

# O USO DE APLICATIVOS PARA CELULARES EM CURITIBA E SUA INFLUÊNCIA NO ECOSISTEMA DE STARTUPS

Bianca Delfino Fernandes<sup>1</sup>

Felipe Schreiner Soares de Brito<sup>2</sup>

Fernando Adami<sup>3</sup>

Kely Cristina Rodrigues<sup>4</sup>

Luciano Koenig de Castro<sup>5</sup>

## RESUMO

O presente artigo conceitua a evolução da tecnologia, passando por alguns marcos históricos importantes até chegar ao momento atual onde *startups* e aplicativos vêm se destacando no cenário de inovações. O propósito deste estudo é averiguar se o uso de aplicativos pelo público da cidade de Curitiba gera influências no ecossistema de *startups*. Para que essa proposta possa ser concretizada, foi realizado um levantamento de dados secundários através de questionário *online* onde foi possível verificar que as pessoas residentes na cidade de Curitiba não pesquisam e também não baixam aplicativos para celulares com frequência, sendo então, um ponto importantíssimo a ser repensado pelas *startups* no momento de abrir um negócio.

Palavras-chave: *Startups*. Tecnologia. Celular. Aplicativo. Curitiba.

<sup>1</sup> Aluna do 7º período do curso de Administração da FAE Centro Universitário. *E-mail*: biancadf@gmail.com

<sup>2</sup> Aluno do 7º do curso de Administração da FAE Centro Universitário. *E-mail*: felipessb@gmail.com

<sup>3</sup> Aluno do 7º período do curso de Administração da FAE Centro Universitário.

<sup>4</sup> Aluna do 7º período do curso de Administração da FAE Centro Universitário. *E-mail*: kelyc@gmail.com

<sup>5</sup> Orientador da pesquisa. Mestre em Economia (Políticas Públicas e Desenvolvimento). MBA em Gestão Empresarial. Graduado em Marketing. *E-mail*: lucianok@fae.edu

## INTRODUÇÃO

A tecnologia, hoje presente em grande parte do globo, atinge com grande força a nossa sociedade. Em tempos modernos, é indispensável que qualquer empresa trabalhe sem algum meio que possa facilitar suas atividades cotidianas para que seu propósito de existência seja alcançado, aliado com a tarefa de oferecer aos consumidores serviços ou produtos que lhes tragam benefícios, saciando suas necessidades.

Nessa perspectiva, o presente trabalho visa identificar através do público residente na cidade de Curitiba se o uso de aplicativos interfere no ecossistema de startups.

O objetivo geral é verificar se a usabilidade de aplicativos pelos usuários de Curitiba influenciam ou não no ecossistema das *startups* locais.

Os objetivos específicos são:

- Apresentar os conceitos fundamentais a respeito da evolução tecnologia e sua relação com o surgimento das startups;
- Analisar o perfil dos usuários de aplicativos na cidade de Curitiba e se os mesmos costumam pesquisar, baixar e instalar aplicativos com frequência;
- Verificar se o público curitibano utiliza aplicativos em comum em seus celulares.

A busca pelo enriquecimento e pela resolução de necessidades encontradas no cotidiano é constante, e é por este motivo que muitas empresas são criadas. Contudo, no momento atual do país (2018), onde uma crise está instalada, há dificuldades para abrir um negócio e mantê-lo em funcionamento. Dessa forma, empresas do tipo *startups* são fundadas, pois crescem rapidamente e a custos menores. As *startups* são geralmente ligadas a área de tecnologia e muitas trabalham com aplicativos para manter contato com seu cliente. Porém, têm-se a sensação de que muitas dessas empresas perdem tempo e dinheiro desenvolvendo esses aplicativos sem haver o retorno esperado. É neste propósito que este artigo visa contribuir com a esfera acadêmica, proporcionando informações a respeito do assunto em questão.

## 1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Conforme Grupo Escolar (2018), a evolução tecnológica começou a partir da Segunda Guerra Mundial, entre 1939 e 1945, pois a eletrônica se tornou um campo de pesquisa e desenvolvimento muito atraente, fazendo com que empresas migrassem para novos lugares na obtenção de desenvolver novos produtos e obter lucro. Um dos locais mais visitados e utilizados para este fim foi o Vale do Silício.

Segundo Borelli (2018), o Vale do Silício (*Silicon Valley*) – localizado na baía de São Francisco, Califórnia, Estados Unidos – recebeu este apelido devido ao principal material encontrado na região, e que é utilizado na fabricação de processadores: o silício. Devido a este componente ser de alta abundância na região, os investimentos e a quantidade de empresas locais aumentaram, com isso, o Vale do Silício foi considerado o berço de novas tendências tecnológicas, nos levando a um período tecnológico marcante que ficou conhecido como a “Bolha da *Internet*”.

De acordo com Spyer (2007), a Bolha da *Internet* surgiu na segunda metade dos anos 1990, com a valorização excessiva das ações das empresas de *internet* e de áreas relacionadas. Novos empreendedores apostaram em modelos alternativos de negócio e tiveram sucesso temporário em razão do otimismo do mercado em relação à nova economia e à disponibilidade de capital para investimento. O estouro da bolha em 2000 marcou o começo de um período de recessão leve, mas relativamente prolongado, nos primeiros anos do novo milênio, quando muitas empresas faliram.

Essa crise teve o seu lado positivo, pois alguns dos gastos descontrolados deram origem a empresas e *softwares* de muita qualidade, ajudando a aumentar a infraestrutura da *internet*, que nessa época deixou de ser utilizada somente dentro de universidades e laboratórios e também foi disponibilizada para as residências dos usuários (muito graças ao protocolo *World Wide Web*, o conhecido “*WWW*”). Dessa forma, os computadores também ficaram mais baratos e se popularizaram para o lazer.

Portanto, a *internet* tornou-se uma ferramenta indispensável na busca de informações, tendo em vista sua facilidade de acesso e a maneira como fornece resultados para diversos assuntos, levando em consideração que foi através dela que, no século XXI, muitas empresas passaram a surgir com modelos de negócios diferenciados, sendo denominadas como *startups*.

Bicudo (2015) cita que *startup* é uma empresa jovem com um modelo de negócios repetível e escalável, em um cenário de incertezas e soluções a serem desenvolvidas. Embora não se limite apenas a negócios digitais, uma *startup* necessita de inovação para não ser considerada uma empresa de modelo tradicional.

Blank e Dorf (2014, p. 48) compreende *startup* como:

Uma *startup* não é uma versão menor de uma grande companhia. Uma *startup* é uma organização temporária em busca de um modelo de negócio escalável, recente e lucrativo. No início, o modelo de negócio de uma *startup* caracteriza-se pela flexibilidade de ideias e suposições, mas não tem clientes e nada sabe sobre elas.

Bicudo (2015), ainda destaca que as *startups* possuem algumas características que as tornam mais fáceis de serem definidas:

### I. Modelo de Negócios

O modelo de negócios está relacionado a geração de valores aos clientes de uma *startup*, convertendo o trabalho realizado em dinheiro, diferentemente de um plano de negócios, onde o foco está atrelado a estratégias detalhadas para atingir metas.

Modelo de negócios significa a lógica de como uma empresa cria, entrega e captura valor, ou seja, como transforma seu trabalho em dinheiro ou outro tipo de valor para a sociedade. Por exemplo, um dos modelos de negócios do *Google* no seu produto de busca é criar o valor da informação acessível a qualquer momento, entregando conhecimento instantâneo e capturando valor através do pagamento de propagandas direcionadas a quem está navegando. Outro modelo é o de franquias, que criam produtos e/ou marcas que tem demanda por consumidores, entrega este valor através de franquias em locais acessíveis e captura valor com os *royalties* dos franqueados (SEBRAE, 2018).

### II. Repetível e Escalável

Segundo a definição da Associação Brasileira de *Startups* (ABSTARTUPS, 2017), ser repetível significa que deve ser possível replicar ou reproduzir a experiência de consumo de seu produto ou serviço de forma relativamente simples, sem exigir o crescimento na mesma proporção de recursos humanos ou financeiros. Ser escalável, para a ABStartups (2017), diz respeito a atingir rapidamente um grande número de usuários a custos relativamente baixos.

### III. Cenário de Incerteza

Bicudo (2016) ressalta ainda que existe um cenário de incertezas, pois não há como afirmar se aquela ideia e projeto de empresa irão realmente dar certo.

Conforme Bicudo (2016), a utilização do termo “*startup*” começou durante a crise das empresas ponto-com, entre 1996 e 2001. Além disso, *startup*, na etimologia da palavra, também sempre foi sinônimo de iniciar algo e colocá-lo em funcionamento.

Na época, muitos empreendedores apresentavam suas ideias inovadoras e encontravam muitos investidores para financiar seus projetos. Tais empresas, principalmente associadas à tecnologia, tinham um potencial impressionante de resultados financeiros quanto à lucratividade e rentabilidade. O Vale do Silício foi o local onde essas empresas apareceram, pois, os processadores de computador construídos para atender a demanda crescente da época eram criados ali, a partir do material que era encontrado na região, e foi neste mesmo local que saíram grandes representantes de novos modelos de negócios.

Outro ponto que contribuiu para a evolução dos negócios foi impulsionado pelo incentivo e privilégios que as estas empresas tinham com o governo norte-americano e sua forte atuação na rede mundial dos computadores, a *internet*.

Condições econômicas como a baixa taxa de juros no final da década de 80 e início dos anos 90 também permitiram que essas empresas adotassem estratégias de crescimento rápido, resultados que atendessem os anseios dos investidores e valorização de suas quotas no mercado de capitais.

E mais tarde, essas empresas com grande potencial iriam se estender à novos lugares, migrando para novos continentes. Dessa forma as *startups* chegaram a América Latina, mais especificadamente no Brasil.

O Brasil é um dos países da América Latina e um dos maiores do mundo, abrigando atualmente cerca de 190,7 milhões de pessoas, segundo o Censo de 2010 do IBGE, e a projeção para o ano de 2018 é que sejam aproximadamente 208,5 milhões. Deste total, segundo a pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM – relatório de avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora) realizada pela equipe IBQP com o apoio do SEBRAE, 36,4% dos brasileiros (49,3 mi) são ou já foram empreendedores (compreende-se como empreendedor a população adulta, ou seja, indivíduos com idade entre 18 e 64 anos).

Segundo dados do SEBRAE, no Brasil existem 6,4 milhões de estabelecimentos/empresas. Desse total, 99% são micro e pequenas empresas (MPE), o restante pode ser considerado como empresas de grande e médio porte. Contudo, dentro dos 99%, encontram-se as *startups*, que são hoje pouco mais de 6 mil, mas que possuem grande contribuição para a economia do país e principalmente para o desenvolvimento de novas tecnologias, além de proporcionar geração de novos empregos, aumento da educação, segurança e agilidade na transferência de informações.

Bicudo (2018) ainda salienta que as *startups* no Brasil começaram a surgir no século XXI e tem crescido cada vez mais desde 2008. A maioria das empresas é da área de tecnologia e pertencem a jovens empreendedores.

Atualmente, o Brasil possui mais de 6 mil empresas com perfil de *startup*. Estes dados são de setembro de 2018, divulgados pela ABStartups (2017). Segundo a associação, o número de empresas hoje pode ser ainda maior, por volta de 10 a 15 mil, mas muitas ainda estão na fase de ideias e nem todas têm o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ).

Para aumentar este número, algumas *startups* podem contar com empresas que investem capital e acreditam nas ideias inovadoras apresentadas, elas apostam no modelo de negócio que envolvem as *startups*. Elas são chamadas de “aceleradoras”.

Neste contexto, define-se aceleradoras como empresas que tem como objetivo apoiar e investir no desenvolvimento e rápido crescimento de *startups*, auxiliando-as na obtenção de recursos para este fim (Paulo e Newton, 2016, p. 19).

Por sua vez, Ratinho (2011), defende que as incubadoras de negócios são organizações que aceleram e sistematizam o processo de criação de empresas de sucesso, fornecendo uma gama abrangente e integrada de suporte, incluindo: espaço, serviços de suporte às empresas, *clustering* e oportunidade de *network*.

Além dos sites comumente acessados na *internet*, um dos meios de comunicação mais utilizados entre uma *startup* e o seu cliente final são os aplicativos presentes nos telefones inteligentes, conhecidos como *smarthphone*. Atualmente, há mais aparelhos celulares do que pessoas no Brasil, com aproximadamente 234,3 milhões de aparelhos e densidade de 111,84 celulares a cada 100 habitantes, segundo dados divulgados pela ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações, 2018).

Para que os aplicativos funcionem corretamente, o telefone deve possuir um sistema operacional. Sendo assim, muitos desenvolvedores criam programas adicionais, com diversas utilidades, disponibilizando-os em lojas online como *Google Play (Android)*, *MS Windows Store (Windows Phone)* e a *Apple Store (IOS)*. Esses programas são chamados de aplicativos, fazendo o papel de interação com o usuário para que ele tenha acesso a novas funcionalidades.

Conforme detalha Iwai (2016), os aplicativos são os programas que desempenham funções específicas em *smarthphones* e *tablets*. Eles têm como finalidade facilitar o desempenho do usuário, para diversas necessidades.

Alguns aplicativos costumam vir instalados nos *smartphones* diretamente da fábrica, garantindo as funcionalidades básicas e algumas adicionais, porém, muitos deles precisam ser baixados das lojas *online* disponíveis.

Segundo Iwai (2016), os aplicativos possuem vantagens e desvantagens. Com relação as vantagens, podemos citar que os aplicativos proporcionam aos usuários otimização da navegação e agilidade das ações; menor custo de acesso porque, graças à interface adaptada, o tráfego de dados necessários para a navegação é menor em relação à utilização de navegadores convencionais, e; possibilitam o melhor aproveitamento possível do aparelho graças à exploração de recursos como GPS, câmera fotográfica e *bluetooth*.

As desvantagens dos aplicativos residem em três problemas que podem impedir a sua utilização, sendo a atualização de versões de sistemas operacionais; a existência de plataformas diferentes, e; a limitação de memória em telefones mais simples.

A evolução dos sistemas operacionais proporciona o uso de novos aplicativos, beneficiando aqueles que têm condições de participar dos avanços da tecnologia,

e prejudicando aqueles que não podem acompanhar o desenvolvimento das novas versões tão rapidamente. Ou seja, um *smartphone* ultrapassado fica limitado a alguns aplicativos, porque *softwares* móveis que forem eventualmente lançados não serão compatíveis com ele. Além disso, cada marca de *smartphone* tem sua plataforma de aplicativos própria, diminuindo a quantidade e a diversidade de aplicativos que o usuário terá à disposição. A memória também é um fator limitante, pois quanto mais arquivos um usuário possui em seu aparelho, menor será o espaço para armazenamento de aplicativos. Caso tenha um telefone com pouco espaço, o usuário não conseguirá fazer o *download* e conseqüentemente a instalação do(s) aplicativo(s).

Mesmo com a expansão do consumo digital, a maneira como os aplicativos são utilizados não será a mesma em um futuro próximo, ainda que este mercado movimente cerca de US\$70 bilhões, segundo estimativa feita pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação em 2015.

Menos aplicativos estão fazendo muito mais coisas, já que por exemplo, as pessoas pedem comida, respondem pela empresa e gerenciam eventos dentro de um ou pouquíssimos *apps*, ou seja, a oferta de serviços nestes aplicativos vem aumento consideravelmente nos últimos anos.

A *Apple* por exemplo, anunciou novas diretrizes no seu próprio site (2018), em relação a publicação de aplicativos em sua loja virtual, os chamados “*Apps White-Label* (aplicativos com menor grau de personalização, desenvolvidos a partir de um *template* padrão), não serão mais permitidos, buscando melhorar sua loja de aplicativos. Diante disso temos duas tendências nesse mercado, sendo o “*Progressive Web App*”, um aplicativo dentro de uma página web, sem instalações, podendo ser utilizado offline (já está disponível em sistemas Android e navegadores como o Chrome) e também o “*App Container*”, como o Ifood, sendo um único aplicativo com várias funções de várias marcas diferentes.

## 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Metodologia para Fonseca (2002) é o estudo da organização, dos caminhos que devem ser traçados na realização de uma pesquisa ou um estudo, ou até mesmo para se fazer ciência.

Entenda-se aqui por método a intervenção do pesquisador, sua atividade mental consciente para realizar o papel cognitivo da teoria. O método, como diz Morin (1996, p. 335), alimentado de “estratégia, iniciativa, invenção, arte”, estabelece uma relação com a teoria capaz de propiciar a ambos regenerarem-se mutuamente pela organização de dados e de informações.

O método também aproxima o investigador do fenômeno estudado. Como Morgan (1983, p. 21) assevera, “metodologias são esquemas de resolução de problemas que diminuem a distância entre a imagem sobre o fenômeno e o próprio fenômeno” (VERGARA, 2008, p. 9-10).

O estudo em questão segue os preceitos do estudo exploratório por meio do levantamento bibliográfico e netnográfico, fazendo referência à evolução tecnológica e seus derivados, *startups* e o uso de aplicativos, que têm crescido exponencialmente nos últimos anos.

O passo inicial se dará através de uma pesquisa bibliográfica, que é efetuada por meio de leitura e observação de dados e/ou informações acerca do tema trabalhado.

Interpretar, num sentido restrito, é tomar uma posição própria a respeito das ideias enunciadas, é superar a estrita mensagem do texto, é ler nas entrelinhas, é forçar o autor a um diálogo, é explorar toda a fecundidade das ideias expostas, é cotejá-las com outras, enfim, é dialogar com o autor (SEVERINO, 1985, p.60).

Após concluída esta etapa, o trabalho será desenvolvido através de pesquisa descritiva conclusiva ocasional, ou seja, feita apenas uma vez, sendo conclusiva através da aplicação de questionário de pesquisa. Para tanto, será realizada uma amostra com aproximadamente 300 pessoas, podendo representar uma margem de erro de 3%.

### 3 PESQUISA REALIZADA

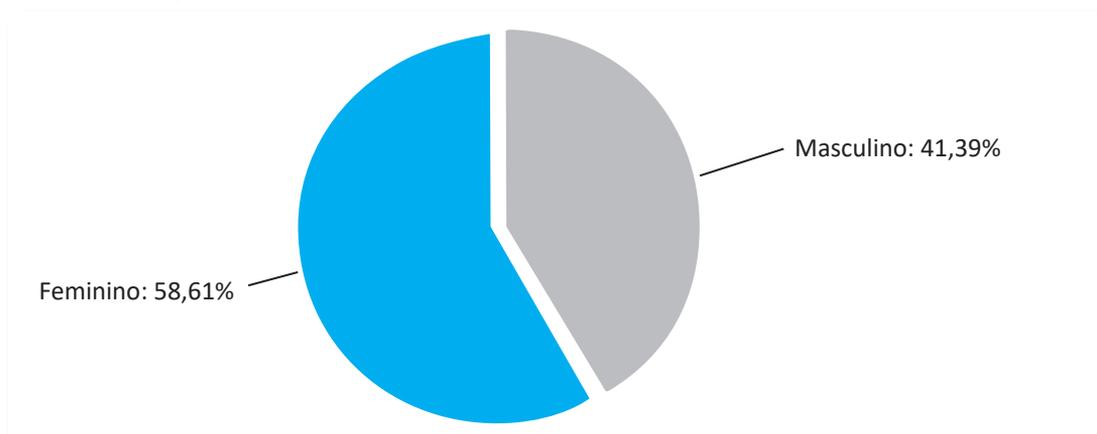
A pesquisa foi desenvolvida e aplicada através do site profissional de pesquisas *QuestionPro*, entre os dias 22/04/2019 e 17/05/2019, contendo dez perguntas, sendo algumas delas abertas e outras fechadas, conduzindo os entrevistados a darem suas opiniões quanto ao uso de aplicativos para celulares na cidade de Curitiba, tendo por finalidade identificar quais os perfis de usuários da região, e a partir dos dados coletados, verificar se as pessoas baixam muitos aplicativos nos seus aparelhos, ou se essa é uma realidade que está tendendo a rumos diferentes.

O questionário aplicado possui dez perguntas que foram distribuídas da forma como se vê logo abaixo, já contendo as respectivas respostas dos entrevistados:

Questionário 1 – Qual é o seu sexo?

Na primeira pergunta, questionamos a respeito do sexo do entrevistado, onde mostra que a maioria dos respondentes corresponde ao sexo feminino, com 177 respostas (58,61%), enquanto o público masculino obteve 125 respondentes (41,39%).

GRÁFICO 1 – Qual é o seu sexo?

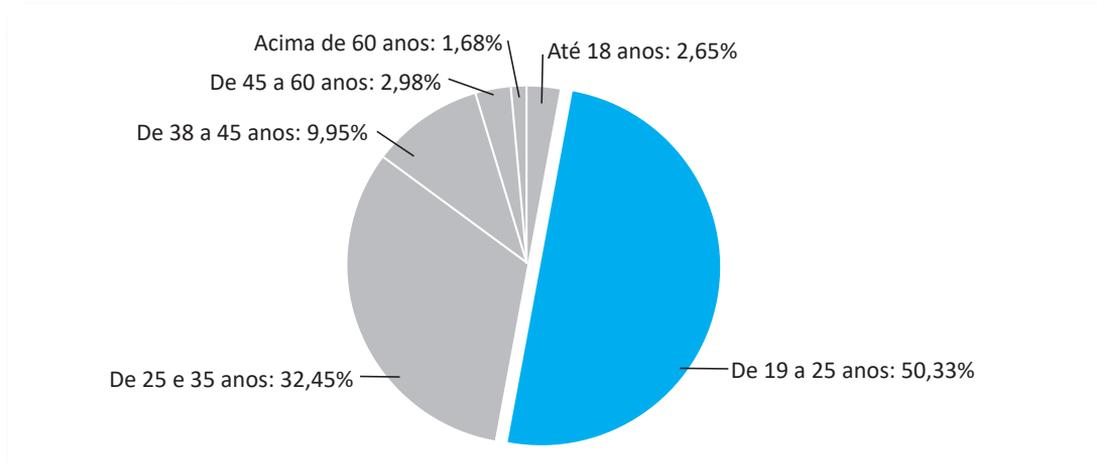


FONTE: Os Autores (2019)

### Questionário 2 – Qual é a sua idade?

Na segunda pergunta, verificamos quanto a idade dos respondentes, onde 152 pessoas possuem idades entre 19 e 25 anos (50,33%), seguido por 98 pessoas que possuem de 26 a 35 anos (32,45%), 30 pessoas têm de 36 a 45 anos (9,93%), 9 pessoas dizem ter de 46 a 60 anos (2,98%), 8 pessoas têm idade até 18 anos (2,65%) e por fim, 5 respondentes disseram possuir mais de 60 anos (1,66%).

GRÁFICO 2 – Qual é a sua idade?

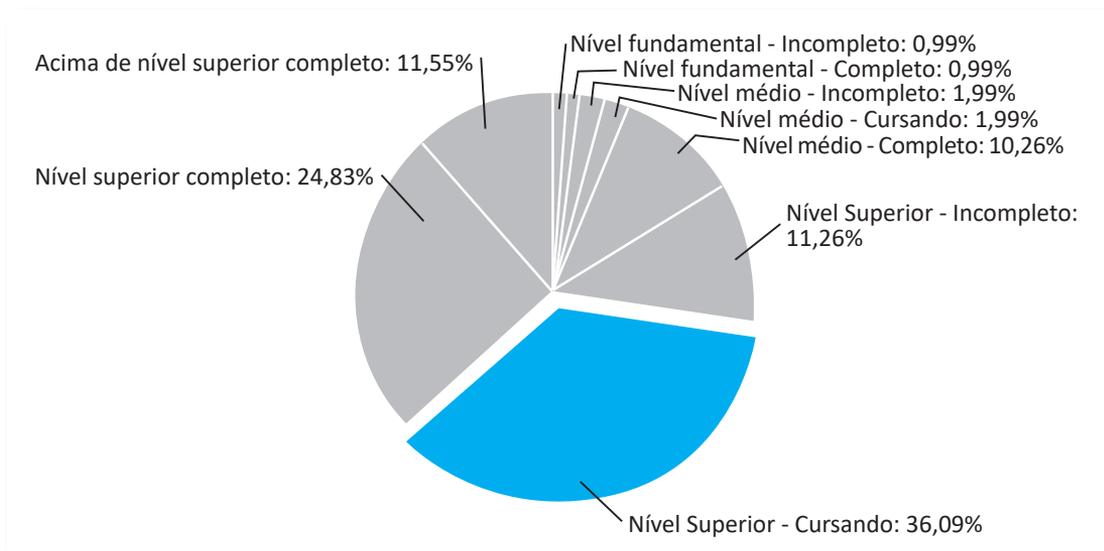


FONTE: Os Autores (2019)

### Questionário 3 – Qual o seu nível de escolaridade?

Na terceira questão, buscamos entender qual o nível de escolaridade dos entrevistados, e 109 pessoas disseram estar em processo de graduação (36,09%), 75 pessoas já estão formadas (36,09%), 35 pessoas possuem níveis acima da graduação (11,59%), 34 respondentes estão com sua graduação incompleta (11,26%), 31 pessoas têm ensino médio completo (10,26%) e demais níveis não chegam a 2% cada.

GRÁFICO 3 – Qual o seu nível de escolaridade? – 2019



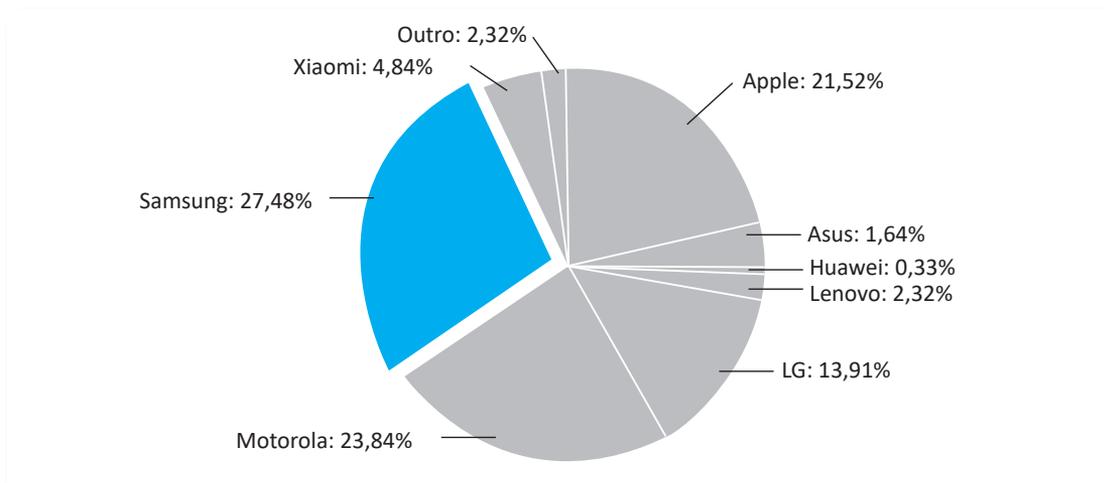
FONTE: Os Autores (2019)

#### Questionário 4 – Qual é a marca do seu celular?

Buscando saber das preferências de consumo de cada entrevistado, questionamos a respeito dos celulares que possuem, onde 83 pessoas (27,48%) têm celulares da marca *Samsung*, 72 pessoas (23,84%) usam celulares da *Motorola*, 65 pessoas possuem modelos da *Apple* (21,52%), 42 pessoas utilizam celulares *LG* (13,91%) e outras 40 pessoas usam celulares de outras marcas (13,25%).

Outras marcas: *Alcatel, Asus, Huawei, Lenovo, Nokia, Positivo, Quantum, Windows Phone e Xiaomi*.

GRÁFICO 4 – Qual é a marca do seu celular?

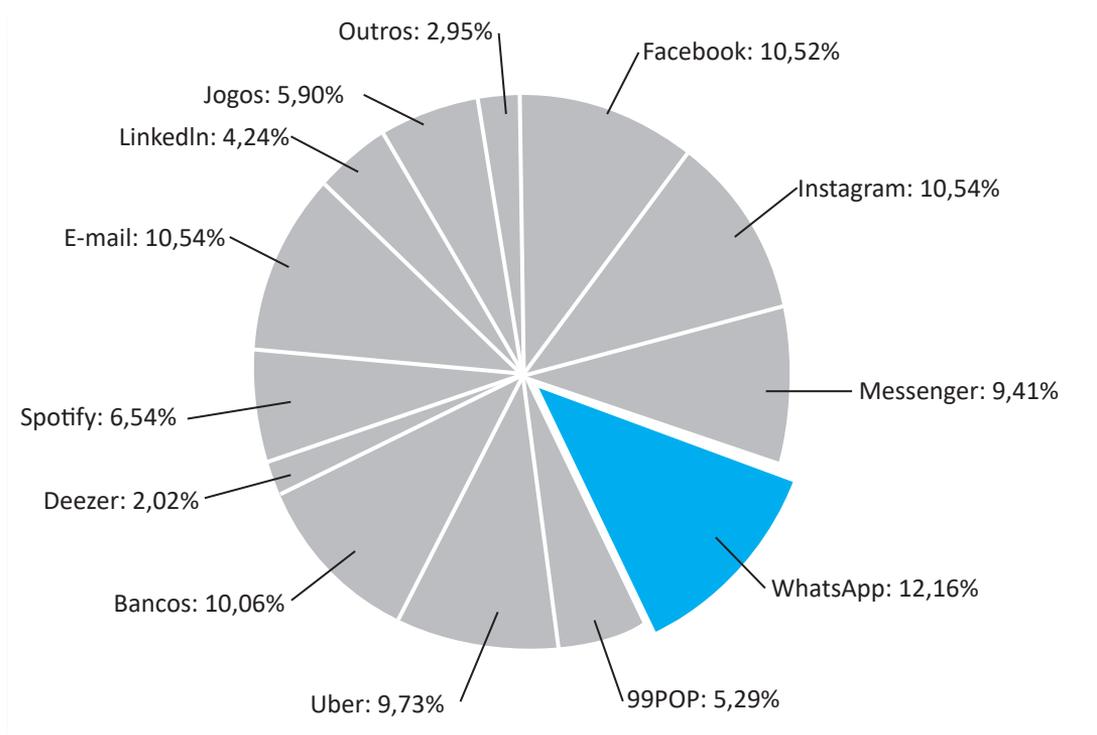


FONTE: Os Autores (2019)

### Questionário 5 – Quais dos aplicativos abaixo listados seu celular possui?

Quando questionado em relação aos *downloads* de aplicativos por celular, temos uma clara preferência por aplicativos ligados a comunicação e redes sociais (*WhatsApp, Facebook, Instagram, E-mail's, Messenger* e *LinkedIn*), sendo estes detentores de 1.424 *downloads* (57,51%). Por segundo, temos os *apps* de transporte mais populares em Curitiba (*Uber* e *99POP*), chegando a 372 *downloads* (15,02%). A terceira preferência dos usuários fica com os aplicativos de música (*Spotify* e *Deezer*), com 212 *downloads* (8,56%), *apps* de bancos foram baixados 249 vezes (5,9%) e outros aplicativos têm 73 *downloads* (2,95%).

GRÁFICO 5 – Quais dos aplicativos abaixo listados seu celular possui?



Fonte: Os Autores (2019)

### Questionário 5.1 – Quais dos aplicativos abaixo listados seu celular possui? – Outros Apps

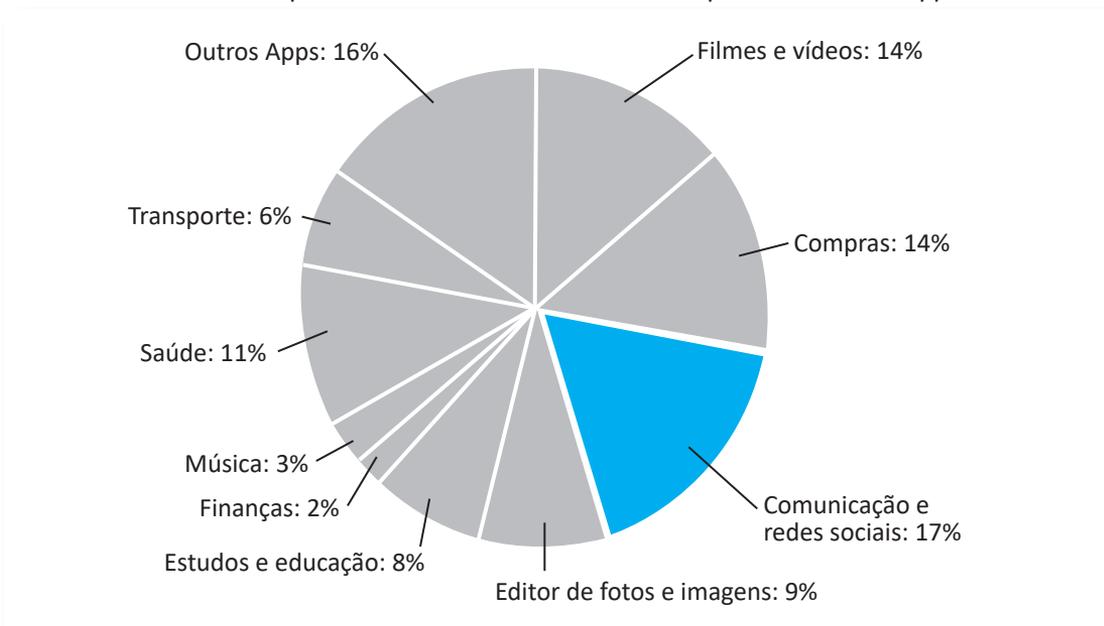
Esta pergunta é um complemento do questionário número 5, sendo uma questão aberta onde os entrevistados tinham total liberdade para descrever demais aplicativos que possuíssem em seus celulares, podendo ser até mais do que um aplicativo. Dessa forma, foram criadas categorias para inserir os aplicativos listados e facilitar a compreensão do gráfico.

A partir das categorias criadas, verificamos que os respondentes informaram 100 instalações de aplicativos diferentes e percebemos que novamente os *apps* de

comunicação e redes sociais se saem na frente com 17 aplicativos instalados nos celulares (17%). Na sequência, temos os *apps* de filmes e vídeos (14%) e também os *apps* de compras (14%), cada um com 14 *downloads* realizados. Por terceiro, encontram-se os *apps* de saúde, com 11 instalações (11%), os *apps* para edição de fotos, vídeos e imagens somam 9 *downloads* (9%) e os relacionados a estudos e educação possuem 8 *downloads* (8%), já as demais categorias somadas têm 11 *downloads* (11%).

No grupo denominado “Outros Apps” foram inseridos aqueles aplicativos cujas funcionalidades são únicas, possuindo funções muito específicas, não se enquadrando nas demais categorias criadas. Essa classe ficou com 16 aplicativos baixados e instalados (16%).

GRÁFICO 6 – Quais dos aplicativos abaixo listados seu celular possui? – Outros Apps

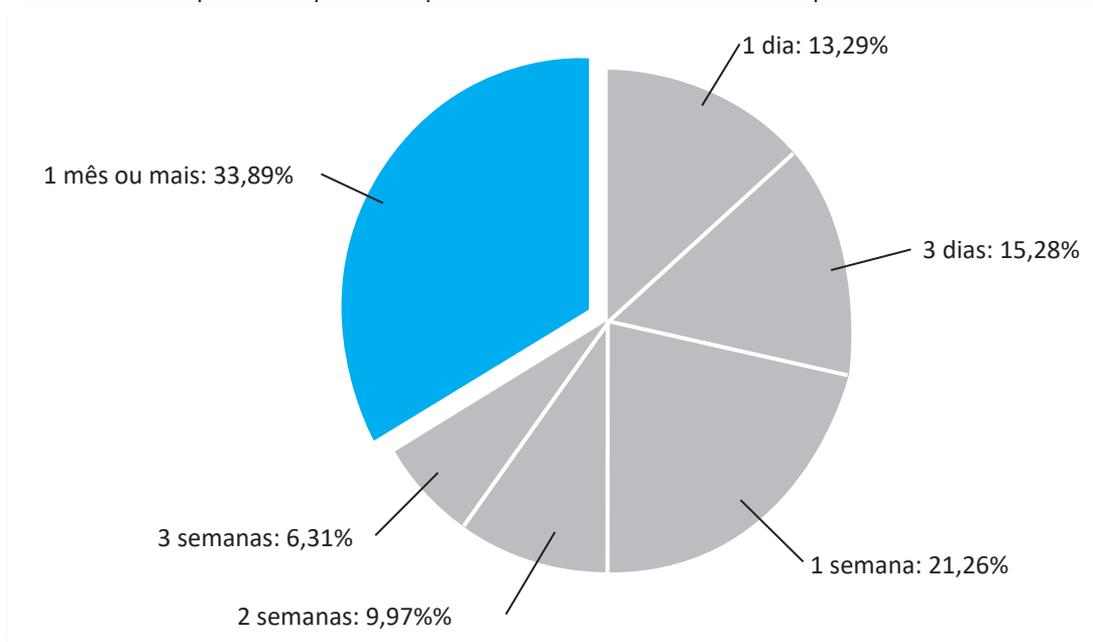


Fonte: Os Autores (2019)

Questionário 6 – Faz quanto tempo desde que você baixou e instalou o último aplicativo em seu celular?

Nesta questão, buscamos identificar a quanto tempo os usuários baixaram e instalaram um aplicativo em seu *smarthphone* e 102 entrevistados responderam que fizeram o *download* de *apps* a 1 mês ou mais tempo (33,89%), 64 pessoas informaram que baixaram *apps* pela última vez a 1 semana (21,26%), 46 pessoas disseram terem feito o *download* de algum *app* a 3 dias (15,28%), 40 respondentes baixaram *apps* a 1 dia (13,29%), 30 pessoas instalaram *apps* a 2 semanas (9,97%) e 19 pessoas fizeram este processo aproximadamente a 3 semanas atrás (6,31%), levando em consideração o tempo em que a pesquisa estava aberta para respostas.

GRÁFICO 7 – Faz quanto tempo desde que você baixou e instalou o último aplicativo em seu celular?



FONTE: Os Autores (2019)

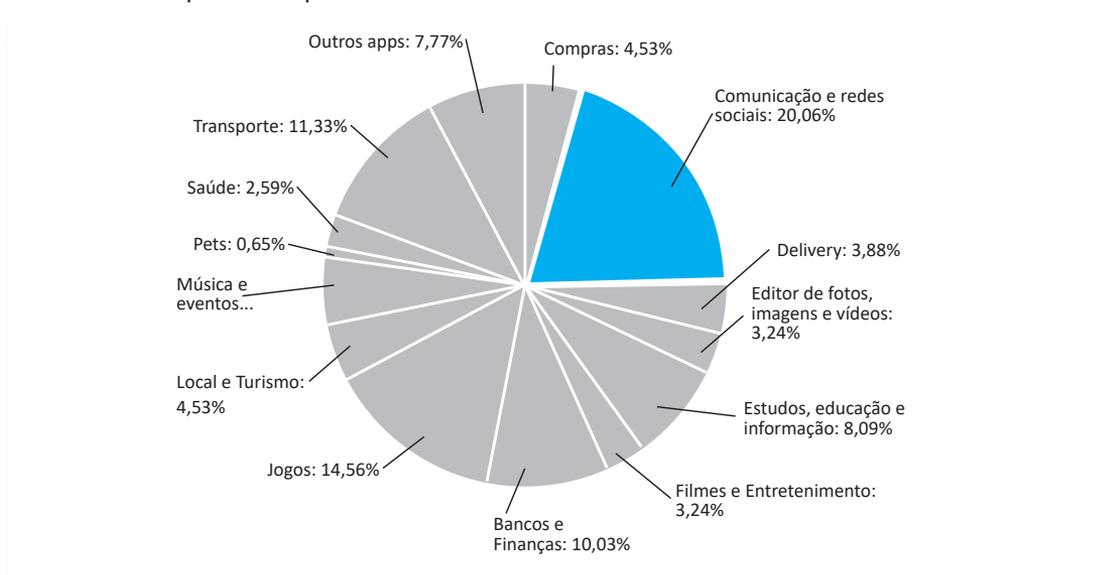
#### Questionário 6.1 – E qual foi o aplicativo instalado?

Essa questão é um complemento da pergunta número 6, sendo uma questão aberta onde os entrevistados tinham total liberdade para descrever demais aplicativos que baixaram no intervalo de tempo descrito, podendo ser até mais do que um aplicativo. Dessa forma, foram criadas categorias para inserir os aplicativos listados e facilitar a compreensão do gráfico.

A partir das categorias criadas, verificamos que os respondentes informaram 309 *downloads* e instalações de aplicativos diferentes no tempo mencionado na pergunta 6. Aqui, há novamente a preferência das pessoas por *apps* de comunicação e redes sociais, que totalizam 62 aplicativos (20,06%). A segunda maior preferência dos usuários pertence à categoria de jogos, com 45 *downloads* (14,56%) e a terceira está relacionada aos *apps* de transportes, com 35 instalações (11,33%). Já em quarto lugar estão os *apps* de bancos e finanças com 31 *downloads* (10,03%) e em quinto, os aplicativos para estudos, educação e informação, tendo estes 25 *downloads* (8,09%), já as demais categorias somadas têm 87 *downloads* (28,16%).

Assim como na pergunta 5.1, aqui também há um grupo denominado “Outros *Apps*”, onde foram inseridos aqueles aplicativos cujas funcionalidades são únicas, possuindo funções muito específicas, não se enquadrando nas demais categorias criadas. Essa classe ficou com 24 aplicativos baixados e instalados (7,77%).

GRÁFICO 8 – E qual foi o aplicativo instalado?

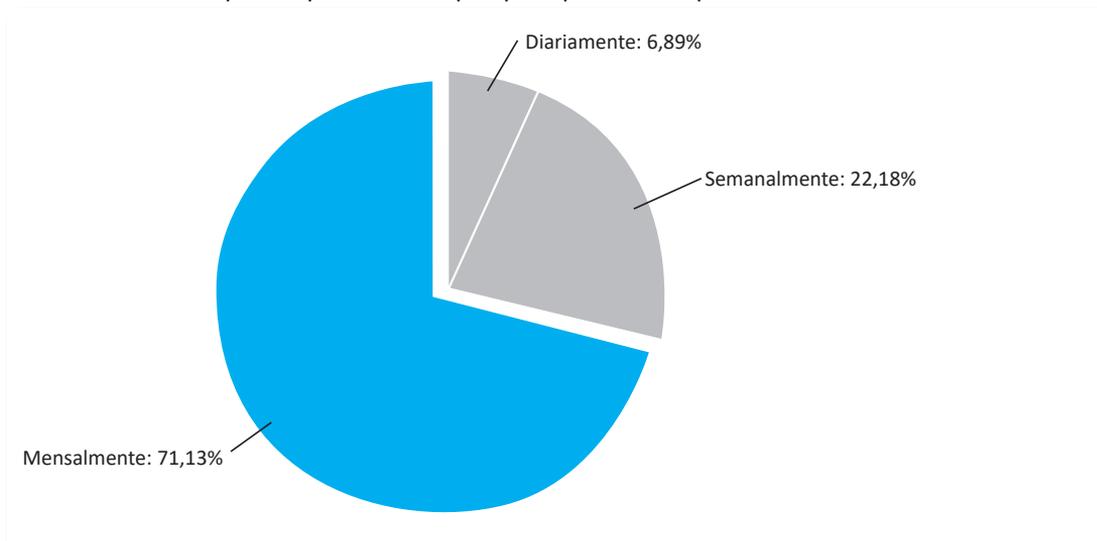


Fonte: Os Autores (2019)

Questionário 7 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos?

Aqui buscamos compreender a curiosidade dos respondentes em pesquisar por novos aplicativos, ou seja, algo que eles ainda não possuem em seu celular e que pode agregar com novas funcionalidades. Dessa forma, 202 pessoas responderam que pesquisam por novos aplicativos mensalmente (71,13%), 63 pessoas fazem esta busca semanalmente (22,18%) e apenas 19 pessoas pesquisam novos *apps* diariamente (6,69%).

GRÁFICO 9 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos?



Fonte: Os Autores (2019)

Questionário 8 – E qual tipo de aplicativo ainda não existente que você gostaria de ter? Pode nos dar uma ideia?

Na pergunta acima, procuramos saber se há algum aplicativo que os respondentes gostariam que existisse para lhes ajudar com suas necessidades no dia a dia, e que ainda não existe.

Abaixo estão listadas as ideias nas quais foram identificadas como mais criativas e ousadas, ou seja, que não foram encontrados *apps* com funções semelhantes ou tão específicas conforme mencionado. Aplicativos com funções já existentes foram excluídos desta lista.

- “Um *app* de lembrete com tecnologia de geolocalização que envia notificações ao longo do dia para me lembrar de realizar tarefas recorrentes no momento em que estou passando pelo lugar onde devo realizar esta mesma tarefa.”;
- “*Apps* de jogos de vídeo game que espelhem o conteúdo para *Smart TV*'s e que o controle seja o próprio celular, de forma digital.”;
- “Um *app* baseado no guarda roupa, que faça combinações e recomendações para as pessoas que querem sempre estar bem arrumadas e não entendem de moda.”;
- “Um *app* com psicólogos gratuitos (chat, textos, artigos, psicólogos região), para ajudar pessoas com depressão e outros problemas emocionais/psicológicos.”;
- “Um *app* com serviço médico urgente, que atenda você em sua casa no horário em que precisar.”;
- “*Apps* preparatórios para concursos públicos.”

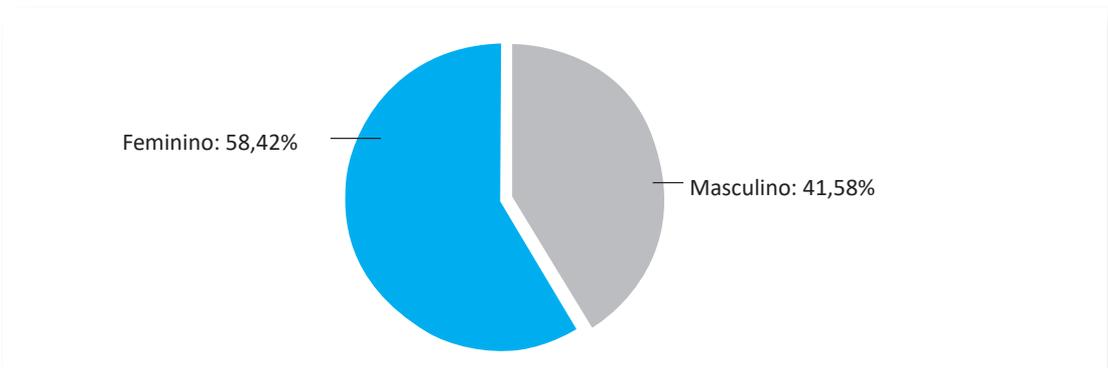
## 4 DIAGNÓSTICO

A partir dos dados coletados nos questionários aplicados, é possível fazer o cruzamento de algumas informações que ajudarão no entendimento dos perfis dos usuários e também a chegar na conclusão desta pesquisa. Para tanto, selecionamos duas perguntas como filtros principais, sendo elas: “Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos?” e “Faz quanto tempo desde que você baixou e instalou o último aplicativo em seu celular?”, pois assim, teremos conhecimento do público real que pesquisa e baixa aplicativos, além da frequência que costumam fazer isso. As demais informações são aplicadas e tabuladas automaticamente pelo site *QuestionPro*, facilitando o entendimento e que também serão descritos juntamente com os filtros principais.

## 4.1 1ª CONSTATAÇÃO

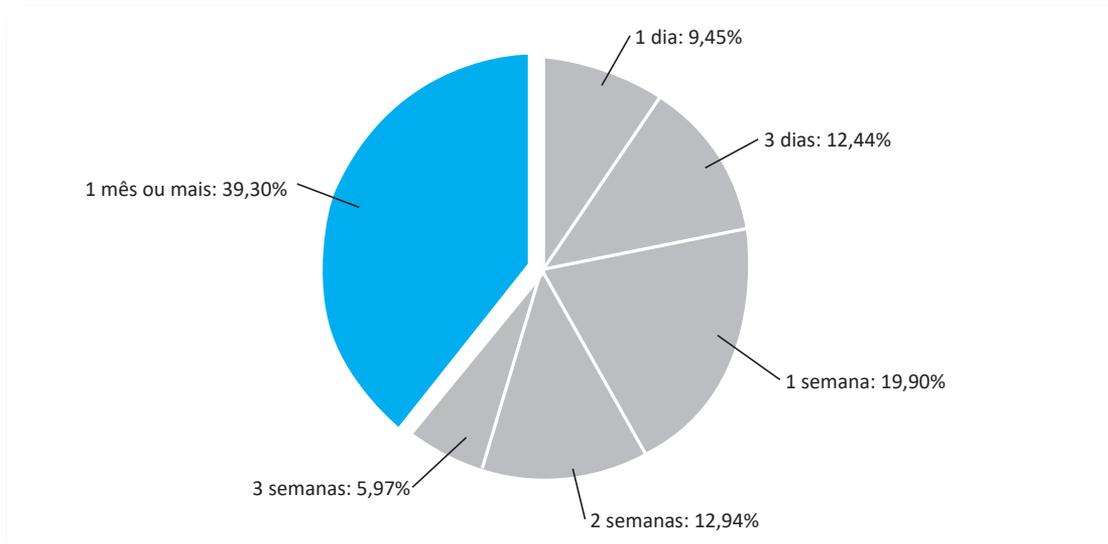
A primeira constatação foi realizada com o filtro “Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Mensalmente”. Com este filtro, notamos que foram 202 respostas, sendo 118 pessoas do sexo feminino (58,42%) e 84 do sexo masculino (41,58%). E este público em sua maioria não só pesquisam, como também baixam aplicativos somente uma vez a cada mês ou ainda mais tempo, totalizando 79 pessoas (39,3%), seguido por aqueles que baixam aplicativos semanalmente, totalizando 40 pessoas (19,9%). Em seguida, temos 26 pessoas (12,94%) que baixam aplicativos a cada duas semanas. Demais dados constam no GRÁF. 10.

GRÁFICO 10 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Mensalmente e; Qual é o seu sexo?



FONTE: Os Autores (2019)

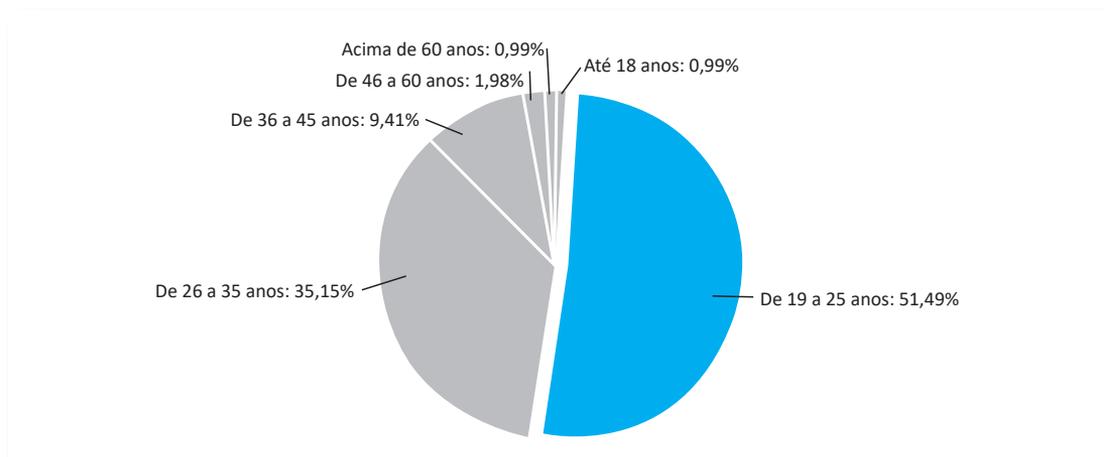
GRÁFICO 11 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Mensalmente e; Faz quanto tempo desde que você baixou e instalou o último aplicativo em seu celular?



FONTE: Os Autores (2019)

Com relação a faixa etária, a maioria das pessoas que buscam por aplicativos mensalmente são as que possuem idades entre 19 a 25 anos, totalizando 104 respostas (51,49%). Em segundo, com 71 respostas, estão aqueles com idade entre 26 a 35 anos (35,15%) e o terceiro maior público está centralizado naqueles com idades entre 36 a 45 anos, com 19 respostas (9,41%).

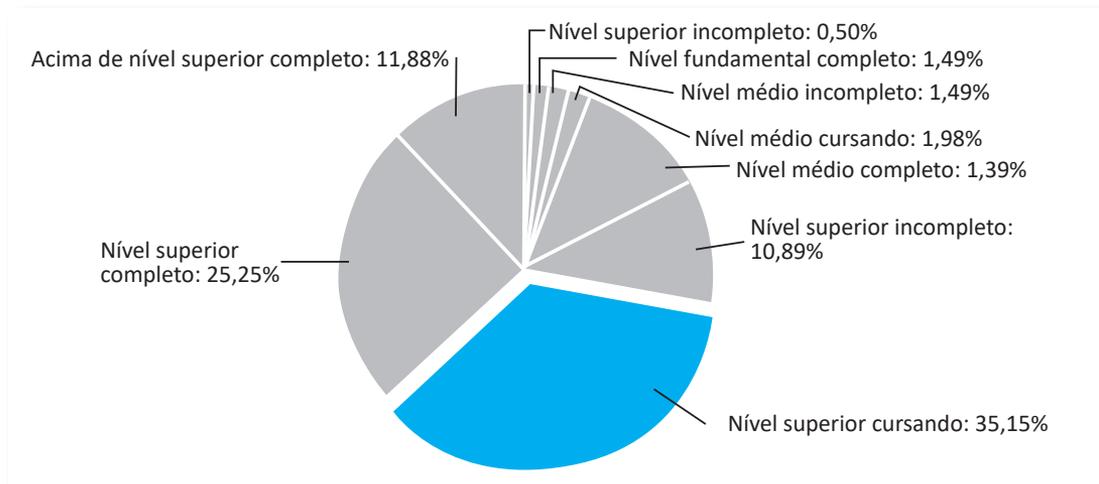
GRÁFICO 12 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Mensalmente e; Qual é a sua idade?



FONTE: Os Autores (2019)

No que diz respeito a escolaridade, este público em sua maioria está cursando o ensino superior, totalizando 71 pessoas (35,15%), seguido por 51 pessoas que possuem ensino superior completo (25,25%) e por fim, a terceira maior população de escolaridade possui 24 respondentes, sendo pessoas com nível acima de superior completo (11,88%). Demais dados estão distribuídos no GRÁF. 13.

GRÁFICO 13 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Mensalmente e; Qual o seu nível de escolaridade?

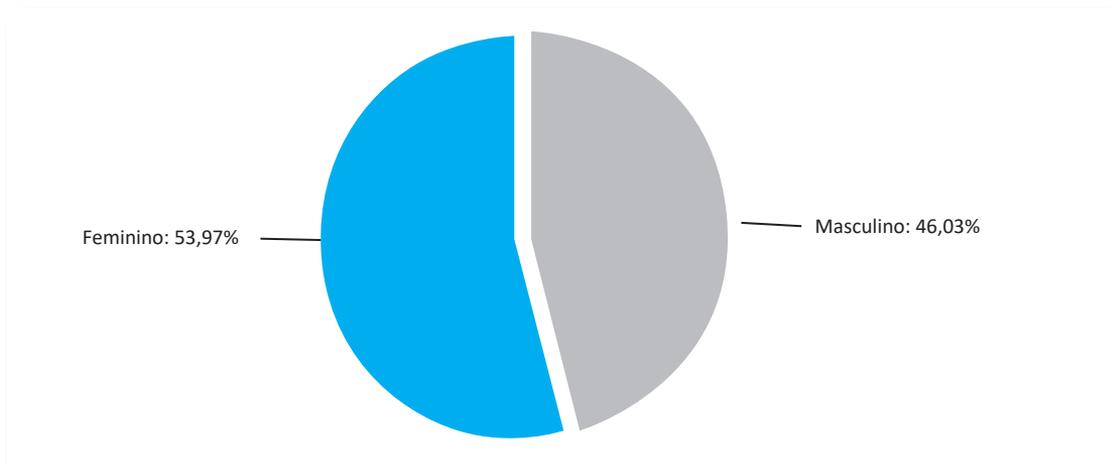


Fonte: Os Autores (2019)

## 4.2 2ª CONSTATAÇÃO

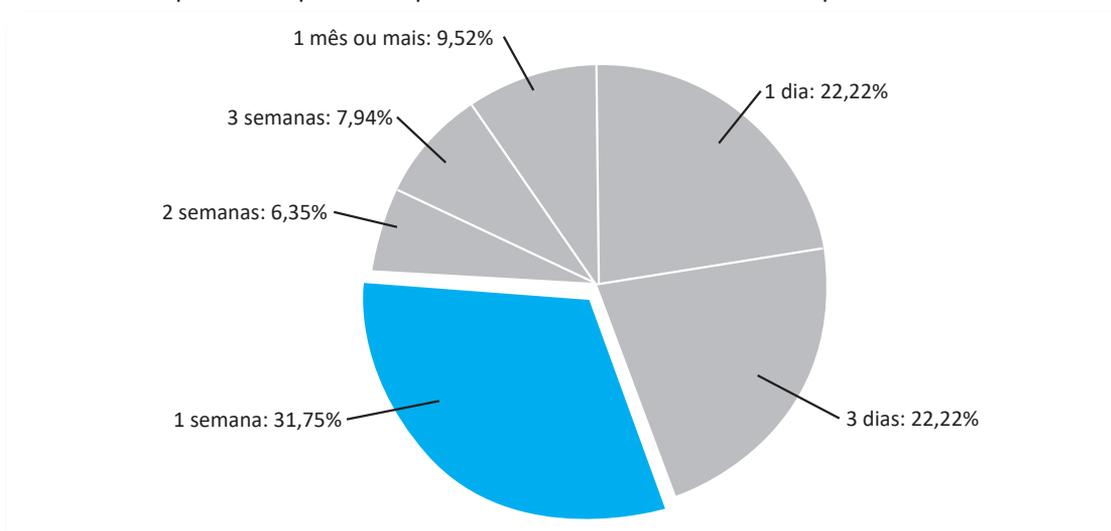
A segunda constatação foi realizada com o filtro “Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Semanalmente”, pois é o segundo maior público a fazer pesquisas de *apps*. Com este filtro, foram 63 respostas, sendo 34 pessoas do sexo feminino (53,97%) e 29 do sexo masculino (46,03%). Em geral, este público em sua maioria pesquisa e baixa aplicativos uma vez por semana, totalizando 20 pessoas (31,75%), seguido por aqueles que pesquisam e baixam aplicativos todos os dias ou então, a cada três dias, ambos com 14 pessoas cada (22,22%). Demais dados constam no GRÁF. 15.

GRÁFICO 14 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Semanalmente e; Qual é os eu sexo?



FONTE: Os Autores (2019)

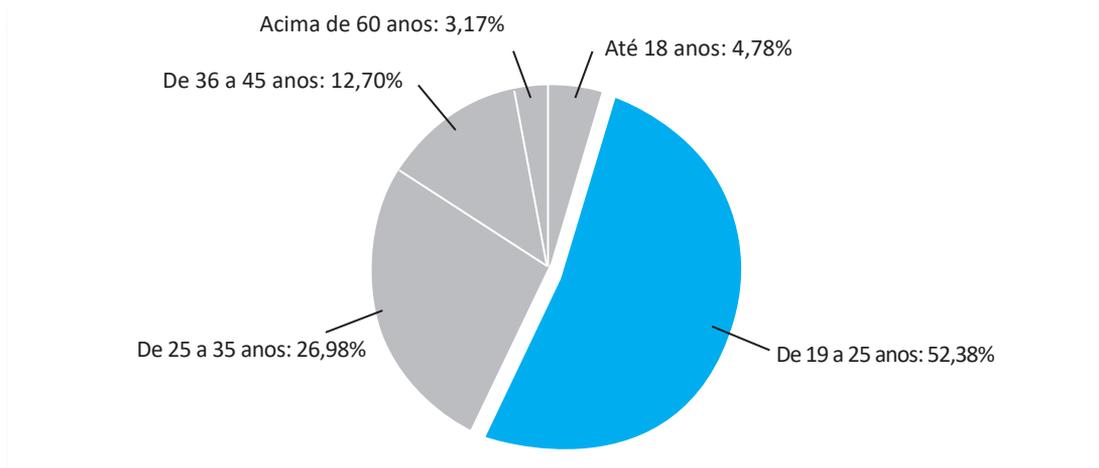
GRÁFICO 15 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Semanalmente e; Faz quanto tempo desde que você baixou e instalou o último aplicativo em seu celular?



FONTE: Os Autores (2019)

No que se refere a faixa etária deste público, a maioria das pessoas que pesquisam por *apps* semanalmente são as que possuem idades entre 19 a 25 anos, totalizando 33 respostas (52,38%). Em segundo, estão aqueles com idade entre 26 a 35 anos, com 17 respostas (26,98%) e o terceiro maior público está centralizado naqueles com idades entre 36 a 45 anos, com 8 respondentes (12,7%).

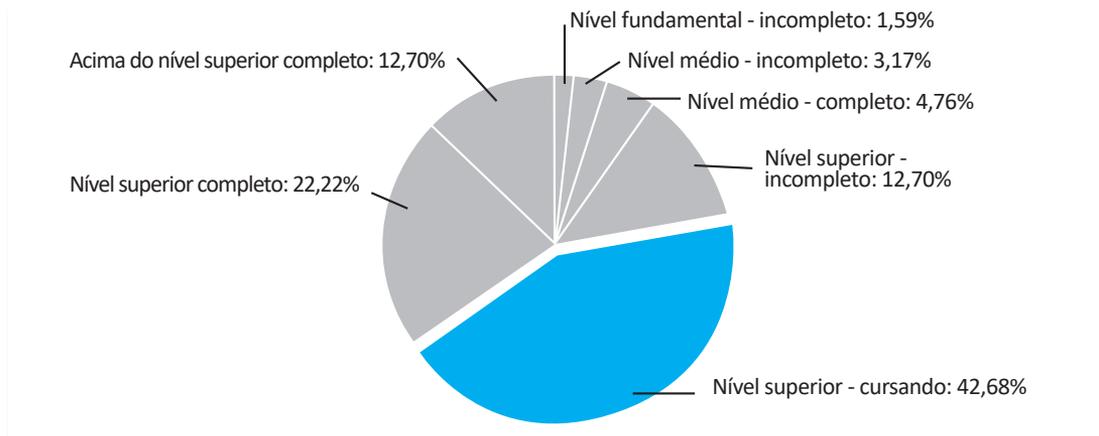
GRÁFICO 16 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Semanalmente e; Qual é a sua idade?



FONTE: Os Autores (2019)

No que diz respeito a escolaridade, este público em sua maioria está cursando o ensino superior, totalizando 27 pessoas (42,86%), seguido por 14 pessoas que possuem ensino superior completo (22,22%) e por fim, a terceira maior população de escolaridade se subdivide em pessoas que têm o superior incompleto e aquelas que estão acima do nível superior, ambos com 8 respostas (22,22%). Demais dados, constam no gráfico.

GRÁFICO 17 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Semanalmente e; Qual o seu nível de escolaridade?

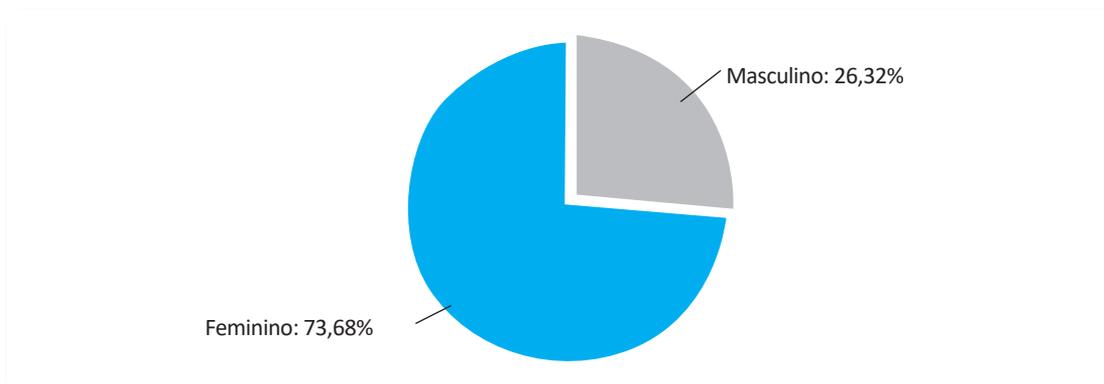


FONTE: Os Autores (2019)

### 4.3 3ª CONSTATAÇÃO

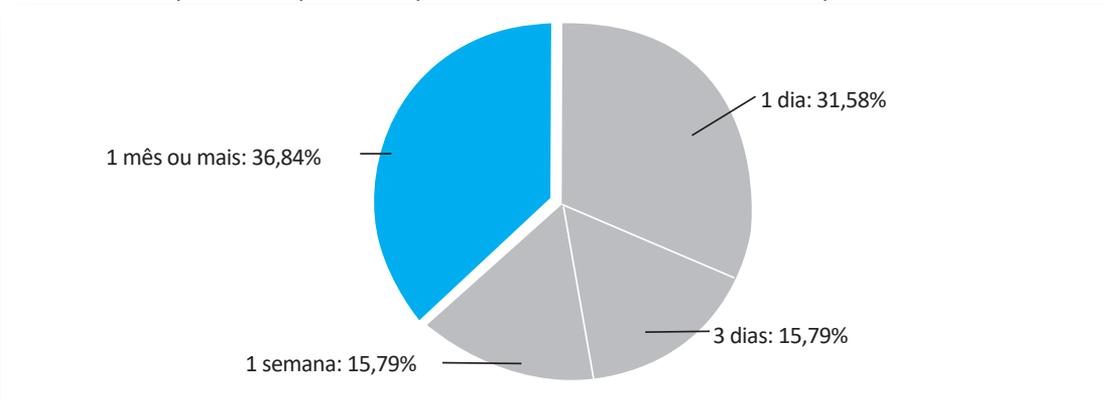
A terceira constatação foi realizada com o filtro “Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Diariamente”. Por ser um filtro mais imediato, os dados acabam sendo mais escassos, contudo, ainda há pessoas que fazem as pesquisas todos os dias. Sendo assim, tivemos 19 respostas, sendo 14 pessoas do sexo feminino (73,68%) e apenas 5 do sexo masculino (26,32%). Via de regra, este público em sua maioria pesquisa por aplicativos uma vez ao dia, mas não necessariamente fazem *downloads* de aplicativos diariamente. A maior parte deste público, totalizando 7 pessoas, pesquisa por *apps* diariamente mas faz o *download* somente uma vez por mês (36,84%), enquanto que 6 pessoas baixam e instalam aplicativos todos os dias (31,58%), e temos também 3 indivíduos que pesquisam e baixam *apps* a cada três dias e 3 pessoas que fazem isto uma vez por semana (15,79%). Demais dados constam no GRÁF. 19.

GRÁFICO 18 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Diariamente (Qual é o seu sexo?)



FONTE: Os Autores (2019)

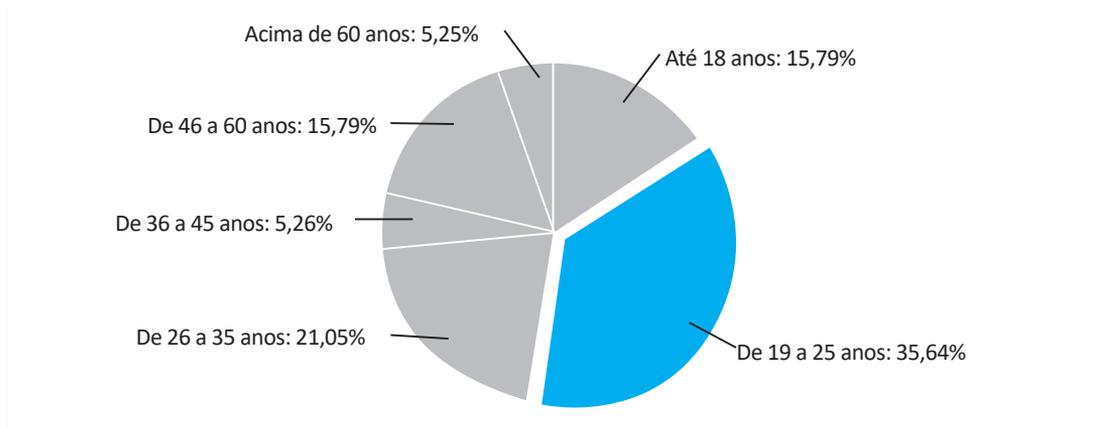
GRÁFICO 19 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Diariamente e; Faz quanto tempo desde que você baixou e instalou o último aplicativo em seu celular?



FONTE: Os Autores (2019)

No que diz respeito a idade destas pessoas, a maioria que pesquisam *apps* diariamente são as que possuem idades entre 19 a 25 anos, totalizando 7 respostas (36,84%). Em seguida, estão aqueles com idade entre 26 a 35 anos, com 4 respostas (21,05%), e o terceiro maior público está concentrado em dois grupos de pessoas: aqueles com idades entre 36 a 45 anos e de 46 a 60 anos, ambos com 3 respondentes cada (15,79%).

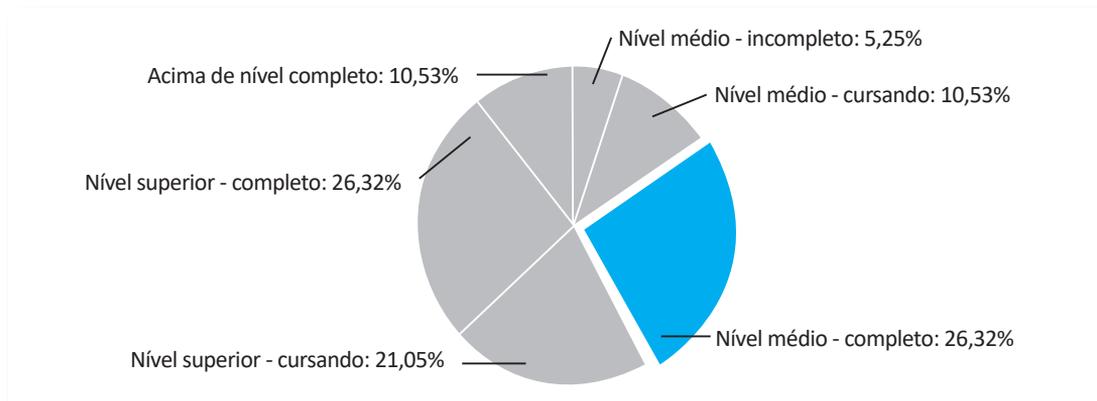
GRÁFICO 20 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Diariamente e; Qual é a sua idade?



FONTE: Os Autores (2019)

No que diz tange o nível de escolaridade deste público, a maioria possui ensino superior completo, mas também há a mesma quantidade de pessoas que disseram ter o ensino médio completo, sendo 5 pessoas para cada nível escolar (26,32%), seguido por 4 pessoas que estão cursando o ensino superior (21,05%), e por último, a terceira maior população com base na escolaridade se subdivide em pessoas que atualmente estão no ensino médio e aquelas que têm acima de nível superior completo, ambos com 2 respondentes cada (10,53%). Demais dados, constam no gráfico.

GRÁFICO 21 – Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos? – Diariamente e; Qual o seu nível de escolaridade?



FONTE: Os Autores (2019)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração desse trabalho, assim como análise dos dados bibliográficos e netnográficos possibilitou interpretações e conclusões no que se refere ao tema proposto.

O objetivo geral exposto neste artigo visa identificar através do público residente na cidade de Curitiba se o uso de aplicativos interfere no ecossistema de *startups*.

Em relação ao primeiro objetivo, procuramos apresentar os conceitos fundamentais a respeito da evolução tecnologia e sua relação com o surgimento das *startups*, e por meio das pesquisas realizadas notamos que, foi logo após a Segunda Guerra Mundial que as empresas passaram a voltar seus esforços em busca de novas áreas, e com isso, conquistaram novos conhecimentos, criando novos produtos e serviços, gerando assim novos mercados e satisfazendo necessidades, bem como gerando novos modelos de negócios, sendo então, as *startups*.

No segundo objetivo, buscamos analisar o perfil dos usuários de aplicativos na cidade de Curitiba e se os mesmos costumam pesquisar, baixar e instalar aplicativos com frequência. Foi constatado que o público em sua maioria é feminino, tendo idades entre 19 a 25 anos, estando em processo de graduação e que não buscam ou baixam aplicativos com frequência, sendo esta busca por *apps* uma vez a cada mês ou mais tempo.

E como terceiro e último objetivo, procuramos verificar se o público curitibano utiliza aplicativos em comum em seus celulares, e como analisado nos gráficos dos questionários aplicados, nota-se que as pessoas costumam ter em seus celulares muitos aplicativos iguais em seus *smarthphones*.

De modo geral, com estas informações podemos concluir que as pessoas residentes em Curitiba possuem um perfil mais frio, ou seja, não estão dispostos a buscar e baixar por aplicativos com frequência. Dessa forma, eles tendem a procurar por aplicações nas quais concentram muitas funções ao invés de possuírem vários aplicativos onde cada um executa uma função separadamente, já que como apontado, este também é um fator limitante devido aos *smarthphones* não possuírem memória suficiente para abranger tantos *apps*, e levando em consideração também que os sistemas operacionais atualizam constantemente, tornando assim o telefone obsoleto, forçando as pessoas a migrarem para novos aparelhos.

## REFERÊNCIAS

- ABSTARTUPS. **Tudo que você precisa saber sobre startups**. 2017. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup>>. Acesso em: 16 out. 2018.
- APPLE. App Store Review Guidelines. **Developer**, 2018. Disponível em: <<https://developer.apple.com/app-store/review/guidelines>>. Acesso em: 01 nov. 2018.
- BICUDO, Lucas. Mercado de aplicativos movimentará US\$ 6,3 trilhões até 2021. **Startse**, 2015. Disponível em: <<https://startse.com/noticia/mercado-de-aplicativos-movimentara-us-63-trilhoes-ate-2021>>. Acesso em: 23 out. 2018.
- BICUDO, Lucas. O que é uma startup? **Startse**, 2015. Disponível em: <<https://startse.com/noticia/afinal-o-que-e-uma-startup>>. Acesso em: 20 set. 2018.
- BORELLI, Isabela. O que é o Vale do Silício? **Startse**, 2018. Disponível em: <<https://startse.com/noticia/vale-do-silicio>>. Acesso em: 02 nov. 2018.
- FONSECA, João J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- IWAI, Tomohiko. **Como conquistar mais clientes com aplicativos mobile**. [s.l.]: Clube de Autores, 2016.
- LIMA, Carla Maria. O mundo dos Apps. **Administradores**, 2016. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/o-mundo-dos-pps/93426/>> Acesso em: 20 out. 2018.
- NA PRÁTICA. **Um raio-x das startups brasileiras: como estão distribuídas e em que áreas atuam**. 2017. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2017/08/um-raio-x-das-startups-brasileiras-como-estao-distribuidas-e-em-que-areas-atuam.html>> Acesso em: 23 out. 2018.
- PAULO, Abreu R. M.; NEWTON, Campos M. **O panorama das aceleradoras de startups no brasil**. North Charleston: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.
- PORTO, Fabiano. **Aplicativos mobile: definições, história e previsões. Tectriade Brasil**, nov. 2012. <<http://tectriadebrasil.com.br/blog/mercado-de-midias-sociais-blog/aplicativos-mobile-definicoes-historia-e-previsoes>>. Acesso em: 25 out. 2018.
- RATINHO, Tiago. **Are they helping? An Examination of Business Incubators' Impact on Tenant Firms**. Zutphen, NL: CPI Wöhrmann Print Service, 2011.
- SANTOS, Robson. Evolução da tecnologia. **Grupo Escolar**, 2018. Disponível em: <<https://www.grupoescolar.com/pesquisa/evolucao-da-tecnologia.html>>. Acesso em: 31 out. 2018.
- SPYER, Juliano; CONECTADO: **O que a Internet fez com você e o que você pode fazer com ela**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil**. 2018. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf)> Acesso em: 10 out. 2018.
- SEBRAE. **Pequenos negócios em números**. 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 10 out. 2018.
- SEBRAE. **O que são as startups?** 2018. Disponível em: <<http://sebraelikeaboss.com.br/case2014/o-que-sao-startups>>. Acesso em: 13 out. 2018.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Sr(a) entrevistado(a), você está convidado(a) a responder este questionário anônimo que faz parte da coleta de dados da pesquisa para "Aplicativos para Celular", sobre realização da FAE Centro Universitário. Esta pesquisa tem uma duração média de 02 minutos e caso você concorde em participar da pesquisa, esteja atento aos os seguintes pontos:

- a) Você é livre para, a qualquer momento, recusar-se a responder às perguntas que lhe ocasione constrangimento de qualquer natureza;
- b) Você pode deixar de participar da pesquisa e não precisa apresentar justificativas para isso;
- c) Sua identidade, seus dados e respostas serão mantidos em sigilo;

Agradecemos a veracidade das respostas concedidas e o tempo dispendido.

Os pesquisadores.

Qual é o seu sexo?

---

- Masculino
- Feminino
- Outro

texto de resposta

Qual é a sua idade?

---

- Até 18 anos 
- De 19 a 25 anos
- De 26 a 35 anos
- De 36 a 45 anos
- De 46 a 60 anos
- Acima de 60 anos

### Qual o seu nível de escolaridade?

---

- Nível fundamental - incompleto
- Nível fundamental - completo
- Nível médio - incompleto
- Nível médio - cursando
- Nível médio - completo
- Nível superior - incompleto
- Nível superior - cursando
- Nível superior - completo
- Acima de nível superior completo

### Qual é a marca do seu celular?

---

- |                                |                               |                               |
|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> Apple    | <input type="radio"/> Asus    | <input type="radio"/> Google  |
| <input type="radio"/> Huawei   | <input type="radio"/> Lenovo  | <input type="radio"/> LG      |
| <input type="radio"/> Motorola | <input type="radio"/> OnePlus | <input type="radio"/> Samsung |
| <input type="radio"/> Sony     | <input type="radio"/> Xiaomi  |                               |
| <input type="radio"/> Outro    |                               |                               |

texto de resposta

### Quais dos aplicativos abaixo listados seu celular possui?

---

- |                                   |                                    |                                    |
|-----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> Messenger |
| <input type="checkbox"/> WhatsApp | <input type="checkbox"/> 99POP     | <input type="checkbox"/> Uber      |
| <input type="checkbox"/> Bancos   | <input type="checkbox"/> Deezer    | <input type="checkbox"/> Spotify   |
| <input type="checkbox"/> E-mail   | <input type="checkbox"/> LinkedIn  | <input type="checkbox"/> Jogos     |
| <input type="checkbox"/> Outros   |                                    |                                    |

texto de resposta

Faz quanto tempo desde que você baixou e instalou o último aplicativo em seu celular?

---

- 1 dia
- 3 dias
- 1 semana
- 2 semanas
- 3 semanas
- 1 mês ou mais

E qual foi o aplicativo instalado?

---

texto de resposta

---

Caso tenha sido mais de um, comente abaixo.

---

texto de resposta

---

Com que frequência você pesquisa por novos aplicativos?

---

Diariamente

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente

E qual tipo de aplicativo ainda não existente que você gostaria de ter? Pode nos dar uma ideia?

---

texto de resposta

---

Caso haja mais de um, comente abaixo.

---

texto de resposta

---