

PERFIL DESEJADO PARA A INCUBADORA EMPRESARIAL DE DE APUCARANA

PEREIRA, M.¹

RESUMO

Já são reconhecidos o contexto e as possibilidades de desenvolvimento empresarial proporcionados por uma incubadora de empresas. A redução dos custos por meio do compartilhamento dos serviços e espaços comuns e o apoio técnico proporcionado pelas instituições de ensino e outros apoiadores do empreendimento são os grandes diferenciais para o sucesso de ampla gama de empreendimentos. A discussão da implantação de uma incubadora empresarial na cidade de Apucarana foi culminada com o envio de projeto a entidades fomentadoras de recursos destinados à sua implantação efetiva. Este trabalho visa ampliar a percepção pública sobre a futura incubadora de empresas, seu foco de atuação e a disposição da participação dos possíveis usuários da entidade, bem como conhecer seus interesses e limitações. Para isso, foi desenvolvido um pequeno questionário, aplicado nos meses de novembro e dezembro de 2009, cujos resultados e considerações são aqui apresentados.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Inovação. Incubadoras de empresas. Competitividade. Valor agregado.

ABSTRACT

Already recognized the context and business development opportunities provided by a business incubator. Reducing costs through shared services and common areas and technical support provided by educational institutions and other supporters of the project are the main reasons for the success of wide range of enterprises. The discussion of the implementation of a business incubator in the city of Apucarana was culminated with the deployment of project to entities fueling resources for its effective implementation. This work is to extend the public perception of the future business incubator, its focus and the willingness of the participation of potential users of the entity, and to know their interests and limitations. For this we developed a short questionnaire, applied in the months of November and December 2009, the results and considerations are presented here.

Keywords: Entrepreneurship. Innovation. Business incubators. Competitiveness. Added value.

¹ Milton Pereira. Graduado em Administração de Empresas, com pós-graduação (lato sensu) em Administração de Recursos Humanos, Desenvolvimento Gerencial e Marketing. Supervisor de Pesquisas do IDEPPLAN - Instituto de Desenvolvimento, Pesquisa e Planejamento de Apucarana, órgão da Prefeitura do Município de Apucarana.

INTRODUÇÃO

Em 2004, imaginando-se num futuro próximo a criação de Incubadora empresarial em Apucarana, ações voltadas à divulgação das noções de empreendedorismo e do perfil empreendedor foram iniciadas na Faculdade de Apucarana – PR. Primeiramente com palestras em que se convidavam empreendedores de sucesso para relatar seus “cases”, num programa denominado “Ciclo de Palestras Empreendedores do Século XXI”, e posteriormente foram organizados Fóruns de Empreendedorismo e uma Maratona de Empreendedores.

Essas ações conduziram a que, entre 2007 e 2008, as discussões se ampliaram com as participações de outras entidades de Ensino Superior local, além de entidades fomentadoras de desenvolvimento, notadamente o SEBRAE, a Associação Comercial, Industrial e de Serviços – ACIA, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Município de Apucarana, além de outras, culminando na redação de projeto, no formato de plano de trabalho que foi encaminhado ao Ministério da Ciência e Tecnologia, na busca de recursos financeiros para a criação de Incubadora Empresarial e que se encontra em tramitação. Paralelamente, o Executivo Municipal está buscando apoio do Governo Federal no sentido de se obter a posse das instalações físicas do armazém do Instituto Brasileiro do Café - IBC II situado na Vila Nova, no bairro do mesmo nome, para abrigar a aludida incubadora empresarial, além de um novo Condomínio Industrial.

A princípio, definiu-se o foco da futura incubadora na geração de empreendimentos ligados à prestação de serviços, pois segundo dados do IBGE (2000) Apucarana, tem na prestação de serviços a maior fonte de suas riquezas, participando com 66,13% do PIB Municipal, fato que por si só indicava e recomendava a necessidade do fortalecimento do segmento da prestação de serviços.

Entretanto, como a concordância entre os parceiros a respeito do foco não foi unânime, dentro do próprio aspecto empreendedorístico, criou-se a oportunidade de uma pesquisa mais abrangente sobre o perfil desejado da incubadora empresarial e objeto do presente trabalho.

INCUBAÇÃO DE EMPRESAS

A incubação de empresas é vista como um processo de criação de empresas que acrescentem inovações em termos de produtos e serviços e por isso conseguem colocar estes produtos e serviços com um maior valor agregado.

O modelo precursor do processo de incubação de empresas como conhecemos hoje, surgiu em 1959 no estado de Nova Iorque (EUA), quando uma das fábricas da Massey Ferguson fechou, deixando um significativo número de residentes novaiorquinos desempregados. “Joseph Mancuso, comprador das instalações da fábrica, resolveu sublocar o espaço para pequenas empresas iniciantes, que compartilhavam equipamentos e serviços” (ANPROTEC, apud PEREIRA, 2009).

No Brasil, a Incubação de Empresas é tida também como um meio de redução da taxa de mortalidade jurídica, pois conforme dados do SEBRAE (2008), as taxas de mortalidade de micro e pequenas empresas para o primeiro ano de vida estão estimadas em 27%, sendo que em 1998 esta taxa era de 35% (PEREIRA, 2009).

INCUBADORAS DE EMPRESAS

Incubadora é a denominação utilizada para definir o espaço institucional para apoiar a transformação de empresários potenciais em empresas crescentes e lucrativas, mediante o apoio técnico de profissionais especialistas das mais diversas áreas relacionadas com o perfil da incubadora.

No Brasil, as primeiras incubadoras surgiram a partir da década de 80, quando “por iniciativa do então presidente do CNPq, Professor Lynaldo Cavalcanti, cinco fundações tecnológicas foram criadas, em Campina Grande (PB), Manaus (AM), São Carlos (SP), Porto Alegre (RS) e Florianópolis (SC)” (ANPROTEC).

As incubadoras possuem alguns modelos básicos já consagrados: as de base tecnológica, que abrigam empresas de base tecnológica, que buscam agregar algum tipo de inovação nos produtos e processos ou ainda incorporando acessórios e novas utilidades. Outras são chamadas de tradicionais, que recebem empresas de setores tradicionais da economia, outras são as chamadas mistas que abrigam empresas de base tecnológica e tradicionais. Nos últimos anos estão ganhando

espaço as incubadoras sociais, que dão apoio a programas e projetos sociais desenvolvidos por entidades públicas e notadamente por organizações não governamentais e as incubadoras culturais, que apóiam programas culturais de cunho artístico.

PESQUISA SOBRE O PERFIL DESEJADO PARA A INCUBADORA DE EMPRESAS DE APUCARANA

Para se conhecer o perfil desejado para uma incubadora empresarial em Apucarana, procedeu-se a uma pesquisa quantitativa, nos meses de novembro e início de dezembro de 2009. A partir de um questionário, foram entrevistados 102 acadêmicos dos cursos de graduação das instituições de ensino superior, professores, profissionais liberais e servidores públicos municipais, obtendo-se as seguintes respostas, a saber:

Perfil dos Entrevistados

Sexo e idade

48 entrevistados do sexo masculino (47,06%) e 54 (52,94%) do sexo feminino, sendo 07 mulheres e 01 homem com menos de 20 anos, 36 mulheres e 25 homens entre 20 a 30 anos, 02 mulheres e 05 homens entre 31 a 40 anos, 01 mulher e 04 homens entre 41 e 50 anos e somente 02 homes acima de 50 anos.

Escolaridade

Dos entrevistados, 93 (91,18%) concluíram ou estão concluindo a graduação, 06 (5,88%) são pós-graduados e 03 (2,94%) não responderam.

Profissão

88 entrevistados (86,27%) estão trabalhando e 14 (13,73%) não estão trabalhando. Dos que trabalham, foram apontadas as seguintes profissões:

Auxiliares administrativos	16	(18,18%)
Vendedores externos	08	(9,09%)
Gerentes gerais	06	(6,82%)
Caixas	05	(5,68%)
Assistentes financeiros	03	(3,41%)
Professores	03	(3,41%)
Bancários	03	(3,41%)
Compradores	02	(2,27%)
Auxiliares de vendas	02	(2,27%)
Arquitetos	02	(2,27%)
21 outros (gerente de produção, carteiro, gerente de loja, profissional liberal, militar, financeiro, publicitário, militar, auxiliar de produção, engenheiro, coordenador administrativo, operador de telemarketing, secretário, comerciante, gerente comercial, assistente de controle de qualidade e estagiário	01	(1,14%)
Não se qualificaram	23	(23,86%)

Perfil das organizações onde trabalham

Segmento

Dentre os entrevistados, 27 pertencem ao setor de prestação de serviços (30,68%), 26 pertencem ao setor comercial (29,55%), 21 são indústrias (23,86%) e outros 14 (15,91%) não responderam.

Abrangência das entidades

21 entrevistados atuam nacionalmente (23,86%), 19 atuam no município (21,59%), 14 tem atuação regional (15,91%), 07 atuam no mercado internacional

(7,95%), 06 atuam dentro do Estado (6,82%) e outros 21 entrevistados não responderam (23,86%).

Lançamento de produto ou serviço novo nos últimos 03 anos

Em um total de 88 respostas, 42 dos entrevistados que trabalham (47,73%) disseram que suas empresas lançaram produtos novos nos últimos 03 anos. Já 28 deles (31,82%) disseram não ter havido nenhum lançamento de produto novo e 18 (20,45%) não responderam.

Registro de marcas nos últimos 03 anos

Dentre as 88 respostas, 29 entrevistados (32,95%) disseram que suas empresas registraram marcas nos últimos 03 anos e 38 (43,18%) disseram que não. Outros 21 (23,86%) não responderam.

Registro de patentes nos últimos 03 anos

18 entrevistados (20,45%) disseram que suas empresas registraram patentes nos últimos 03 anos; 49 entrevistados (55,68%) disseram não ter ocorrido nenhum registro; e 21 não responderam (23,86%) não responderam.

Mecanismo de estímulo da criatividade dos colaboradores

Perguntados sobre o que a empresa faz para estimular a criatividade de seus colaboradores, 25 deles (28,41%) disseram que os clientes e suas necessidades eram a principal fonte de inspiração; 10 outros (11,36%) afirmaram que o estímulo vinha dos concorrentes; pelos fornecedores 3 (3,41%) disseram que eram estimulados, 3 (3,41%) através de feiras e exposições, 3 (3,41%) através da internet e outros 6 (6,82%) disseram ter outras fontes como estímulo, sem especificá-las. Já 36 deles (40,91%) não responderam.

Avaliação da Importância da inovação

Perguntados sobre a importância da inovação nas organizações, 52 entrevistados (59,09%) consideram muito importante, 2 deles (2,27%) consideram pouco importante; 14 (15,91%) consideram importante, mas de difícil implementação; Outros 5 (5,68%) afirmaram não ser prioridade de suas empresas no momento e 15 deles (17,05%) não responderam.

Como as empresas fazem para estimular a criatividade dos seus colaboradores

34 entrevistados (38,64%) disseram que as empresas promovem capacitações diversas buscando este propósito; 10 deles (11,36%) disseram que através de prêmios. 4 outros (4,55%) através de caixas de sugestões; 02 (2,27%) disseram que a criatividade é buscada através de grupos de estudos; 28 deles (31,82%) disseram que a empresa não promove nenhum esforço nesse sentido, por não ser prioridade e ainda 8 (9,09%) não responderam.

Sobre a Incubadora Empresarial

Qual a sua opinião sobre a implantação de uma incubadora de empresas para fomentar o desenvolvimento de novos produtos e/ou processos para as empresas de Apucarana?

Dentre as 102 respostas, 91 entrevistados (89,22%) consideram muito importante; 9 (8,82%) consideram pouco importante e 2 (1,96%) não responderam.

Sobre a contribuição da Incubadora para o desenvolvimento econômico e social de Apucarana.

No total de 102 respostas, 92 (90,20%) consideram muito importante; 7 (6,86%) consideram pouco importante e 3 (2,94%) não responderam.

Segmentos de atuação da Incubadora Empresarial de Apucarana.

Das 281 respostas múltiplas, 52 sugestões (18,51%) para Confecções Têxteis, 50 (17,79%) opiniões para Tecnologia da Informação – TI e para a Prestação de Serviços, 36 (12,81%) para a Área de Alimentos, 34 (12,10%) para a

área da Saúde, 24 (8,54%) para o Segmento de Turismo, 15 (5,34%) para a Indústria do Couro, 12 (4,27%) para o Artesanato em Geral, 5 (1,78%) para outros como Química, Eletrônica, Artes, Foto e Robótica.

Tipos de apoio e suporte que uma incubadora deveria oferecer

a) Suporte: Dentre os 102 questionários, 90 entrevistados (88,24%) acharam que a incubadora deveria oferecer informações sobre o mercado e novos negócios; 7 deles (6,86%) acharam importante o endereço reconhecido e valorizado para as novas empresas; e 5 (4,90%) não responderam;

b) Serviços compartilhados: num total de 102 respostas, 37 (36,27%) disseram que Internet seria prioridade. 22 (21,57%) Serviços de Secretaria; 16 (15,69%) que Show-room seria necessário e outros 27 (26,47%) não responderam;

c) Serviços de consultoria especializada: Dentre as 256 respostas múltiplas, obteve-se:

• Planejamento: 47 (18,36%)	• Logística: 29 (11,33%)
• Plano de negócios: 46 (17,97%)	• Jurídica: 24 (9,38%)
• Marketing: 45 (17,58%)	• Produção: 22 (8,59%)
• Finanças: 33 (12,89%)	• Central negócio: 1 (0,39%)
• Busca recursos financeiros: 33 (18,89%)	• Custos: 1 (0,39%)

A Incubadora Empresarial de Apucarana deveria estar focada em:

- 60 (42,86%) em produtos orientados para inovação;
- 31 (22,14%) produtos ou serviços orientados para o meio ambiente (selo verde);
- 30 (21,43%) produtos ou serviços orientados para a solução de problemas sociais (saúde, educação, outros);
- 19 (13,57%) produtos ou serviços orientados para empresas tradicionais com qualidade.

Participação

Como gostaria de participar da Incubadora Empresarial em Apucarana

Dentre os 102 questionários, as respostas foram distribuídas em:

41 (40,20%) com um projeto de inovação da empresa;

35 (34,31%) como empreendedor individual, para desenvolver um novo produto ou serviço;

14 (13,73%) como empresa incubada;

12 (11,76%) não responderam / não tem interesse.

Para participar de uma incubadora empresarial em Apucarana, suas necessidades atuais

Para as 123 respostas múltiplas, foram contados os seguintes resultados:

• Tempo para desenvolver e testar ideias:	34	(27,64%)
• Capacitação em Plano de Negócios:	29	(23,58%)
• Aporte de recursos financeiros:	29	(23,58%)
• Suporte técnico e gerencial	18	(14,63%)
• Ambiente físico adequado ao desenvolvimento de ideias	13	(10,57%)

Gestão da Incubadora

Modelo mais adequado para a Incubadora Empresarial de Apucarana

Considerando as 102 respostas, obteve-se:

• Mista (privada / pública / comunitária)	47	(46,08%)
• Privada	26	(25,49%)
• Comunitária	17	(16,67%)
• Pública	12	(11,76%)

Limitações pessoais

Dificuldades ou limitações pessoais que impediriam a participação na Incubadora Empresarial de Apucarana, se fosse instalada hoje

Do total de 129 respostas, os resultados obtidos foram:

• Recursos financeiros	45	(34,88%)
• Tempo para se dedicar ao desenvolvimento da idéia	33	(25,58%)
• Conhecimento técnico	19	(14,73%)
• Uma idéia de produto / serviço com viabilidade de mercado	16	12,40%)
	9	(6,98%)
• Capacidade gerencial	7	(5,43%)
• Outras		

CONSIDERAÇÕES SOBRE A PESQUISA

Sobre o perfil dos entrevistados

Inicialmente a pesquisa apontou número maior de mulheres, em razão de o maior grupo entrevistado ter sido o das instituições de ensino superior, confirmando uma tendência mundial da ascensão das mulheres no ensino superior e no mercado de trabalho.

Dentre os que trabalham, o segmento que obteve o maior número de sinalizações positivas foi o da prestação de serviços, seguido do comercial e o industrial na sequência.

Sobre as profissões dos entrevistados, aquelas ligadas à lide administrativa, e relacionamento com o público e ainda a gestão predominaram (auxiliares administrativos, vendedores e gerentes). Embora o setor industrial têxtil da cidade seja muito expressivo, o fato da maioria dos entrevistados serem alunos de graduação (notadamente cursos de Administração) fez com que estas profissões pontuassem mais vezes.

Com relação à abrangência geográfica da atuação das empresas dos entrevistados, a participação nacional apareceu em primeiro lugar, creditando-se à

prestação de serviços e à indústria têxtil essa condição, já que um grande número de empresas desses segmentos atua em todo o Brasil.

Sobre Inovação e criatividade

Segundo 42% dos entrevistados que trabalham, suas empresas lançaram produtos novos nos últimos 03 anos e 20% que registraram patentes nos últimos 03 anos. Esses números são expressivos, bem acima da média nacional de inovação e registro de patentes. O país concede 0,29 patente para residentes a cada US\$ 1 milhão investidos em P&D. (FAPESP, 2007). Embora não fosse pesquisado o volume de investimentos locais para as patentes, a quantidade de patentes já indica essa condição.

Este grande número de criação de novos produtos deu-se de maneira contingencial, como resposta às necessidades dos seus clientes, conforme atestou a pesquisa e, ainda dentro da mesma linha de pensamento, como resposta às criações dos concorrentes para atender a mesma fatia de clientes. Em menor grau, a pesquisa apontou que os fornecedores também são uma fonte expressiva de inspiração para a criação de novos produtos, na medida em que sugerem novas aplicações para seus materiais. Feiras e exposições e ainda pesquisa na rede mundial web (internet) tiveram a mesma pontuação de importância.

Unânime foi a concordância de que a inovação é muito importante para as empresas, embora um número significativo (15,91%) ache difícil sua implementação. Parte significativa dos entrevistados (38,64%) disse que as empresas se valem de capacitações variadas como estímulo para a criatividade.

Outros 11,36% revelaram que a empresa faz uso de premiações diversas como estímulo à criação e outro grande grupo (31,82%) disse que suas empresas não realizam esforço algum para promover a criatividade entre seus colaboradores.

Sobre as Incubadoras de empresas

90% dos entrevistados acreditam que uma incubadora de empresas pode fomentar o desenvolvimento de novos produtos e processos, considerando muito importante para o desenvolvimento econômico e social da cidade.

Quanto ao segmento de atuação, acabou prevalecendo a já conhecida vocação têxtil local. Dentre 281 respostas múltiplas, 18,51% citaram as Confeções Têxteis e um número ligeiramente inferior de 17,79% opinaram sobre a Tecnologia de Informação e Prestação de Serviços com 12,81%. Já outras áreas foram sugeridas: 12,10 % para as áreas de alimentos, 8,54 % para a saúde e 5,34% para o artesanato. 88,24% dos entrevistados disseram que a incubadora deve oferecer informações sobre o mercado e novos negócios; 36,27% disseram que o compartilhamento do acesso à internet é fundamental; assim como 21,57% sugeriram os serviços de secretaria e outros 15,69% que um show-room também é importante.

Quanto aos serviços de consultoria e assessoria, 18,36% necessitam de planejamento, 17,97 de planos de negócios, 17,58 de auxílio de marketing, 12,89% de apoio em serviços financeiros e 11,33% de logística, 9,38 de assessoria jurídica e 8,59% na produção.

Quanto ao foco da Incubadora e a participação dos interessados

A pesquisa revelou que 42,86% dos entrevistados querem que a inovação seja a tônica presente nos produtos e serviços desenvolvidos na incubadora. Outros 22,14% afirmaram que os produtos e serviços devem estar orientados para o meio ambiente e um número quase idêntico (21,43%) sugeriu que a incubadora deve buscar soluções para problemas sociais. Em menor número (13,57%) opinou que a incubadora deve atuar em produtos e serviços tradicionais, imprimindo qualidade a eles.

40,20% das pessoas gostariam de participar da incubadora com um projeto de inovação para suas empresas; 34,31% querem desenvolver um novo produto ou serviço como empreendedores individuais; e outros 13,73% participariam como empresas incubadas.

Entretanto, 27,64% disseram faltar tempo para desenvolver novas ideias; 23,58% têm dificuldade na elaboração de planos de negócios; igual número disse que faltam recursos financeiros para o desenvolvimento de novos produtos e serviços e 14,63% disseram não ter competência técnica e gerencial.

Caso a incubadora fosse iniciada hoje, as limitações financeiras (34,88%) seriam o principal empecilho para a participação. A falta de tempo para a dedicação

no desenvolvimento de novas ideias é o limitante para outros 25,58% e 14,73% assinalou a falta de conhecimento técnico como a maior dificuldade. Figuraram ainda a falta de ideias de novos produtos e desconhecimento gerencial.

Quanto à gestão da incubadora, 46,08% dos entrevistados acreditam que a gestão mista, entre entes públicos, privados e comunitários seja a mais indicada para o empreendimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como seu público alvo principal os estudantes dos cursos de graduação, por entender-se que estes seriam os “clientes” potenciais da futura incubadora de empresas. O perfil desse público indicou ser predominantemente feminino, na faixa etária de 20 a 30 anos, que trabalha e, na maioria, detentora de cargos burocráticos, ligados à administração e relacionamento público. Predominam entre os que trabalham empresas dos setores de serviço, seguidas das áreas comercial e industrial.

Nessas empresas, a inovação tem uma grande participação, revelada pelo número de lançamentos de novos produtos e ainda pelo expressivo número de patentes, se comparado com a média nacional.

A pesquisa revelou que a maioria dos entrevistados considera muito importante a instalação de uma incubadora empresarial de Apucarana, voltada para o segmento das confecções têxteis e a tecnologia da informação, com enfoque para a inovação, com apelo ecológico. Também foram expressivas as sugestões de que se desenvolva o social e ainda agregue qualidade aos produtos e serviços.

Acreditam que uma incubadora incrementará de forma significativa a criação de novos produtos e conduzirá a cidade para um novo patamar de desenvolvimento, ao facilitar a busca de informações do mercado pesquisa de novos produtos e negócios.

De acordo com a pesquisa, os entrevistados opinaram que o compartilhamento dos serviços ofertados como internet e secretária é fundamental, bem como os conhecimentos técnicos de consultoria e assessoria nas diversas áreas são fundamentais para o sucesso dos novos empreendimentos.

A maioria afirmou a intenção de participar da futura incubadora de empresas, com um projeto de inovação para as empresas onde trabalham; outros

gostariam de poder desenvolver novos produtos e serviços como empreendedores individuais e ainda participar como empresas incubadas.

Como o principal obstáculo para o desenvolvimento de novas ideias, foi apontada a falta de tempo, dando a conhecer suas carências de conhecimento na elaboração de planos de negócios, capacitação técnica e gerencial. A falta de recursos financeiros também figurou como empecilho para o início de um novo empreendimento.

Quanto à gestão da incubadora, a maioria gostaria que essa fosse gerenciada com um colegiado misto, formado por entes públicos, privados e ainda de entidades não governamentais.

Seria interessante, expandir a pesquisa para outros públicos não abrangidos por esta, como os micro e pequenos empresários já estabelecidos, estudantes do ensino médio e ainda participantes de cooperativas, associações de produtores e outros. Apesar das limitações do presente trabalho, ficou evidente a concordância da importância e o firme interesse e disposição dos entrevistados em participar de forma ativa da incubadora.

REFERÊNCIAS

ANPROTEC. **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores** - Disponível em <http://www.anprotec.org.br/publicacaoconhecacas2.php?idpublicacao=80> . Acesso em: 20 jan. 2010.

FAPESP 2007. Disponível em: <http://www.inovacaotecnologica.com.br/noticias/noticia.php?artigo=010175070816> Acesso em: 20 jan. 2010.

PEREIRA, Milton. **Criação da Incubadora de Empresas de Base Tecnológica na Área de Prestação de Serviços Multisetoriais em Apucarana**. Artigo. Faculdade de Apucarana-FAP, 2009.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1982.

SEBRAE ,SP – **10 Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas**/ SEBRAE SP. São Paulo: SEBRAE SP, 2008.