

## **BOOTSTRAPPING: PERCEPÇÃO DE ACADÊMICOS E IDENTIFICAÇÃO DE POTENCIALIDADES PARA ESTÍMULO À GERAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS**

### **BOOTSTRAPPING: ACADEMIC PERCEPTIONS AND IDENTIFICATION OF POTENTIALS TO STIMULATE THE GENERATION OF NEW BUSINESS**

---

**Raul Távora**

*Doutorando em Tecnologia e Gestão da Inovação, Unochapecó*

*raul.tavora@uffs.edu.br*

 <https://orcid.org/0000-0001-5864-6830>

**Duilio Pedro Schaefer Júnior**

*Doutorando em Tecnologia e Gestão da Inovação, Unochapecó*

*duilio@unochapeco.edu.br*

 <https://orcid.org/0000-0002-3442-6902>

**Claudio Alcides Jacoski**

*Doutor em Engenharia de Produção, Unochapecó*

*claudio@unochapeco.edu.br*

 <https://orcid.org/0000-0003-3418-8155>

**Rodrigo Barichello**

*Doutor em Engenharia de Produção, Unochapecó*

*rodrigo.b@unochapeco.edu.br*

 <http://orcid.org/0000-0002-0358-1467>

**DOI:** <https://doi.org/10.36942/reni.v9i2.904>

---

#### **RESUMO**

O artigo objetivou verificar a percepção de acadêmicos sobre o bootstrapping e eventos de inovação, para identificar como ocorre o fomento de ideias no meio universitário e o grau de conhecimento dos acadêmicos sobre o início de uma

empresa. O Bootstrapping, basicamente, trata-se do aporte inicial que ajuste o projeto de forma coerente para poder ser apresentado para a incubação ou até para possíveis investidores. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, de cunho descritivo, com coleta de dados realizada por meio de aplicação de questionários a acadêmicos de cursos da área de gestão e negócios, de uma universidade comunitária de Santa Catarina e uma universidade federal no estado do Paraná. O artigo descreve a importância da inovação, dos ecossistemas, e do perfil empreendedor, contextualiza o bootstrapping e sua importância. Ao final foram discutidos os achados da pesquisa, de onde pode-se chegar a conclusões sobre a importância da temática no despertar do perfil empreendedor, na gestão do conhecimento e importância da mentoria nas fases iniciais.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo universitário. Autofinanciamento. Bootstrapping. Startups.

### ABSTRACT

---

The article aimed to verify the perception of academics about bootstrapping and innovation events, to identify how the promotion of ideas occurs in the university environment, and the degree of knowledge of academics about the start of a company. Bootstrapping, basically, is about the initial contribution that adjusts the project in a coherent way so that it can be presented for incubation or even for potential investors. This is a quantitative, descriptive research, with data collection carried out through the application of questionnaires to academics of courses in the area of management and business, from a community university in Santa Catarina and a federal university in Paraná. The article describes the importance of innovation, ecosystems, and the entrepreneurial profile, contextualizes bootstrapping and its importance. At the end, the research findings were discussed, from which conclusions can be reached about the importance of the theme in awakening the entrepreneurial profile, in knowledge management and the importance of mentoring in the initial stages.

**Keywords:** University entrepreneurship. Self funding. Bootstrapping. Startups.

**JEL Classification:** O32 Management of Technological Innovation and R&D.

## 1 INTRODUÇÃO

As instituições se direcionam ao novo cenário de universidades empreendedoras geradoras de produtos e serviços sociais, por sua vez nessa nova perspectiva alinham suas estratégias, ao novo método de formação de profissionais proativos e autossuficientes. As universidades, por serem instituições que trabalham majoritariamente com o público jovem, precisam se adaptar a este novo cenário, em vista de se tornarem universidades empreendedoras (SOUZA *et al.*, 2020).

A estimulação de ideias dentro das universidades é uma tendência dentro do empreendedorismo universitário, entre os estudantes, ideias que decolam rumo ao sucesso tem sido tendência, o que torna o ponta pé inicial de suma importância, dentro das instituições o público jovem, precisa se adaptar ao cenário, então como fazer sua ideia decolar? Como transformar a teoria na prática. É preciso uma alavancagem, um ponta pé inicial para entrar em incubação, as habilidades do empreendedor universitário apontam várias alternativas entre elas o autofinanciamento a proposta de um Modelo para dar suporte a essas ideias incipientes então vem para contemplar o espaço e poder dar oportunidade aos que têm ótimas ideias e não podem estruturá-la de forma inicial para apresentação ao mercado.

Essa pequena ação se torna importante dentro das vivências de empreendedores que largam tudo e partem para o tudo ou nada. Traçar um plano conceitual dentro desse espaço é de suma importância para construção de habilidades e técnicas iniciais de um empreendedor.

O objetivo do artigo é a criação de um Modelo que possa operar dentro das universidades que tenham dentro de suas estruturas: Parques Tecnológicos, Incubadoras e Aceleradoras, com o intuito de estruturar as ideias incipientes esse Modelo Trampolim pode ajudar na alavancagem e propositura de projetos, os projetos estruturados e desenvolvidas pelos gestores do Modelo Trampolim é o de autofinanciamento de ideias, o que é bom caminho para fazer com que os alunos desenvolvam tais habilidades.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

O desafio de angariar recursos não é tarefa fácil, mas é de extrema importância, ao passo que ao longo da vida do acadêmico no seu despertar como empreendedor ou esse terá de gerir os mesmos ou buscá-los. *Bootstrapping* que tem seu significado juntamente com a capacidade de criar negócio, sem alavancagem externa, sem empréstimo. Com investimento do próprio empreendedor, o que se torna um desafio já que exige muitos sacrifícios.

As empresas nascentes geralmente carecem de recursos financeiros tradicionais, métricas, registros de rastreamento e podem não ter um conceito claro de seu modelo de negócios, por isso têm uma grande dificuldade em obter financiamento externo (HONIG; KARLSSON; HÄGG, 2014).

Alavancar o próprio negócio. Assim, bootstrapping nada mais é do que a arte de criar uma startup do zero, sem contar com recursos externos. Os empreendedores que se aventuram nessa modalidade não contam com investimentos de terceiros e a entrada de capital externo acontece apenas a partir da captação dos primeiros clientes. Os valores obtidos são, então, reinvestidos pelos sócios de forma cíclica, investindo na manutenção e crescimento da empresa, até que ocorra o crescimento e a operação se torne sustentável. Uma boa reserva de emergência é também essencial para garantir a continuação dos negócios.

A estruturação inicial como portfólio de produtos e serviços devem ser apresentados, a que custo, o modelo de negócio é coerente, apresentando vantagens e desvantagens como maior controle da empresa e maior retorno no futuro e desvantagem com crescimento lento. Ao apresentar a proposta de negócio para investimento externo, o crescimento se apresenta mais acelerado.

O método de Desenvolvimento de Clientes para avaliar as habilidades comerciais dos alunos; o método da Startup Enxuta para avaliar as habilidades de prototipagem dos alunos, e; O Bootstrapping para avaliar as habilidades dos alunos de se auto financiarem (DE ABREU MANCINI; VIVEIROS; DE SOUZA, 2022).

Uma startup fundada com base no *bootstrap* pode ter um destino de sucesso se os empreendedores souberem considerar os maiores riscos envolvidos, ter foco claro no *product market fit* e solucionar um problema real dos possíveis clientes. Mesmo assim, os negócios

tendem a levar o dobro do tempo para se desenvolver do que aqueles que contam com investimentos externos.

Para a gerir ideias com potencial de incubação, é preciso ter um aporte inicial que ajuste o projeto de forma coerente para poder ser apresentado para a incubação ou até para para possíveis investidores. Não é necessário que a empresa trabalhe com tecnologia, ou tomar financiamento de risco, mas precisa sim ter um produto que venda para um grande mercado, ou seja, que tenha escala (DE ABREU MANCINI; VIVEIROS; DE SOUZA, 2022).

Para a gerir ideias com potencial de incubação, é preciso ter um aporte inicial que ajuste o projeto de forma coerente para poder ser apresentado para a incubação ou até para para possíveis investidores. Não é necessário que a empresa trabalhe com tecnologia, ou tomar financiamento de risco, mas precisa sim ter um produto que venda para um grande mercado, ou seja, que tenha escala (DE ABREU MANCINI; VIVEIROS; DE SOUZA, 2022).

O modelo pode ser tocado por empresa de ou startup de pequeno porte, onde podemos ter grandes frutos em pequenas árvores. Neste sentido, destacamos como os métodos de Desenvolvimento de Clientes, Startup Enxuta e *Bootstrapping* podem ajudar os alunos a desenvolver, respectivamente, suas habilidades comerciais, de prototipagem e de autofinanciamento (DE ABREU MANCINI; VIVEIROS; DE SOUZA, 2022).

O bootstrap financeiro pode permitir que os empreendedores jovens busquem novas oportunidades sem a necessidade de possuir uma base de recursos considerável e sem a necessidade de obter financiamento externo (VANACKER *et al.*, 2011).

Existem vários métodos de bootstrap que podem ser aplicados para acessar capital externo. Se receber capital, a empresa terá custos relativamente altos. que no final irá aumentar a empresa Winborg e Landström (2001) categorizado como: (1) bootstrapping relacionado ao cliente (minimizando o bootstrapper) mantendo as contas a receber dependência de capital externo. Uma forma criativa de obter recursos de forma não tradicional é definida como *bootstrapping* (WINBORG, 2009). Focado (2) atrasar os pagamentos para proteger o ciclo de fluxo de caixa. (3) *bootstrapping* relacionado ao proprietário, onde o empreendedor depende de recursos pessoais do que de capital externo, e (4) compartilhamento de recursos para reduzir custos as vantagens do método *bootstrapping* são (1) fáceis de obter, (2) superioridade competitiva (WINBORG; LANDSTRÖM, 2001).

Os resultados da pesquisa revelam que existem variações no método de financiamento *bootstrap*; bem como os perfis de financiamento de cada uma das três regiões que revelam a dinâmica do financiamento empresarial.

## 2.1 Inovação

O empreendedorismo e a inovação são considerados elementos essenciais para o crescimento da economia e a geração de empregos. É importante que os empreendedores identifiquem oportunidades e coloquem em prática mantendo redes de contato que possibilitem novas tecnologias e até mesmo desenvolvam novos produtos e processos para a empresa.

As crises podem ser uma grande ameaça para os empreendedores, mas o desenvolvimento de políticas que engaje o empreendedorismo inovador pode auxiliar essas empresas a se manterem no mercado, por meio de ações de longo prazo pode permitir que tais organizações melhorem seu desempenho e sejam capazes de gerenciar e se preparar para crises futuras que possam ocorrer (PACHECO, et al., 2021).

Falar de empreendedorismo é considerar, fundamentalmente, a criação de um novo negócio. Embora o termo tenha sido utilizado para outras finalidades nos séculos passados, o empreendedorismo está relacionado à criação de organizações e está criação se dá por iniciativa de uma ou mais pessoas, que são chamadas de empreendedores e intraempreendedores de organizações (SILVA, 2020).

Inovação é a utilização da habilidade criativa dos indivíduos e da equipe de trabalho em respostas às mudanças, fazendo coisas diferentes ou melhores em relação a produtos, processos ou procedimentos através do melhoramento das técnicas e da produção efetiva, apropriação e exploração da novidade (SILVA, et al., 2021).

Segundo Bisneto (2020), a inovação é uma iniciativa progressista, que inicia de uma novidade para as empresas e para o mercado, e que aplicada na prática, gera resultados positivos para as organizações, sejam ligados a processos, tecnologia, gestão ou diferentes modelos de negócios.

Tigre (2014) destaca a importância da inovação para o desenvolvimento organizacional, bem como para a garantia de diferenciais competitivos frente a um mercado em constante evolução. A inovação pode ter duas fontes de conhecimentos que a impulsionam. A primeira é de caráter interno à organização, ou seja, envolve melhorias de

processo, treinamento do capital humano das organizações, desenvolvimento de programas de qualidade e todo processo que gere algum aprendizado organizacional. Também, existem fontes externas para a inovação, caracterizadas por Tigre (2014) como consultorias, observação e análise de materiais como livros e revistas técnicas, licenças para produção, aquisição de tecnologias introduzidas em máquinas e processos.

A inovação é um processo cíclico e permanente, suas contribuições são vantajosas até o momento em que, no mercado, alguém copie, que é um processo de Benchmarking normal no mundo empresarial, “*Benchmarking* não é um conceito complexo, mas não deve ser levado muito a sério. *Benchmarking* é basicamente aprender com os outros” (LANKFORD, 2022).

O conhecimento utilizado com expertise com a experiência advém da observação das boas práticas, dos concorrentes ou de marcas referência de mercado, ajuda a organização a melhorar o processo de criação. É analisar o desempenho e observar os pontos fortes e fracos da organização e avaliar o que deve ser feito para melhorar. “A menos que a organização seja capaz de progredir para uma inovação ainda maior, arrisca-se a ficar para trás, já que os demais tomam a liderança ao mudarem ofertas, processos operacionais ou modelos que orientam seus negócios” (TIDD; BESSANT, 2015, p. 10).

Tidd e Bessant (2015) apontam a fidelidade que há entre os termos empreendedorismo e inovação, ao justificar que a sobrevivência e o crescimento de uma empresa no mercado estão condicionados à sua capacidade de apresentar novas soluções, ou criar novas necessidades, para o mercado. “O empreendedorismo é uma característica humana que mistura estrutura e paixão, planejamento e visão, as ferramentas e a sabedoria ao usá-las, a estratégia e a energia para executá-la e o bom senso e a disposição de assumir riscos” (TIDD; BESSANT, 2015, p. 8).

Alguns dos métodos de ensino mais comuns para o ensino de cursos de empreendedorismo nos últimos anos incluem a criação de planos de negócios, discussões em classe, estudos de caso, estudos de viabilidade e palestrantes convidados (SOLOMON; DUFFY; TARABISHY, 2002)

Os empreendedores têm sido reconhecidos como papel central do crescimento das economias, onde as oportunidades impulsionam a criação, avaliação e exploração de ideias de negócios (SUKAVEJWORAKIT; PROMSIRI; VIRASA, 2018). Essa expansão na tendência da pesquisa em educação para o empreendedorismo sugeriu que a exposição à educação para o

empreendedorismo pode beneficiar os alunos na aquisição de conhecimentos e habilidades, bem como nas crescentes intenções em relação ao empreendedorismo. (NABI *et al.*, 2017)

O behaviorismo assume que a aprendizagem é principalmente a transferência passiva de conhecimento do professor para o aluno, enquanto o construtivismo pressupõe que a aprendizagem envolve a participação ativa na construção de uma nova compreensão (NABI *et al.*, 2017).

Dado que os modelos de negócios têm sido com foco em gestão de tecnologia utilizada e inovação, estratégia, sustentabilidade ambiental e empreendedorismo social (MASSA; TUCCI; AFUAH, 2017). Como resultado, os modelos de negócios simplificam a cognição e ajudam a construir narrativas que facilitam a comunicação e geralmente desempenham um papel importante na coordenação e facilitação da ação social dentro da organização e com partes externas interessadas (MASSA; TUCCI; AFUAH, 2017).

Repensar e redesenhar a estratégia de uma organização a fim de se beneficiar de inovações e outras oportunidades (MASSA; TUCCI; AFUAH, 2017). Além disso, os modelos de negócios são usados para articular, desafiar, transferir e recombinar o conhecimento tácito de esquemas cognitivos implícitos e heurísticas subjacentes (SPARVIERO, 2019).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo caracteriza-se como pesquisa qualitativa. Para Gil (2021) o que se pretende com a pesquisa qualitativa é “compreender como as pessoas interpretam suas experiências, constroem seus mundos e atribuem significado a suas ações”.

Quanto aos objetivos, este artigo classifica-se como descritivo. Para Gil (2002, p. 41) a pesquisa descritiva é “a descrição das características de determinada população ou fenômeno”, pois ela se aprofunda na realidade do ambiente estudado e com isso promove caminhos para mudanças de comportamento dentro do ambiente organizacional.

Para coleta dos dados foi utilizado o método de questionário. Para Lakatos e Marconi (2017, p. 322) “é um instrumento de coleta de dados que compreende um conjunto de perguntas previamente elaboradas que, diferentemente da entrevista, deve ser respondido por escrito e enviado ao pesquisador”.

Para aplicação da pesquisa foi utilizado o quesito acessibilidade e conveniência em universidades públicas e comunitárias de Santa Catarina e Paraná, respectivamente UFFS E UNOCHAPECÓ, onde o recorte ficou em cima dos cursos de ciências sociais aplicadas, cursos da área de gestão e negócios. Após coleta de informações via formulário Google, os dados foram planilhados, as respectivas informações dos formulários servem de aporte para as discussões, para comparar o perfil dos graduandos sobre o tema central de estudo.

Para examinar as respostas colhidas nos formulários aplicados para os acadêmicos, que suas instituições estão vinculadas com incubadoras, por meio dos auto relatos dos acadêmicos. Como resultado, busca-se considerar as expectativas e conhecimentos dos acadêmicos sobre fomento de ideias e geração de novos negócios.

#### **4 Apresentação e análise dos resultados**

A coleta de dados buscou conhecer a percepção dos alunos diante do tema bootstrapping. A aplicação ocorreu de 20 de dezembro de 2022 até 10 de fevereiro de 2023, com questionários encaminhados via Google Formulários, por e-mail para estudantes das instituições participantes do estudo.

A maioria dos respondentes é do sexo feminino (61,1%) entre as faixas etárias de 19 a 21 anos (44,4%), seguido pela faixa de 22 a 24 anos (22,2%) e 16 a 18 anos (14,8%), sendo o restante de 25 anos ou mais, são alunos que já estão cursando ou na fase final dos respectivos cursos de graduação que compõem a área de ciências sociais aplicadas ou gestão e negócios.

Com relação ao curso dos respondentes, a maioria é do curso de Administração, seguidos pelo curso de Ciências Econômicas e Administração Pública, todos respondentes da modalidade presencial.

Há entendimento dentre os alunos que existem eventos de inovação em suas instituições, onde estes têm contato com estas temáticas, já que a grande maioria se diz participante em eventos sobre inovação, dentro e fora de suas instituições, o que favorece a construção de redes de troca de conhecimento.

92,6% dos respondentes indicaram que seu curso de graduação e/ou Universidade costumam realizar eventos de inovação para participação dos estudantes. Ainda, 83,3% declarou que costuma participar de eventos de inovação realizados pela universidade ou curso ao qual está vinculado. Dados que indicam que as instituições de ensino superior estão

atuantes no tocante a realização de eventos de inovação para estimular o empreendedorismo universitário e o desenvolvimento do ecossistema de inovação da sua região de atuação.

O aluno tem os primeiros contatos com o que é empreendedorismo, em eventos, projetos, palestras, *lives* e *hackathons*, que proporcionam formas inovadoras de desenvolvimento e construção do conhecimento (MONTICELLI; DA SILVA; HIDALGO, 2021).

Os desafios que os alunos enfrentam no momento da concepção de uma ideia no despertar da criação do negócio, são: A grande maioria diz que ainda não tiveram ideias de novos negócios (50%), a falta de capital financeiro (27,8%), falta da estruturação da ideia (13%), falta de conhecimento e estruturação da ideia (9,3%).

A maioria não sabe como converter ideias em bons negócios (48,1%). O formulário também apontou que a pouca facilidade para apresentar ideias e buscar suporte para colocá-las em prática (68,5%). Fatores que demonstram a necessidade de trabalhar mais na base de suporte para geração de novos negócios, fornecendo subsídios para que os estudantes possam conhecer os processos burocráticos e práticos de criação de uma empresa ou lançamento de uma solução inovadora, atendendo a necessidade que vem após a geração da ideia, que é colocá-la em prática.

Ao introduzir o tema *bootstrapping*, sobre o modelo ou fonte de alavancagem financeira de ideias, a grande maioria respondeu que não conhece nenhum modelo ou fonte de alavancagem financeira de ideias (77,8%). Também, observa-se que 72,2% dos respondentes indicou que não teria condições para fazer o aporte financeiro inicial para criar seu próprio negócio, no caso indicado da criação de uma startup. Revelam que pensam na possibilidade de investir em seu próprio negócio, como efetivamente uma forma de investimento. Consideram que o aporte financeiro tem grande importância nas fases de criação, sem o capital não há plano que se concretize.

Rosa, (2014) apoia a visão de que uma série de rotas de recursos de atividades de financiamento de *bootstrap* torna possível gerenciar e superar as restrições de capital financeiro.

Os alunos, em sua grande maioria, não contam com uma estrutura financeira que dê suporte para este estabelecer um negócio ou até mesmo desenvolver um produto, por estarem iniciando em sua jornada rumo a independência financeira, ou por não ter aporte familiar de capital. As atividades de financiamento, nesses casos, se apresentam como salvadoras desses que são desprovidos de recursos, atividades como *Hackathon*, jornadas que

premiar as melhores ideias, banco cooperativos voltados a universitários são utilizadas na alavancagem financeira na fase inicial.

Os alunos demonstraram interesse em capacitações futuras sobre o tema e são favoráveis em captar recursos para implementar seus negócios, no caso de um fundo de apoio para investir em ideias de acadêmicos, sendo que 63% dos respondentes indicaram que participariam se fosse gratuito e 37% participariam mesmo que fosse com pagamento de ingresso ou inscrição.

Quando questionados se acessariam financiamento de novos negócios, se houvesse um fundo de apoio para investir em ideias de acadêmicos, 83,3% destacou que sim, que acessaria o fundo para abrir seu próprio negócio e colocar suas ideias em prática. O financiamento de risco empreendedor depende em grande parte de *bootstrapping* e círculos próximos.

#### **4.1 Alunos como mentores**

Os mentores são pessoas que já tiveram contato de alguma forma com o empreendedorismo, negócios e desenvolvimento de produto, esse autor é importante pois o apoio deste através das mentoria e orientações aulia na escalada da mensuração da evolução da ideia, dado que a cada encontro ou momento de mentoria, o instrumento pode ser novamente utilizado e apresentar ao candidato a empreendedor os ganhos obtidos com a mentoria (DOS SANTOS MATIAS, 2017).

Os estudantes quando se integram junto a incubadoras ou quando começam a dar seus primeiros passos rumo ao empreendedorismo, seja através de criação de produtos, negócios e serviços, esse também está apto a acompanhar os novos incubados e os mais insipientes também, aqueles que ainda não colocaram em papel a sua criatividade.

O bom mentor possui características pessoais e profissionais que dificilmente se ensinam. Na verdade, existem perfis naturalmente propensos, mas as habilidades podem ser desenvolvidas para mentoria. Esses vínculos também podem ser reforçados com o uso de programas formais de mentoria, podendo ser mentores os gestores das incubadoras, os empresários mais experientes, os pesquisadores, os contadores, os advogados ou outros atores que possam desempenhar o papel de mentores (RÉGIS et al., 2013).

#### **4.2 Proposta de modelo de autofinanciamento para ideias incipientes**

O modelo de autofinanciamento para ter uma eficácia tem de fugir do clássico do tudo ou nada, (Hamilton, (2001) articulou que os empreendedores fundadores de startups são identificados como os tipos clássicos de empreendedores *bootstrapping*, uma vez que eles utilizam seus cartões de crédito, penhoram suas casas, e até utilizam seus fundos previdenciários para colocar em prática os seus sonhos.

Ao caminhar rumo a estruturação de um modelo de autofinanciamento temos que norteia se começaremos esse já na graduação ou abordaremos esse na incubação, será um modelo precoce ou tardio. O formato proposto seria de uma poupança mínima a partir do segundo ano de graduação, no formato americano de formação de empresa com o mínimo possível. A inovação de modelo de negócios é a mais importante, pois essa será usada para permitir que se crie empresas com capital mínimo (MORENO, 2015). Na premissa que se faz muito com pouco, com muito chegará bem mais longe. O modelo geralmente torna a obtenção de capital mais lenta, porém nenhuma parte da renda ou propriedade da empresa deixará de pertencer aos fundadores (ZWILLING, 2014).

O modelo de poupança para o público universitário já é usual. O comportamento financeiro está ligado às ações dos indivíduos diante das situações, como realizar compras, realizar pagamentos em tempo correto, realização de orçamentos, poupanças, empréstimos (LISBOA; DALPIAS, 2020). Mas ao voltar para esse fim específico é um fator de sucesso, onde podemos otimizar através de ferramentas de acompanhamento, de carteira de capital.

As ferramentas sugeridas para controle do capital seriam, primeiramente o conhecimento de planejamento financeiro, planejar desde o recebimento do rendimento, até a destinação deste pode determinar o sucesso na vida financeira do futuro empreendedor. a educação financeira como disciplina está, geralmente, estabelecida apenas nos cursos de gestão do ensino superior, como Administração, Economia e Contabilidade, bem como nas experiências profissionais decorrentes desses cursos (LEAL; MELO, 2008).

A educação financeira é, deste modo, uma ferramenta que está diretamente ligada à qualidade das decisões financeiras que as pessoas tomam, e que, conseqüentemente, impactam seus investimentos, seus níveis de endividamento e a possibilidade de inadimplência (MUHLHAUSEN; DA LUZ; MARÇAL, 2021). Ferramentas como planilhas, uso de anotações e aplicativos como o Mobilis. Mobilis é um aplicativo que foi criado em 2013 por David Mosiah e Carlos Terceiro, dois estudantes de tecnologia apaixonados por soluções simples para problemas do dia a dia, trata-se de um aplicativo para smartphones, tablets e

computadores (MACEDO et al., 2015). As ferramentas visam auxiliar as pessoas que podem ajudar o acadêmico a ter um acompanhamento das metas de curto e longo tempo, a que passo esse se encontra.

As mentorias também ajudam a orientar os acadêmicos, a não deixar esses desviarem o foco dos seus objetivos. O programa Mentoring é uma alternativa que funciona como suporte acadêmico e pessoal através do relacionamento com outros estudantes de variados períodos do curso e com o elo, o mentor (AZEVEDO SILVA et al., 2017).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Gerir ideias a fim de implantar essas como projeto de produto e negócio é um passo relevante na vida do acadêmico, durante e após a universidade. Como utilizar o capital disponível de forma coerente para tirar melhor proveito, significa evitar de início gastos supérfluos onde se verifica a importância da educação financeira, da mentoria e de um projeto de vida.

O *bootstrap* é uma ferramenta que auxilia a obtenção de capital, quando direcionado por mentorias possibilita a tomada de decisão rumo ao sucesso. A reflexão e educação no sentido de criar ambientes favoráveis à construção de novos projetos é um hábito que faz com que os jovens trabalhem o perfil empreendedor, preparando-os para o futuro, rumo ao sucesso.

Quanto ao feedback dos discentes entrevistados com relação ao *bootstrapping*, os resultados indicam que esses acham importante a temática relacionada à inovação e obtenção de capital. Há iniciativas que despertam a inovação e visam direcioná-los a criação de negócios e produtos temos, se apresentam como salvadoras, dos desprovidos de recursos, ao ponto que pode dar aporte inicial a esses, atividades como: *Hackathon*, jornadas que premiam as melhores ideias, banco cooperativos voltados a universitários, iniciativas que ofertam o aporte inicial aos desprovidos de recursos, possibilitando o desenvolvimento das suas ideias e projetos. A conscientização pode vir de projetos, palestras, *lives* que trabalham com a temática inovação. O formulário em questão obteve resultados satisfatórios, já que apontam que os acadêmicos veem a importância do tema conhecimento sobre o assunto.

Por fim, o artigo buscou verificar a percepção dos acadêmicos sobre *bootstrapping* e inovação, com o objetivo de identificar nesses o perfil de empreendedor, e suas percepções sobre o autofinanciamento, criatividade para angariar capital e capacitação em inovação. Sugere-se em pesquisas futuras realizar estudos sobre eventos como: *hackathon*, feiras de tecnologia, chamada de ideias Sebrae, que são mecanismos e ferramentas que propiciam a inovação e trabalham temas como o autofinanciamento, ainda como recomendação para estudos posteriores, fica a discussão e análise comparativa com os pós incubados de como *bootstrapping* influenciou no sucesso dos seus negócios.

## REFERÊNCIAS

- BISNETO, José P.M., LINS, O.B.S.M. **Gestão da inovação**: uma aproximação conceitual, 2020. Disponível em: <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/RBGI/article/download/3731/2411> Acesso em: 02 Nov. 2022.
- DE ABREU MANCINI, Pedro Henrique Dutra et al [VIVEIROS; DE SOUZA,]. Startup Lab: Uma Nova Estrutura de Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras. **Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação**, v. 7, n. 1, p. 51-75, 2022.
- DE AZEVEDO SILVA, Rafael; DA SILVA, Raquel de Souza Gomes; DA SILVA, Elana Cristina. O PROGRAMA MENTORING NO CURSO DE MEDICINA DE UMA IES: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA.
- DOS SANTOS MATIAS, A. P. Mentoria para empreendedores: análise da essência do negócio. **Revista de Empreendedorismo, Negócios e inovação**, v. 2, n. 2, p. 92-103, 2017.
- HONIG, B.; KARLSSON, T.; HÄGG, G. The blessing of necessity and advantages of newness. *In*: **Entrepreneurial resourcefulness: Competing with constraints**: Emerald Group Publishing Limited, 2014.
- GIL, Antonio Carlos. **Como fazer pesquisa qualitativa**. São Paulo Atlas 2021
- HAMILTON, R. H. E-commerce new venture performance: how funding impacts culture. **Internet Research**, 2001.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- LANKFORD, W. M. J. T. C. B. J. Benchmarking: Understanding the basics. 1, n. 1, p. 8, 2022.
- LEAL, D. T.; MELO, S. A contribuição da educação financeira para a formação de investidores. **Seminários em Administração. São Paulo: USP**, 2008.
- LEAL, D. T.; MELO, S. A contribuição da educação financeira para a formação de investidores. **Seminários em Administração. São Paulo: USP**, 2008.
- LISBOA, L. D. A. S.; DALPIAS, É. C. EDUCAÇÃO FINANCEIRA: a percepção e o conhecimento dos discentes dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade de Educação e Meio Ambiente-FAEMA acerca das possibilidades e estilos de investimentos ofertados às pessoas físicas. 2020.

MACEDO, A. C. et al. Gestão financeira através do aplicativo mobills. **Revista científica eletrônica de ciências aplicadas FAIT**, 2015.

MASSA, L., TUCCI, C. L., & AFUAH, A. A critical assessment of business model research. **Academy of Management Annals**, 11(1), 73-104, 2017.

MONTICELLI, J. M.; DA SILVA, L. DE Q.; HIDALGO, G. Empreendedorismo e inovação na Universidade La Salle. **E-books/Editora Unilasalle**, 2021.

MORENO, U. B. Como criar empresas prestadoras de serviços com capital inicial zero ou próximo a isso. 2015.

MUHLHAUSEN, F.; DA LUZ, I. P.; MARÇAL, R. R. Educação Financeira: um estudo do perfil do comportamento financeiro de acadêmicos dos cursos de gestão. **Revista UNEMAT de Contabilidade**, v. 10, n. 19, p. 38-59, 2021.

NABI, Ghulam et al. The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. **Academy of Management Learning & Education**, v. 16, n. 2, p. 277-299, 2017.

PACHECO, Michelle Gonçalves Marques; et al. **Empreendedorismo e inovação num contexto de crise: revisão de literatura**, 2021. Disponível em: <https://san.uri.br/revistas/index.php/gesto/article/view/322/133> Acesso em: 03 Nov. 2022.

RÉGIS, H. P. et al. Redes de mentoria: mapeando as concepções nas incubadoras de base tecnológica do Recife. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 13, n. 3, p. 241-255, 2013.

ROSA, A. R. Relações raciais e estudos organizacionais no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, p. 240-260, 2014.

SILVA, Marcos Ruiz da. **Empreendedorismo**. Curitiba: CONTENTUS, 2020.

SPARVIERO, Sergio. The case for a socially oriented business model canvas: The social enterprise model canvas. **Journal of social entrepreneurship**, v. 10, n. 2, p. 232-251, 2019.

SOLOMON, G. T.; DUFFY, S.; TARABISHY, A. The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis. 2002.

SUKAVEJWORAKIT, Krisakorn; PROMSIRI, Triyuth; VIRASA, Thanaphol. OETEL: An innovative teaching model for entrepreneurship education. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 21, n. 2, p. 1-11, 2018.

SOUZA, Diego Moreira et al. O que é Startup Lab?. **Exatas & Engenharias**, v. 10, n. 29, p. 4041, 2020.

TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da inovação**. 5a ed. Porto alegre: Bookman, 2015.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação: A economia da tecnologia no Brasil**. (2ª. ed.). Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

WINBORG, J.; LANDSTRÖM, H. Financial bootstrapping in small businesses: examining small business managers' resource acquisition behaviors. **Journal of Business Venturing**, 16(3), 2001.

VANACKER, T. ; MANIGART, S. ; MEULEMAN, M. ; & SELS, L. A longitudinal study on the relationship between financial bootstrapping and new venture growth. **Entrepreneurship and Regional Development**, 2011.

ZWILLING, M. The 10 most reliable ways to fund a startup. Retrieved **June**, v. 14, p. 2017, 2014.