribuição entre empresas Residentes - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Em 2020, essas duas variáveis permaneceram com o mesmo perfil (Gráficos 12 e 14). Como observado no item 1. b, deste estudo, a mudança de perfil de atuação das *startups* pode sinalizar maior adequação na formação dos grupos de empresas e na atratividade do Hub de Inovação, ampliando a percepção de contribuição da seleção das empresas para a aceleração dos negócios e ampliação da sinergia entre eles; variáveis sensíveis de eficácia do Hub de Inovação no que se refere às funções de formação de redes de relacionamento (*networking*), de cocriação e, também, de compartilhamento de ambiente de trabalho (*coworking*).

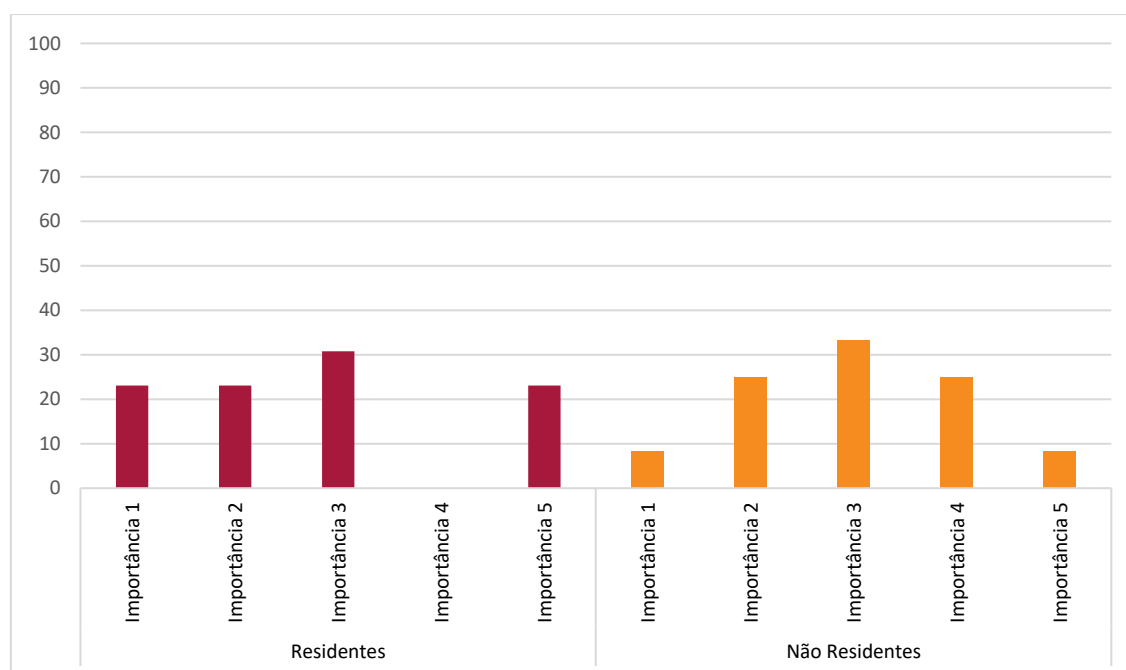
### 3.2.2 Coworking

Entende-se que um espaço de trabalho compartilhado, por diferentes empresas, promove a redução de alguns itens de custo. Porém, pode trazer, também, desvantagens causadas pela exposição de informações privadas e pela dispersão da atenção ao trabalho devido ao nível de ruído do ambiente.

#### a) Relação custo-benefício

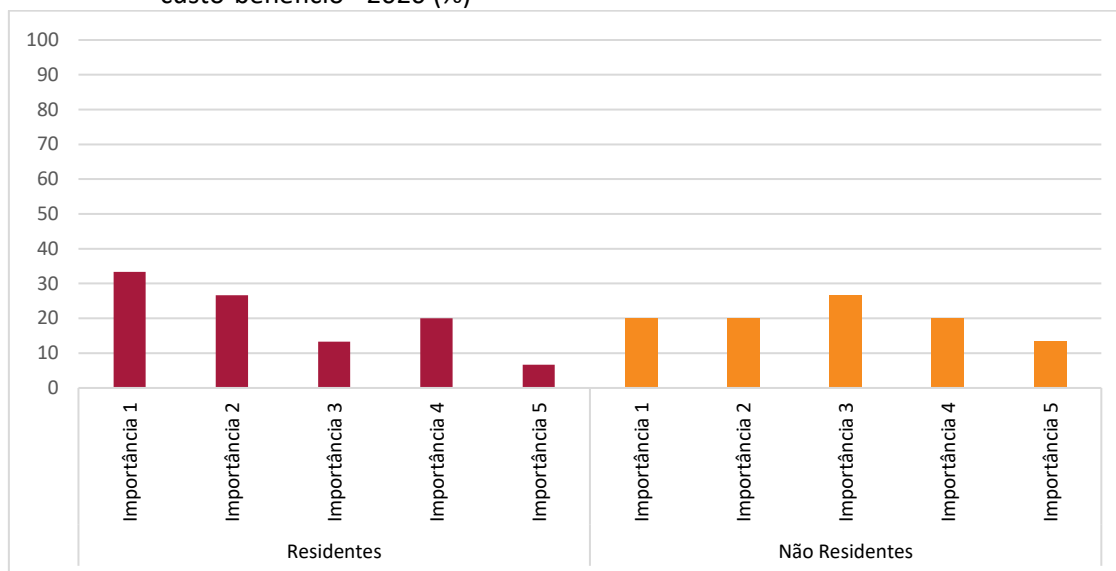
Para os respondentes das pesquisas, a relação custo-benefício não parece ser um aspecto motivador em participar do Hub de Inovação. No entanto, na pesquisa de 2020, verifica-se discreto aumento nos percentuais de atribuição de grau de importância 1 para essa variável, em relação à de 2019, tanto para empreendedores Residentes quanto para Não-Residentes (Gráficos 15 e 16).

Gráfico 15 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela relação custo-benefício - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 16 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela relação custo-benefício - 2020 (%)

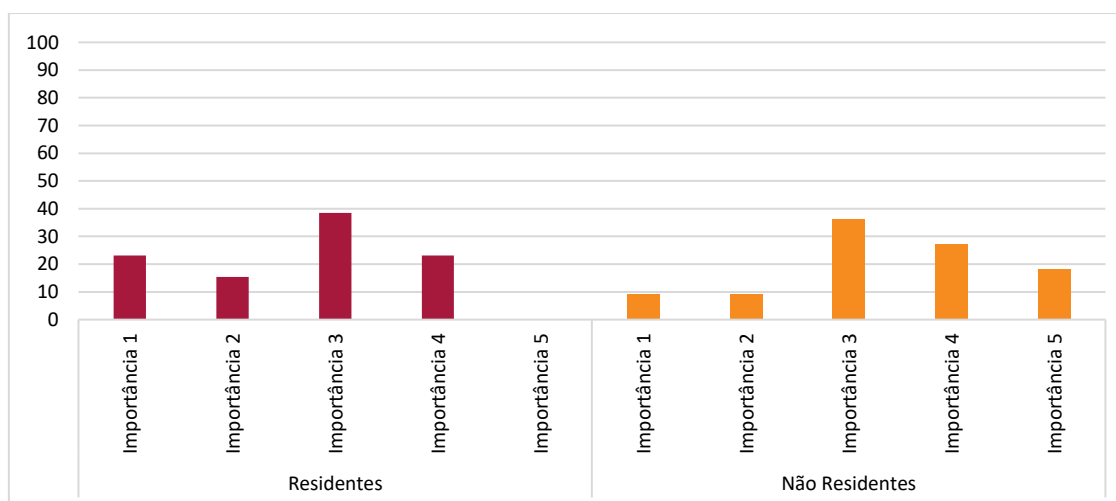


Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

## b) Funcionalidade para as atividades-meio

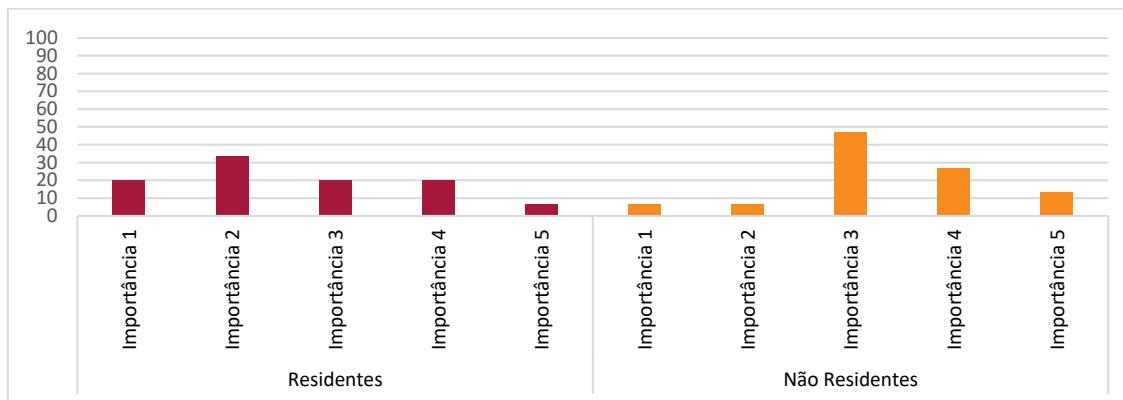
Quanto à funcionalidade, que o Hub de Inovação pode oferecer para as atividades-meio dos empreendedores, essa também não se constitui um aspecto motivador para participar do Hub de Inovação, observado na pesquisa de 2019 e na de 2020, tanto para Residentes como para Não-Residentes (Gráficos 17 e 18).

Gráfico 17 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela funcionalidade - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 18 – Motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela funcionalidade - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

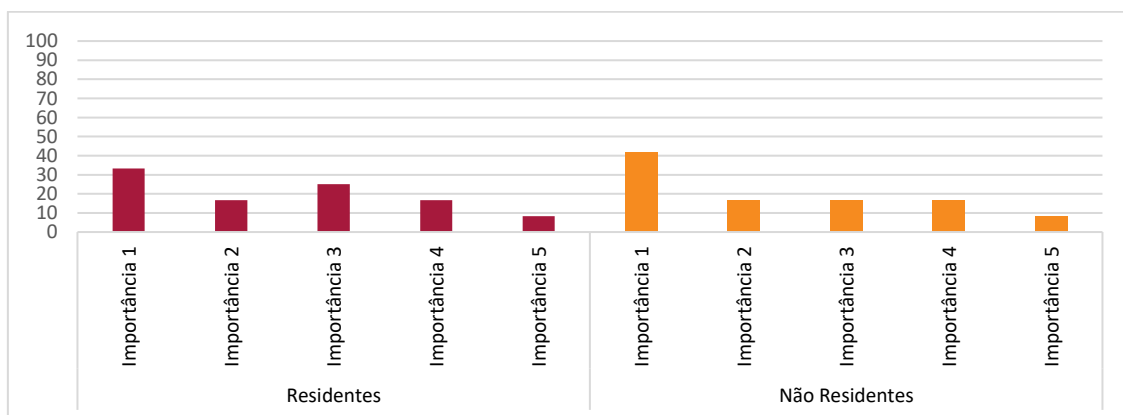
Assim, esses resultados para a variável Funcionalidade vão ao encontro dos resultados observados para a variável custo-benefício, que também não constitui motivação para participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste.

### c) Eventos

Destaca-se a variável Eventos, que, na pesquisa de 2020, foi percebida como vantagem, entre os Residentes, para participação no Hub de Inovação. O que vem ao encontro dos resultados obtidos, também em 2020, relativamente à variável Acesso a Novos Conhecimentos (comentada no item ii, *Networking*), na qual foram atribuídos – pela metade dos empreendedores Residentes – os graus 1 e 2 de importância (Gráficos 19 e 20).

Esses resultados parecem sinalizar que a estruturação da demanda por eventos de capacitação, mentoria etc., realizada pelo Hub de Inovação, está em acordo com as principais necessidades de conhecimento desses empreendedores Residentes.

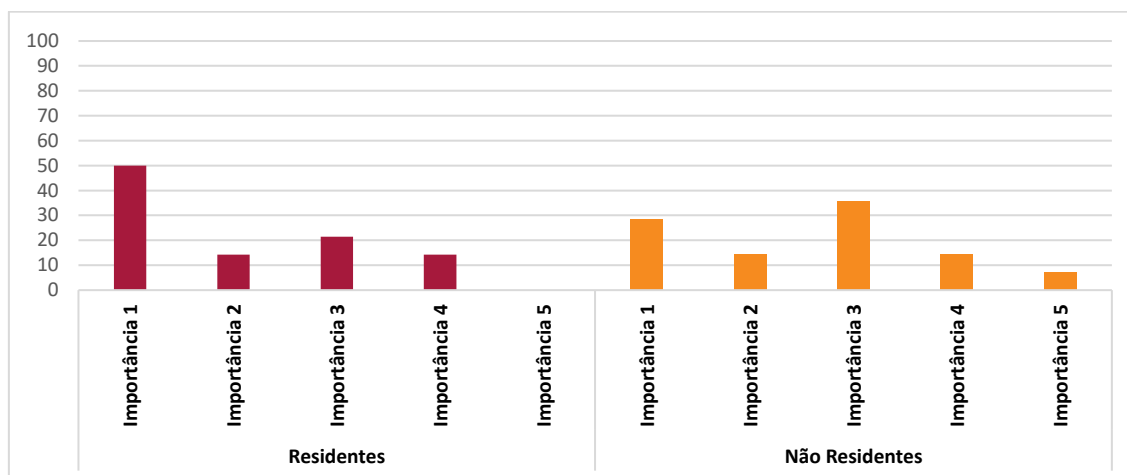
Gráfico 19 – Vantagem em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pelos eventos - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).



Gráfico 20 – Vantagem em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pelos eventos - 2020 (%)



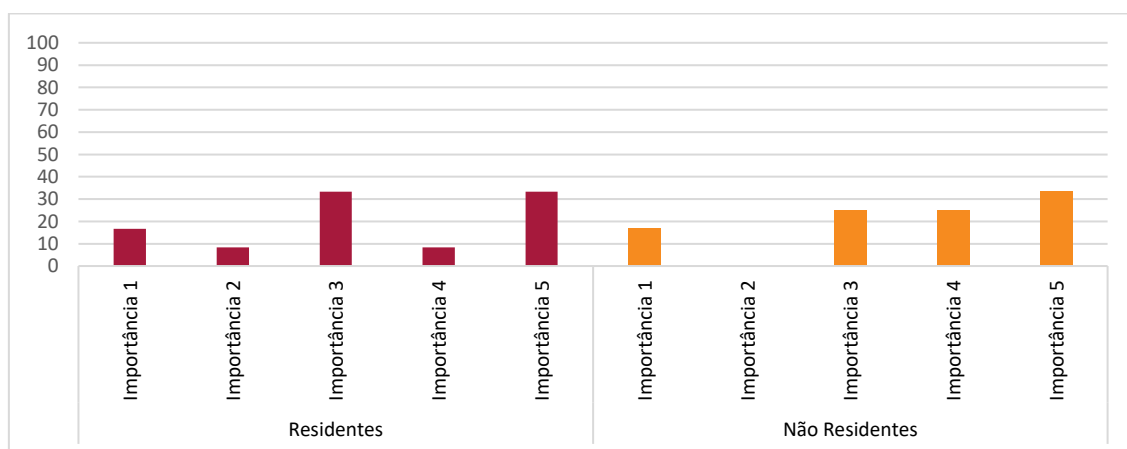
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

#### d) Privacidade

Em relação à privacidade e ao sigilo necessários para o desenvolvimento das atividades das empresas, tanto o grupo de Residentes quanto o grupo de empreendedores Não-Residentes, nas duas pesquisas, pelo grau de importância que atribuíram a esses quesitos, não entendem que a privacidade necessária ao desenvolvimento dos trabalhos esteja prejudicada ou que haja risco de “espionagem”, não se constituindo desvantagem (Gráficos 21 a 24).

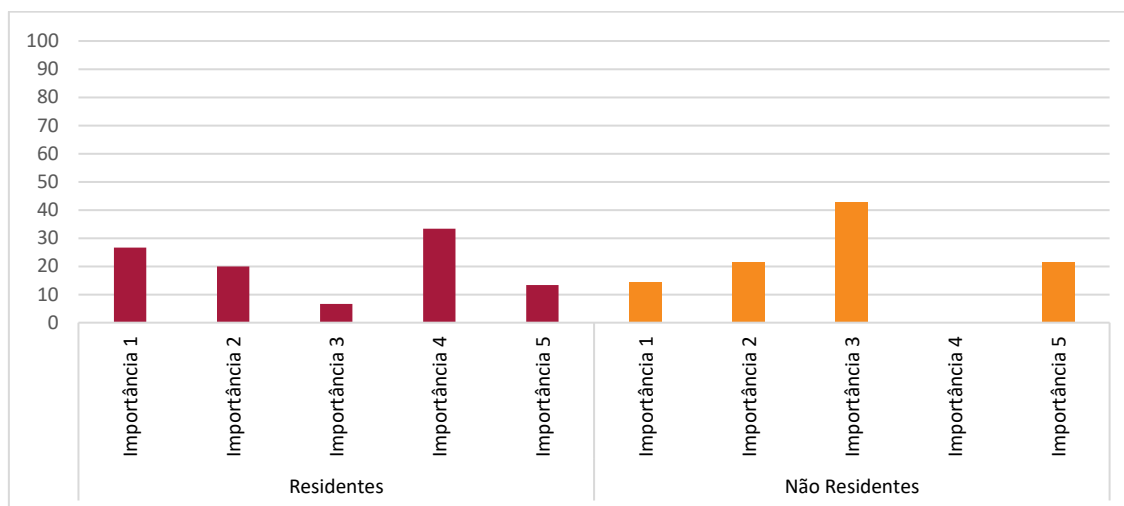
Entende-se risco de “espionagem” como a perda de proteção das ideias inovadoras ou de informações, que possam auferir vantagem competitiva para as empresas.

Gráfico 21 – Desvantagem em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela falta de privacidade - 2019 (%)



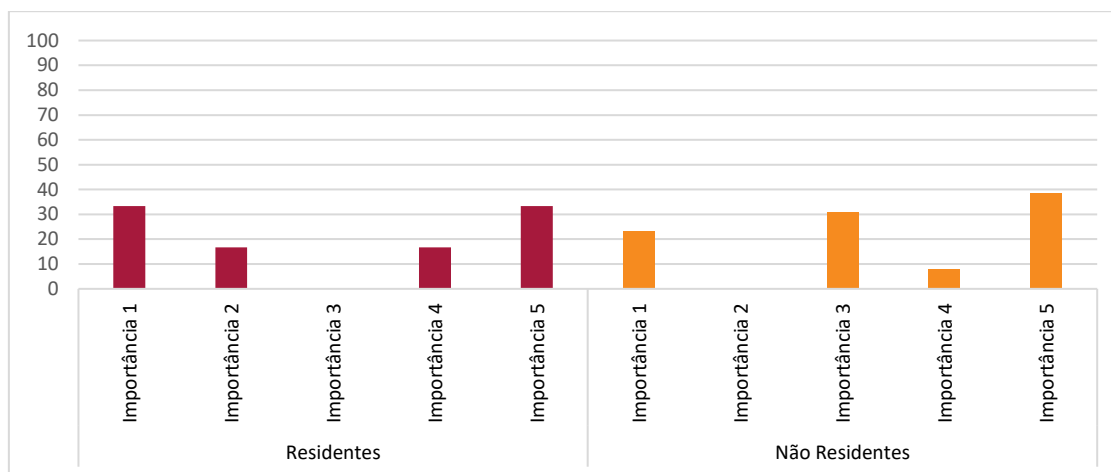
Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 22 – Desvantagem em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pela falta de privacidade - 2020 (%)



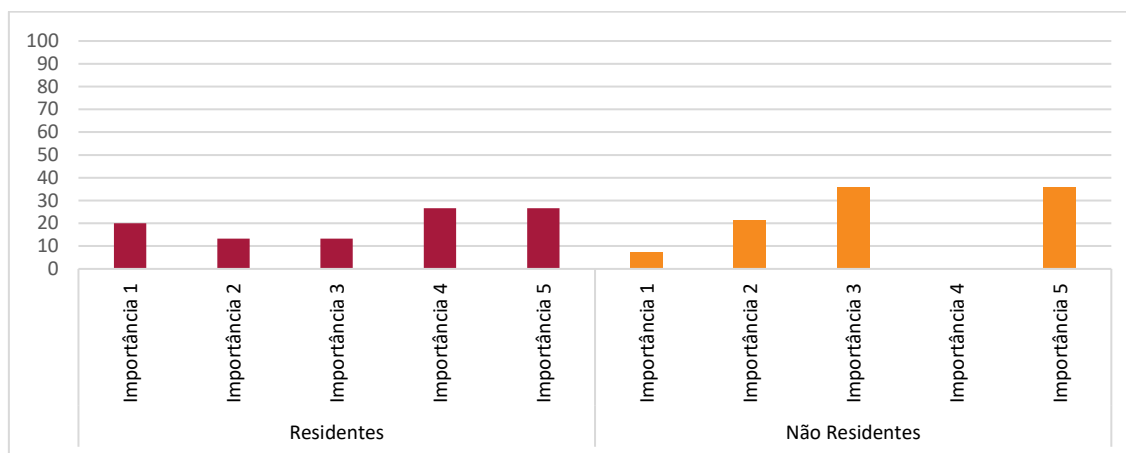
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Gráfico 23 – Desvantagem em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pelo risco de “espionagem” - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 24 – Desvantagem em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste pelo risco de “espionagem” - 2020 (%)

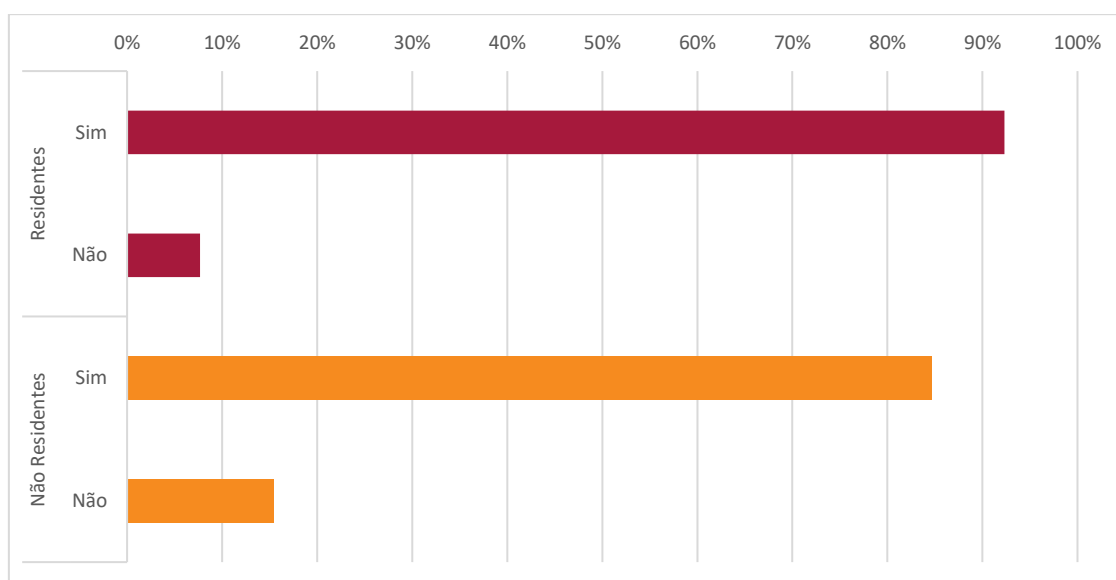


Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

### e) Ambiente inovador e desafiador

Para sintetizar, as pesquisas indagaram se o Hub de Inovação Banco do Nordeste apresentava-se como um ambiente inovador e desafiador, solicitando-se, ainda, justificativas para as respostas. Responderam positivamente 92% do grupo de respondentes Residentes e 85% do de Não-Residentes na pesquisa de 2019 (Gráfico 25).

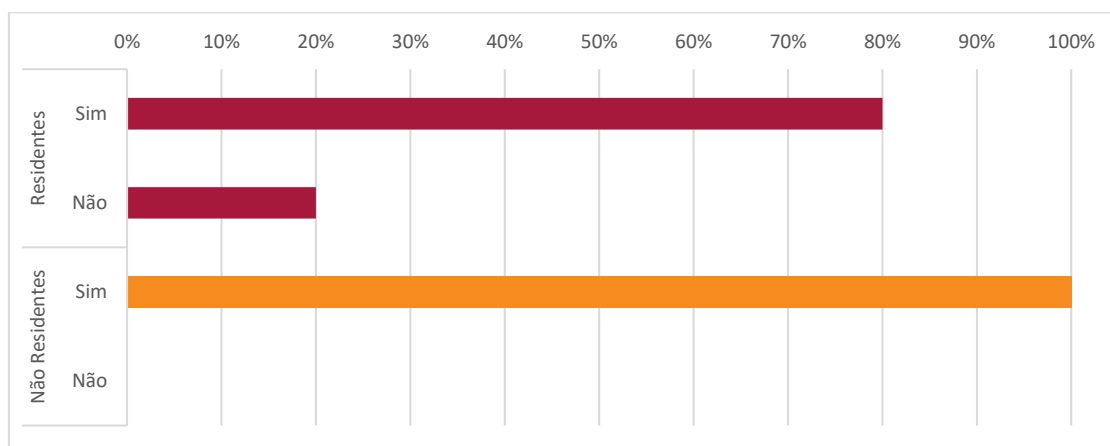
Gráfico 25 – Percepção sobre o ambiente do Hub de Inovação Banco do Nordeste - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Na pesquisa de 2020, 80% dos Residentes responderam que consideram o ambiente do Hub de Inovação Banco do Nordeste inovador e desafiador. Dentre os Não-Residentes, 100% das *startups* têm essa percepção (Gráfico 26).

Gráfico 26 – Percepção sobre o ambiente do Hub de Inovação Banco do Nordeste - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

As justificativas apresentadas às respostas, nos termos dos sujeitos das pesquisas, referem-se a: “carência de centros de apoio e fomento à inovação”; “pioneirismo do Banco do Nordeste no apoio às *startups*”; “competência da equipe do Hub de Inovação para trazer oportunidades às *startups*”; “abrigar e aproximar diferentes *startups*”; “estímulo à participação em apresentações”; “compartilhamento do espaço com empresas relevantes”; “conexão com o ecossistema das *startups*”; “sistemáticas provocações inovadoras”; “BNB é o único apoiador na inserção das *startups* no ecossistema”; e “contribuição para colaboração produtiva entre as *startups*”.

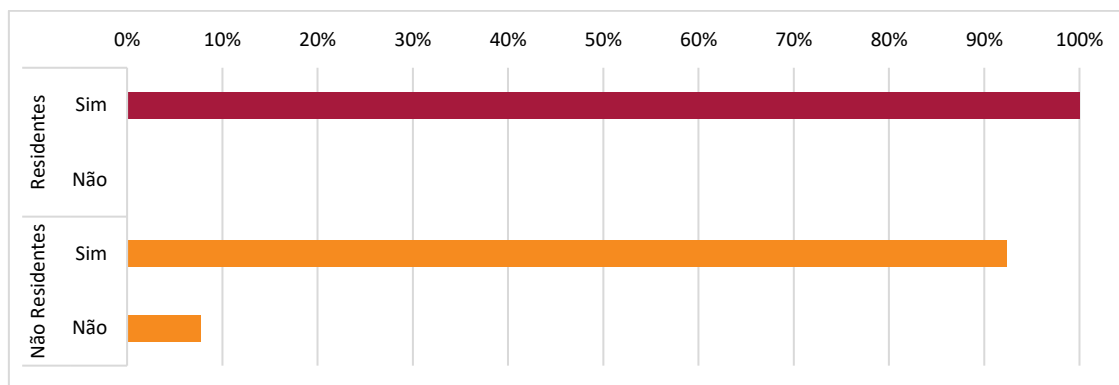
### 3.2.3 Variáveis para avaliação da efetividade

Para avaliar a efetividade das ações desenvolvidas pelo Hub de Inovação Banco do Nordeste, selecionaram-se variáveis relacionadas às características inovadoras dos produtos e processos ao ambiente propício à geração de ideias para estruturação do negócio, bem como aos aspectos administrativos e financeiros das *startups*, à formação de redes de parcerias e ao alcance do ponto de inflexão para avanço do negócio.

#### a) Modelo inovador

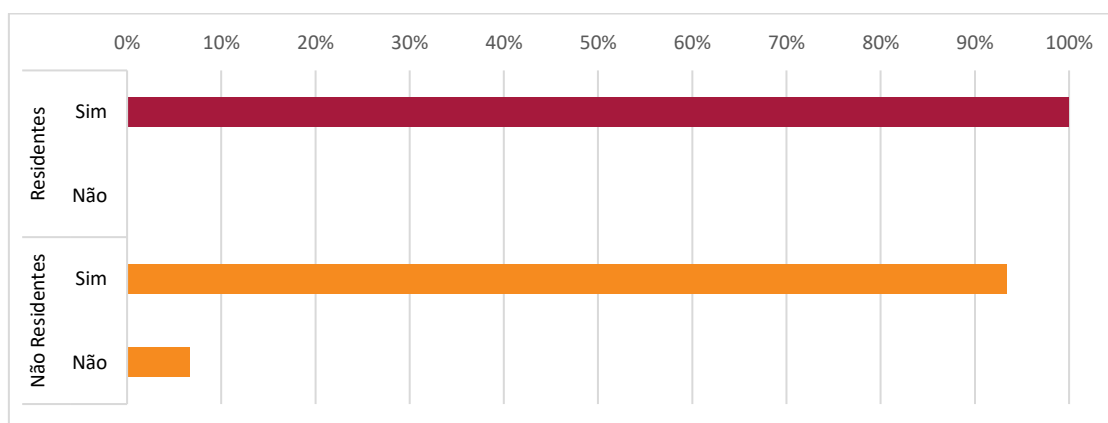
Nas pesquisas realizadas, a totalidade dos respondentes Residentes concorda que tem um modelo de negócios inovador. Por sua vez, a grande maioria dos respondentes Não-Residentes também concorda que desenvolve um modelo de negócios inovador, de acordo com os Gráficos 27 e 28, a seguir.

Gráfico 27 – Opinião sobre a inovação no modelo de negócio - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

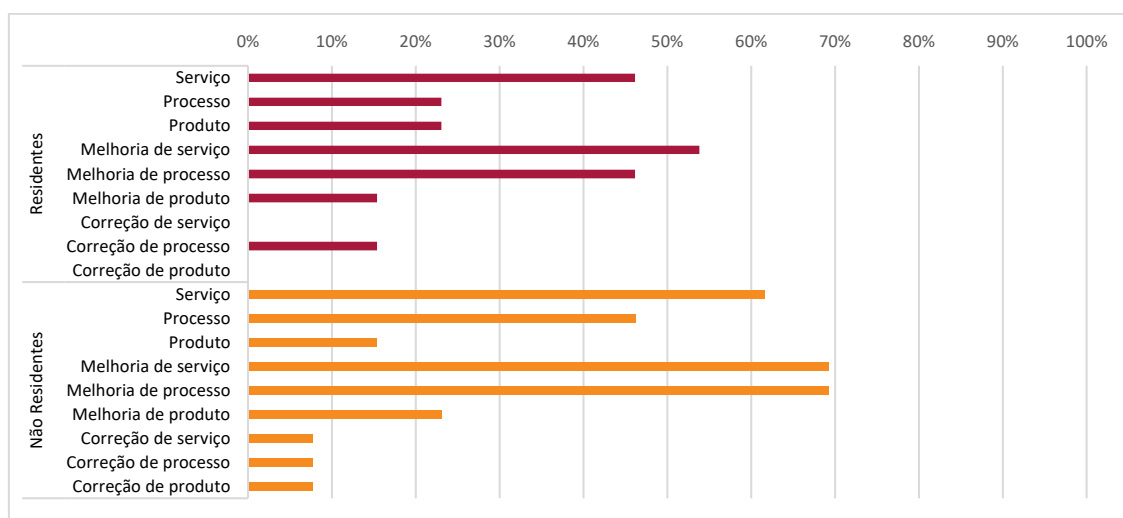
Gráfico 28 – Opinião sobre a inovação no modelo de negócio – 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

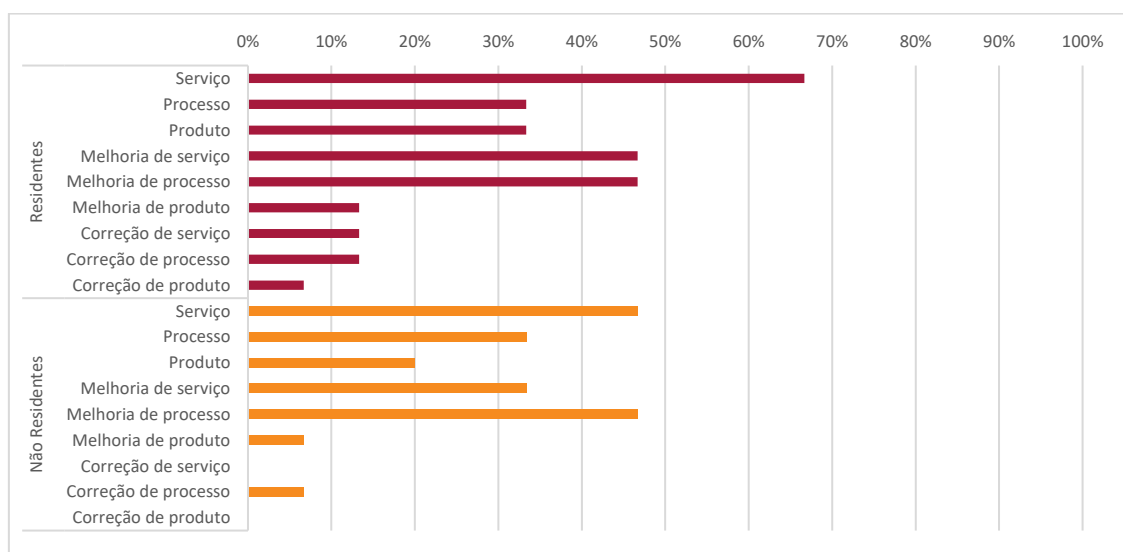
De acordo com os Residentes, a inovação em 46% das respostas refere-se a um Serviço, 54% à melhoria de serviço e 15% à correção de processo. Quanto aos Não-Residentes, 62% declaram desenvolver projetos de inovação em Serviços, 69% em melhoria de serviço e de processo e 8%, em cada tipo, em correção de serviço, de processo e de produto (Gráfico 29).

Gráfico 29 – Tipos de inovação - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 30 – Tipo de inovação - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Os resultados da pesquisa de 2020 demonstram também a predominância em projetos relacionados a serviço e à melhoria de serviço e de processo, tanto entre os Residentes quanto entre os Não-Residentes (Gráfico 30).

## b) Geração de ideias

Na pesquisa de 2019, no que se refere à geração de ideias inovadoras, mais de 90% dos respondentes Residentes afirmaram que foram geradas novas ideias nos últimos seis meses de participação no Hub de Inovação: em torno de 1 a 3 ideias, para 42% dos Residentes, e entre

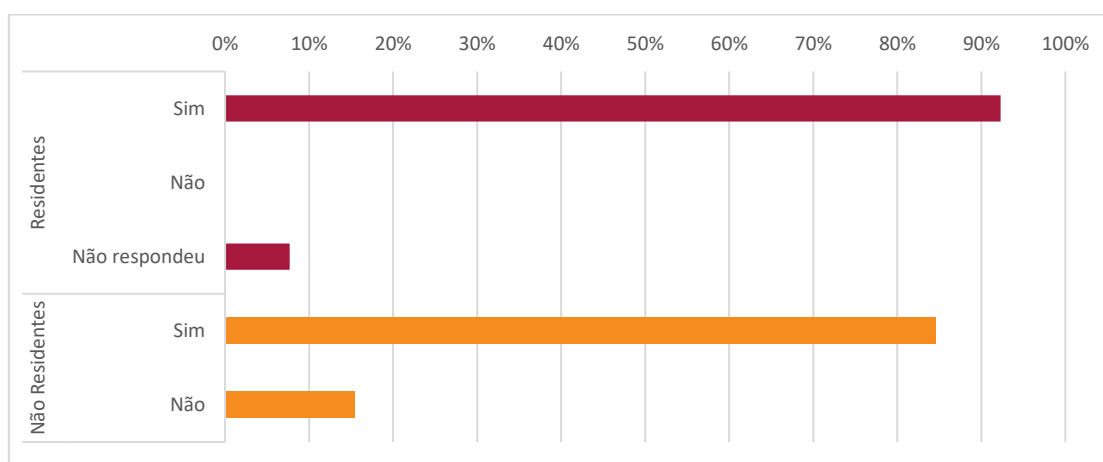
4 a 6 ideias também para 42% dos Residentes. O número de ideias geradas acima de 6, nos últimos seis meses, foi declarado por 17% dos respondentes Residentes.

Dentre aqueles Não-Residentes, 85% declararam terem sido geradas novas ideias de modelos de negócios, em torno de 1 a 3 ideias para 82% dos respondentes e de 4 a 6 ideias para 18% dos respondentes. Os Não-Residentes não declararam ter tido acima de 6 ideias nos últimos seis meses.

Em 2020, sobre essas mesmas variáveis, 100% dos Residentes e 87% dos Não-Residentes afirmaram que foram geradas novas ideias relativas ao modelo de negócio, nos últimos seis meses. Em torno de 1 a 3 ideias para 73% dos empreendedores Residentes e 54% para os Não-Residentes. Em torno de 4 a 6 ideias para 20% dos Residentes e 38% dos Não-Residentes. Geração de mais de 6 ideias foi declarada por 7% dos Residentes e 8% dos Não-Residentes.

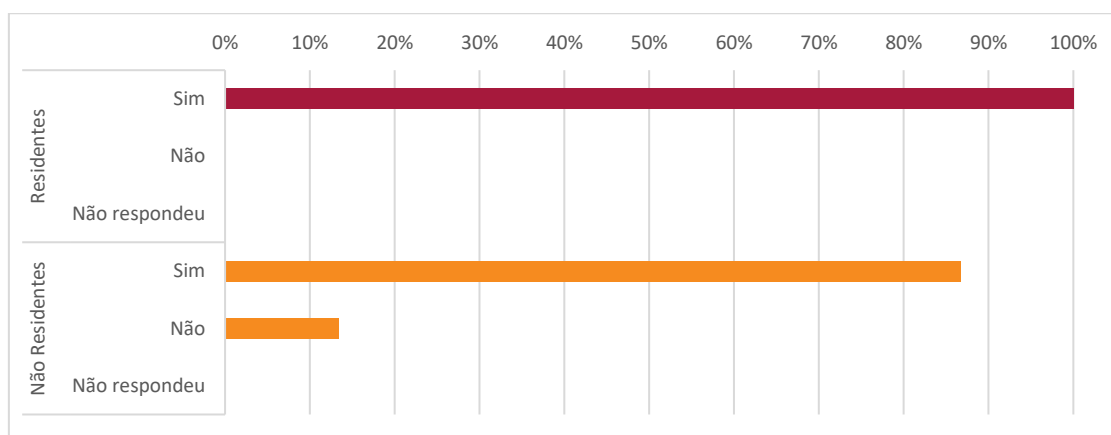
Os gráficos 31 a 34 apresentam esses resultados.

Gráfico 31 – Geração de novas ideias - 2019 (%)



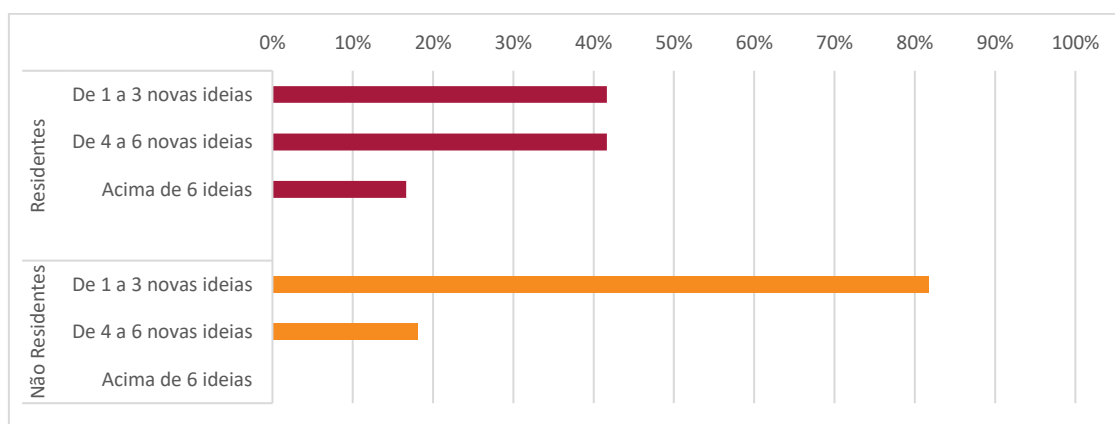
Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 32 – Geração de novas ideias - 2020 (%)



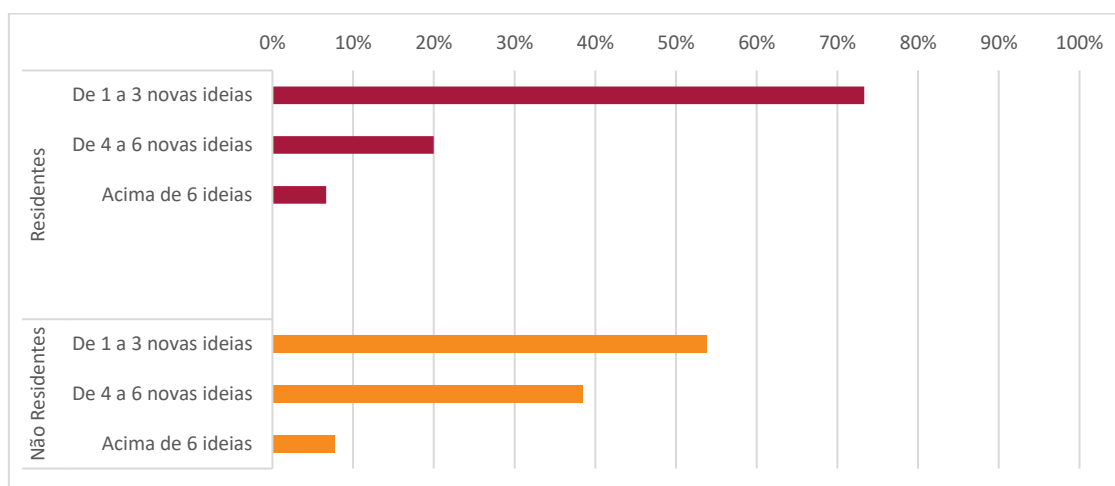
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Gráfico 33 – Quantidade de novas ideias - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 34 – Quantidade de novas ideias – 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Os sujeitos das pesquisas foram questionados também sobre a implementação das ideias. Em 2019, dentre os respondentes Residentes, 85% declararam que as ideias foram implantadas. Aqueles Residentes que não implantaram suas ideias e projetos atribuem o fato à falta de recursos financeiros e, também, à falta de investidores.

Dentre os respondentes Não-Residentes, 54% declararam não ter implantado as ideias devido aos principais seguintes motivos: burocracia, falta de mentalidade inovadora e falta de investimentos. Quanto à implantação das ideias, em 2020, 93% dos Residentes e 67% dos Não-Residentes afirmaram que as ideias foram implantadas.

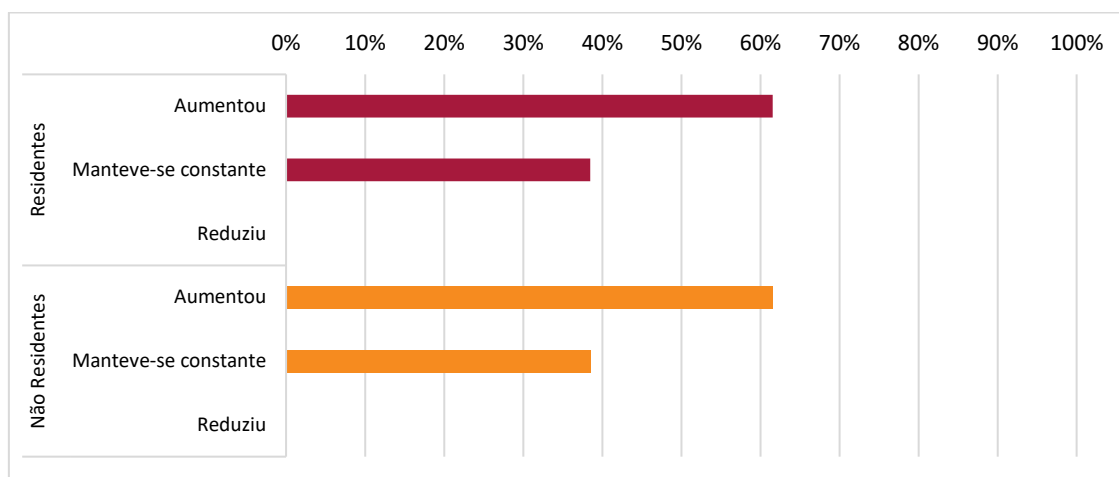
### c) Número de colaboradores

Na pesquisa realizada em 2019, os respondentes Residentes e, também, os Não-Residentes, em torno de 62% deles, afirmaram ter aumentado o número de pessoas nas equipes



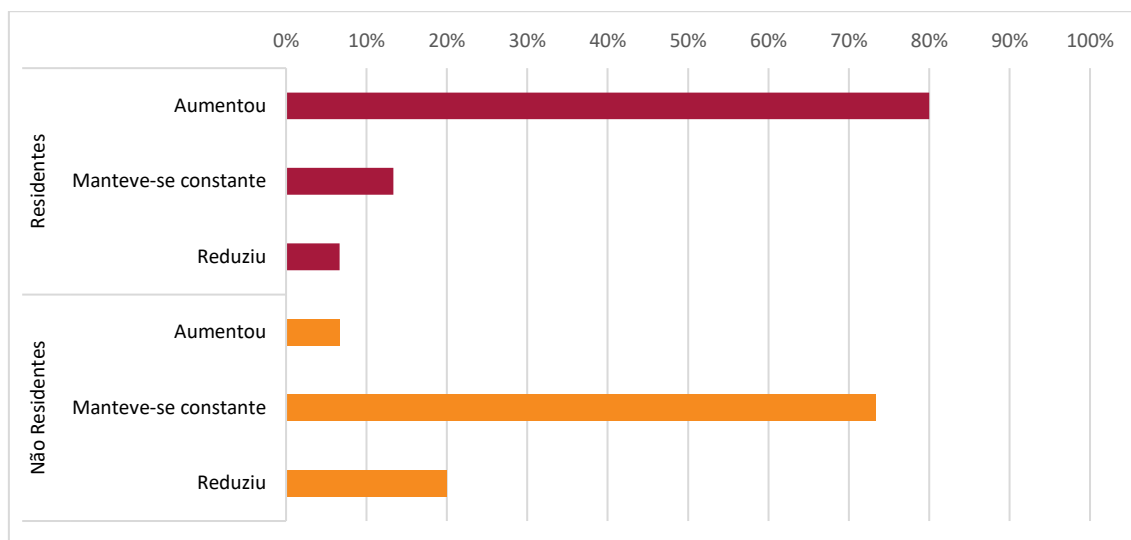
de trabalho das empresas e 38% afirmaram que esse número se manteve constante nos últimos seis meses (Gráfico 35).

Gráfico 35 – Número de pessoal nas equipes das empresas - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 36 – Número de pessoal nas equipes das empresas - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

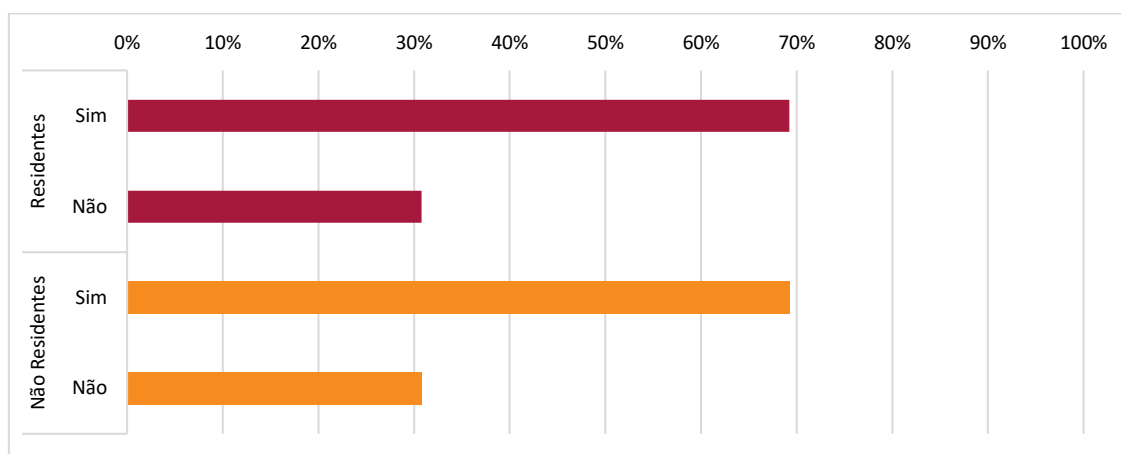
Na pesquisa realizada em 2020, os Residentes, em torno de 80% deles, afirmaram ter aumentado o número de pessoas nas equipes de trabalho das empresas; 13% afirmaram que a equipe se manteve constante; 7% afirmaram ter havido redução do número de profissionais nas equipes.

Quanto aos Não-Residentes, 7% afirmaram ter havido aumento de pessoal nas equipes; 73% afirmaram que as equipes se mantiveram constantes; 20% afirmaram que houve redução no número de profissionais nas equipes de trabalho dos empreendimentos (Gráfico 36).

## d) Nível de capacitação

Residentes e Não-Residentes afirmam, em torno de 69% em cada grupo, que o nível de capacitação das equipes de trabalho nas empresas está adequado na pesquisa de 2019 (Gráfico 37).

Gráfico 37 – Nível adequado de capacitação das equipes das empresas - 2019 (%)

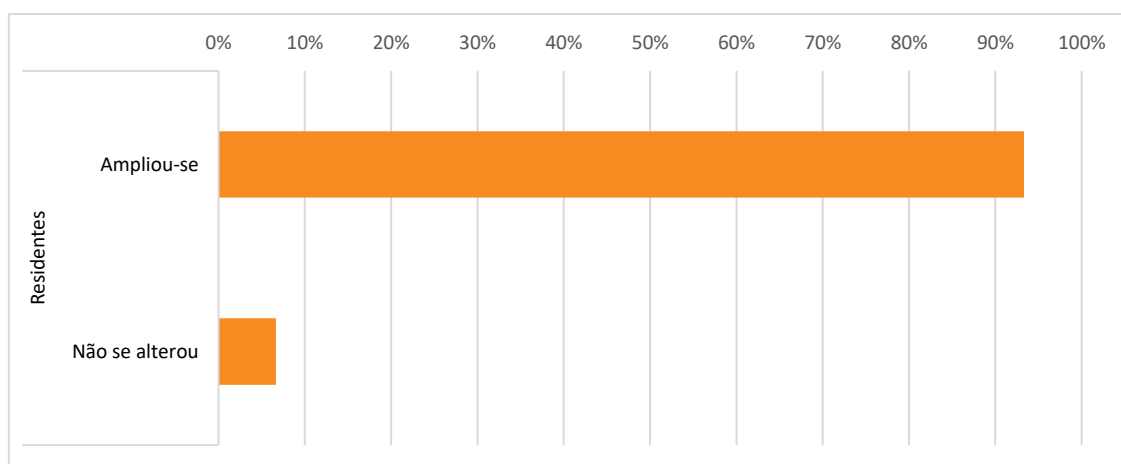


Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Na pesquisa de 2020, houve mudança com relação a essa variável. Aos Residentes foi questionado se o nível de capacitação da equipe modificou-se e aos Não-Residentes se o nível de capacitação da equipe está adequado na opinião dos empreendedores.

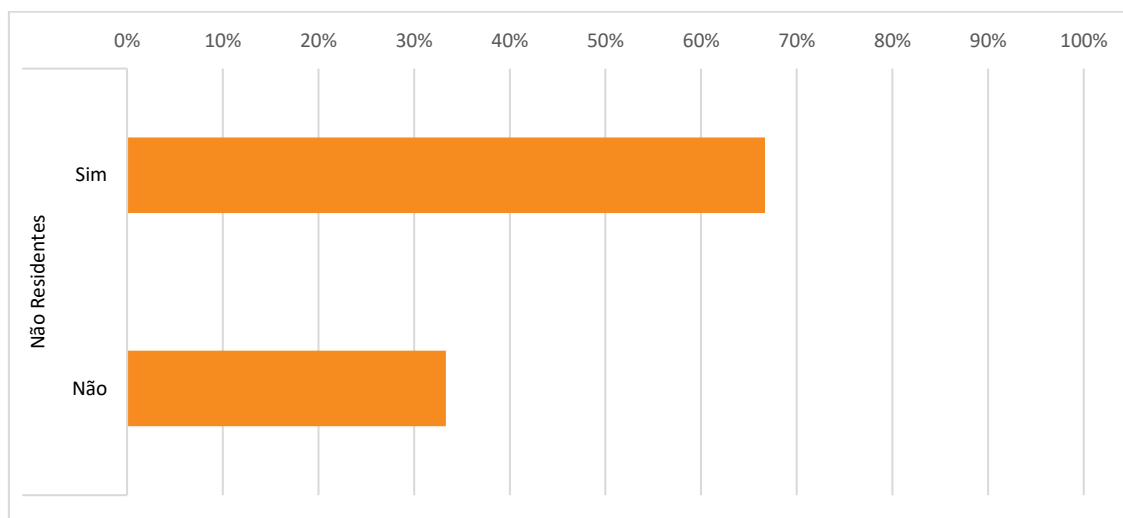
Assim, 93% dos Residentes afirmaram que o nível de capacitação se ampliou e, para 67% dos Não-Residentes, o nível de capacitação das equipes está adequado às demandas das *startups* (Gráfico 38).

Gráfico 38 – Residentes – Alterações no nível de capacitação das equipes das empresas - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Gráfico 39 – Não-Residentes - Nível adequado de capacitação das equipes das empresas - 2020 (%)



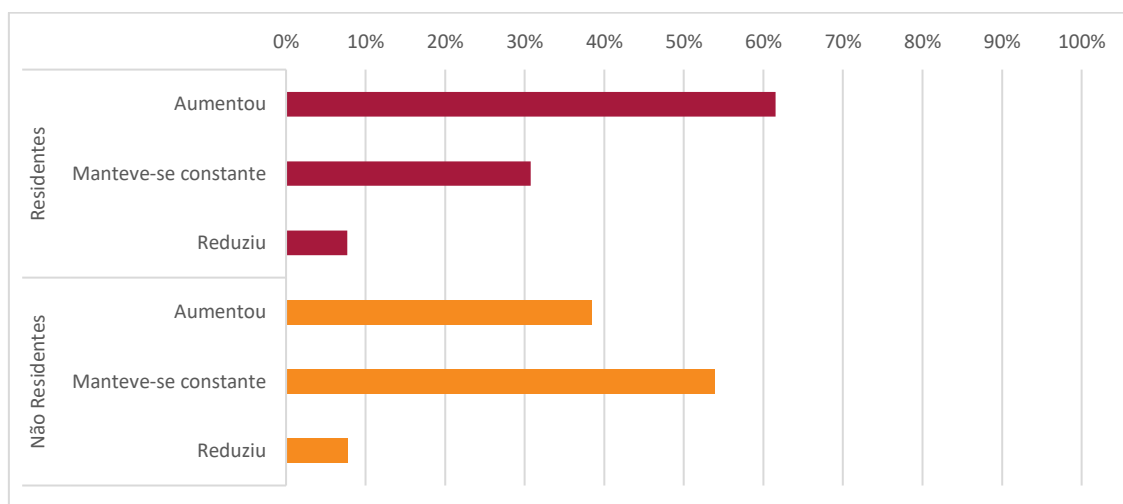
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Segundo os Não-Residentes, na pesquisa de 2020, 67% deles afirmaram que o nível de capacitação está adequado e 33% que não está adequado às necessidades dos empreendimentos (Gráfico 39).

### e) Faturamento

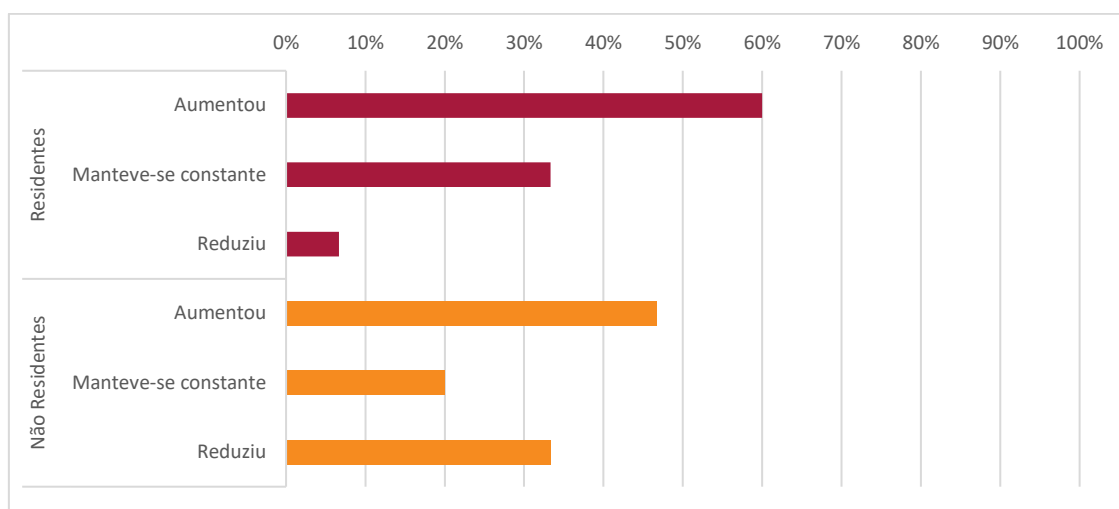
Com relação ao faturamento das *startups*, em 2019, 62% das Residentes afirmaram que aumentaram o faturamento e 31% afirmaram que o faturamento se manteve constante. Quanto às Não-Residentes, 38% afirmaram ter aumentado o faturamento e 54% afirmaram que o faturamento se manteve constante nos últimos seis meses (Gráfico 40).

Gráfico 40 – Faturamento das empresas -2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 41 – Faturamento das empresas - 2020 (%)



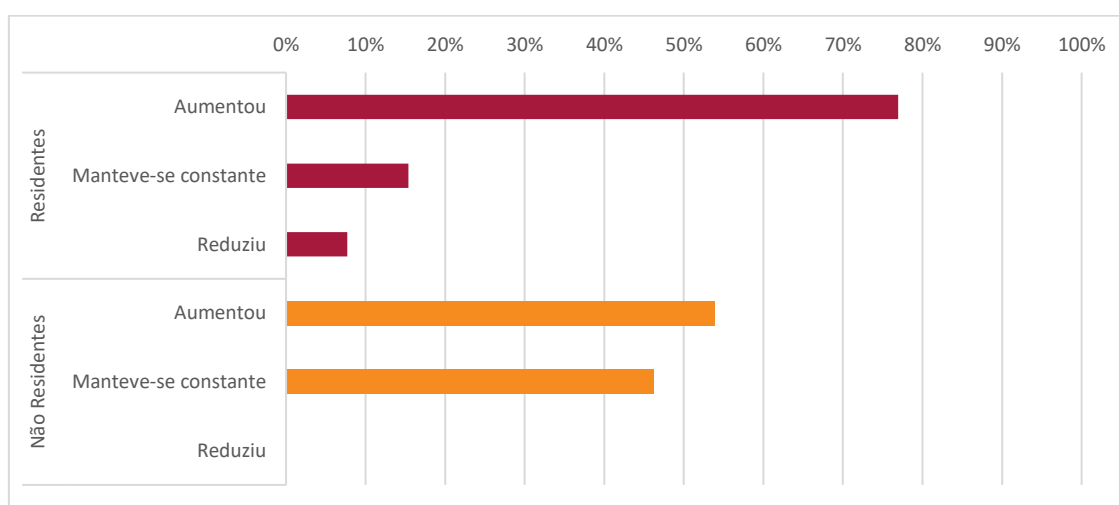
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Em 2020, 60% das empresas Residentes afirmaram que aumentaram o faturamento, 33% afirmaram que o faturamento se manteve constante e 7% que o faturamento se reduziu no período de novembro de 2020 a janeiro de 2021. Entre os Não-Residentes, nesse mesmo período, 47% afirmaram que o faturamento aumentou, 20% que se manteve constante e 33% que houve redução no faturamento (Gráfico 41).

#### f) Número de clientes

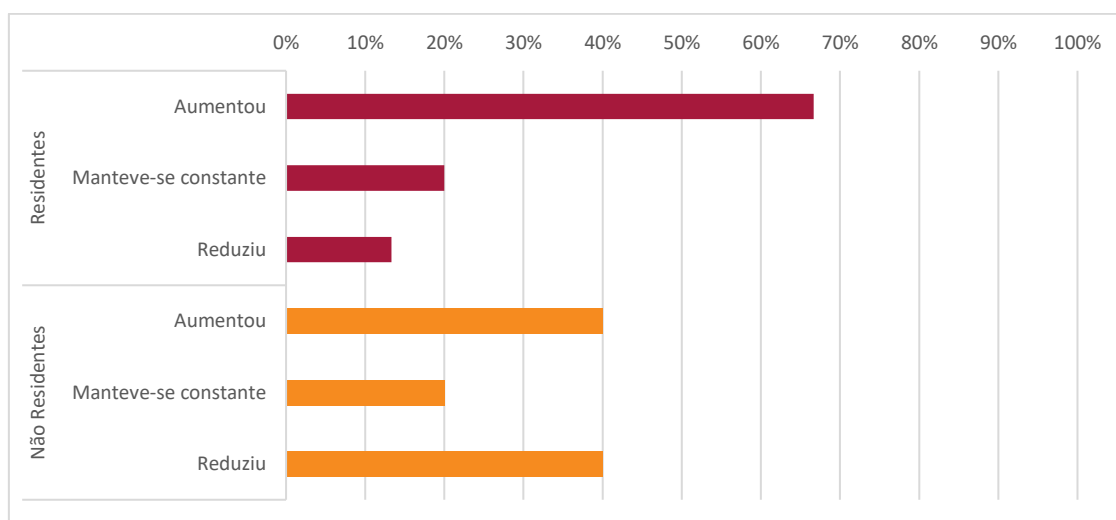
Na pesquisa realizada em 2019, para 77% dos respondentes Residentes, o número de clientes aumentou. Comparativamente aos Não-Residentes, 54% dos respondentes afirmaram ter aumentado o número de clientes (Gráfico 42).

Gráfico 42 – Número de clientes das empresas - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 43 – Número de clientes das empresas - 2020 (%)



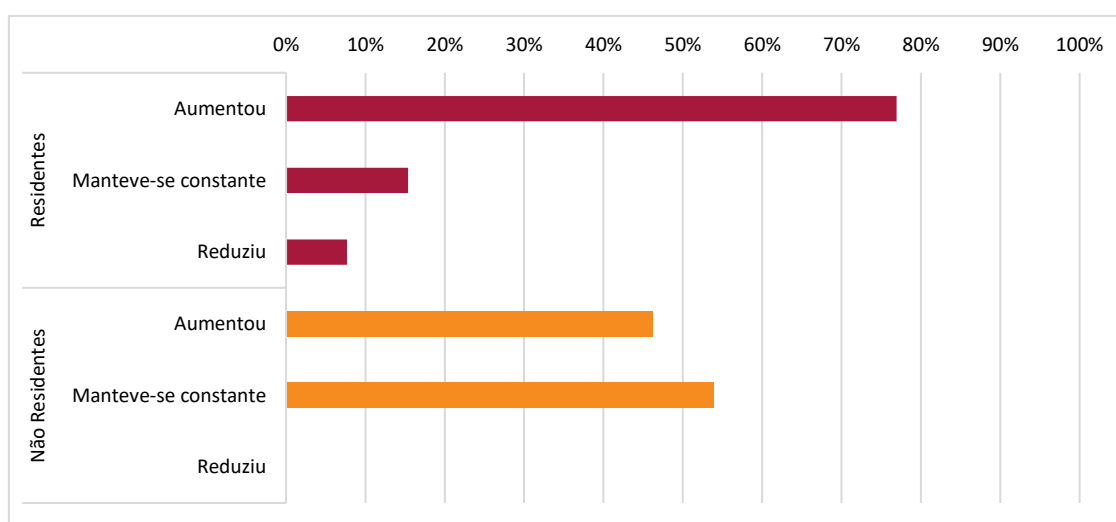
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Em 2020, 67% das *startups* Residentes afirmaram que registraram aumento no número de seus clientes, enquanto entre as Não-Residentes 40% afirmaram que houve aumento no número de clientes (Gráfico 43).

### g) Market share

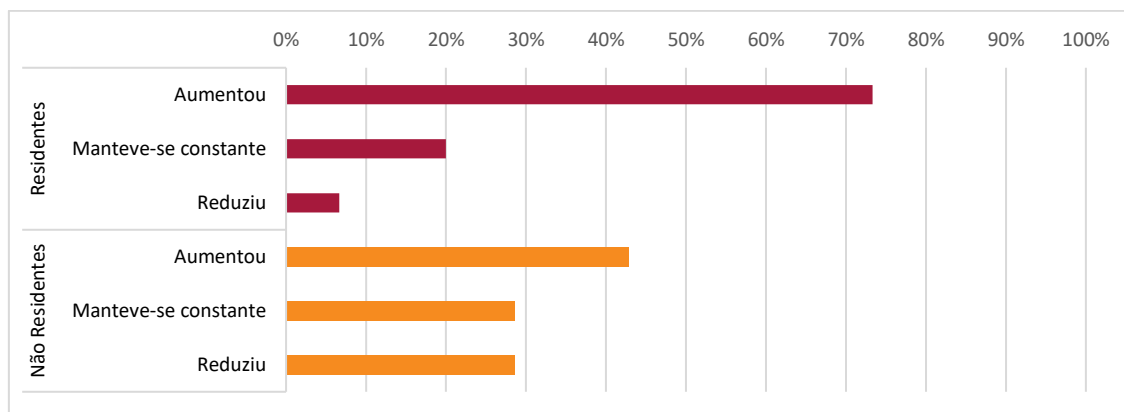
Na pesquisa realizada em 2019, para 77% dos respondentes Residentes, a participação de mercado das empresas aumentou nos últimos seis meses. Já para 46% dos empreendedores Não-Residentes, as empresas aumentaram a participação no mercado, no mesmo período (Gráfico 44).

Gráfico 44 – Participação de mercado das empresas (*market share*) - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Gráfico 45 – Participação de mercado das empresas (*market share*) - 2020 (%)



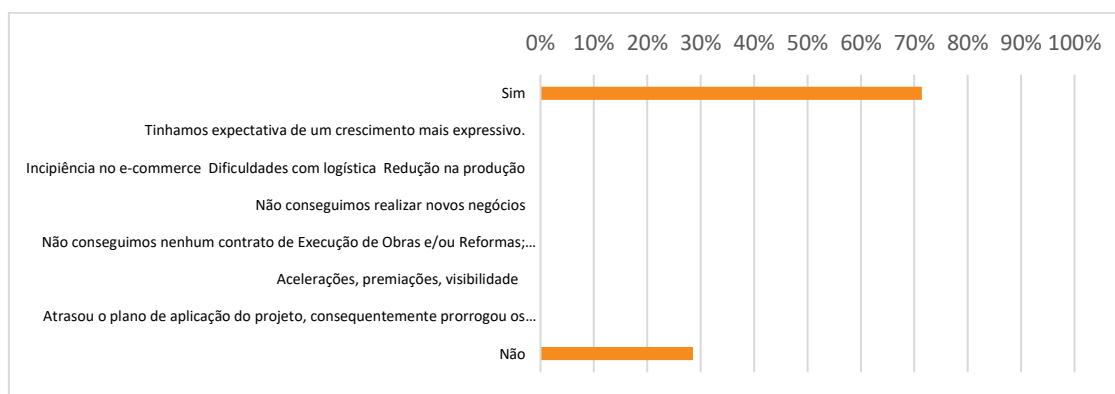
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Na pesquisa de 2020, 73% dos Residentes declararam aumento no *market share* e 20% declararam manter-se constante sua participação de mercado. Já entre os Não-Residentes, 43% afirmaram ter havido aumento da participação de mercado de suas empresas e 29% declararam manter-se praticamente sem alterações em 2020 (Gráfico 45).

Adicionalmente, aos Não-Residentes foi indagado sobre suas percepções dos impactos da pandemia, relativamente, à participação de mercado de suas *startups*.

Da consolidação das respostas, tem-se que 71% dos empreendedores afirmaram ter sofrido impacto da pandemia no *market share*, principalmente, no que se refere às expectativas frustradas de crescimento, redução da produção, não viabilização dos negócios esperados, adiamento de decisões, paralisação de análise de projetos, dentre outros (Gráfico 46).

Gráfico 46 – Não-Residentes: pandemia e impacto no *market share* (%)



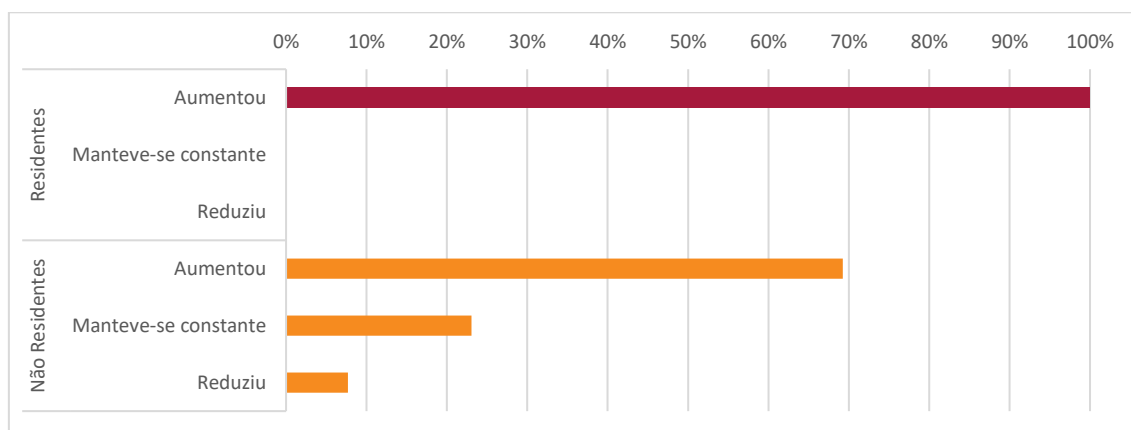
Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

## h) Parcerias

Na pesquisa de 2019, quanto às parcerias, 100% dos Residentes afirmaram que houve incremento no número de parcerias realizadas e a maioria dos Não-Residentes, cerca de 69%, também se reportaram a aumento no número de parcerias (Gráfico 47).

A questão não previu conhecer o objeto, o nível ou a qualidade das parcerias realizadas, mas tão somente a quantidade de parcerias realizadas, podendo-se detalhar posteriormente esses aspectos.

Gráfico 47 – Número de parcerias - 2019 (%)

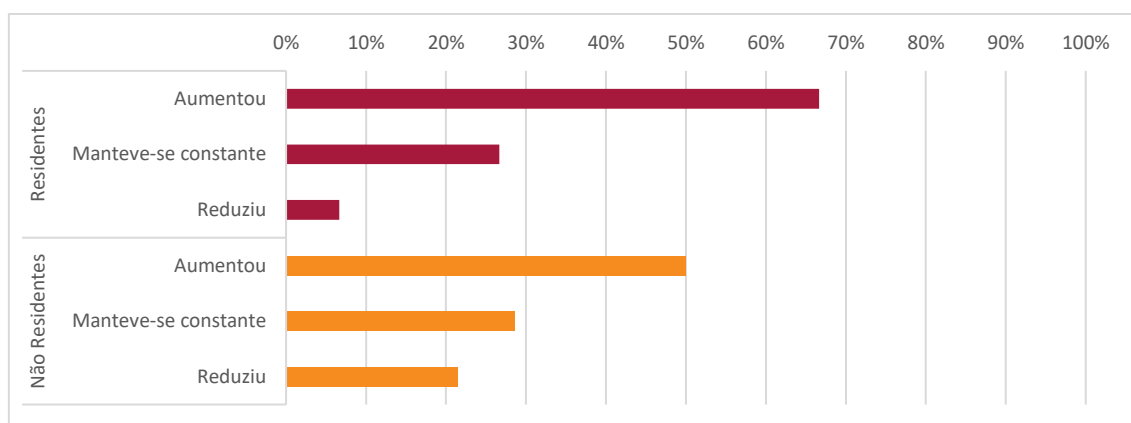


Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Na pesquisa de 2020, 67% dos Residentes afirmaram ter aumentado o número de parcerias, em torno de 40%. Já dentre os Não-Residentes foram 50% os que afirmaram ter ampliado o número de parcerias (Gráfico 48).

Vale mencionar que não se pretende precisão numérica com essas respostas, mas tão somente captar a percepção das *startups* quanto à importância das parcerias para a aceleração dos negócios.

Gráfico 48 – Número de parcerias - 2020 (%)

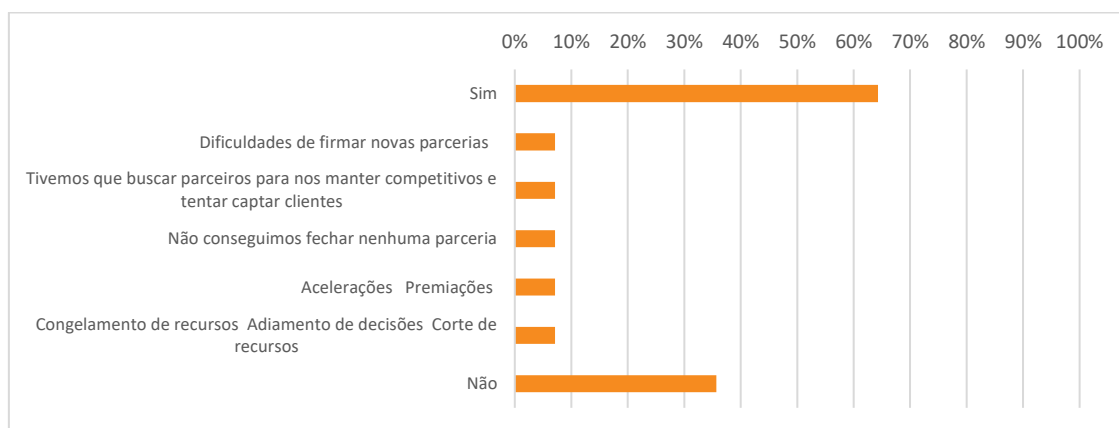


Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Adicionalmente, aos Não-Residentes, indagou-se sobre o impacto da pandemia sobre as parcerias já realizadas. Dos respondentes, 64% afirmaram que houve impactos, notadamente no que se refere à formação de novas parcerias para cooperação e manutenção da

competitividade dos negócios, associada às dificuldades nesse contexto de isolamento social, queda de dinamismo econômico e adiamento de decisões (Gráfico 49).

Gráfico 49 – Não-Residentes: pandemia e impacto nas parcerias (%)

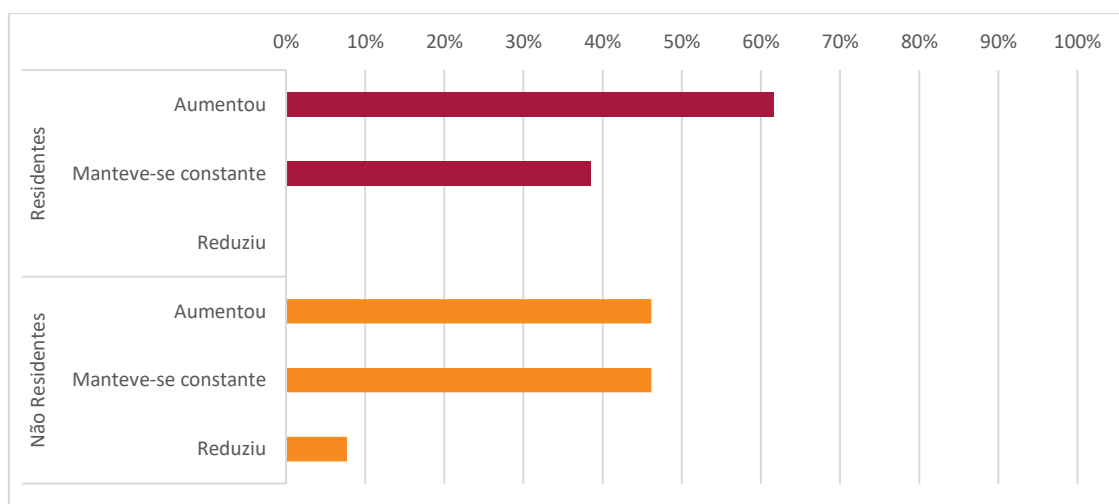


Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

## i) Investimentos

Em 2019, para 62% dos Residentes e para 46% dos respondentes Não-Residentes, os investimentos nas empresas aumentaram. Não-Residentes, em torno de 46%, afirmaram que o nível de investimentos na empresa manteve-se constante (Gráfico 50).

Gráfico 50 – Nível de investimento nas empresas - 2019 (%)

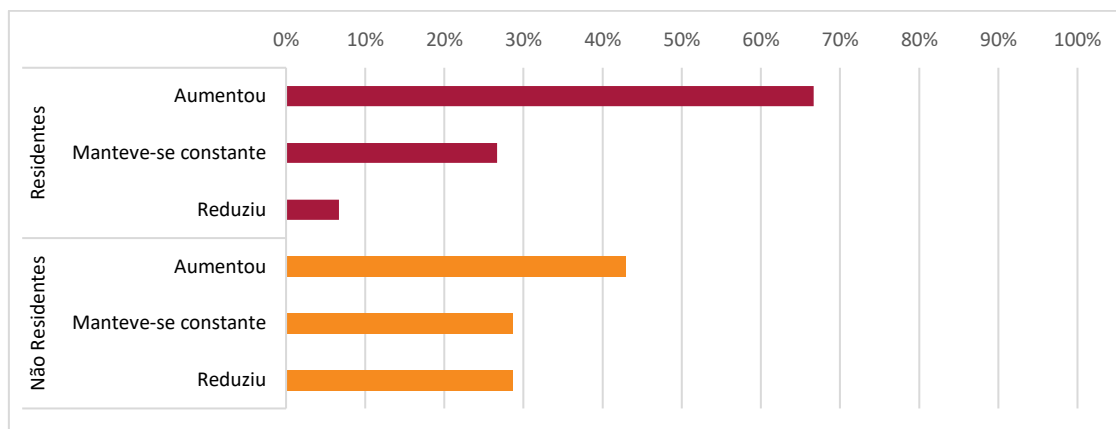


Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Na pesquisa de 2020, 67% dos empreendedores Residentes afirmaram que houve aumento dos investimentos nos negócios (em torno de 50%). Dentre os Não-Residentes, 43% afirmaram que os investimentos aumentaram (Gráfico 51).



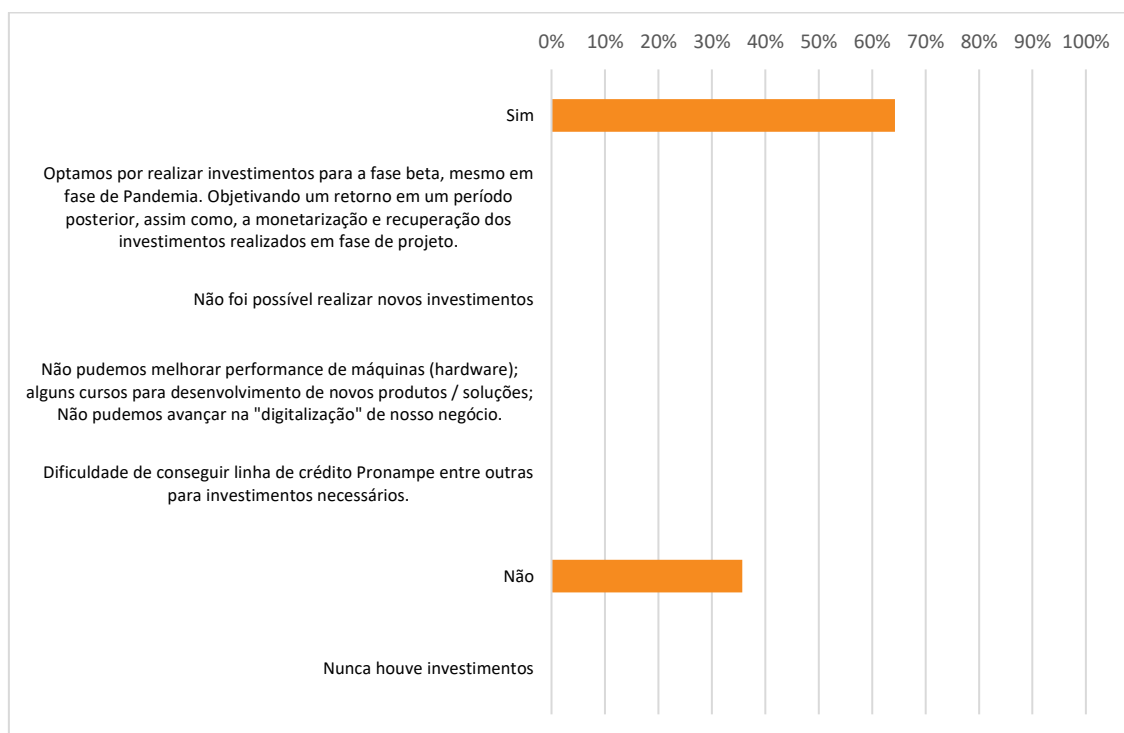
Gráfico 51 – Nível de investimento nas empresas - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Indagou-se aos Não-Residentes se, em suas percepções, houve impactos nos investimentos devido à pandemia: 64% das respostas foram afirmativas. As motivações, segundo eles, referem-se, principalmente, a não poderem avançar no processo de digitalização, nem na melhoria de performance das máquinas, e, ainda, não poderem participar dos cursos e treinamentos conforme foi planejado (Gráfico 52). Chama a atenção uma resposta relacionada à ausência de investimentos.

Gráfico 52 – Não-Residentes: pandemia e impacto nos investimentos (%)

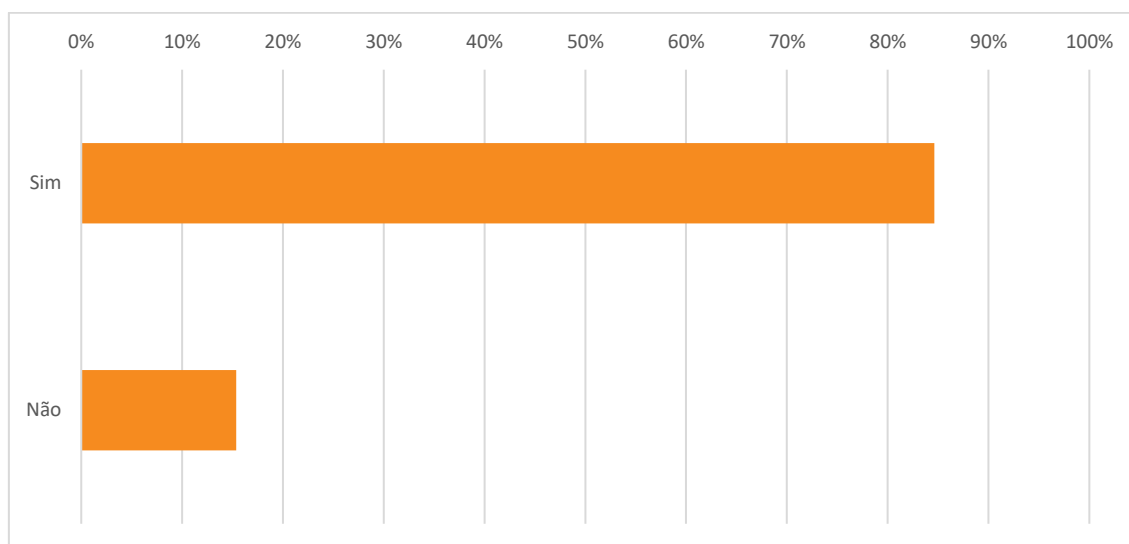


Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

## j) Estruturação do negócio

Na pesquisa realizada em 2019, indagou-se aos respondentes Residentes se eles perceberam a contribuição do Hub de Inovação Banco do Nordeste para a estruturação do negócio e solicitou-se que os respondentes comentassem as respostas. Cerca de 85% responderam positivamente e os comentários referem-se a contribuições relativamente a: formação de *networking*; estruturação do negócio; aporte de conhecimentos sobre mercado em diferentes segmentos (Gráfico 53).

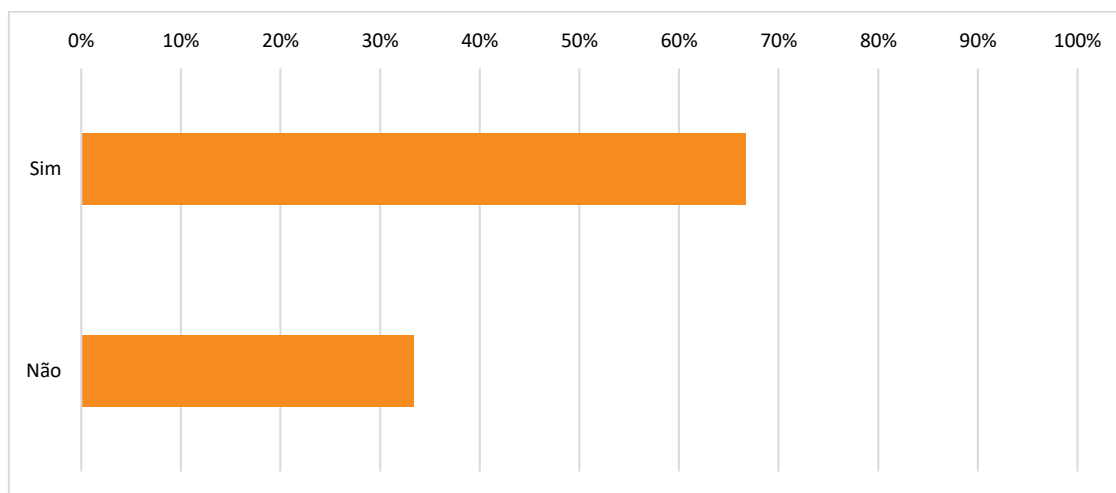
Gráfico 53 – Contribuição do Hub de Inovação Banco do Nordeste para estruturação do negócio - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

Em 2020, a pesquisa contemplou essa mesma questão e, assim, 67% dos participantes Residentes afirmaram que houve contribuição do Hub de Inovação Banco do Nordeste para a estruturação dos negócios. Os comentários referem-se: às contribuições relativas ao apoio ao desenvolvimento de todos os setores das *startups*; à estruturação de soluções para gamificação corporativa; à aproximação com o mercado; à ampliação da visibilidade das *startups* pela participação em eventos e seminários; à ampliação da exposição à formação de parcerias e aos clientes potenciais; ao ambiente propício a troca de ideias; aos processos de aceleração e fortalecimento da marca; à formação e à potencialização de *networking*; e, ainda, ao reconhecimento do Hub de Inovação Banco do Nordeste, como selo de qualidade para as *startups* (Gráfico 54).

Gráfico 54 – Contribuição do Hub de Inovação Banco do Nordeste para estruturação do negócio - 2020 (%)

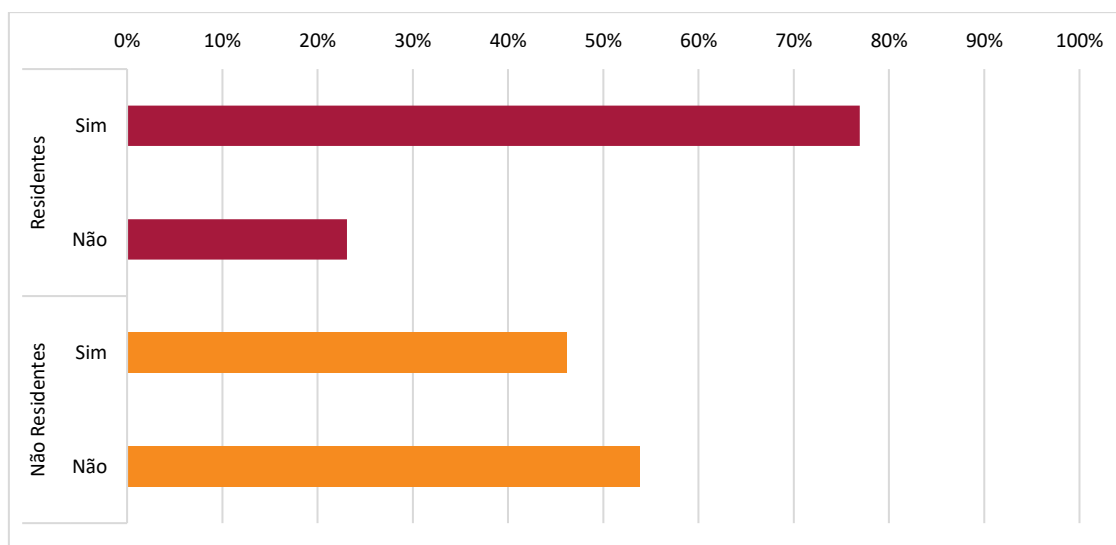


Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

### k) Pivotar<sup>3</sup>

Indagou-se sobre a opinião dos respondentes se a *startup* pivotou. Assim, na pesquisa de 2019, 77% do grupo de Residentes e 46% do grupo de Não-Residentes afirmaram que as empresas pivotaram (Gráfico 55).

Gráfico 55 – Contribuição do Hub de Inovação Banco do Nordeste para as empresas pivotarem - 2019 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (agosto a novembro de 2019).

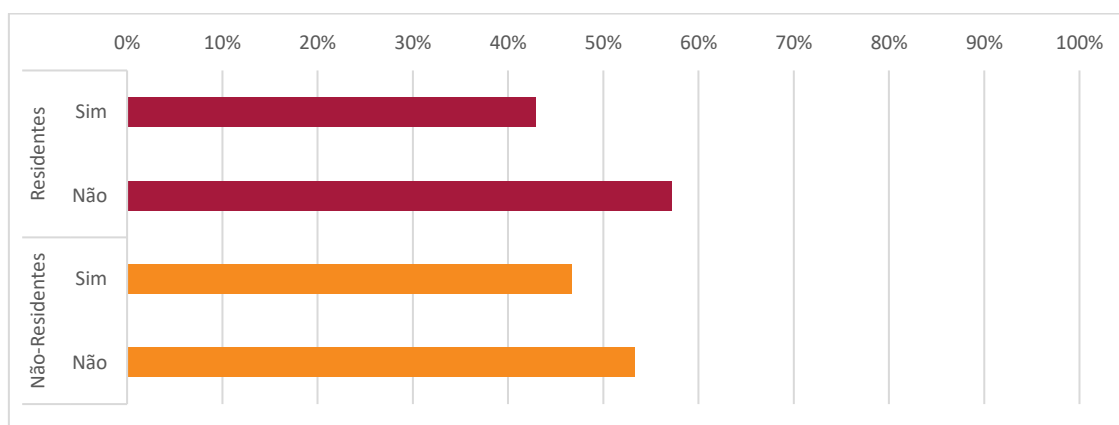
<sup>3</sup> Pivotar é um neologismo derivado do verbo em inglês *to pivot* (“mudar” ou “girar”). Significa, na linguagem das *startups*, o ponto de inflexão na trajetória de um determinado negócio, que não está tendo o sucesso esperado, baseado na própria experiência adquirida com esse negócio.

As justificativas à questão referem-se a: sair do nicho de franquias para o mercado direto; ter clientes de grande porte, utilizando o serviço/produto; pivotar vários produtos até “acertar” no que desenvolve.

Quanto ao tempo médio para o negócio pivotar, entre o grupo de respondentes Residentes foi de 7 meses. Já entre o grupo de Não-Residentes foi de 6,2 meses. Ambos os grupos, Residentes e Não-Residentes, consideraram o tempo para pivotar de duração média.

Na pesquisa realizada em 2020, os respondentes foram também questionados sobre se a *startup* “pivotou”. Dos Residentes, 43% responderam positivamente e, dentre os Não-Residentes, 47% afirmaram que a empresa “pivotou”. As opiniões e comentários referem-se a: período de experiência e validação para embasar o crescimento da *startup*; desenvolvimento de nova proposta de valor; desenvolvimento de nova tecnologia; novo modelo de projeto e produto em desenvolvimento; apoio de mentoria (Gráfico 56).

Gráfico 56 – Contribuição do Hub de Inovação Banco do Nordeste para as empresas pivotarem - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

Quanto ao tempo médio para a empresa “pivotar”, na pesquisa de 2020, foi de 6 meses, tanto para *startups* Residentes quanto para Não-Residentes. E a percepção de tempo para pivotar, de ambos os grupos de respondentes, é a de que foi considerado um curto prazo para o alcance do ponto de inflexão dos negócios.

#### l) Tempo de permanência no Hub de Inovação Banco do Nordeste

Em 2019, a expectativa média de tempo de permanência no Hub de Inovação Banco do Nordeste, entre os respondentes Residentes, foi de 20,2 meses. Entre os respondentes Não-Residentes a expectativa média de permanência no Hub de Inovação seria de 11,7 meses.

Na pesquisa de 2020, entre os Residentes, a expectativa média de tempo de permanência no Hub de Inovação é de 15,0 meses. Já entre os Não-Residentes foi de 12,9 meses.

Observa-se uma redução da expectativa de tempo de permanência no Hub de Inovação, o que vem ao encontro da percepção de tempo das *startups* relativamente ao curto prazo para “pivotar”, constituindo-se objetivo de um Hub de Inovação, aceleração de processos,

que, sem o compartilhamento de experiências, resultados e sem a colaboração entre as *startups*, exigiriam prazos mais longos.

### 3.3 Impactos da pandemia (visão sintética)

Em síntese, diante dos desafios trazidos pela pandemia do novo Coronavírus, indagou-se aos respondentes da pesquisa se a participação na programação de atividades do Hub de Inovação contribuiu para superação das dificuldades.

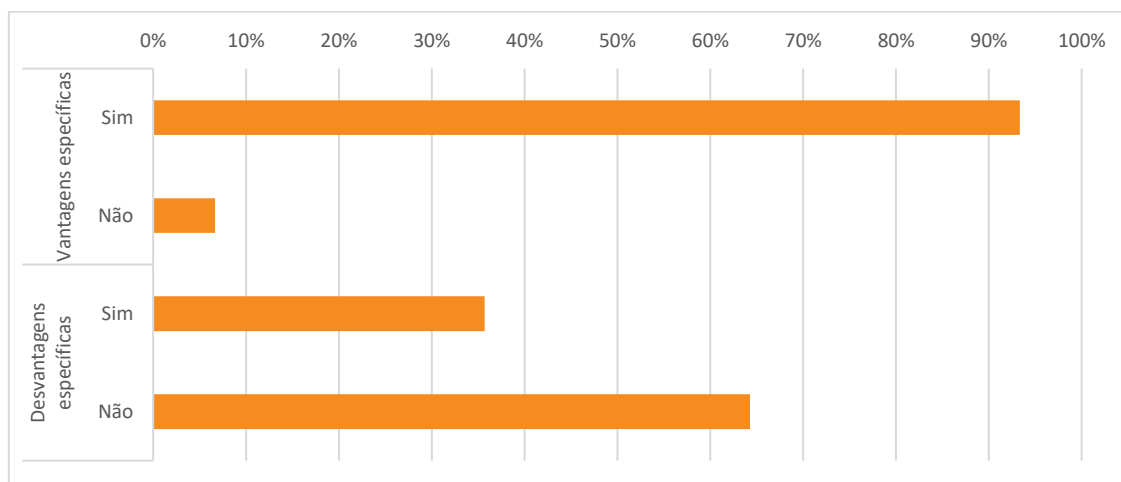
No caso dos Não-Residentes, a questão refere-se à percepção das *startups* (se teria contribuído, caso estivesse participando do Hub de Inovação). Responderam afirmativamente 87% dos Residentes e 86% dos Não-Residentes. As justificativas às respostas referem-se a (nas palavras dos respondentes):

- ✓ *Networking*: a importância das redes de relacionamento para ampliação das oportunidades de negócios;
- ✓ O espaço presencial no Hub de Inovação contribuiu para redução da tensão do isolamento social;
- ✓ Compartilhamento dos aprendizados e das dificuldades;
- ✓ O sucesso em 2020 foi decorrente de elaboração anterior à pandemia;
- ✓ Colaboração para enfrentamento da situação;
- ✓ Foi possível investir na finalização dos projetos;
- ✓ Nossa empresa estaria em outro patamar de resolução se fosse Residente do Hub de Inovação Banco do Nordeste.

### 3.4 Não-Residentes e pandemia: vantagens e desvantagens em participar do Hub de Inovação

Os Não-Residentes foram questionados, ainda, sobre a percepção de vantagens ou desvantagens específicas para os seus empreendimentos. Isso se estivessem participando do Hub de Inovação e frente ao cenário da pandemia causada pelo novo Coronavírus. A maioria desses empreendedores Não-Residentes (93%) afirmou que visualizaria vantagens em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste diante do cenário de pandemia (Gráfico 57).

Gráfico 57 – Não-Residentes: vantagens e desvantagens em participar do Hub de Inovação Banco do Nordeste - 2020 (%)



Fonte: Pesquisa de campo (novembro de 2020 a janeiro de 2021).

## 4 Considerações finais

Avaliar a eficácia e a efetividade de um programa complexo de ações, com as características do desenvolvido pelo Hub de Inovação Banco do Nordeste, é um desafio e torna-se ainda maior numa perspectiva de curto prazo.

Diante disso, assumiu-se neste estudo o risco de apresentar resultados subdimensionados, uma vez que a natureza das ações desenvolvidas – para construir uma ambiência de colaboração entre os empreendedores, de compartilhamento de experiências, de aceleração da estruturação dos modelos de negócios, de troca de experiências, de capacitação e de mentoria – requerem prazo mais alargado para demonstrar resultados em sua completude.

No entanto, compreende-se que, pela espacialidade e pela dimensionalidade das ações, não avaliar representaria um risco mais deletério. Principalmente, sob a premissa de que a Linha de Base não representa uma posição estanque ou somente uma fotografia da situação; porém, constitui-se, ferramenta de identificação de oportunidades de melhoria das ações e de correção de rumos, que podem ser implementadas no curto prazo.

Quanto à eficácia, a análise das variáveis permite afirmar que aspectos relacionados ao custo-benefício e à funcionalidade para as atividades-meio não são considerados fundamentais – nem por Residentes, nem por Não-Residentes – para motivar a participação das *startups* no Hub de Inovação Banco do Nordeste.

No entanto, aspectos sensíveis à formação de *networking* – como possibilidade de troca de conhecimentos e experiências; facilidade de acesso a novos conhecimentos; ampliação das possibilidades de conhecer potenciais clientes e contribuição entre as *startups* para cocriação – são reconhecidos pelos grupos de Residentes e de Não-Residentes como motivação e como vantagem para participar do Hub de Inovação. Ressalta-se, ainda, a importância da interação entre as *startups*, como estratégia importante, também, para minimizar os efeitos negativos do isolamento imposto à sociedade.

Da mesma maneira, aspectos sensíveis a um espaço de *coworking* – tais como sinergia entre as empresas residentes, participação em eventos de capacitação, privacidade, risco de “espionagem” – são reconhecidos pelos grupos de Residentes e de Não-Residentes como motivação e como vantagem para participar do Hub de Inovação. E, ainda, reconhecem o Hub de Inovação Banco do Nordeste como um ambiente inovador e desafiador.

Com relação à efetividade, os empreendedores percebem que a participação no Hub contribuiu para a geração de ideias, para a ampliação no número de parcerias e de colaboradores e, também, para o aumento do nível de capacitação das equipes das *startups*.

Já nas variáveis, que demonstram o desenvolvimento dos negócios – como nível de faturamento das empresas, número de clientes, participação no segmento de mercado e nível de investimento –, os sujeitos das pesquisas concordam que a ação do Hub de Inovação Banco do Nordeste contribuiu para a estruturação dos seus negócios. Concordam também que suas empresas pivotaram e o tempo para pivotar foi considerado de duração curta, na pesquisa de 2020, em ambos os grupos, Residentes e Não-Residentes.

Soma-se, ainda, o fato de que a pesquisa permitiu identificar a contribuição do Hub de Inovação Banco do Nordeste para a superação das dificuldades impostas pelas medidas restritivas adotadas para o controle da pandemia do novo Coronavírus.

Em síntese, pode-se afirmar que a ação do Hub de Inovação Banco do Nordeste tem efetivamente contribuído para criação de ambiência favorável, a fim de apoiar as *startups* no processo de inovação, inclusive, diante das incertezas impostas pelo cenário atípico de pandemia.

Portanto, apresentam-se como limites deste estudo o número de respondentes das duas pesquisas, bem como o prazo para apresentação de todos resultados esperados, tomando-se em conta o caráter das ações desenvolvidas.

## Referências

BINGWEN, Z.; HUIBO, Z. Estudo comparativo sobre sistemas nacionais de inovação nas economias BRIC. **Revista Tempo do Mundo**. v. 2, n. 2. ago. 2010.

BNB. **Diretrizes e orientações estratégicas 2021-2025**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2020. Disponível em: <http://intra/web/guest/planejamento-empresarial-2021-2025>. Acesso em: 31 ago. 2021.

HOUAISS, A. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa**. Editora Objetiva Ltda, 2004.