



INCUBADORAS DE EMPRESAS E SUA RELEVÂNCIA PARA O EMPREENDEDOR: uma análise a partir da satisfação das empresas incubadas

GT 7 - Economia solidária economia criativa e políticas públicas

Eliezer Rosa Nascimento¹
Aniram Lins Cavalcante²
Thiago Cavalcante de Souza³
Elba Karla Leão Silva⁴

RESUMO

Este artigo possui por escopo analisar a satisfação de empresas vinculadas a programas de incubação. Nesse sentido, adotou-se como procedimento metodológico a estatística descritiva, fazendo o uso de amostragem não probabilística, centrando a análise em 6 empresas, dentre as selecionadas em uma incubadora, aqui denominada como X. Os resultados revelaram que o acesso à modalidade de gestão analisada constitui-se acessível, considerando o valor simbólico aplicado pelo mercado de incubação. Em síntese, 66,67% das empresas analisadas mostram-se amplamente satisfeitas com o processo de incubação. Ademais, a pesquisa identificou que 16,67% apontaram que os motivos que justificam sua participação nessa modalidade de gestão integrada consistem na qualificação dos técnicos e consultores. Os resultados relevaram ainda pontos qualitativos, quanto a satisfação e expectativas das empresas, como: o preenchimento de lacunas na qualificação de seus gestores e profissionais internos; reconhecimento das oportunidades de mercados; reorganização da imagem da empresa e do relacionamento com o cliente. Aponta-se como questões de insatisfação a infraestrutura fornecida pela empresa de incubação, revelando um fator preponderante para a expansão deste tipo de suporte. Tais resultados poderão contribuir para a formulação e o monitoramento de políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo e para o desenvolvimento sócio-empresarial contemporâneo.

Palavras-chave: incubação; empreendedorismo; satisfação.

¹ Graduando em Administração pela Faculdade Madre Thais (FMT). eliezernascimento@hotmail.com.

² Economista, mestre e doutoranda em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Docente do curso de Administração da Faculdade Madre Thais (FMT). anyranlyns@yahoo.com.br.

³ Economista, mestrando em Economia Regional e Políticas Públicas pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Pesquisador bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB). thiagocavalcante2@hotmail.com.

⁴ Administradora, mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Coordenadora e docente do curso de Administração da Faculdade Madre Thais (FMT). elbakarla8@hotmail.com.



1 INTRODUÇÃO

As recentes transformações na economia global têm impulsionado a formação de novos modelos de produção, onde conhecimento criativo e a inovação tornam-se relevantes para as decisões de mercado. Trata-se de uma nova perspectiva de gestão empresarial, com foco no desenvolvimento econômico e tecnológico. Entretanto, muitas das empresas brasileiras encontram-se distantes desses novos modelos de gestão que emergem na sociedade da informação, muitas vezes em função do despreparo de seus técnicos, tradicionalismo administrativo ou ausência de recursos. Para tanto, discute-se entre a literatura recente a relevância da gestão compartilhada e do processo de incubação no desenvolvimento sócio-empresarial das empresas, inserindo-as em uma nova perspectiva de mercado.

Em face dessas questões, o presente artigo se propõe a analisar a satisfação de empresas vinculadas a programas de incubação, tomando como referência às atividades realizadas na incubadora de empresas, aqui denominada como X, localizada na cidade de Ilhéus, Bahia. Trata-se de uma empresa de consultoria estratégica e gestão incubadora de base tecnológica. Este tipo de segmento abriga usualmente microempresas de base tecnológica isto é, aquelas que têm no conhecimento seu principal instrumento de produção, destaca Medeiros (et al., 1992, p. 37), que destaca ainda que uma “incubadora trata-se de um espaço comum, subdividido em módulos, que costuma localiza-se próximos a universidades ou institutos de pesquisas para que as empresas se beneficiem dos laboratórios e recursos humanos.

Desse modo, o processo de incubação é configurado nas seguintes etapas: pré-incubação, incubação e pós-incubação. A primeira diz respeito aos projetos/ideias que ainda não tem um planejamento de execução, no que se refere ao processo de desenvolvimento de produtos. A segunda fase é a mais importante, pois se refere à etapa de consolidação do plano estratégico da empresa, tornando-a em uma empresa graduada, cujo resultado principal é a comercialização do produto esboçado. Essa etapa pode prolongar-se por até três anos ou mais, visto que consiste no processo de maturação dos objetivos da empresa e da configuração do seu arranjo produtivo. Por fim, a terceira objetiva a continuidade ao apoio as empresas graduadas, através de consultoria e acessória técnica especializada (ARANHA, 2008).

No que se refere aos acordos institucionais de incubação, a formação da gestão assessorada de empresas de bases tecnológicas, como no caso da incubadora X – adotada por esse trabalho – ocorre por meio de acordos contratuais com prazos determinados. Entre



as estimativas do setor, observa-se, no entanto, que a quebra contratual por desistência é significativa. Logo, questionam-se quais os motivos que corroboram com o cenário de desistência e qual o nível de satisfação das empresas incubadas. Para tanto, adotou-se como procedimento metodológico a estatística descritiva, fazendo o uso de amostragem não probabilística.

2 ASPECTOS TEÓRICOS

O termo incubadora alude a nascimento. Em maternidades, quando crianças prematuras nascem requerendo cuidados especiais, são rapidamente direcionadas a incubadoras, para que o seu processo de desenvolvimento de consolide. É um ambiente de cuidado e monitoramento. Nessa mesma perspectiva etimológica se enquadra o conceito de incubação de empresas, que trata-se de um processo de maturação de organizações empresariais, dando-se por meio de cuidados técnico para a consolidação de uma atividade econômica e para a gestão estratégica de recursos e objetivos organizacionais.

Lalkaka & Bishop (1997) afirmam que o termo aplica-se para referenciar espaços institucionais de apoio e assessoramento de empresas, com vista a transformação de empresários potenciais em empresas crescentes e lucrativas. Trata-se de um conceito sintéticos, podendo ser comparado e parafraseado, com

[...] um Shopping Center, onde uma edificação, ou varias edificações próximas, são divididas fisicamente em módulos que são ocupados por diferentes empresas [...] existem ainda as áreas comuns ou os espaços de uso compartilhado, tais como: sala de reunião, auditório ou sala de treinamento, administração sala de consultoria (sala do empresário), área para demonstração de produto (showroom) secretaria, refeitório, copa [...]. (BIAGIO, 2006, p 12).

O modelo precursor do processo de incubação de empresas como se conhece hoje, surgiu em 1959 no estado de Nova Iorque (EUA), quando uma das fábricas da Massey Ferguson fechou, deixando um significativo número de residentes nova-iorquinos desempregados. Joseph Mancuso, comprador das instalações da fábrica, resolveu sublocar o espaço para pequenas empresas iniciantes (ANPROTEC, 2013).

Nesse sentido, incubadoras de empresas é o nome geral que se aplica aquelas organizações que apoiam empreendedores. Entretanto, constitui-se em um segmento vasto



com diversas ramificações de incubadoras, como: incubadora de base tecnológica, incubadoras de empreendimentos solidários; incubadoras de empreendimentos criativos e culturais; incubadoras de empreendimentos sociais; entre outras. Eduardo et al. (2208) as divide em 9 categorias analíticas, como se vê:

- ✓ Incubadoras de bases tecnológicas;
- ✓ Incubadoras mistas;
- ✓ Incubadoras setoriais;
- ✓ Incubadoras agroindustriais;
- ✓ Incubadoras de cooperativa;
- ✓ Incubadoras sociais;
- ✓ Incubadoras culturais;
- ✓ Incubadoras de artes;
- ✓ Incubadoras a distância;

As incubadoras de empresas geralmente oferecem para seus clientes, usualmente empreendedores, determinados itens de suporte estratégico para a gestão de empresas prematuras. O fornecimento deste tipo de acessória, salvo quando amparados por políticas públicas específicas, são tabelados a preços competitivos. Isso porque, mesmo que se trate de uma incubadora sem fins lucrativos, os recursos oriundos da remuneração dos serviços fornecidos são revertidos para a infraestrutura e qualificação dos técnicos envolvidos no processo de incubação. Segundo Eduardo (2002), esse valor pode variar, mas geralmente encontram-se na faixa de R\$200,00 e R\$400,00 mensais, sendo, porém, tarifado em função do tipo de projeto e do tipo de categoria analítica.

Entre os suportes fornecidos destacam-se:

- ✓ Ambiente flexível e encorajador;
- ✓ Assessoria para a gestão física empresarial;
- ✓ Infraestrutura e serviços compartilhados, sala de reunião, telefone, fax, acesso a internet, suporte a informática;
- ✓ Acesso a mecanismo de financiamento;
- ✓ Acesso a mercado e rede de relações;
- ✓ Processo de acompanhamento avaliação e orientação.

Esses serviços são alinhados ao perfil e as necessidades dos clientes, visto a diversidade de atividades econômicas que uma mesma incubadora pode envolver-se. Por isso, a satisfação de uma empresa incubada será, grosso modo, determinada pela forma de abordagem que lhe será fornecida. Tendem a serem melhores avaliadas as abordagens de cunho personalizado e direcionado. Kotler (1998, p.53) pontuar, nesse sentido, que a "satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa" ou gestor da empresa. Logo, as consultorias focadas no resultado desejado pela organização incubada parece ser mais razoável.

3 QUESTÕES METODOLÓGICAS

Esta pesquisa é de caráter descritivo e de levantamento de dados, por isso faz uso de amostragem não probabilística e da estatística descritiva para a interpretação dos resultados. Por não existir um grande número de incubadoras na cidade de Ilhéus – área do presente estudo – a amostragem probabilística foi adotada. Fez-se uso do método de abordagem indutivo, a fim de discutir e contextualizar as variáveis selecionadas por meio de questionário.

Assim, este trabalho foi replicado para 6 empresas que tem ligação direta com a incubadora de empresas X, sendo esse a totalidade de empresas incubadas pela referida incubadora, onde 3 delas já encontram-se no mercado (sem auxílio de incubação para sua abertura) e 3 encontram-se em processo de incubação. Considerando que os dados da pesquisa são de fonte primária e foram levantados por questionário estruturado, adotou-se como critério de coleta de dados um banco de dados online, onde o questionário online contendo as perguntas fora direcionado para cada empresa. Ressalta-se que todas as empresas reponderam ao questionário de forma satisfatória, isto é, fornecendo as informações necessárias para a análise pretendida.



4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Das 6 empresas analisadas, 50% já passaram pelo processo de incubação e estão no mercado e 50% estão em processo de incubação, procedendo equilíbrio comparativo para a análise pretendida, conforme Figura 1.

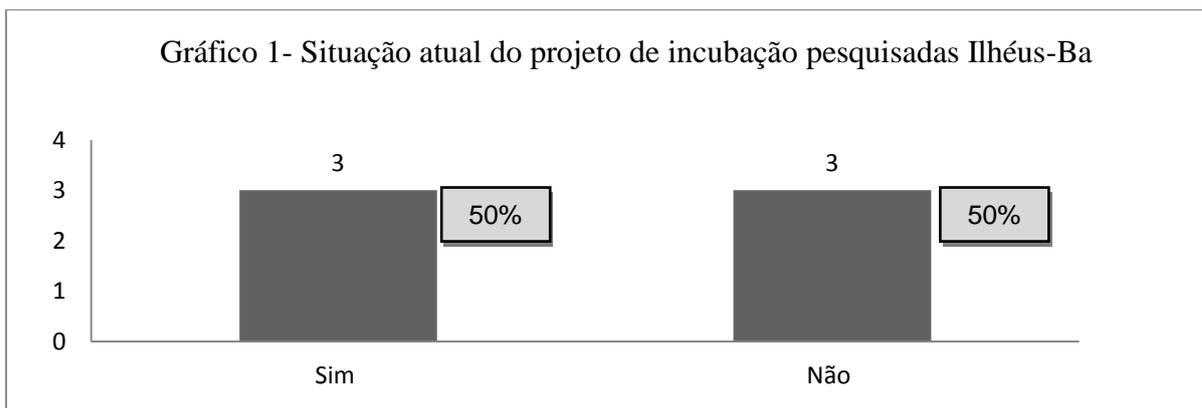


Figura 1 – Situação atual do projeto de incubação das empresas pesquisadas. Ilhéus, Bahia, 2014.

Fonte: Dados da pesquisa.

Quando analisado a orientação fornecida ao gestor, no que se refere a todo processo de informação sobre o funcionamento operacional das atividades de incubação foi constatado que 83,33% das empresas o consideram como adequado, indicando muito bem como resposta. Ademais, 16,67% das empresas responderam que o processo de capacitação informacional ocorre moderadamente bem. Esse resultado expressa que a empresa de incubação não é considerada ótima no quesito troca de informação. Infere-se, nesse sentido, que no longo prazo as empresas incubadas podem apresentar desinteresse pelo procedimento de incubação. Não obstante, o cenário apresentado indica que pequenos ajustes nos canais de informação e relacionamento com o gestor, por exemplo, podem constituir-se como relevantes para o aprimoramento da compreensão do processo por partes dos gestores cliente (Figura 2).

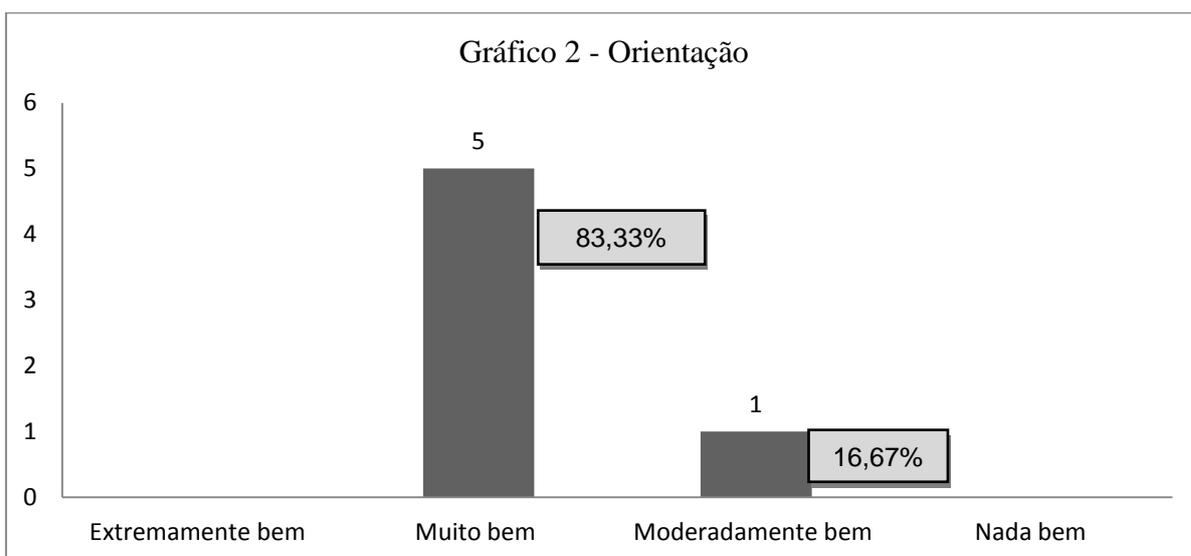


Figura 2 – Orientação obtida sobre o processo de incubação, Ilhéus, 2014.

Fonte: Dados da pesquisa.

No que se refere a estrutura física da incubadora de empresas, 66,67% das empresas pesquisadas a consideraram como regular, seguidos por 16,67% a interpretando como ótima e igual percentual a considerando como ruim (Figura 3). Os demais elementos qualitativos não pontuaram. A infraestrutura consiste em um aspecto relevante para o processo de incubação, pois garante a efetividade das ações da empresa, bem como fornece melhor condições para o gerenciamento de informações de mercado. Destaca-se também a sua importância para a construção de um portfólio confiante e também para garantir condições em disputas de acesso a financiamento, primordial para incubadoras de bases tecnológicas. Entretanto, a esse respeito a quase totalidade dos entrevistados apontaram a deficiência nesse quesito.

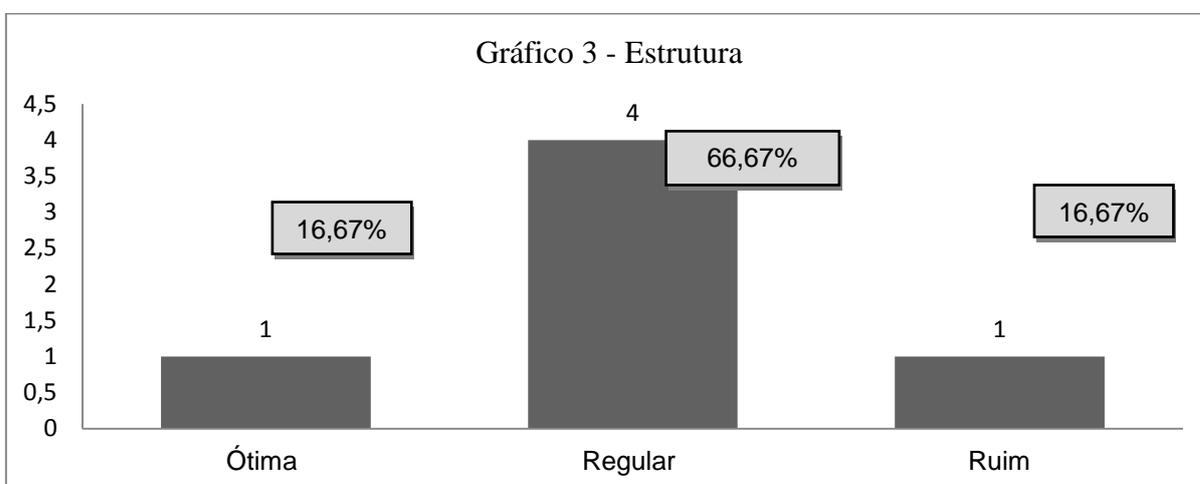


Figura 3 – Quanto à estrutura física da incubadora de empresas (x) Ilhéus, 2014.

Fonte: Dados da pesquisa.

A fim de analisar a satisfação efetiva, fora questionado as empresas se as mesmas desejariam retornar a incubadora após a conclusão do processo de incubação. Constatou-se que 50% retornariam (muito provável), 16,67% optou por extremante provável e 33,33% por moderadamente provável. Nenhuma das empresas indicou a opção pouco provável. Logo, entende-se que mesmos com as deficiências encontradas a satisfação e o reconhecimento da relevância do processo de incubação fariam com que as empresas em sua totalidade considerassem a possibilidade de continuar ou retornar ao processo de incubação, quando pertinente (Figura 4).

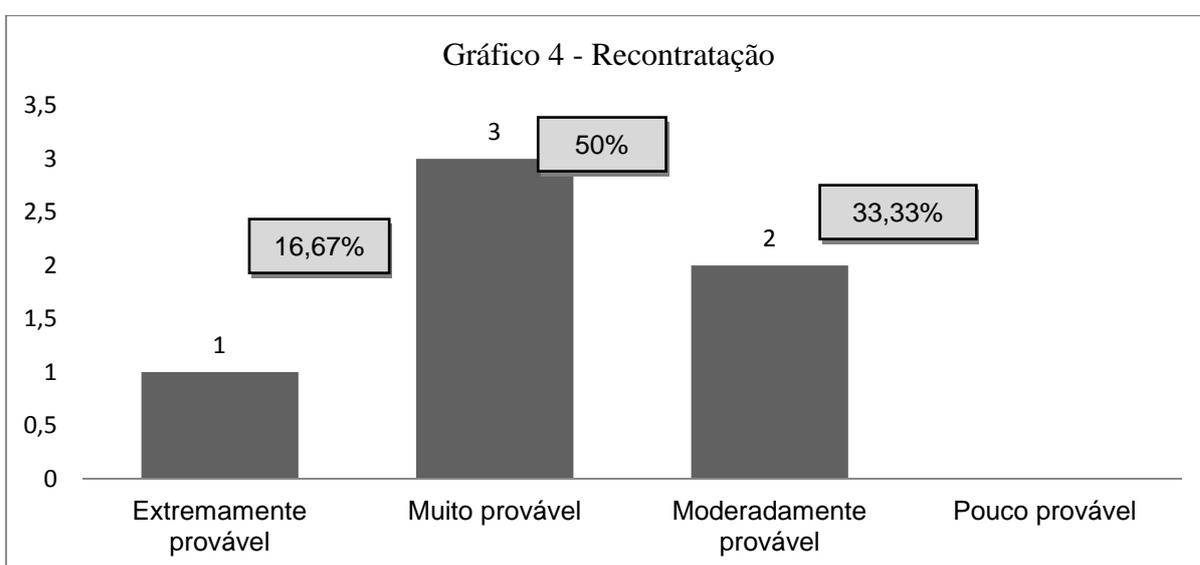


Figura 4 – Quanto à recontratação dos serviços da incubadora de empresa(x) Ilhéus, 2014.
Fonte: Dados da pesquisa.

Quando analisado a recomendação da incubadora a outros clientes, observou-se que os clientes replicam o posicionamento anteriormente observado. Isso porque, 50% das empresas pesquisadas recomendaria a incubadora de empresas X na opção muito provável, seguido por 33,33% considerando a opção moderadamente provável e 16,67% considerando ser extremante provável a recomendação. Em síntese, observa-se que retorno dessas empresas em datas futuras é um fator quase que certo.

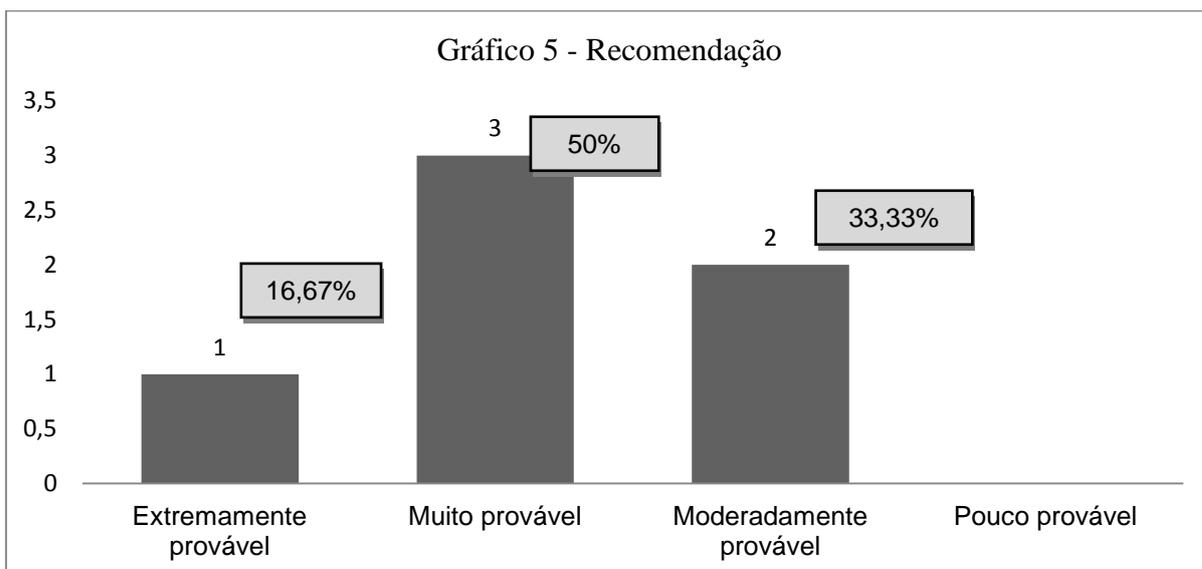


Figura 5 – Divulgação da incubadora de empresas (x) por parte dos incubados, Ilhéus, 2014.
Fonte: Dados da pesquisa.

O preço é um fator que favorece a todas as empresas analisadas, que por unanimidade concordaram que o valor cobrado pela incubadora de empresas X é acessível e não elevado. Esse resultado pode ser explicado pelo julgamento que os mesmos realizam, considerando os benefícios que recebem da incubadora de empresas, conforme Figura 6.

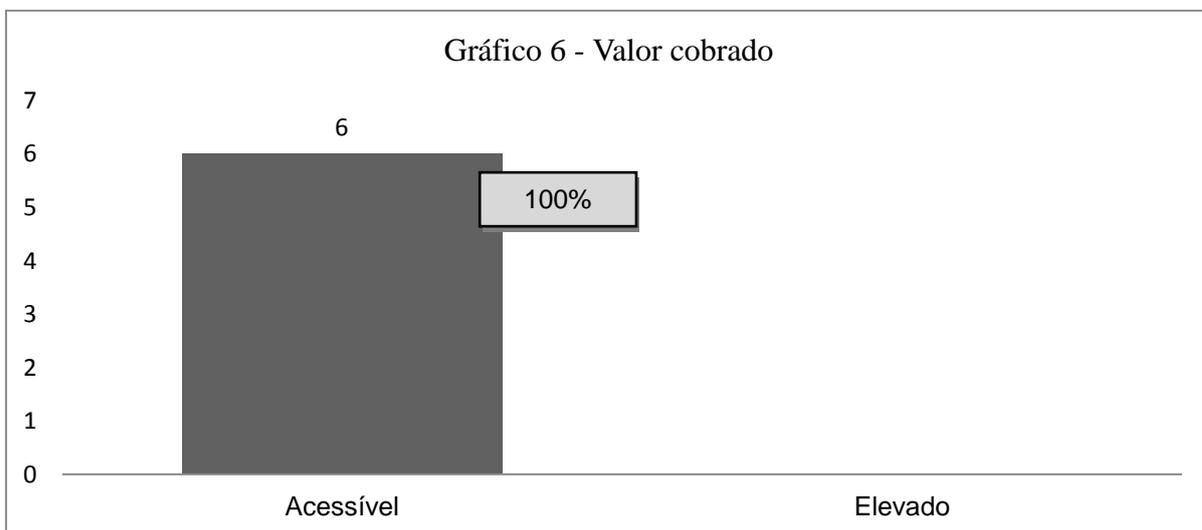


Figura 6 – Quanto ao valor cobrado pela incubadora de empresas (x), Ilhéus, 2014.
Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação ao suporte técnico oferecido por empresas contratadas pela incubadora de empresas e por consultores do SEBRAE-Ba, as empresas analisadas consideraram em 66,67% ser regular. Apenas 16,67% considerou o suporte como ótimo e o mesmo



percentual o considerou como bom. Esse resultado pode indicar que nem todas as expectativas são sanadas, mas que o serviço fornecido é relevante para o despenho da empresa (Figura 7).

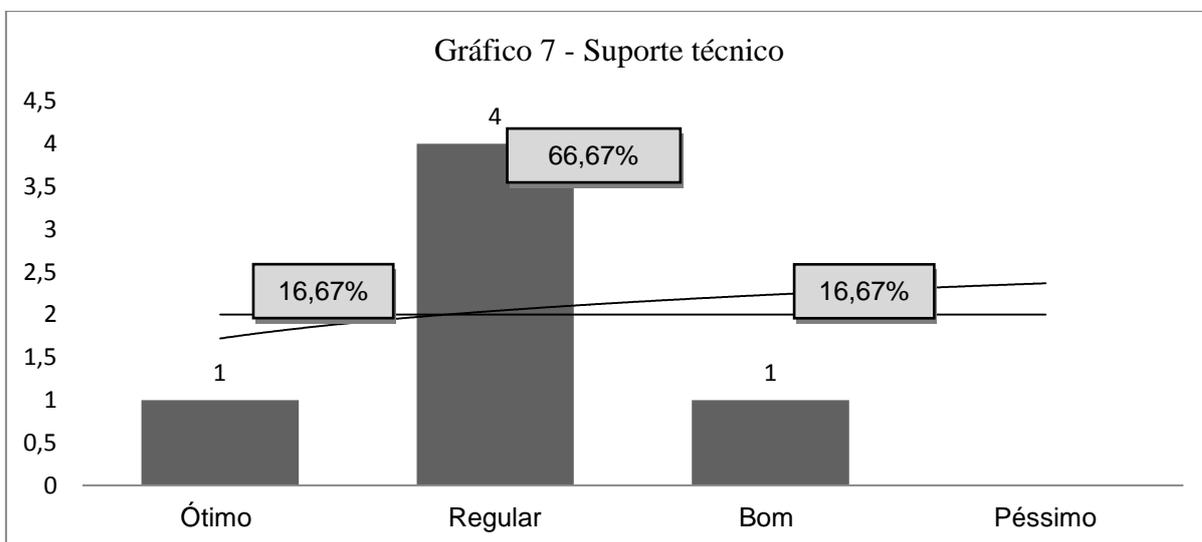


Figura 7 – Quanto ao suporte recebido pelos consultores da incubadora (x), Ilhéus, 2014.

Fonte: Dados da pesquisa.

Tendo em vista os dados da pesquisa onde estrutura e suporte técnico foram os tópicos mais deficientes, sugere-se a organização uma verificação desses dados para uma possível absorção dessas informações para uma possível mudança e melhoria na estrutura, e uma melhor seleção de seus técnicos e consultores que oferecem os serviços para os empreendedores. Com esse aperfeiçoamento a probabilidade do aumento das indicações dos empreendedores incubados para possíveis empreendedores aumentariam e um retorno maior deles para a incubadora de empresas X aconteceria. Visto que um fator que não agrada o cliente pode deixá-lo insatisfeito com os demais requisitos que antes pareciam satisfatório.



5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na pesquisa elaborada foi possível concluir que a incubadora de empresas X esta de uma forma geral sendo bem vista pelos seus clientes empreendedores podendo melhorar em alguns quesitos como, por exemplo, a estrutura física. No que se refere à orientação dada pela sua gestora sobre os passos da incubação observa-se que das seis empresas pesquisada apenas um selecionou a opção (moderadamente bem) e as demais colocou a opção (muito bem) dando assim uma positividade nesse aspecto.

De maneira geral, os resultados da pesquisa mostram os pontos satisfatórios e os que não estão tão bem na visão dos empreendedores incubados, o que facilita a visão da empresa em melhorar determinados pontos, para que a mesma tenha uma reputação melhor perante seus clientes, observando que um fator de insatisfação pode desencadear insatisfação em quesitos diferentes, como por exemplo, a questão da estrutura física poderia influenciar na insatisfação em relação ao valor cobrado e assim por diante.



REFERÊNCIAS

ARANHA, J. A. S. Incubadoras. PAROLIN, S. R. H. **Faces do empreendedorismo inovador**. Curitiba: SENAI/SESI/IEL, 2008. Coleção Inova, v3.

BIAGIO, Luiz Arnaldo - **Incubadoras de empreendimentos Orientadas para o Desenvolvimento Local e Setorial Planejamento e Gestão**- Brasília: ANPROTEC: SEBRAE, Editora Gráfica Coronário, 2006.

CEPEDI - Centro de Pesquisa e Desenvolvimento tecnológico em Informática e Eletro-eletrônico de Ilhéus. Disponível em www.cepedi.com.br acesso em 15/05/2014

CHRISTOPHERS, L.; LAUREN, W –**Serviços, Marketing e Gestão**. São Paulo, Ed. Saraiva, 2001.

EDUARDO, José Azevedo: et al - **Planejamento e Implantação de incubadoras de empresas**- Brasília, Grifo 2002

FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo-2013 disponível em: <http://agencia.fapesp.br/18097> acesso em 15/05/14

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LAGES, Vinicius e TONHOLO, Josevaldo- **Desafios de Competitividade Em arranjos produtivos Locais**- Brasília: Editora Gráfica Coronário 2006.

LALKAKA, R.; BISHOP JUNIOR, J. L. **Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas**: o potencial de sinergia. In: GUEDES, F.; FORMICA, P. A economia dos parques tecnológicos. Rio de Janeiro: Anprotec, 1997.

MEDEIROS, J. A. et al. **Pólos parques e incubadoras: a busca de modernização e competitividade**. Brasília: CNPq/SENAI, 1992.