AS INCUBADORAS DE EMPRESAS COMO ALTERNATIVA PARA ALAVANCAR UM NEGÓCIO

Flaviani Souto Bolzan Medeiros (Universidade Federal de Santa Maria – UFSM)
Elenice Lima Lacerda (Centro Universitário Franciscano – UNIFRA)
Élio Sérgio Denardin (Centro Universitário Franciscano – UNIFRA)
Elisane Pagno (Universidade Federal de Santa Maria – UFSM)
Andreas Dittmar Weise (Universidade Federal de Santa Maria – UFSM)

RESUMO: As incubadoras de empresas são um mecanismo que estimulam a criação e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, dispondo de um espaço físico construído ou adaptado para alojá-las temporariamente e oferecendo-lhes serviços, tais como: cursos de capacitação gerencial, assessorias, consultorias entre outros. O grande desafio da incubadora é preparar os empresários, desenvolver empresas e torná-las prósperas no mercado. O apoio dado pelas incubadoras é de grande importância uma vez que proporciona um aumento significativo na taxa de sucesso desses empreendimentos. Nesse sentido, esse artigo tem como objetivo identificar os principais motivos pelos quais as empresas fazem parte da Incubadora Tecnológica da Universidade Federal de Santa Maria. Metodologicamente, desenvolveu-se uma pesquisa de natureza qualitativa e quantitativa, do tipo descritiva quanto aos objetivos, sendo realizada por meio de um estudo de campo quanto aos procedimentos técnicos, em oito empresas que se encontram instaladas na Incubadora Tecnológica da Universidade Federal de Santa Maria. Entre os resultados, destaca-se que os principais motivos apresentados pelos empresários para ingressarem na incubadora foram: a assessoria, infraestrutura, treinamento, orientação, como também os benefícios que dificilmente teriam caso estivessem vivendo fora da incubadora. Constatou-se ainda que a maioria dos empresários está satisfeito com o processo de incubação e avaliam que a incubadora está colaborando para o desenvolvimento de seus empreendimentos.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Entidades de apoio; Incubadora de empresas.

ABSTRACT: The business incubators are a mechanism to stimulate the creation and development of micro and small businesses, offering a physical space constructed or adapted to house them temporarily and offering services such as: management training courses, consultancy, consultancies between others. The great challenge of the incubator is to prepare entrepreneurs to develop businesses and make them successful in the market. The support provided by incubators is of great importance since it provides a significant increase in the success rate of these projects. Thus, this article aims to identify the main reasons why companies are part of the Technology Incubator of the Federal University of Santa Maria. Methodologically developed a qualitative research and quantitative, descriptive type of the aims, being conducted through a field study regarding the technical procedures in eight companies that are installed in Technological Incubator of the Federal University of Santa Maria. Among the results, it is emphasized that the main reasons given by businessmen to join the incubator were: advice, infrastructure, training, guidance, as well as the benefits that would hardly have they been living outside the incubator. It was also found that most entrepreneurs are satisfied with the incubation process and evaluate the incubator is collaborating for the development of its projects.

Keywords: Entrepreneurship; Entities support; Business incubator.

1. INTRODUÇÃO

Os fatores como a saturação do mercado e a grande competitividade estão levando as instituições a extrapolar suas metodologias tradicionais de ensino e pesquisa, objetivando mais do que informar ou formar profissionais, mas desenvolver verdadeiros empreendedores atentos às tendências mundiais e capazes de aliar de maneira inovadora o que há de mais novo e melhor em termos de tecnologia e modelos de gestão (MINEIRO; LEITE, 2004).

Nesse sentido, Degen (1989) argumenta que a promoção de um modelo de desenvolvimento baseado no estímulo à atividade empreendedora é a forma mais eficiente de impactar a economia e a estrutura das sociedades. E tão importante quanto conseguir financiamento inicial para o começo do negócio, são as assessorias que ajudarão o empreendedor a ultrapassar a primeira, e em geral, a mais difícil fase do empreendimento que é a sobrevivência no mercado.

Por isso, as incubadoras de empresas são tão importantes, sendo uma espécie de mecanismo que estimula a criação e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, dispondo de um espaço físico construído ou adaptado para alojá-las temporariamente e ainda oferecendo-lhes alguns serviços, tais como: cursos de capacitação gerencial, assessorias, consultorias entre outros.

Mendes (2009) menciona que as atividades empreendedoras vêm adquirindo progressivamente o respeito e a legitimidade aos olhos de autoridades políticas e acadêmicas. Um número cada vez maior de cientistas e estudantes tem se envolvido com o processo empreendedor para iniciar uma empresa, escrevendo planos de negócio, levantando financiamentos, selecionando pessoal, assim como se aliando às incubadoras.

Em função das novas tecnologias e a velocidade da comunicação isso vem exigindo das empresas o desenvolvimento de um ambiente holístico, que incentive o empreendedorismo. Nesse sentido, as incubadoras de empresas, por sua vez, promovem o empreendedorismo inovador, capacitando e oferecendo suporte aos novos empresários. No Brasil, esta tendência é bastante clara, também o que pode ser notado pela criação de centros de empreendedorismo, parques tecnológicos, empresas nascentes geradas a partir de resultados de pesquisas desenvolvidas nas Universidades (HASHIMOTO, 2010).

Com base nesse contexto, este artigo tem como propósito identificar os principais motivos pelos quais as empresas fazem parte da Incubadora Tecnológica da Universidade Federal de Santa Maria. Esse trabalho torna-se relevante considerando a importância das incubadoras para as novas empresas servindo como um estímulo e suporte na criação e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, sejam elas industriais, de prestação de serviços, de base tecnológica ou de manufaturas leves, oferecendo desde suporte técnico, gerencial até uma formação complementar ao empreendedor.

Essa pesquisa também busca estimular o empreendedorismo e divulgar a possibilidade de se criar um negócio próprio dentro de incubadoras, com chances reais de êxito, como opção para geração de empregos, bem como incentivar o empreendedor a incubar sua empresa. E ainda pretende-se aprimorar os conhecimentos acadêmicos relacionados à importância do empreendedorismo aliado às incubadoras de empresa, que criam um mecanismo de transferência de tecnologia para os administradores e a sociedade, promovendo a interação da Universidade com o meio acadêmico, fomentando o espírito empreendedor e incentivando os acadêmicos a criarem seu próprio negócio.

O presente artigo encontra-se estruturado da seguinte forma: logo após a introdução, encontra-se disposto o referencial teórico abordando tópicos referentes ao empreendedorismo e o empreendedor, as incubadoras de empresas como entidades de apoio ao empreendedorismo, como também os tipos de incubadoras e ainda os benefícios das

incubadoras de empresas. Na sequência, é apresentada a metodologia utilizada para a realização do presente estudo. E, em seguida, a análise e discussão dos resultados, incluindo a caracterização da Incubadora Tecnológica da Universidade Federal de Santa Maria, características das empresas incubadas, bem como o processo de seleção e desenvolvimento do projeto e os recursos físicos e financeiros e também a satisfação dos empresários incubados com a incubadora. E, por fim, constam as considerações finais a partir da pesquisa realizada, acompanhadas de sugestões para novos estudos na área.

2. O EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR

De acordo com Lopes (2010), parte expressiva da literatura trata o empreendedorismo como um processo que leva a grandes transformações, e não um fenômeno estático. O empreendedorismo tem a ver com mudança e é com frequência associado às questões relacionadas a escolhas (OCDE, 2005).

Maximiano (2010) considera o empreendedorismo um fator determinante para a geração de empresas e para impulsionar o crescimento econômico sustentável, necessários em países emergentes. A formação de novas empresas gera empregos, distribui renda e cria oportunidades para toda a sociedade.

No entendimento de Cerri (2007), o empreendedorismo é o veículo ideal para gerar empregos, inovar, aumentar a produtividade e desenvolver melhores modelos de negócio. Mais da metade dos novos empregos no mundo é gerado por empresas com menos de cinco anos de existência, os empreendedores despontam como os principais criadores de postos de trabalho, ao quais por sua vez geram riqueza.

Para Aidar (2007) não há dúvida que se está definitivamente naquilo que Bygrave (1994) denomina como era do empreendedorismo. Negócios novos e emergentes criam grande parcela das inovações nos produtos e serviços, tornam os processos produtivos mais eficientes, pela forma como os recursos são combinados, geram novos empregos e transformam a forma como se vive.

O principal expoente que tratou o empreendedorismo como mola propulsora do desenvolvimento foi o economista Joseph Schumpeter. Segundo Schumpeter (1911) um indivíduo é um empreendedor quando, de fato, cria novas combinações, em outras palavras empreendedor é aquele que, por meio de novas combinações dos fatores de produção, realiza inovações no sistema econômico.

Sob esse enfoque, Degen (1989, p. 10) complementa que “ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias, característica de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de se encontrar”.

O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, e saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de sua visão, ele deve acreditar que pode colocar a sorte a seu favor, identificar oportunidades, e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo, conduzindo ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade (DOLABELA, 2008).

Para Birley e Muzyka (2001), a capacidade empreendedora é uma abordagem da administração que define como a exploração de oportunidades independentemente dos recursos que se tem à mão. Por isso, a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente (DRUCKER, 2002).

Assim sendo, Bernardi (2003) colabora expondo que um empreendimento surge das oportunidades detectadas, racional ou intuitivamente, das necessidades e demandas, atuais e

futuras, poderá surgir também mediante contatos especializados nos vários ramos de atividade, em círculos de conhecimento tecnológico ou associação.

Mineiro e Leite (2004) acrescentam que no mundo atual, de constante mudança e instabilidade, as instituições de ensino superior têm a missão de capacitar os futuros profissionais que irão interagir e produzir, aproveitando as oportunidades existentes para a geração de negócios saudáveis e comunidades desenvolvidas sustentavelmente. Os programas de educação empreendedora, que vêm sendo desenvolvidos em instituições no mundo inteiro, contribuem para a formação desse profissional, que atrelado à aquisição de informações e conhecimentos técnicos em sua área de formação, recebe referenciais importantes para seu posicionamento profissional e, principalmente, a percepção de um mundo de oportunidades ao seu redor, sendo estimulado a ser um empreendedor de sucesso.

O Brasil possui como empreendedores iniciais cerca de 11,65% da população adulta de 118 milhões de brasileiros com 18 a 64 anos de idade e entre os principais fatores de inibição da atividade empreendedora no país são: falta de políticas governamentais, apoio financeiro, capacitação e educação. Por isso, se faz necessário instituir processos de licitação mais flexíveis, já que o empreendedorismo é afetado por barreiras de mercado como: a concorrência, os custos e a legislação (CERRI, 2007).

2.1 As incubadoras de empresas como entidades de apoio ao empreendedorismo

Segundo Cerri (2007), para que as iniciativas dos empreendedores tenham êxito, os especialistas recomendam, principalmente, qualidade de gestão e algumas novas capacidades. Para dar esse amparo empresarial existem as incubadoras que são ambientes dotados de capacidade técnica, gerencial, administrativa e infraestrutura para amparar o pequeno empreendedor. Elas disponibilizam espaço apropriado e condições efetivas para abrigar ideias inovadoras e transformá-las em empreendimentos de sucesso (BERNARDI, 2003).

O conceito de incubadora é frequentemente utilizado como uma denominação global para as organizações que constituem ou criam um ambiente de apoio que é propício para a incubação e o desenvolvimento de novas empresas (LINDHOLM-DAHLSTRAND; KLOFSTEN, 2002; LYONS, LI, 2003; CHAN; LAU, 2005).

Nesse sentido, o Sebrae (2008) acrescenta que o conceito de incubadora surgiu naturalmente, como consequência da criação dos Parques e Pólos tecnológicos nos Estados Unidos da América (EUA), no final da década de 1940, em Palo Alto (CA). No Brasil, o movimento das primeiras incubadoras teve início em 1984 com a criação de cinco fundações tecnológicas: Campina Grande (PB), Manaus (AM), São Carlos (SP), Florianópolis (SC) e Porto Alegre (RS), com a finalidade de promover a transferência de tecnologia das universidades para o setor produtivo. A primeira incubadora a funcionar na América Latina foi à incubadora da Fundação Parqtec – São Carlos, inaugurada em dezembro de 1984, com quatro empresas instaladas (SEBRAE, 2008).

De acordo com Dornelas (2012), as incubadoras de empresas são entidades sem fins lucrativos destinados a amparar o estágio inicial de empresas nascentes, podendo ser definidas como um ambiente flexível e encorajador onde são oferecidas facilidades para o surgimento e crescimento de novos empreendimentos.

Sob esse enfoque, Bergek e Norrman (2008) complementam que as incubadoras se tornaram um fenômeno presente em muitas partes do mundo e são vistos como uma ferramenta para promover o crescimento e o desenvolvimento econômico, inovação e o surgimento de novas empresas de alta tecnologia. As incubadoras servem para orientar as empresas a partir através do seu processo de crescimento e, como tal, se constitui como um

forte instrumento para promover a inovação e o empreendedorismo (AERTS; MATTHYSSENS; VANDENBEMPT, 2007).

As incubadoras contribuem para o mecanismo de sustentabilidade durante as primeiras fases de existência da empresa quando a sua situação é mais frágil e vulnerável, tanto em relação aos fatores externos, como em relação aos erros internos. Como também contribuem para o desenvolvimento socioeconômico na medida em que são potencialmente capazes de induzir o surgimento de unidades produtivas que geram grande parte da produção industrial e criam a maior parte dos postos de trabalho no país (MENDES, 2009).

Porton e Longaray (2005) afirmam que os principais objetivos das incubadoras são ter empresas mais fortes, sustentáveis visando, assim, reduzir o índice de mortalidade das mesmas no mercado. Logo, a criação de empresas em incubadora gera expectativas positivas com relação aos benefícios proporcionados por elas às empresas instaladas.

E as assessorias oferecidas pelas incubadoras às empresas incubadas são muito importantes, pois ajudam o empreendedor a iniciar o novo empreendimento e a sobreviver no mercado. Além da assessoria na gestão técnico e empresarial da organização, a incubadora oferece também a possibilidade de serviços compartilhados como: laboratórios, telefone, internet, copiadoras, correio, luz, água, segurança, aluguel de área física etc. (HASHIMOTO, 2010).

2.1.1 Tipos de incubadoras

Conforme Teodósio et al. (2002) apesar de existirem incubadoras de negócios populares, a maioria dos processos de incubação existentes no Brasil estão voltados às empresas intensivas em tecnologia, que devem desenvolver projetos inovadores e mercadologicamente viáveis. A seleção desses projetos para incubação ocorre mediante concorrência pública, o que dá o direito de permanência por tempo limitado na incubadora.

No que diz respeito à tecnologia, as incubadoras podem ser multissetoriais, englobando variados segmentos tecnológicos, ou setorializados, geralmente, concentrando-se em uma das três áreas principais: biotecnologia, microeletrônica e industrial. Então o desenvolvimento de planos sociais por parte de empresas intensivas em tecnologia pode resultar não apenas em grandes ganhos para a sociedade, mas também para a competitividade e produtividade das organizações (MAXIMIANO, 2010).

O Sebrae (2008) lista os tipos de incubadoras:

- a) Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica: é aquela que abriga empresas cujos produtos, processos ou serviços são gerados a partir de resultados de pesquisas aplicadas, nos quais a tecnologia representa alto valor agregado;
- b) Incubadora de Empresas dos Setores Tradicionais: é a que abriga empresas ligadas aos setores tradicionais da economia, as quais detêm tecnologia largamente difundida e queiram agregar valor aos seus produtos, processos ou serviços por meio de um incremento em seu nível tecnológico. Devem estar comprometidas com a absorção ou o desenvolvimento de novas tecnologias; e
- c) Incubadora de Empresas Mistas: é a incubadora que abriga empresas dos dois tipos acima descritos. Além disso, as incubadoras apoiam também empresas dos setores culturais, artesanato, cooperativas, agronegócios, entre outras.

Aidar (2007) complementa que nas incubadoras existe a graduação das empresas, a saber:

- a) Empresa pré-incubada: período de tempo determinado, no qual o empreendedor poderá finalizar sua ideia, utilizando todos os serviços da Incubadora, hotel de

projetos, para definição do empreendimento, estudo da viabilidade técnica, econômica e financeira ou elaboração do protótipo, processo necessário para o efetivo início do negócio;

- b) Empresa Incubada: empreendimento que está participando do processo de incubação
- c) (empresas residentes e associadas);
- d) Empresa Graduada: empreendimento que alcançou desenvolvimento suficiente e habilitou-se na incubadora, entrando no mercado; e
- e) Empresa Associada: empreendimento incubado à distância.

Hashimoto (2010) explica que as empresas permanecem residentes nas incubadoras por um período de tempo limitado, em condições favoráveis ao desenvolvimento e à autossustentação do empreendimento, diminuindo assim, os riscos de mortalidade no mercado já que as incubadoras são um mecanismo que facilita e agiliza o processo de inovação tecnológica nas micro e pequenas empresas. Fator esse muito importante para as empresas consigam, nos dias de hoje, se manterem e sobreviverem no mercado em função da forte concorrência.

2.1.2 Os benefícios das incubadoras de empresas

Mudanças nas estruturas de transação e na criação de valor por parte das empresas têm levado a formas alternativas de desenvolvimento. Neste contexto, incubadoras de empresas têm se caracterizado por apresentarem ambientes apropriados a receber empreendimentos nascentes e ampará-los, de forma a aumentar suas chances de sobrevivência (XAVIER; MARTINS; LIMA, 2008).

Assim sendo, Cerri (2007) relata que nas últimas décadas, a tecnologia da informação e as comunicações foram campos férteis para os empreendedores. Atualmente, há muitas áreas promissoras, mas entre os setores que oferecerão maiores oportunidades estão à tecnológica, principalmente a internet que continuará fornecendo novas ferramentas e facilitando outras formas de fazer negócios.

Portanto, conforme Aidar (2007), com as assessorias prestadas pelas incubadoras, as empresas de base tecnológica surgem como uma das principais forças econômicas. Elas geram novas oportunidades de inovação em vários setores; criam empresas de sucesso; reduzem a mortalidade de empresas nascentes, e os riscos dos investimentos; contribuem para equilibrar o desenvolvimento regional; criam postos de trabalho qualificados e geram emprego e renda.

Dornelas (2012) considera que existe uma série de benefícios que tem feito com que, cada vez mais, novos empreendedores busquem na incubação o apoio necessário para garantir o sucesso de seu negócio. O principal objetivo de uma incubadora de empresa deve ser a produção de empresas de sucesso, em constante desenvolvimento, financeiramente viáveis e competitivas em seu mercado, mesmo após deixar uma incubadora, geralmente em um prazo de três a quatro anos. Ou seja, todo empreendedor e sua empresa passam por um processo de seleção para serem admitidos em uma incubadora, devendo apresentar entre outros documentos, um plano de negócios de seu empreendimento.

Deste modo, de acordo com Hall (2001), os planos de negócios são essencialmente analíticos, e desmembram o negócio de modo mecânico, estabelecem metas de crescimento e projetam o fluxo de caixa, não levam em consideração o sucesso do negócio, o comprometimento obsessivo e a visão do fundador.

Já para Dolabela (2008), o principal usuário do plano de negócios é o empreendedor, que está diante de uma ferramenta para a análise de seu negócio, diminuindo sua taxa de risco e subsidiando suas decisões, pois é um instrumento de negociação interna, e externa, para administrar a interdependência com sócios, empregados, financiadores, incubadoras etc.

O Sebrae (2008) elenca alguns benefícios que as incubadoras oferecem como:

- a) Espaço físico individualizado, para a instalação de escritórios e laboratórios de cada empresa admitida;
- b) Espaço físico para uso compartilhado, tais como: sala de reunião, auditórios, área para demonstração dos produtos das empresas incubadas, secretaria e instalações laboratoriais, bibliotecas;
- c) Consultorias e assessorias em gestão empresarial, gestão tecnológica, comercialização de produtos e serviços, contabilidade, marketing, assistência jurídica, captação de recursos, contratos com financiadores, engenharia de produção e propriedade intelectual;
- d) Cursos de capacitação e treinamento dos empreendedores nos principais aspectos da gestão empresarial e tecnológica, tais como negociação, vendas contratos, marcas e patentes, legislação tributária e fiscal, comercialização, exportação, marketing, normalização etc.; e
- e) Acesso a laboratórios especializados nas universidades e instituições que desenvolvam atividades tecnológicas.

Cunha (2007) reforça que o papel da incubadora é tornar possível a criação de uma empresa, o que seria mais difícil sem esse apoio inicial, em face da escassez de recursos, inexperiência em gestão e a falta de credibilidade por parte do mercado com os empresários jovens e com pouca experiência.

Sob essa perspectiva, Engelman, Fracasso e Brasil (2011, p. 804) admitem que:

[...] deixar o esforço empreendedor desenvolver-se a partir de uma dinâmica natural do mercado pode ser insuficiente, sendo importante criar um ambiente, como as incubadoras empresariais, que favoreça a elaboração de projetos tecnológicos e que aumente suas chances de sucesso. Na experiência brasileira, o surgimento das incubadoras, em especial nas universidades, é um fator importante na formação desse ambiente. Uma incubadora normalmente coloca à disposição dos novos empreendimentos, além da instalação física, uma série de facilidades e serviços, os empreendimentos desfrutam de suporte técnico-gerencial, têm a oportunidade de partilhar experiências e formar uma rede de relacionamentos.

Diante de tais observações, torna-se importante destacar os dados trazidos por Maximiano (2010) com estatísticas de incubadoras americanas e europeias que indicam que a taxa de mortalidade entre empresas que passam pelo processo de incubação é reduzida a 20%, contra 70% detectado entre empresas nascidas fora do ambiente de incubadora. No Brasil, estimativas já apontam que a taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas que passam pelas incubadoras também fica reduzida a níveis comparáveis aos europeus e americanos.

Por isso, não basta apenas criar uma disciplina de empreendedorismo na universidade. As empresas emergentes precisam de apoio das forças sociais, dos sistemas de suporte, pois no Brasil onde a taxa de mortalidade de empresas nascentes é elevadíssima, o suporte aos novos empreendimentos, nos seus primeiros anos de existência, deve ser foco dos sistemas sociais e políticos preocupados com crescimento econômico, onde a pequena empresa possa receber condições necessárias à sua consolidação (LOPES, 2010).

3. METODOLOGIA

Metodologicamente, desenvolveu-se uma pesquisa de natureza qualitativa e quantitativa, do tipo descritiva quanto aos objetivos, sendo realizada por meio de um estudo de campo quanto aos procedimentos técnicos. Assim sendo, a respeito da pesquisa qualitativa, essa nada mais é do que uma pesquisa que compreende um conjunto de técnicas interpretativas, bem como tenta traduzir e expressar o sentido do fenômeno abordado no contexto do mundo social, fazendo uso da teoria para ajudar explicar os dados (FACHIN, 2003).

Enquanto que as pesquisas quantitativas, de acordo com Malhotra (2006) fazem uso de dados quantitativos, a partir de técnicas estatísticas, para estabelecer as relações entre o modelo teórico e os dados regulares observados. Sobre a pesquisa descritiva, Gil (2010) explica que esse tipo de pesquisa não pode ser manipulada, ela apenas observa os fenômenos estudados, colhe os fatos, os observa, registra, analisa, classifica e interpreta, gerando uma conclusão, mas o pesquisador não pode opinar a respeito.

No que se refere ao estudo de campo, na visão de Gonsalves (2007) com esse tipo de estudo pretende-se buscar a informação diretamente com a população pesquisada, sendo o tipo de pesquisa que exige do pesquisador um encontro mais direto, pois o pesquisador precisa ir onde o fenômeno ocorre – ou ocorreu – e reunir um conjunto de informações para serem documentadas.

Quanto ao plano de coleta dos dados, primeiramente, utilizou-se uma pesquisa bibliográfica para coletar informações a respeito do tema abordado. Um levantamento bibliográfico auxilia na escolha de um método mais apropriado, assim como no conhecimento das variáveis e na autenticidade da pesquisa, pois oferece informações sobre o fenômeno pesquisado, enfocando nos aspectos entendidos como mais importantes à compreensão do estudo (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

Posteriormente, foi elaborada e aplicada uma entrevista ao responsável pela Incubadora Tecnológica da Universidade Federal de Santa Maria em um roteiro que contou com perguntas voltadas para a caracterização da incubadora, destacando suas características, objetivos e ainda os critérios de seleção para os projetos incubados, bem como o apoio oferecido as empresas incubadas.

Em seguida, também foi elaborada e aplicada uma entrevista nos empresários das empresas que se encontram instaladas na incubadora, no caso em oito empreendimentos, sendo que dois deles estão pré-incubados. As empresas que se encontram nessa fase, durante um período de tempo determinado, o empreendedor poderá finalizar a sua ideia, utilizando todos os serviços da incubadora para melhor definição do futuro empreendimento.

Essa entrevista foi estruturada com dezesseis questões investigando itens como a satisfação dos empresários quanto aos serviços prestados pela incubadora, os produtos e/ou serviços que possuem, o tempo que estão incubadas, como também os principais motivos que os levaram a fazer parte da incubadora e ainda outras informações relevantes para o estudo do empreendedorismo.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste tópico serão apresentados os resultados obtidos a partir da entrevista realizada com o responsável pela incubadora, bem como da entrevista aplicada aos empresários de cada empresa incubada.

4.1 Caracterização da Incubadora Tecnológica da Universidade Federal de Santa Maria

A Incubadora Tecnológica da Universidade Federal de Santa Maria está localizada na cidade de Santa Maria - RS, no campus da Universidade Federal de Santa Maria, no bairro Camobi, e possui, atualmente, oito empresas incubadas sendo todas na área tecnológica.

Conforme entrevista realizada com o responsável pela incubadora os principais objetivos da mesma são: redução da taxa de mortalidade dos pequenos empreendimentos; maximizar oportunidades objetivando o crescimento de novos empreendedores, tornando-os mais aptos, ampliando, assim, as possibilidades de sucesso dessas empresas; geração de emprego e renda; captação e retenção de talentos na região; e também ampliar a oferta de produtos intensivos em tecnologia.

Contribuindo nesse sentido, Dornelas (2012) considera como sendo o principal objetivo de uma incubadora a produção de empreendimentos de sucesso, num constante processo de desenvolvimento, sendo financeiramente viáveis e competitivas no seu mercado de atuação, isso mesmo após deixar à incubadora.

Destaca-se que as empresas incubadas passam por um processo de seleção, obedecendo alguns critérios, principalmente, a elaboração de um plano de negócios completo. Em seguida, no processo de avaliação, os demais critérios considerados para seleção de um projeto, segundo o responsável pela Incubadora são: grau de inovação do produto ou serviço; viabilidade econômico-financeira e mercadológica; o perfil empreendedor e a contribuição com o avanço tecnológico.

Depois de realizada essa seleção dos projetos, as empresas selecionadas, pagam um valor simbólico mensal de locação e permanência na incubadora, sendo que podem ficar no máximo por quatro anos incubadas, onde o respectivo responsável pela mesma é quem julga quando a empresa está preparada para se lançar ao mercado.

Em relação ao apoio que a Incubadora Tecnológica da Universidade Federal de Santa Maria oferece as suas empresas incubadas, esse consiste no espaço físico individualizado e compartilhado; consultorias e assessorias em gestão empresarial; cursos de capacitação e treinamento dos empreendedores; acesso a laboratórios especializados nas universidades e o contato com outras instituições. Para Porton e Longaray (2005) esses incentivos e estímulos à geração de um novo negócio por parte das incubadoras servem como fonte de apoio aos novos empreendimentos, pois ela fortalece a pequena empresa, ao prepará-la para se lançar ao mercado, reduz o risco do empreendedor e estimula a inovação tecnológica.

4.2 Características das empresas incubadas

A Incubadora da Universidade Federal de Santa Maria caracteriza-se como tecnológica, sendo que todas suas empresas incubadas são na área de prestação de serviços. Esse dado confirma o mencionado por Xavier, Martins e Lima (2008), ou seja, que dentre as modalidades de incubadoras existentes, destaca-se a Incubação de Base Tecnológica, modalidade mais comum no Brasil, sendo incubadoras que abrigam empreendimentos para as quais o conhecimento é o principal insumo, e que comercializam produtos com alto valor agregado.

Em relação aos produtos e/ou serviços das empresas incubadas identificou-se que 24% prestam serviços de tecnologia para agricultura; 13% entretenimento digital e sistemas customizados; 13% serviços em química, água e meio ambiente; outros 13% planejamento urbano regional; enquanto que 13% se envolvem com o desenvolvimento de *software*; já 12% representam cursos *online*; e 12% design gráfico e jogos eletrônicos.

Quando indagados sobre os principais motivos que levaram os empreendedores a ingressarem em uma incubadora, 44% dos entrevistados atribuíram ser em razão das melhores oportunidades, treinamento gerencial e baixo custo de infraestrutura, como também benefícios que dificilmente teriam caso estivessem vivendo fora desse sistema, tais como: planejamento empresarial, tecnologia e interação com outras empresas. Outros 30% alegaram ser em função da assessoria que recebem; 13% afirmaram ser devido ao acesso as inovações tecnológicas; e 13% revelam que foi em função da orientação e/ou treinamento.

A respeito da diferença de participar de uma incubadora, 44% dos entrevistados responderam ser o treinamento gerencial e o baixo custo de infraestrutura; 14% ser a questão da proximidade da universidade e o apoio administrativo; 14% mencionam ser o acesso a linhas de créditos, menores custos; 14% visão estratégica do negócio e ainda 14% proximidade com o Sebrae e outras instituições. Isso confirma o exposto pelos autores Cooper, Hamel e Connaughton (2012) e Al-Mubarak, Al-Sharrah e Aruna (2013) ao mencionarem que as incubadoras de empresas se esforçam para desenvolver negócios que agregam valor às suas empresas incubadas na forma de recursos intelectuais e materiais.

Dolabela (2008) colabora expondo que a quantidade de empresas que fecham prematuramente, ou seja, a mortalidade entre empresas nascentes é elevada, as assessorias e incubadoras tem o objetivo de reduzir esses índices, de dar elementos ao pré-empresário sobre sua empresa antes de abri-la. Empresas nascidas fora do ambiente de incubadoras, segundo dados do Sebrae (2008) apresentam uma taxa de mortalidade de 80% antes de completarem o primeiro ano de funcionamento, entre as várias razões que ocasionam essa elevada taxa de mortalidade, estão alguns problemas e dificuldades principais como: capacidade gerencial dos empresários e incorporação de tecnologia aos produtos e processos da empresa.

Sobre o tempo que as empresas estão incubadas, 32% estão de 3 a 4 anos na incubadora; já as demais empresas possuem menos de 3 anos de incubação, representando 17% até 1 ano; 17% de 1 a 2 anos; e 17% de 2 a 3 anos.

Na visão dos empresários entrevistados os objetivos da incubadora são: 45% maximizar oportunidades objetivando o crescimento de novos empreendedores; 33% reduzir a taxa de mortalidade das pequenas empresas; e para 22% consiste na captação e retenção de talentos na região. Essa análise dos objetivos das incubadoras condiz com o apresentado por Porton e Longaray (2005), ao definirem como sendo seus principais: terem empresas mais fortes, sustentáveis, como também reduzir o índice de mortalidade dos empreendimentos no mercado.

4.3 Processo de seleção e desenvolvimento do projeto e os recursos físicos e financeiros

No que tange aos critérios de seleção para incubação de um projeto, 46% julgam ser a viabilidade econômico-financeira e mercadológica; 18% pensam que é o perfil do empreendedor e qualificação técnica do proponente; outros 18% afirmam ser a contribuição com o avanço tecnológico; 9% grau de inovação do produto ou serviço e ainda 9% consideram outros fatores. Salienta-se que essa análise está de acordo com os critérios de seleção citados pelo responsável pela incubadora.

A respeito do processo de seleção das empresas para serem incubadas, todos os entrevistados julgam como necessário e importante o processo adotado para ingresso na incubadora. Salienta-se que esse processo consiste nas seguintes etapas: elaboração e apresentação de um plano de negócios; em seguida, acontece o processo de avaliação; onde, caso o parecer seja favorável, existe um período de pré-incubação e, na sequência, a incubação. Teodósio et al. (2002) lembram que a seleção dos projetos para incubação ocorre

por meio de concorrência pública o que, por sua vez, dá o direito de permanência por tempo limitado na incubadora. Esse prazo, geralmente, é de três a quatro anos (DORNELAS, 2012).

Em relação à origem dos recursos para os projetos incubados, em média, 66% ocorre através de recursos próprios; 17% através do fundo da incubadora e financiamento de terceiros, onde a incubadora oferece todo o suporte inicial tanto de infraestrutura, como de cursos, telefone, laboratórios etc., mas quanto aos recursos financeiros, cada empresário é responsável pela origem e administração de seus recursos.

Destaca-se que depois da seleção dos projetos que serão incubados, as empresas pagam um valor simbólico mensal de locação e permanência na incubadora. Esses custos para 83% dos empresários entrevistados foram considerados baixos e apenas 17% julgaram como médio e/ou adequado.

Sobre o apoio dado as empresas incubadas, dos empresários entrevistados, 42% consideram importante o espaço físico individualizado e compartilhado; 29% acham que são as consultorias e assessorias em gestão empresarial; também 29% dizem ser os cursos de capacitação e treinamento oferecidos para os empreendedores. Isso vai ao encontro do exposto por Porton e Longaray (2005), onde o papel da incubadora é concentrar esforços para a geração de pequenas empresas, tecnologicamente dinâmicas, dando condições essenciais à sua sobrevivência no período de incubação, principalmente, no que se refere ao apoio gerencial, tecnológico e de comercialização. Isso porque o nascimento de uma unidade produtiva é a fase que requer maior atenção e motivação para o empreendedor conseguir superar os obstáculos que irão surgir.

Engelman, Fracasso e Brasil (2011) colaboram que além da instalação física, uma incubadora oferece uma série de outras facilidades e serviços como suporte técnico-gerencial e também a oportunidade de fazer parte de uma rede de relacionamentos.

4.4 Satisfação dos empresários incubados com a incubadora

As maiores dificuldades das empresas incubadas, segundo seus empresários, são para 57% deles a falta de recursos financeiros; outros 29% consideram a falta permanente de capacitação de pessoas; e 14% têm como dificuldades a falta de um suporte adequado para ajudar o planejamento e a estruturação do negócio.

Esses dados corroboram com Cerri (2007) ao mencionar que os principais fatores de inibição da atividade empreendedora são a falta de políticas governamentais, capacitação de pessoas, educação e falta de apoio financeiro. Dessa forma, a autora sugere-se que é preciso instituir processos de licitação mais flexíveis considerando que o empreendedorismo é afetado por barreiras de mercado como: a concorrência, os custos e a legislação.

Quanto à falta de recursos financeiros das empresas, recomenda-se que os empresários discutam o problema em grupo e procurem solucionar essa carência seja por meio de empréstimo pessoal ou através de um novo sócio para inserção de capital no negócio. Na medida do possível, sugere-se também que a incubadora verifique algumas alternativas para suprir essas deficiências, como mostrou a pesquisa existe ainda a falta de suporte e capacitação das pessoas.

Em relação à interação com a Universidade, 33% consideram que há interação entre teoria e prática; outros 33% citam o incentivo de professores, assim como a mão de obra qualificada; já 17% avaliam que não há essa interação. Diante desses resultados, percebe-se que alguns empresários acreditam não existir essa interação com a Universidade, por isso, sugere-se que a direção busque saber o porquê não está existindo interação para que se possa integrar melhor a teoria com a prática considerando que a Universidade pode ter muito a agregar com as empresas incubadas.

Mendes (2009) lembra justamente que as incubadoras de empresas são ambientes, normalmente, ligados a universidades e centros de pesquisa, que buscam estimular e proteger novos negócios, contribuindo, desta forma, para o desenvolvimento econômico das regiões onde estão localizadas. Entretanto, para essa interação com a universidade, no entendimento de Lopes (2010) não basta apenas criar uma disciplina de empreendedorismo na universidade, as empresas emergentes precisam de apoio das forças sociais, dos sistemas de suporte aos novos empreendimentos nos seus primeiros anos de existência.

Constatou-se ainda que a maioria dos entrevistados, 55%, considera entre os resultados e/ou benefícios de estar na incubadora o planejamento empresarial; 36% apontam que é o processo administrativo; e apenas 9% acreditam ser o produto testado. Tais resultados corroboram com Hashimoto (2010), ao mencionarem os resultados e/ou benefícios proporcionados pelas incubadoras às empresas instaladas são: assessoria na gestão técnico e empresarial da organização, a possibilidade de serviços compartilhados como laboratórios, telefone, internet, copiadoras, correio, luz, água, segurança, aluguel de área física etc.

Sobre a satisfação dos empresários entrevistados com a incubadora, verificou-se que 50% deles estão satisfeitos com o trabalho da incubadora; 33% estão muito satisfeitos e apenas 17% estão pouco satisfeitos. De modo geral, pode-se dizer que os empresários entrevistados estão satisfeitos com a incubadora e avaliam que ela está colaborando para o desenvolvimento de seus empreendimentos. Entretanto, a insatisfação citada por alguns empresários deve-se a necessidade de consultorias às empresas incubadas, pois pelo que demonstrou a pesquisa eles estão sentindo falta dessa parte da consultoria para as empresas.

Assim, recomenda-se que a direção procure verificar qual a necessidade de consultorias que as empresas estão precisando para que se possa oferecer esse apoio e aperfeiçoar seu desempenho junto às mesmas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desse estudo, pode-se dizer que o desafio de uma incubadora é preparar os empresários, desenvolver empresas e torná-las prósperas para sobreviver no mercado entre tantos obstáculos. Não existem empreendimentos de sucesso sem risco, mas o apoio dado pelas incubadoras é de grande importância uma vez que proporciona um aumento significativo na taxa de sucesso e sobrevivência dessas empresas no mercado.

Dessa forma, com relação à Incubadora Tecnológica da Universidade Federal de Santa Maria foi possível identificar que entre seus objetivos estão à redução da taxa de mortalidade dos pequenos empreendimentos, assim como a questão de maximizar oportunidades objetivando o crescimento de novos empreendedores, geração de emprego e renda, como também a captação e retenção de novos talentos.

Já os principais motivos apresentados pelos empresários para terem ingressado na incubadora foram: o treinamento, orientação, assessoria e infraestrutura, assim como os benefícios que dificilmente teriam caso estivessem vivendo fora da incubadora, como no caso do planejamento empresarial, tecnologia e interação com outras empresas.

A diferença de estar em uma incubadora, segundo os empresários, é o treinamento gerencial e o baixo custo de infraestrutura, já a maior dificuldade das empresas em estudo são os recursos financeiros que são originados através de recursos próprios. Verificou-se ainda que o principal requisito para a incubação de um projeto é a apresentação do plano de negócios, e sobre a interação com a Universidade, alguns empresários acreditam não haver essa interação. Por isso, recomenda-se que a direção busque saber o porquê isso não está ocorrendo para que seja possível integrar a teoria com a prática considerando que a Universidade pode ter muito a agregar nos empreendimentos.

Entre as dificuldades das empresas incubadas mencionadas pelos empresários estão à falta de recursos financeiros e a falta de suporte e ainda a capacitação das pessoas. Sendo assim, sugere-se que os empresários discutam o problema em grupo e procurem solucionar essa carência financeira, seja por meio de empréstimo pessoal ou através de um novo sócio com recursos para investir no negócio. Quanto à falta de suporte e pessoal capacitado, sugere-se que, na medida do possível, a incubadora procure verificar algumas alternativas para suprir essas deficiências.

Constatou-se que a maioria dos empresários entrevistados está satisfeito com o processo de incubação e avaliam que a incubadora está colaborando para o desenvolvimento de suas empresas. Entretanto, salienta-se que um pequeno percentual está pouco satisfeito com a incubadora devido à necessidade de consultorias às mesmas. Porém, tendo em vista o aprimoramento e desenvolvimento das atividades desenvolvidas, os mesmos acreditam que existe a falta de suporte, como no caso de algum tipo de consultoria às empresas incubadas, considerando que esse acompanhamento nos negócios poderá auxiliar para que eles possam trabalhar de maneira preventiva e não corretiva no mercado. Por isso, sugere-se que os empresários discutam o problema em grupo e procurem solucionar essa carência, e na medida do possível, que a própria incubadora procure verificar algumas alternativas que podem ser desenvolvidas possibilitando esse suporte necessário para as empresas sejam competitivas no seu negócio.

Acredita-se que esse trabalho proporcionou uma visão de como uma incubadora é um grande incentivo ao empreendedorismo, oferecendo oportunidades para o desenvolvimento de projetos em empreendimentos bem sucedidos, bem como pela formação de novos talentos através da qualificação profissional dos empresários. Dessa forma, visando contribuir ainda mais com o tema, sugerem-se novos estudos a respeito, como também seja dada continuidade neste trabalho com incubadoras de outras regiões do país a fim de que se possa realizar um comparativo com as informações obtidas nessa pesquisa.

REFERÊNCIAS

AERTS, K.; MATTHYSSENS, P.; VANDENBEMPT, K. Critical role and screening practices of European business incubators. **Technovation**, v. 27, n. 5, p. 254-267, May 2007.

AIDAR, M. M. **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomson, 2007.

AL-MUBARAKI, H. M.; AL-SHARRAH, G.; ARUNA, M. Ranking business incubation: mathematical techniques. **International Journal of Innovation and Regional Development**, v. 4, n. 6, p. 466-487, 2013.

BERGEK, A.; NORRMAN, C. Incubator best practice: a framework. **Technovation**, v. 28, n. 1-2, p. 20-28, January-February 2008.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.

BIRLEY, S.; MUZYKA, D. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

BYGRAVE, W. D. **The portable MBA in entrepreneurship**. Nova York: John Wiley & Sons, 1994.

CERRI, A. A alavanca que move o mundo. **HSM Management**, São Paulo, v. 11, n. 64, p. 60-66, set./out. 2007.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHAN, K. F.; LAU, T. Assessing technology incubator programs in the science park: the good, the bad and the ugly. **Technovation**, v. 25, n. 10, p. 1215–1228, 2005.

COOPER, C. E.; HAMEL, S. A.; CONNAUGHTON, S. L. Motivations and obstacles to networking in a university business incubator. **Journal of Technology Transfer**, v. 37, n. 4, p. 433-453, 2012.

CUNHA, C. H. B. da. Até que ponto a incubadora de empresas da PUC – Rio está fazendo seu dever de casa. **Dissertação** (Mestrado). Rio de Janeiro, 2007.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2012.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

ENGELMAN, R.; FRACASSO, E. M.; BRASIL, V. S. A qualidade percebida nos serviços de incubação de empresas. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 802-822, 2011.

FACHIN, O. **Fundamentos da metodologia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GONSALVES, E. P. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. 4. ed. 2007.

HALL, D. **Na companhia dos heróis**: uma visão dos empreendedores vencedores em ação. São Paulo: Makron Books, 2001.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

LINDHOLM-DAHLSTRAND, A.; KLOFSTEN, M. **Growth and innovation support in Swedish Science Parks and Incubators**. New Technology-Based Firms at the New Millennium. Elsevier, Oxford, p. 31–46, 2002.

LOPES, R. M. A. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LYONS, T. S., LI, S. **The state of the Wisconsin incubation industry in 2002: an analysis of the results of the survey of membership**. Report prepared for the Wisconsin Business Incubator Association, August 2003.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

MENDES, J. **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**. São Paulo: Atlas, 2009.

MINEIRO, A. A. da C.; LEITE, V. F. Educação empreendedora e sua contribuição para o sucesso ou fracasso do empreendedor. **Revista ANGRAD**, v. 5, n. 4, out./nov./dez. 2004.

OCDE - Organisation de Coopération et de Développement Économiques. **Entrepreneurship and economic development: the Empretec Showcase**. Genebra: OCDE, 2005.

PORTON, R. A. de B; LONGARAY, A. A. Análise do perfil do criador de empresa em incubadora tecnológica e suas características empreendedoras: o caso CELTA. **Revista ANGRAD**, v. 6, n. 4, out./nov./dez. 2005.

SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle**. Cambridge: Harvard University Press, 1911.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **10 anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas**. São Paulo: SEBRAE, 2008.

TEODÓSIO, A. dos S. de S. et al. Administração de projetos sociais: perspectivas competitivas para pequenos negócios. **Revista ANGRAD**, v. 3, n. 1, jan./mar. 2002.

XAVIER, W. S.; MARTINS, G. S.; LIMA, A. A. T. de F. de C. Fortalecendo empreendimentos em TI: qual a contribuição das incubadoras?. **Journal of Information Systems and Technology Management**, v. 5, n. 3, p. 433-452, 2008.