

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

MATHEUS FERRAZ RODRIGUES DA SILVA

INCUBADORAS COMO UM INSTRUMENTO DE SUPORTE A
***STARTUPS*: Uma Análise do Armazém da Criatividade**

Caruaru - 2019

MATHEUS FERRAZ RODRIGUES DA SILVA

**INCUBADORAS COMO UM INSTRUMENTO DE SUPORTE A STARTUPS: Uma
Análise do Armazém da Criatividade**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração, do Núcleo de Gestão da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^ª Dr. Sueli Menelau

Caruaru - 2019

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

S586i Silva, Matheus Ferraz Rodrigues da.
Incubadoras como um instrumento de suporte a startups: uma análise do Armazém da Criatividade. / Matheus Ferraz Rodrigues da Silva. – 2019.
47 f. il. : 30 cm.

Orientadora: Sueli Menelau.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Administração, 2019.
Inclui Referências.

1. Empresas novas. 2. Incubadoras de empresas. 3. Empreendedorismo. 4. Inovação. I. Menelau, Sueli (Orientadora). II. Título.

CDD 658 (23. ed.)

UFPE (CAA 2019-114)

MATHEUS FERRAZ RODRIGUES DA SILVA

**INCUBADORAS COMO UM INSTRUMENTO DE SUPORTE A STARTUPS: Uma
Análise do Armazém da Criatividade**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Núcleo de Gestão da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 17/07/2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Dr. Sueli Menelau (Orientadora)

Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Prof. Dr. Nelson da Cruz Monteiro Fernandes (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Prof^ª Dr. Aline Fábila Guerra de Moraes (Examinadora Interna)

Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

À Deus, por tudo que conquistei e por tudo que ainda vou conquistar.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus por tudo que conquistei e por todos os aprendizados.

A minha família, por todo apoio dado nas minhas decisões.

A minha namorada Tauane Flávia, que sempre esteve do meu lado nas mais diversas situações dando apoio e todo suporte necessário.

A minha orientadora Sueli Menelau, por toda orientação, paciência, aconselhamentos e apoio na minha carreira profissional e acadêmica.

A todos as minhas amizades construídas durante minha trajetória acadêmica, essenciais nos melhores e piores momentos.

A toda equipe do Armazém da Criatividade, especialmente Tulio Vasconcelos e Perseu Bastos, que me ofereceram tantas oportunidades para me desenvolver como profissional.

E a todos que de alguma forma contribuíram para minha construção como pessoa e profissional.

A fé na vitória tem que ser inabalável.

Dexter

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar a metodologia empregada no processo de incubação do Armazém da Criatividade em Caruaru e seu impacto para inovação local. Com isto em vista-, traçou-se os seguintes objetivos específicos: (i) delinear as *startups* atendidas pelo modelo de incubação do Armazém da Criatividade; (ii) delinear as fases do processo empreendedor fomentado pelo modelo de incubação do Armazém da Criatividade; (iii) caracterizar o processo de incubação do programa de incubação do Armazém da Criatividade; e (iv) discutir a metodologia do programa de incubação do Armazém da Criatividade. Desta forma, o objeto de estudo foi o Armazém da Criatividade, projeto de interiorização do Porto Digital. Quanto a metodologia foi adotada uma abordagem qualitativa com desenho de pesquisa transversal, os procedimentos técnicos utilizados na pesquisa foram: pesquisa bibliográfica, documental e de campo, com fins descritivos. Foram entrevistadas oito pessoas relacionadas ao processo de incubação, gestoras do Armazém da Criatividade ou das empresas incubadas em estágios diferentes de desenvolvimento. Os resultados encontrados por meio da análise do conteúdo mostram que o Armazém da Criatividade tem cumprido seu papel de agente de inovação em Caruaru, com um processo de incubação estruturado e alinhado ao desenvolvimento das *startups* envolvidas.

Palavras-chave: *Startups*. Inovação. Incubadora de empresas. Empreendedorismo. Processo de incubação.

ABSTRACT

This study aims to analyze the methodology employed in the process of incubation of the Armazém da Criatividade in Caruaru and your impact for local innovation. With this in view, outlined the following specific objectives: (i) outline the startups serviced by the incubation model of the Armazém da Criatividade; (ii) outlining the stages of the entrepreneurial process fostered by the incubation model of the Armazém da Criatividade; (iii) characterise the incubation process the incubation programme of the Armazém da Criatividade; and (iv) discuss the methodology of the programme of the Armazém da Criatividade. In this way, the object of study was the Armazém da Criatividade, design of internalization of Porto Digital. How the methodology was adopted a qualitative approach to research design, the technical procedures used in the research were: bibliographical research, documentary and field, with descriptive purposes. We interviewed eight people related to the incubation process, managers of Armazém da Criatividade or of the incubated companies at different stages of development. The results found by analyzing the contents show that the Armazém da Criatividade has fulfilled your role as innovation agent in Caruaru, with an incubation process structured and aligned the development of startups involved.

Keywords: Startups. Innovation. Business incubator. Entrepreneurship. Incubation process.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fases do Processo Empreendedor	18
Figura 2 – Fases do Empreendedorismo	18
Figura 3 - Estágios de Desenvolvimento de <i>Startups</i>	20
Figura 4 – Modos de Operação de Incubadoras	20
Figura 5 – Foco das Incubadoras	21
Figura 6 – Tipos de Incubadoras	22
Figura 7 – Etapas em um Processo de Incubação	23
Figura 8 – Modelo Conceitual da Pesquisa	25
Figura 9 – Organograma Armazém da Criatividade	26
Figura 10 – Fases do processo de Incubação do Armazém da Criatividade	35

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Perguntas das Entrevistas	28
Quadro 2 – Perfil dos Entrevistados	32

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores

BAM - Brics e Mortar

CAPES – Portal Periódicos Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

EC - Economia Criativa

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MCTIC - Ministério da Ciência Tecnologia Inovações e Comunicação

NBIA – National Business Incubation Association

ONG – Organização Não Governamental

PE – Pernambuco

PIB - Produto Interno Bruto

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

TIC - Tecnologias da Informação e Comunicação

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Contexto da pesquisa	12
1.2	Pergunta condutora	14
1.3	Objetivos	15
1.4	Justificativa	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1	Empreendedorismo	18
2.2	Startups e incubadoras de empresas	21
2.2.1	<i>Processo de incubação</i>	24
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	24
3.1	Tipificação da pesquisa	24
3.1.1	<i>Modelo e variáveis da pesquisa</i>	25
3.2	Descrição do <i>locus</i> da pesquisa	25
3.3	Sujeitos de pesquisa	27
3.4	Instrumento de coleta de dados	27
3.5	Procedimentos de coleta de dados	28
3.6	Aspectos éticos e legais	29
3.7	Análise dos resultados	30
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	31
4.1	Caracterização dos entrevistados	31
4.2	Análise em relação aos objetivos	33
4.2.1	<i>Fases do processo empreendedor fomentado pelo Armazém</i>	33
4.2.2	<i>Processo de incubação do programa do Armazém</i>	34
4.2.3	<i>Metodologia do programa de incubação do Armazém</i>	36
5	CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES	39
	REFERÊNCIAS	41
	APÊNDICE A – ROTEIRO DA ENTREVISTA	45

1 INTRODUÇÃO

Esse Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) aborda as temáticas de incubadoras e *startups* que possuem sua atuação em uma localidade de contexto periférico, a cidade de Caruaru, no interior do estado de Pernambuco (PE). Com isto em vista, o TCC é composto por cinco seções desenvolvidas ao longo de sua estrutura. Nesta primeira seção, Introdução, além do lócus apresentado como o contexto da pesquisa, são expostos os temas que provocam a pergunta condutora do estudo, e em seguida são delineados os objetivos do TCC, para então, ser delimitada a justificativa, tanto teórica quanto empírica, em que está inserida a pesquisa.

1.1 Contexto da pesquisa

No Brasil tem-se um ambiente hostil para fazer negócios (CURADO; CURADO, 2017). Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), pouco mais de 60% das empresas que operam em ambientes tradicionais fecham as portas antes de cinco anos de atividades (IBGE, 2015). No ambiente das *startups*, segundo a Fundação Dom Cabral (2015), em menos de cinco anos 75% destas empresas faliram. Esses dados associados reforçam a fragilidade das *startups* em detrimento das empresas tradicionais. *Startup* é uma empresa que entrega um novo tipo de produto ou serviço, que pode ser reproduzido repetidamente em grande quantidade, sobre condições de incerteza (RIES, 2012). Para a Fundação Dom Cabral (2015), os principais motivos do encerramento das empresas são falta de capital de giro, problemas societários e falta de adaptabilidade. Para tentar contornar esses altos índices de mortalidade citados, foram criadas estruturas como incubadoras, que dão suporte às *startups*.

Segundo dados da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC), o Brasil em 2015 tinha 369 incubadoras que abrigam 2.310 *startups* incubadas e 2.815 *startups* que finalizaram o processo de incubação e foram graduadas (ANPROTEC, 2016). Para que uma *startup* se consolide e apresente lucros e resultados, a estrutura de suporte conhecida como incubadora de empresas possibilita potencializar estes negócios. Para a National Business Incubation Association (NBIA), a incubação é um facilitador para o desenvolvimento do negócio (NBIA, 2003), pois as incubadoras geram um ambiente ideal para o desenvolvimento da ideia, através de assessorias, treinamentos e mentorias em diversas áreas essenciais para o desenvolvimento das *startups*, que dessa forma

podem ter mais chances de não se tornarem uma estatística de mortalidade empresarial (NBIA, 2003).

Lalkaka e Bishop (1996) ressaltam que as incubadoras fornecem também espaço de trabalho a preço acessível e destacam ainda que as incubadoras de bases tecnológicas e os parques tecnológicos são dois mecanismos que apoiam o desenvolvimento e a inovação regional e local, mas que são tratados de forma independente e sem conexão. Segundo a ANPROTEC (2019), parques tecnológicos são espaços criados para estimular a cooperação entre instituições de pesquisa, universidades e classe empresarial. Dessa forma, atuam como promotores de inovação, competitividade e capacitação empresarial, com o objetivo de desenvolver determinada região, além de se criar mecanismos de incubação de empresas inovadoras (ANPROTEC, 2019).

Devido ao crescente número de incubadoras e empresas incubadas a proposta de parques tecnológicos voltou a se fortalecer como alternativa para promoção do desenvolvimento tecnológico, econômico e social a partir do ano 2000 (SOUSA, 2017). A ANPROTEC estima que em 2014 existiam mais de 90 parques tecnológicos espalhados no Brasil, sendo o Porto Digital um dos de mais destaque no país (ANPROTEC, 2015). Localizado no Recife, sua atuação é voltada às áreas de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e Economia Criativa (EC), atuando principalmente nos segmentos de música, fotografia, multimídia, *games* e *design*. O que se verifica é que o Porto Digital se transformou em um dos principais espaços de inovação do país, e foi uma iniciativa entre governo, academia e empresas (PORTO DIGITAL, 2019).

Visando descentralizar as oportunidades, o Porto Digital criou uma unidade avançada na cidade de Caruaru, conhecida como Armazém da Criatividade (PORTO DIGITAL, 2018). O Armazém da Criatividade (doravante Armazém) é uma estrutura especial de suporte à inovação e ao empreendedorismo para diversificar e potencializar a competitividade da economia local, por meio de uma incubadora de empresas, um espaço de trabalho compartilhado, de salas de reunião e de equipamentos a disposição dos usuários. O seu diferencial são os espaços tecnológicos com suporte à projetos nas áreas de moda, economia criativa e tecnologia da informação, e o apoio à produção de trilhas sonoras, ao registro fotográfico e a produção de modelos realistas de produtos com *design* e funcionalidades inovadoras (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2017).

O programa de incubação oferecido no Armazém é destinado a *startups* na área de moda, EC e TIC, que estejam faturando ou não, mas com no mínimo uma versão operacional do produto ou serviço já testados, e com potenciais clientes. Este programa tem duração de um

ano, oferece consultorias, treinamentos, mentoria com profissionais de diversas áreas, infraestrutura de trabalho, apoio à participação em eventos e *networking* com potenciais clientes e investidores (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2017). Na cidade de Caruaru o programa de incubação do Armazém tem um grande impacto, pois ajuda a potencializar negócios que, por sua vez, fortalecem e auxiliam no desenvolvimento da cidade e cidades circunvizinhas.

1.2 Pergunta condutora

No Brasil verifica-se o aumento na taxa de novos empreendedores, onde houve um aumento de 14% para 16,3% entre 2016 e 2017. Esses dados reforçam que o brasileiro continua empreendendo, mesmo em momentos de crise econômica (GEM, 2015). Natsume (2004) destaca que o empreendedorismo surge por necessidade ou por oportunidade, o que impacta diretamente a sobrevivência a longo prazo do negócio. Nesse cenário de crise, a inovação do negócio passa a ser algo importante para a sobrevivência dessa empresa. Vale ressaltar que a inovação não beneficia apenas a empresa e sim a sociedade em geral (REIS, 2008).

Nesse sentido, Minello, Marinho e Bürguer (2017) observam que a inovação é cada vez mais relevante para o desenvolvimento social e econômico das nações, na medida em que, para melhorar e expandir suas estruturas industriais e de exportação, são necessárias providências cuidadosamente elaboradas para estimular atividades de ciência e tecnologia. Numa economia cada vez mais dinâmica e com novos modelos de negócios, surgem novos empreendimentos por meio de *startups* que além de soluções também geram novas tecnologias para um país (OLIVEIRA, 2014). Essas *startups* acabam sendo impulsionadoras para a economia, resolvendo os problemas existentes. Contudo, essas empresas ficam à mercê de estatísticas de alta mortalidade (FUNDAÇÃO DOM CABRAL, 2015).

Visando resolver esse problema, surgem estruturas como incubadoras de empresas. Para o Ministério da Ciência Tecnologia Inovações e Comunicação (MCTIC, 2017) as incubadoras se tornam um mecanismo de estímulo e apoio logístico, gerencial e tecnológico ao empreendedorismo inovador e intensivo, pois possuem o conhecimento necessário para auxiliar na implantação de novas empresas que tenham como objetivo principal de negócio a inovação tecnológica. Dornelas (2002) cita que existem diversos tipos de incubadoras, com diferentes ênfases, focos e modelos de operação. Desde a mais sofisticada com estrutura física e uma gama de serviço a disposição dos empreendedores, até um modelo mais simples, com poucos serviços oferecidos. O modelo de atuação, irá sempre depender das *startups* que as incubadoras irão

atender (ARANHA, 2003). Assim, com base no contexto destacado, propõe-se para esse estudo a seguinte pergunta condutora: Qual é o modelo de incubação adotado no Armazém da Criatividade em Caruaru?

1.3 Objetivos

Com base na problemática delimitada anteriormente estabeleceu-se o seguinte objetivo geral para o trabalho em estudo: Analisar o modelo de incubação do Armazém da Criatividade em Caruaru. E, para auxiliar o seu alcance, objetivos específicos, a seguir, foram determinados:

- delinear as *startups* atendidas pelo modelo de incubação do Armazém da Criatividade;
- delinear as fases do processo empreendedor fomentado pelo modelo de incubação do Armazém da Criatividade;
- caracterizar o processo de incubação do programa de incubação do Armazém da Criatividade; e
- discutir a metodologia do programa de incubação do Armazém da Criatividade.

1.4 Justificativa

São várias as justificativas teóricas e empíricas que podem ser associadas a essa pesquisa. No que se refere a justificativa teórica, primeiramente realizou-se uma busca em 23 de maio de 2019 com os termos “incubadoras de empresas” e “*startups*” nos campos de título e palavras-chave dos textos. O resultado mostrou que há poucas pesquisas no Brasil, já que entre 2010 e 2018 existem apenas 78 textos, entre artigos e teses, disponíveis no Portal Periódicos Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Deste modo verifica-se que ainda há uma necessidade de estudos que aprofundem o debate sobre as metodologias mais utilizadas pelas incubadoras, principalmente com ênfase no processo em delas. Nesse sentido, a justificativa teórica é esboçada no sentido de analisar a literatura sobre as incubadoras de empresas, o processo de incubação e trazer informações atualizadas sobre esse assunto, a fim de amplificar a discussão acerca do tema que ainda é escasso na literatura e com o objetivo de trazer evidências científicas inovadoras e de qualidade.

É inegável a importância das empresas para a economia de um país, pois impulsionam a economia por meio dos tributos e geram empregos, aquecendo o consumo e consequentemente o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) (SEBRAE, 2014). Destaca-

se que a literatura aponta que uma das saídas para vencer a mortandade inicial de um empreendimento é ser uma empresa incubada, pois as vantagens estão relacionadas ao aumento da probabilidade de sucesso da empresa e do reforço da credibilidade da mesma (ver VAREJÃO, 2010). Contudo, uma *startup* apresenta mais dificuldades na continuidade de sua atuação que uma empresa tradicional (RIES, 2012). Assim, avalia-se que a importância empírica desse trabalho se dê pela necessidade de estudar uma forma de iniciativa de fomento, as incubadoras, que dá suporte à inovação e ao empreendedorismo por meio das *startups* à sociedade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Essa fundamentação teórica, segunda seção do trabalho, tem como objetivo apresentar os temas que deram suporte ao entendimento desta pesquisa, e também para a análise e interpretação dos dados obtidos por meio da coleta. Assim, neste capítulo são abordadas as temáticas sobre: empreendedorismo e, por fim, *startups* e incubadoras de empresas.

2.1 Empreendedorismo

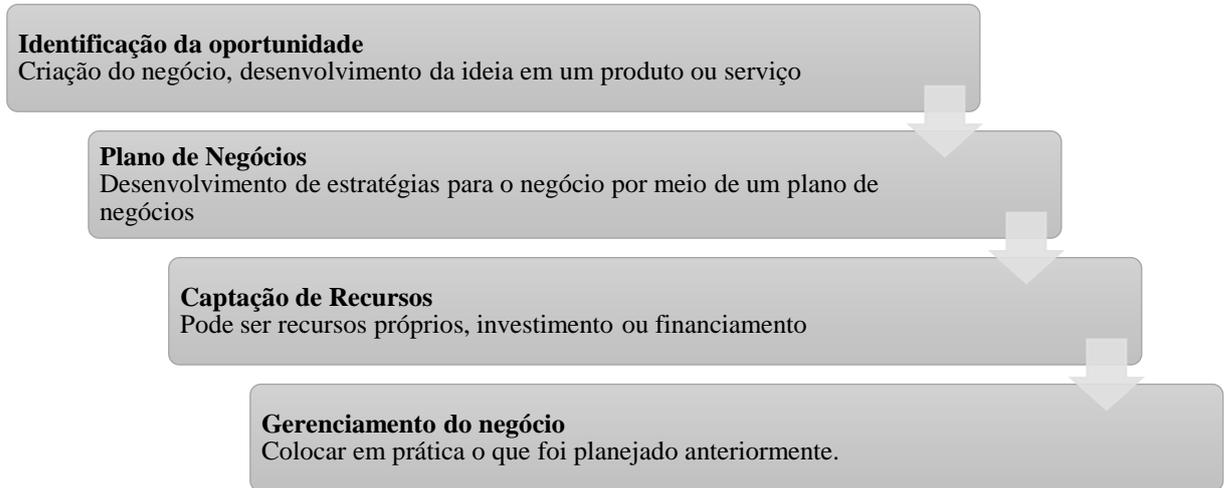
O empreendedorismo existe desde a primeira ação humana inovadora e tem como objetivo melhorar as relações dos homens entre si e com a natureza (CUSTÓDIO, 2011). Segundo Dornelas (2008), desde a idade média o indivíduo que participava ou administrava grandes projetos de produção era chamado de empreendedor, mas esta pessoa utilizava, na maioria das vezes, recursos fornecidos pelo governo do país. O empreendedor da idade média era o clérigo, o indivíduo encarregado das obras arquitetônicas. No século XVII o empreendedor era a pessoa que assumia um contrato com o governo - fixo, no qual quaisquer resultados (lucro ou prejuízo) eram do empreendedor -, para fornecer um produto ou serviço (BISPO et al., 2010).

Atualmente, de acordo com Baggio e Baggio (2014), o empreendedorismo consiste no prazer de realizar com cooperação e inovação, qualquer projeto pessoal ou de uma organização, desafiando de forma constante as oportunidades e os riscos. Na visão de Barreto (1998), o empreendedorismo é a habilidade de constituir um negócio com pouco ou nenhum recurso. Mas, é preciso demarcar que o conceito de empreendedorismo evoluiu ao longo dos tempos, devido as mudanças na economia mundial que vêm tornando-a cada vez mais complexa.

Para Natsume (2004) o empreendedorismo surge por necessidade ou por oportunidade. Na primeira situação está presente a busca pelo aumento da renda, saída do desemprego e reestruturação financeira, o que contribui para o crescimento da informalidade, pois na maioria das vezes os empreendedores não buscam formalizar seus negócios (NATSUME, 2004). Já quando se trata de uma oportunidade, o empreendedor observa uma chance de negócio e começa a empreender. Baggio e Baggio (2014) se alinham ao pensamento de Natsume (2004) e Custódio (2011), e definem que o objetivo do empreendedorismo está na detecção e no aproveitamento de novas oportunidades de negócios, como uma nova forma de utilizar os recursos naturais.

Seja qual for o objetivo, de acordo com Dornelas (2008) o empreendedorismo é dotado de fases que envolvem as suas funções, ações e atividades no processo, sendo comum que uma nova fase comece antes que a outra termine. As fases estão descritas conforme a Figura 1:

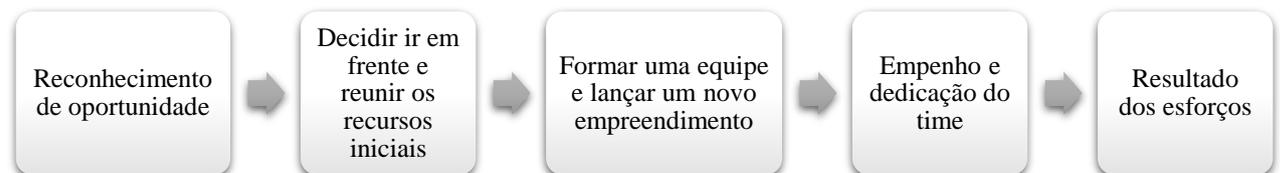
Figura 1 – Fases do Processo Empreendedor.



Fonte: Elaborado com base em Dornelas (2008).

Ainda sobre o processo empreendedor, Baron e Shane (2007) trazem uma visão complementar, abordando em fases, conforme a Figura 2 a seguir:

Figura 2 – Fases do Empreendedorismo.



Fonte: Elaborado com base em Baron e Shane (2007).

Baron e Shane (2007) destacam que na primeira etapa do processo empreendedor se inicia quando os empreendedores reconhecem uma oportunidade que têm o potencial de gerar valor econômico (lucro). Na segunda etapa, destaca-se o prosseguimento da ideia, estudando a viabilidade do produto ou serviço e reunindo recursos como: informações básicas sobre o mercado, e recursos humanos e financeiros. Em seguida tem-se a divisão da equipe para

desenvolvimento do produto ou serviço. Na quarta etapa, ressalta-se o empenho e dedicação da equipe para o sucesso do negócio. Por fim, surgem as recompensas pela dedicação da equipe.

Quando se fala em empreendimentos, aborda-se também os empreendedores e o que pode afetar positivamente e influenciar o resultado final. Segundo Pilleggi (2008), as principais características que determinam o sucesso de um empreendedor são: (i) iniciativa - buscar oportunidades de negócios e tendências no mercado que pretende atuar; (ii) perseverança - resistir às turbulências que o negócio possa apresentar; (iii) correr riscos - arriscar tempo e dinheiro, de modo calculado, por meio de um planejamento; (iv) capacidade de planejamento - criar planos com objetivos para alcançarem as metas; (v) eficiência e qualidade - melhor uso dos recursos à disposição; (vi) rede de contatos - criar relacionamento com outros empreendedores; (vii) liderança - engajar a equipe para maior sinergia na busca dos objetivos.

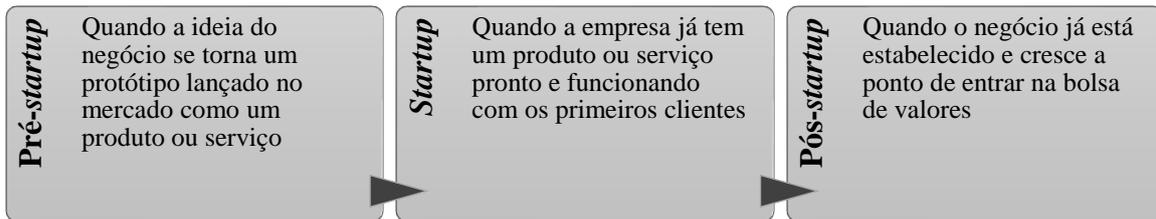
Importante ressaltar também a relação entre o empreendedorismo e as incubadoras de empresas. Nesse sentido, Noro, Capelari e Abbade (2011) afirmam que a incubação é um facilitador do empreendedorismo, já que estas empresas possuem tendências para atuar em mercados que são segmentados e que possuem produtos de agregação tecnológica, caminhos ainda não explorados por grandes empresas. Nesse contexto, esses empreendimentos são vulneráveis e as incubadoras surgem, também, como ferramentas de minimização dos riscos, aos novos empreendimentos (NORO; CAPELARI; ABBADE, 2011).

2.2 Startups e incubadoras de empresas

Gitahy (2016) explica que o termo *startup* já era utilizado nos Estados Unidos desde 1996. No Brasil, entretanto, *startup* passa a ser empregado quando houve o *boom* da Internet, e as empresas começaram a atuar no mercado eletrônico (GITAHY, 2016). Blank (2012) define *startup* como uma empresa temporária que está em busca de um modelo de negócio escalável e repetível, e que atua num ambiente de extrema incerteza, e observa que o principal objetivo de uma *startup* é deixar de ser uma pequena empresa e sair do cenário de incerteza, se tornando uma empresa tradicional consolidada no mercado internacional.

Gihaty (2016) define *startups* como empresas nascentes que estão ligadas ao desenvolvimento de pesquisas, investigações e desenvolvimento de ideias em áreas inovadoras. O autor complementa que uma *startup* sempre está em busca de um modelo de negócio repetível e com possibilidade de escala, atuando na maioria das vezes em condições de extrema incerteza. Dentro desse contexto, as *startups* possuem estágios que, de acordo com Kotova (2014), se dividem em três, conforme a Figura 3:

Figura 3 – Estágios de Desenvolvimento de *Startups*.

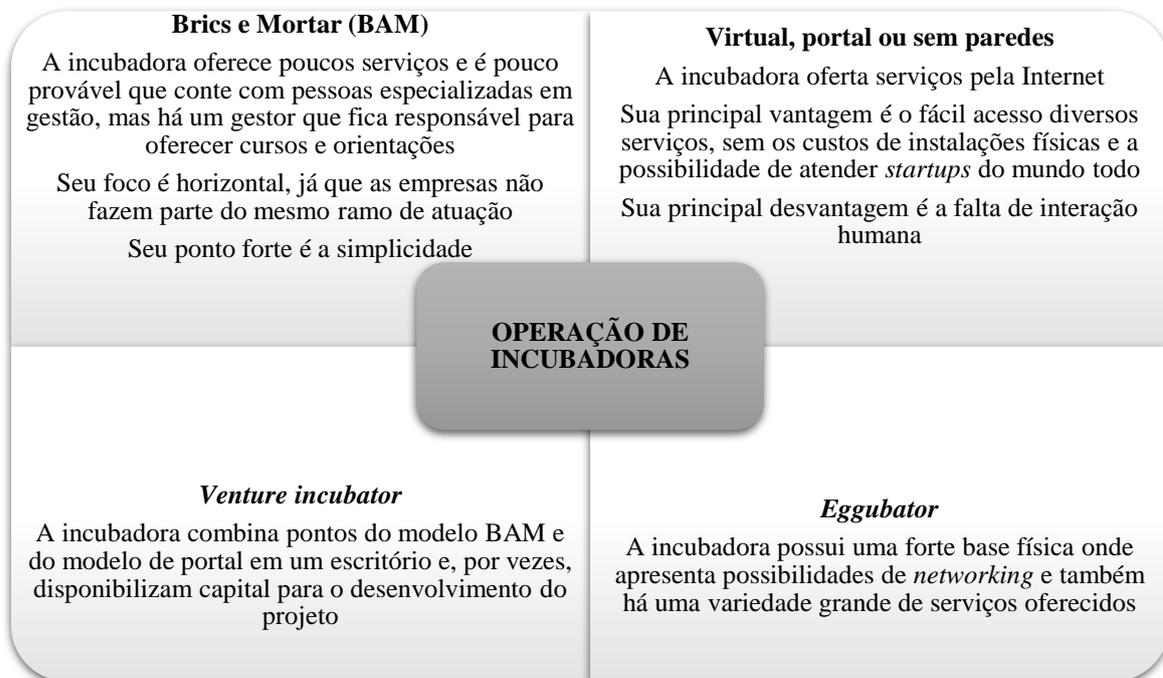


Fonte: Elaborado com base em Kotova (2014).

Para potencializar os estágios de desenvolvimento das *startups* surgem estruturas como incubadoras. Gulotta e McDaniel (1995) definem incubadora como uma instalação na qual negócios novos (ou empreendimentos em crescimento) funcionam em um mesmo local, com um custo mensal reduzido, fornecendo ainda serviços de apoio, assessoria para desenvolvimento de negócios, equipamentos e programas que otimizem o desenvolvimento profissional, técnico e financeiro das empresas.

De acordo com Aranha (2003), o modo de operação das incubadoras determina sua forma de organização e atuação, configurando sua estrutura, suas opções de serviços, suas oportunidades de financiamento, e sua capacidade de firmar alianças externas. Aranha (2003) delimita quatro modos operacionais de atuação das incubadoras, descritos na Figura 4:

Figura 4 – Modos de Operação de Incubadoras.



Fonte: Elaborado com base em Aranha (2003).

É importante ressaltar que, segundo a proposta de Aranha (2003), BAM se refere a incubadoras que atuam de modo mais simples (apresenta poucos serviços), enquanto que atuar

segundo a proposta Eggubator (que conta com estrutura física e variedade de serviços oferecidos) é mais sofisticado. De todo modo, importante ressaltar que o modelo que a incubadora deve seguir será moldado com o foco de *startups* que ela busca atender (ARANHA, 2003). Nesse sentido, ainda segundo Aranha (2003), as incubadoras têm foco de atuação em sete áreas diferentes, conforme a Figura 5:

Figura 5 – Foco das Incubadoras.



Fonte: Elaborado com base em Aranha (2003).

Ainda sobre o foco de atuação das incubadoras, mas sem especificar áreas, Dornelas (2002) cita que o principal objetivo das incubadoras deve ser a produção de empresas de sucesso, em desenvolvimento contínuo, com estabilidade financeira e que sejam competitivas frente a seus concorrentes, após o processo de incubação. Para Dornelas (2002), as incubadoras podem ser de três diferentes tipos, conforme a Figura 6:

Figura 6 – Tipos de Incubadoras.

De Base Tecnológica: é a incubadora que suporta startups cujos produtos ou serviços são resultados de pesquisas aplicadas, e quando a tecnologia representa alto valor agregado

De Empresas dos Setores Tradicionais: é a incubadora que suporta *startups* que atuam nos setores tradicionais da economia, fazem uso de tecnologias difundidas e queiram agregar valor aos seus produtos ou serviços incrementando no nível tecnológico. Essas *startups* devem ter o compromisso de absolver ou desenvolver novas tecnologias

De Empresas Mista: é a incubadora que mistura características dos dois tipos anteriores

Fonte: Elaborado com base em Dornelas (2002).

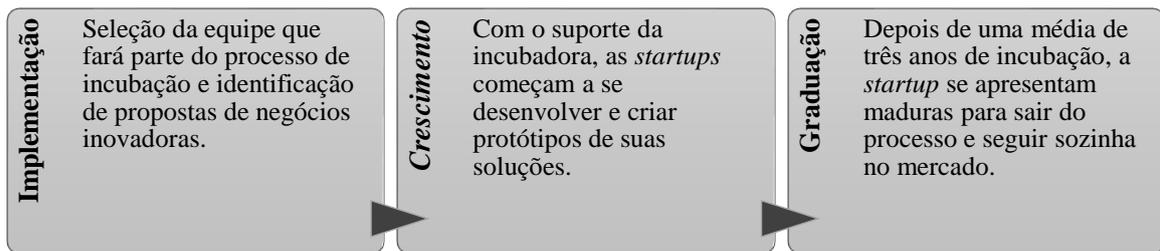
As incubadoras de empresas, assim como os parques tecnológicos, têm realizado um papel importante no cenário da inovação, oferecendo espaços e infraestrutura com o objetivo de promover e facilitar o surgimento e fortalecimento de empresas de base tecnológica (MCTIC, 2017). Nesse contexto, são destacadas incubadoras de base tecnológica, que possuem como objetivo apoiar empresas que apresentam sua atividade produtiva baseada no desenvolvimento de produtos, processos ou serviços inovadores, tendo como base a aplicação sistemática de conhecimentos científicos e a utilização de técnicas avançadas ou pioneiras. Tais empresas têm como principal insumo conhecimentos e informações técnico-científicas (MINELLO; MARINHO; BÜRGUER, 2017).

As incubadoras buscam auxiliar os gestores de empresas a se prepararem melhor por meio do suporte administrativo, financeiro, de estrutura, mercadológico, de captação de recursos, dentre outros, que é disponibilizado às empresas incubadas durante o processo de incubação. No processo de incubação, as incubadoras oferecem subsídios aos empreendedores para que suas características empreendedoras sejam potencializadas, e atividades (palestras, encontros, seminários, *workshops*, cursos) buscando criar condições básicas de estrutura e motivação, desencadeando a construção de um ambiente propício à inovação (ANPROTEC, 2012).

2.2.1 Processo de incubação

Quando se fala em incubadora de empresas, é importante entender como se dá o processo de incubação. Em um contexto de *startups*, Andino (2005) destaca três etapas principais nesse processo, ilustradas na Figura 7:

Figura 7 – Etapas em um Processo de Incubação.



Fonte: Elaborado com base em Andino (2005).

Essas etapas do processo de incubação, geralmente, são coordenadas pela incubadora em conjunto com algumas atividades relacionadas à orientação das *startups*, a saber: (i) conhecimento mais acessível; (ii) acesso mais rápido ao mercado; (iii) redução do custo e do risco de inovação; (iv) criação de conexões empresariais estratégicas; (v) fomento de cultura direcionada para a inovação e o planejamento; (vi) estímulo de procedimentos que visam a competitividade; (vii) acesso a equipamento que representaria um elevado custo fixo para qualquer empresa na fase inicial (podendo até inviabilizar o início de pequenos projetos); e (viii) redução de custos básicos referentes à manutenção, vigilância e limpeza (VAREJÃO, 2010).

Wiggins e Gibson (2003) acrescentam fatores críticos para o sucesso de um processo de incubação: (i) estabelecimento claro de métricas de sucesso (mostrar como e o que mensurar para acompanhar o desenvolvimento durante o processo); (ii) promoção de liderança empreendedora (foco em resolver problemas, foco em resultados e se dedicar a empresa); (iii) desenvolvimento de canais de entregas dos produtos e serviços (entregas durante o processo por parte da incubadora); (iv) criação de um processo seletivo viável; e (iv) facilitação ao acesso de capital para as *startups* incubadas.

Sobre o tempo de permanência de uma empresa em uma incubadora, Dornelas (2002) menciona que os processos de incubação tendem a durar de dois a quatro anos. Por sua vez, Bizzotto (2003) ressalta que depois de (em média) três anos, as *startups* estão aptas a finalizarem o processo e a deixarem a incubadora, estando preparadas para novos desafios e para entrarem no mercado de forma independente.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesse capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados no estudo para a obtenção de dados e sua posterior análise para a pesquisa. Sendo assim, é explanado sobre a tipificação da pesquisa, a definição dos participantes, os instrumentos utilizados e como foi feita a coleta de dados e, por fim, quais técnicas foram empregadas para a análise detalhada do estudo.

3.1 Tipificação da pesquisa

Esta pesquisa tem abordagem qualitativa. Malhotra (2006) cita que uma pesquisa qualitativa parte do estudo de um grupo de pessoas na tentativa de compreender o comportamento dos indivíduos e um padrão. O desenho da pesquisa é transversal, pois segundo Hochman et al. (2005) há um recorte da população entrevistada e descreve uma situação em um momento específico no tempo. Quanto aos procedimentos técnicos empregados, foram três: pesquisa bibliográfica, documental e de campo.

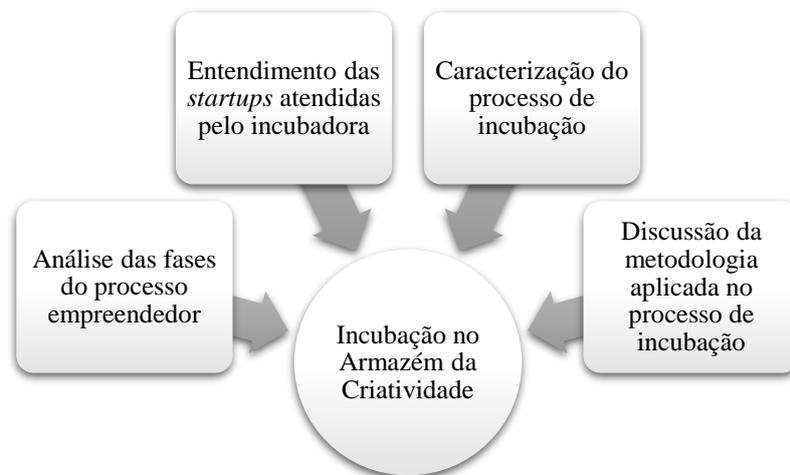
É uma pesquisa bibliográfica porque, segundo Gil (2008), esse tipo de pesquisa é desenvolvido com base em materiais já elaborados. Portanto, foram utilizados livros, artigos científicos e teses como embasamento teórico e depois para respaldar a análise dos dados primários. Essa pesquisa é documental, tendo em vista que, de acordo com Marconi e Lakatos (2010), tem como base documentos, escritos ou não. Os documentos analisados nessa pesquisa foram: o *site* do Armazém da Criatividade, e o modelo conceitual elaborado pelo Porto Digital e seu prospecto de resultados alcançados. Por fim, é de campo pois os dados utilizados para o estudo foram coletados no lugar em que se encontram os sujeitos da pesquisa, ou seja, na cidade onde está localizada o Armazém da Criatividade (BARROS; LEHFELD, 2004).

Quanto ao delineamento de pesquisa trata-se de um estudo descritivo, pois segundo Gil (2008), tem como objetivo observar, analisar e por fim descrever as características de um fenômeno estudado sem entrar no mérito das informações levantadas. Esse tipo de estudo é caracterizado pela utilização de técnicas de coleta de dados como a formulação e aplicação de questionários, entrevistas e observação. As pesquisas descritivas fornecem ainda uma análise sociodemográficas da amostra pesquisada, como foi a situação aqui relatada.

3.1.1 Modelo e variáveis da pesquisa

Considerando o objetivo proposto para a pesquisa, analisar o modelo de incubação do Armazém da Criatividade em Caruaru, elaborou-se um modelo conceitual do TCC que está ilustrado graficamente na Figura 8, apresentada a seguir.

Figura 8 – Modelo Conceitual da Pesquisa.



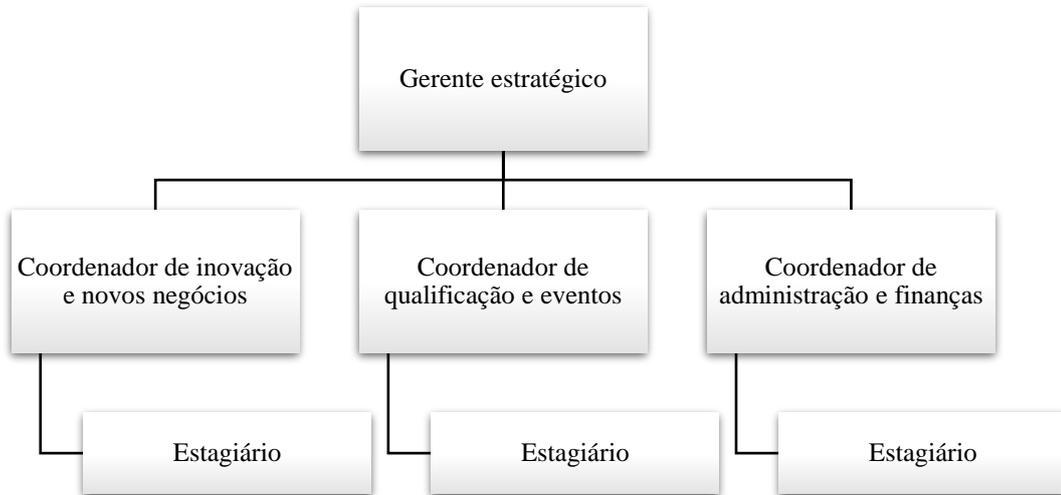
Fonte: Elaboração Própria.

3.2 Descrição do *locus* da pesquisa

O *locus* escolhido para essa pesquisa foi a incubadora do projeto de interiorização do Porto Digital, o Armazém da Criatividade. O Armazém da Criatividade é uma organização social sem fins lucrativos que visa fomentar o empreendedorismo e está em atividade desde 2015. O Armazém da Criatividade foi inaugurado no dia 16 de outubro de 2015 em Caruaru e conta com resultados expressivos em seus quase quatro anos de atividade, como: (i) 158 eventos com 8.796 participantes; (ii) 169 cursos realizados com 2.875 participantes; (iii) 31 empresas instaladas nas salas privativas disponíveis; (iv) atendimento de 138 empresas como usuárias recorrentes dos equipamentos e espaços; (v) 2.195 usos dos equipamentos disponíveis como câmeras, impressoras etc.; e (vi) 310 usuários inscritos no espaço de *coworking*.

O Armazém da Criatividade conta com uma estrutura organizacional enxuta, contando apenas com quatro funcionários e três estagiários, cuja distribuição operacional se comporta hierarquicamente conforme o organograma mostrado na Figura 9:

Figura 9 – Organograma Armazém da Criatividade.



Fonte: Elaboração Própria.

Ainda sobre a Figura 9, destaca-se que o gerente estratégico do Armazém é subordinado diretamente ao controle do Porto Digital. Todas as demais funções necessárias ao funcionamento do Armazém - como manutenção de equipamentos, limpeza, segurança e recepção - são terceirizadas. Destes: (i) três pessoas ficam responsáveis pela manutenção dos equipamentos, terceirados pela empresa Pixeldots; (ii) quatro pessoas cuidam da segurança do espaço, subordinados a empresa Grupo GR; (iii) três pessoas fornecem os serviços de limpeza e na recepção há uma pessoa, sendo funcionários da empresa Adlim. Todas essas funções possuem interação com as *startups* incubadas, seja para auxiliar com agendamentos, seja para fornecer suporte na utilização de algum equipamento disponível no espaço.

Conforme descrito em seu modelo conceitual, a escolha da cidade sede do projeto de interiorização, pressupõe um conjunto de fatores locais que, analisados individualmente e ponderados em seu conjunto, mais pontuam e se aproximam das características apropriadas para este tipo de empreendimento. É o caso de Caruaru, município que possui uma sólida base de ensino superior, uma dinâmica produtiva na área de moda e confecção com relevância nacional e estrutura públicas maduras (GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2014). Outro fator importante utilizado na escolha foi a localização geográfica estratégica de Caruaru no agreste pernambucano, próxima de cidades importantes para o PIB de Pernambuco, como Santa Cruz do Capibaribe e Toritama.

O modelo de gestão e operação do Armazém é de responsabilidade do Porto Digital, e suas áreas de atuação são análogas ao modelo trabalhado no Porto Digital, com foco em TIC e EC, sendo abordados segmentos como *design*, moda, *games*, fotografia, música, cine-vídeo e

animação. Importante ainda ressaltar que as *startups* incubadas no Armazém podem utilizar os espaços e equipamentos disponíveis no Porto Digital em Recife. Essa ação tem o intuito de integrar as *startups* de Caruaru com as de Recife e promover o *networking* entre as empresas.

3.3 Sujeitos de pesquisa

Para Vergara (2000), sujeitos da pesquisa são os indivíduos abordados a fim de coletar as informações que serão utilizadas para a análise dos resultados a ser alcançado. Os sujeitos analisados são os representantes de seis *startups* - duas graduadas, duas que estão sendo incubadas e duas que pretendem incubar no processo deste espaço – e dois funcionários do Armazém, compondo assim quatro grupos de respondentes. Os critérios para escolha das *startups* foram: ter interesse em incubar seu projeto, estar sendo incubado e, por fim, ter se graduado e estar ainda no Armazém. Já a escolha dos respondentes, esta se deu considerando os mesmos por estarem em atuação mais presente ao processo de incubação.

3.4 Instrumento de coleta de dados

Quanto ao instrumento de coleta de dados, o estudo fez uso de um roteiro de entrevista semiestruturada (Apêndice A), aplicado de forma presencial e de maneira flexível, sem seguir rigorosamente a sequência estabelecida no roteiro e gravado, permitindo assim, maior interação entre o entrevistador e os entrevistados (ZANELLA, 2011). Na primeira parte do instrumento é apresentada uma breve descrição da pesquisa e também os aspectos éticos que foram seguidos (ver seção 3.6).

Em seguida, no instrumento, foram apresentadas 11 perguntas, onde buscou-se identificar a percepção dos entrevistados sobre empreendedorismo e sobre a atuação do processo de incubação do Armazém da Criatividade. As perguntas, assim como seu objetivo, são apresentadas no Quadro 1 mostrado a seguir:

Quadro 1 – Perguntas e seus Objetivos.

Nº	PERGUNTA	OBJETIVO
1	Na sua opinião, é preciso ter muitos recursos para iniciar um negócio?	Analisar a percepção dos indivíduos sobre empreendedorismo, fomentado pelo Armazém
2	Na sua opinião, quais são as características que determinam o sucesso de um empreendedor?	
3	Na sua opinião, qual a importância do Armazém da Criatividade para a inovação dos negócios locais e região?	Analisar o processo de incubação do Armazém
4	Na sua opinião, falta algum serviço no processo de incubação do Armazém da Criatividade?	
5	Você acha que o Armazém da Criatividade atua como um facilitador para captação de recursos? Se sim, de que forma?	
6	Você acha que o Armazém da Criatividade atua como um facilitador de contato com outras empresas para contratos? Se sim, de que forma?	
7	Na sua opinião, você acredita que o Armazém da Criatividade contribui para o cenário da inovação da região?	Analisar a percepção dos indivíduos sobre a metodologia da incubadora do Armazém
8	Como é o suporte do Armazém da Criatividade para os gestores das startups?	
9	Que características empreendedoras o Armazém da Criatividade desenvolve nos gestores durante o processo?	
10	O que o Armazém da Criatividade oferece aos gestores durante o processo de incubação?	
11	Na sua opinião, qual os fatores críticos para o sucesso do processo de incubação?	

Fonte: Elaboração Própria

Essas perguntas do Quadro 1 foram aplicadas aos quatro grupos da pesquisa; apenas houve exclusão da pergunta de número 4 para o grupo de pessoas que pretendem incubar, pois avaliou-se que os mesmos não saberiam avaliar negativamente o processo de incubação, por não ter participado do processo. O roteiro também abordou, no terceiro bloco, oito perguntas de caráter sociodemográfico, com vistas a caracterizar os respondentes, mas sem buscar obter informações financeiras-contábeis.

3.5 Procedimentos de coleta de dados

Buscando tornar a pesquisa mais robusta, coletou-se informações de duas fontes distintas, de modo que as informações buscadas para a análise foram estabelecidas empregando-se duas estratégias (YIN, 2001). Na primeira houve levantamento das informações obtidas de duas formas: através de pesquisas bibliográficas a respeito dos temas úteis para a concretização do estudo, abordando conteúdos sobre empreendedorismo, *startups* e incubadoras, sendo assim possível elaborar perguntas para realização da entrevista (ZANELLA, 2001); e através de documentos disponibilizados pelo Porto Digital e Armazém.

Os dados primários foram obtidos por meio da entrevista semiestruturada (conforme explanado na subseção anterior), coletados diretamente com quem tem a informação (GIL, 2008). Para as entrevistas foi necessário um agendamento prévio com os respondentes. As entrevistas foram realizadas pelo próprio pesquisador e aconteceram presencialmente no Armazém e também de forma *online*, com duração de, no máximo, 20 minutos. Estrategicamente as entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas na íntegra, considerando os desvios ocorridos à língua portuguesa, para melhor apuração das respostas.

O processo de coleta de dados primários ocorreu durante três dias no mês de junho de 2019. Dos entrevistados, quatro optaram pela entrevista pessoalmente, que ocorreu no Armazém no dia 11 de junho de 2019. Os outros quatro entrevistados de forma remota no dia 12 e 13 de junho de 2019, onde as respostas foram gravadas pelos entrevistados e, posteriormente, enviadas para o entrevistador.

3.6 Aspectos éticos e legais

Para Ribeiro (2008), ao realizar as entrevistas, devem ser tomado os cuidados éticos necessários, pautando uma relação de confiabilidade entre os sujeitos da pesquisa e o entrevistador, para que desta forma, os sujeitos entrevistados se sintam abertos para responderem aos questionamentos com a máxima fidedignidade quanto a revelação das informações que serão abordados durante o roteiro das perguntas. Desta forma, a parte inicial do roteiro de entrevistas (Apêndice A) explica aos entrevistados o objetivo do estudo, como serão disponibilizados os resultados auferidos e a garantia do anonimato da pesquisa.

Os respondentes das entrevistas foram agrupados e nomeados conforme a categoria que pertencia: grupo 1, equipe do Armazém (E1 e E2), grupo 2, representantes de startups que pretendem incubar seus negócios (E3 e E4), grupo 3, representantes de startups que estão sendo incubadas (E5 e E6), grupo 4, representantes de *startups* que foram graduadas na incubadora do Armazém (E7 e E8). Sobre a divulgação dos nomes, cabe destacar que no TCC os nomes dos respondentes não são usados nas transcrições dos relatos e posteriormente nas análises, apenas os das empresas que eles representam.

3.7 Análise dos resultados

As entrevistas totalizam oito páginas de transcrições. A análise das entrevistas realizadas foi realizada utilizando a técnica de análise de conteúdo, elaborada conforme sequência apontada por Silverman (2009), a saber:

- i. seleção dos dados, já apresentados na seção 3.5;
- ii. amostragem das entrevistas, por meio da seleção dos materiais utilizados (textos, documentos e transcrições das entrevistas) para análise;
- iii. construção da estrutura de análise, a partir da coluna Objetivo do Quadro 1;
- iv. definição das regras da análise;
- v. verificação da confiabilidade da análise, através da revisão da professora orientadora;
- vi. os dados obtidos através das entrevistas foram transcritos e transportados para um quadro elaborado em Word, buscando encontrar elementos que ajudassem a evidenciar os objetivos estabelecidos; e
- vii. comparação das respostas com a literatura.

As informações obtidas das entrevistas, assim como os dados sociodemográficos dos entrevistados, foram analisados e discutidos com base na literatura e são apresentadas na seção a seguir.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O roteiro de entrevistas semiestruturado foi dividido em duas etapas de análise, de forma a atingir os objetivos da pesquisa. A primeira subseção traz a caracterização dos entrevistados apresentando seus dados demográficos. Na categoria seguinte se analisou a percepção dos usuários a cerca de empreendedorismo, e posteriormente sobre sua percepção do Armazém para o cenário de inovação e novos negócios.

4.1 Caraterização dos entrevistados

A caracterização dos respondentes se deu conforme a explicação da subseção 3.6, aqui retomada: o primeiro grupo são entrevistados que trabalham no Armazém, o segundo grupo são respondentes que querem incubar um projeto, o terceiro grupo são pessoas que estão incubando um projeto e o quarto grupo são respondentes que incubaram um projeto. Dessa forma foi elaborado o Quadro 2 com a distribuição e perfis dos entrevistados.

Quadro 2 - Perfil dos Entrevistados.

CARACTERÍSTICAS	EQUIPE DO ARMAZÉM		PRETENDEM INCUBAR		ESTÃO INCUBANDO		FORAM GRADUADOS	
	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino	Feminino	Masculino	Masculino	Feminino
Sexo	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino	Feminino	Masculino	Masculino	Feminino
Idade	33 anos	28 anos	21 anos	31 anos	32 anos	19 anos	41 anos	24 anos
Grau de escolaridade	Doutorado completo	Pós-graduação completa	Superior incompleto	Pós-graduação completa	Pós-graduação completa	Superior incompleto	Superior incompleto	Superior completo
Estado civil	Solteiro	Solteiro	Solteiro	Solteiro	Divorciada	Solteiro	Casado	Casada
Ramo da empresa	Organização Não Governamental (ONG)	ONG	Entretenimento	Tecnologia	Educação	Educação	Tecnologia	Moda
Função na empresa	Gestão estratégica	Inovação e novos negócios	Diretor	Engenheiro de <i>software</i>	Administradora	Diretor	Comercial	Diretora
Tempo de atividade	3 anos	3 anos	4 anos	2 anos	2 anos	2 anos	2 anos	2 anos e 8 meses
Quantidade de funcionários	10 pessoas	10 pessoas	10 pessoas	7 pessoas	1 pessoa	12 pessoas	3 pessoas	4 pessoas

Fonte: Elaboração Própria

Como foi visto anteriormente no Quadro 2, 75% dos entrevistados são do sexo masculino, com a faixa etária entre 19 e 41 anos, sendo que nos respondentes das *startups* três com o ensino médio completo e três com ensino superior completo, apresentando diversidade nas áreas de atuação das empresas. Um ponto interessante a ser destacado é que as empresas analisadas apresentam pouco tempo de atuação, com no máximo quatro anos de atividade, o que significa dizer que são empresas jovens.

De acordo com a chamada de novos negócios do Armazém, os projetos selecionados para o programa de incubação deveriam ser de TIC e EC, nas seguintes áreas: (i) desenvolvimento de *software*; (ii) desenvolvimento de *games* e artefatos de animação; (iii) *design* de produto, *toy art*, gráfico e de moda; e (iv) editorial de moda (PORTO DIGITAL, 2018). Entre as *startups* percebe-se que se enquadram nas especificações, pois trabalham com aplicativos de informações médicas e de negociação entre atacadistas e lojistas, e estúdio de criação de editoriais de *design* de moda. Ressalta-se, portanto, que as *startups* estão atuando dentro do que o Armazém pretende, ou seja, nas áreas de TIC e EC.

4.2 Análise em relação aos objetivos

Como anunciado essa subseção traz a análise das entrevistas com base no referencial teórico adotado. Assim, subdividiu-se em tópicos que tornassem mais evidentes as categorias levantadas de análise.

4.2.1 Fases do processo empreendedor fomentado pelo Armazém

Buscando identificar as fases do processo empreendedor com os indivíduos entrevistados, foram analisadas as questões 1 e 2 (Quadro 1). Na literatura, tem-se que empreendedorismo é a habilidade de iniciar um negócio com o mínimo de recursos disponíveis (BARRETO, 1998). Essa afirmação pode ser constatada com a fala dos entrevistados, havendo concordância entre os oito entrevistados com esse ponto de vista, conforme os destaques a seguir:

“Acredito que não, depende do modelo de negócio, vale mais a ideia e criatividade para colocar em prática” (E1).

“Não acho que sejam necessários muitos recursos para iniciar um negócio, porém é preciso muita atenção, conhecendo o negócio, o seu público, etc.” (E5).

“Não de jeito nenhum eu acho que só um recurso que se precisa ter é tempo, que é um recurso caro, é preciso haver dedicação” (E7).

Verifica-se que há concordância entre os entrevistados E1, E5 e E7 de que ter recursos é um requisito básico para iniciar um negócio. De acordo com Pilleggi (2008), o sucesso do empreendedor é definido por características como iniciativa, perseverança, coragem, capacidade de planejamento, eficiência, contatos e liderança. Além destas características, os entrevistados também destacaram:

“Determinação, resiliência e criatividade. Esses três fatores juntos você pode ter uma junção para ter êxito” (E1).

“Foco, persistência e pensamento analítico” (E4).

“Resiliência, definição de metas, acompanhamento sistemático da empresa” (E7).

Houve similaridade entre as respostas dos entrevistados, com características parecidas com a destacada na literatura e também a adição de outras, como determinação.

4.2.2 *Processo de incubação do programa do Armazém*

As informações contidas nesta categoria, buscam avaliar o processo de incubação do Armazém. Gihaty (2016) define *startups* como empresas ligadas ao desenvolvimento de ideias em áreas inovadoras. Dessa forma, foi questionada a importância do Armazém para inovação dos negócios locais e região. Obteve-se respaldo positivo nas respostas dos entrevistados em relação a este impacto, destacando-se:

“Inovação se faz por meio de conexões entre pessoas, no Armazém você consegue isso” (E2)

“Sim, por ser uma vitrine e reunir muitos empreendedores de diversas áreas” (E4).

“O Armazém desperta através dos seus programas, de suas mentoria através de tudo que ele oferece ao empreendedor. Isso desperta uma busca por inovação e qualificação e fomento real da economia” (E5).

A concordância de todos os entrevistados é um respaldo interessante ao processo de incubação do Armazém, principalmente pelo fato de que o espaço é fruto de uma política pública. Foi analisada também se os entrevistados sentiam a ausência de algum serviço na incubadora do Armazém. O objetivo foi determinar o modo de operação da incubadora determinando sua forma de organização e atuação, conforme preconiza Aranha (2003). Entre os *feedbacks* dos entrevistados, ressalta-se:

“O processo poderia considerar o perfil e momento de vida do empreendedor. Fazemos isso de uma maneira intuitiva. Ele poderia ser mais curto e mais intenso, e também mais integrado com os outros ambientes” (E2).

“Ausência de conteúdo de *marketing*” (E6).

“Senti falta de pessoas na área de moda para troca de experiência” (E8).

Um item interessante abordado pelos entrevistados do Armazém é a sugestão de redução de tempo durante o processo, respaldado pelos documentos analisados: o processo hoje tem uma duração de um ano (PORTO DIGITAL, 2018). Entretanto, essa sugestão vai contra o que foi encontrado na literatura sobre o período ser de dois a três anos como sugestão de tempo ideal de um processo de incubação (BIZZOTTO, 2003).

Foi abordado também se o Armazém atua como um facilitador para captação de recursos financeiros, já que a ANPROTEC (2012) ressalta que durante o processo de incubação é dado apoio tecnológico, financeiro, mercadológico, de captação de recursos, dentre outros. Entre os entrevistados, duas pessoas não sentiram esse suporte por parte do Armazém, e as demais disseram que a incubadora auxiliava por meio de exibição da empresa e pelo *networking* promovido dentro do espaço.

Nessa mesma linha foi questionado se o Armazém atua como facilitador de contratos entre as *startups* com outras empresas. A resposta obtida, novamente, advinda de apenas duas pessoas que informaram que não fecharam contratos; os demais entrevistados conseguiram e ressaltaram o *networking* no espaço contribuiu para isso. Esse achado reforça o material das propagandas do espaço (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2017). Importante ressaltar que o programa de incubação do Armazém não tem o intuito de fornecer recursos financeiros (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2017), mas o *networking* do espaço acaba trazendo essa possibilidade.

Quanto ao cenário de inovação local, incubadoras de empresas possuem um papel importante neste cenário, oferecendo espaços e infraestrutura com o objetivo de promover e facilitar o surgimento e o fortalecimento de empresas de base tecnológica (MCTIC, 2017). Dessa forma, questionou-se aos entrevistados a visão deles sobre esse papel, e se sobressai na fala dos entrevistados a importância do Armazém:

“Sim, pela conexão entre problemas, pessoas, universidades, mercado e governo” (E2).

“Sim, pois os empresários eram muito fechados para inovação, e achavam que era algo muito complexo. O Armazém mostra o contrário por meio de seus programas” (E3).

“Sim, pois o espaço encanta e atrai pessoas, criando assim *networking*” (E4).

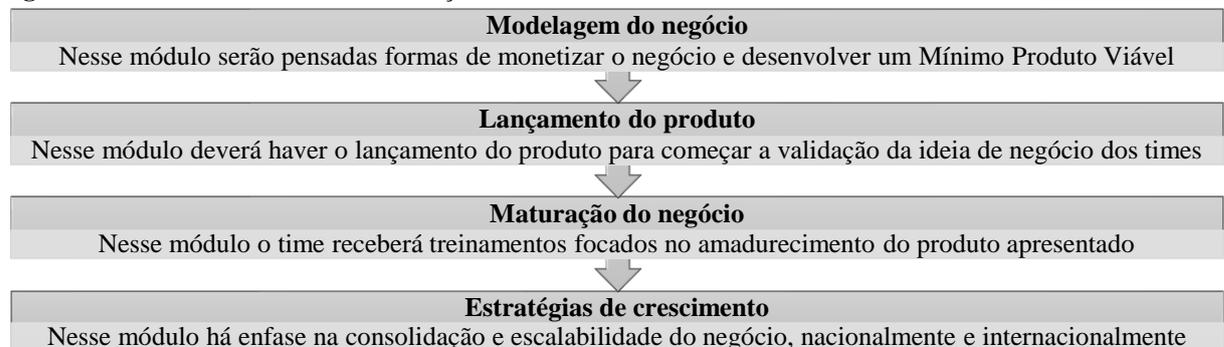
Houve concordância nas respostas de que o Armazém desempenha um papel importante para o fomento de inovação da região. Outro ponto interessante a ser ressaltado é a conexão entre a academia, o governo e o mercado, que foi também destacado como disseminador de inovação principalmente pelos entrevistados que trabalham na incubadora.

4.2.3 Metodologia do programa de incubação do Armazém

Por fim, buscou-se entender e discutir a metodologia do programa de incubação do Armazém, cujo foco reside na área de empresas de base tecnológica. O modelo de incubação do Armazém pode ser classificado como *Eggubator*, que segundo Aranha (2003), oferece uma gama de serviços, parcerias com entidades do governo, academia e mercado, além de uma instalação física com suporte de diversos maquinários (PORTO DIGITAL, 2018).

O processo de incubação do Armazém tem duração total de um ano, sendo este dividido em quatro módulos de três meses cada, a saber: modelagem do negócio, lançamento do produto, maturação do negócio e estratégias de crescimento. O processo é ilustrado na Figura 10:

Figura 10 – Fases do Processo de Incubação do Armazém.



Fonte: Elaborado a partir de Armazém da Criatividade (2019).

É importante ainda chamar a atenção que a literatura indica um período maior de processo de incubação com vistas a tornar as empresas mais bem-sucedidas e com menos riscos de insucesso ao saírem dele. A exemplo, Dornelas (2002) menciona que os processos de incubação devem durar de dois a quatro anos e Bizzotto (2003), por sua vez, destaca que depois de, em média três anos, é que as empresas estão aptas para entrarem no mercado de forma independente.

A ANPROTEC (2012) ressalta que durante o processo de incubação devem ser oferecidas atividades (palestras, encontros, seminários, *workshops*, cursos). Verificou-se que durante o processo de incubação do Armazém os participantes recebem mentoria, assessorias,

consultorias, treinamentos, apoio a participação em eventos nacionais e internacionais, acesso à infraestrutura da incubadora, conexões relevantes e presença em um ambiente de inovação (PORTO DIGITAL, 2018). Quando perguntado aos entrevistados como é o suporte para os gestores, foram ressaltados:

“Através de treinamentos, mentorias etc.” (E1).

“O acompanhamento na incubadora, existe acompanhamento quinzenal de mentores e de consultoria na área de gestão, jurídica e contábil e apoio na área de marketing e tecnologia” (E2).

“Há um acompanhamento semanal e por vezes diário, mas os gestores das *startups* precisam demandar a necessidade” (E6).

No processo de incubação, as incubadoras oferecem subsídios aos empreendedores para que suas características empreendedoras sejam potencializadas (ANPROTEC, 2012). Dessa forma, questionou-se as características empreendedoras desenvolvidas durante o processo de incubação no Armazém:

“Gestão, controle de processos e inovação” (E1).

“Entender melhor o seu negócio e também o foco no seu negócio” (E3).

“Postura, conduta e desenvolvimento de uma visão de negócios” (E6).

Esse respaldo obtido nas respostas reforça que a formação recebida pelo Armazém não fica restrita a *startup* incubada, e se estende aos empreendedores que participam do processo. Ou seja, todo o conhecimento adquirido por meio do processo de incubação do Armazém é aplicável para novos negócios que por ventura esses empreendedores venham a ter.

Ainda segundo a ANPROTEC (2012), as incubadoras devem buscar disponibilizar aos empreendedores apoio tecnológico, financeiro, mercadológico, de captação de recursos, dentre outros. Questionou-se assim o que é oferecido aos gestores pelo Armazém durante o processo de incubação e destacaram-se as seguintes respostas:

“Mais de 300 horas de consultoria na área de gestão, jurídica e contábil. Acesso 24 horas, laboratórios disponíveis, acompanhamento diário e integração com os outros serviços como o *coworking*, empresarial que podem gerar novos negócios e novos produtos” (E2).

“Oferece treinamentos, consultorias, mentorias, palestras e estrutura do Armazém da Criatividade” (E3).

“Laboratórios gratuitos, mentorias, consultorias, treinamentos e acompanhamento” (E8).

Retomando a literatura, Wiggins e Gibson (2003) destacam como fatores críticos para o sucesso de um processo de incubação: (i) estabelecimento claro de métricas de sucesso; (ii) promoção de liderança empreendedora; (iii) desenvolvimento de canais de entregas dos produtos e serviços; (iv) criação de um processo seletivo viável; e (v) facilitação ao acesso de capital para as *startups* incubadas. Dessa forma, buscou-se apreender a percepção dos entrevistados sobre os fatores de sucesso do processo de incubação, tendo sido ressaltado:

“Presença no processo do início ao fim e aproveitar o *networking* e espaço disponível” (E3).

“O tempo de dedicação ao negócio e as equipes com mais garra” (E7).

O Importante destaque a ser dado nessas respostas é que a literatura consultada indica mais foco no processo de incubação como fator crítico de sucesso, entretanto, os entrevistados ressaltaram motivação pessoal dos indivíduos que participam do processo como o maior fator crítico de sucesso.

5 CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Este capítulo apresenta as conclusões da pesquisa realizada, levantando também suas limitações e as sugestões para pesquisas futuras. A partir do estudo, pôde ser concluído que o papel do Armazém para a inovação local de Caruaru vem sendo cumprido. Foram confrontadas oito visões diferentes para entender e assim se ter uma visão fidedigna do assunto. Seguindo atingir os objetivos estabelecidos na pesquisa, verificou-se que os entrevistados concordaram que não é necessário ter muitos recursos para iniciar um negócio, o que corrobora o que está disponível na literatura.

Já sobre os fatores de sucesso do empreendedor, novamente houve concordância com a literatura e adição de algumas características por meio dos entrevistados. Sobre o papel do Armazém para o fomento e a manutenção da inovação local e da região, os entrevistados concordaram que a incubadora desempenha esse papel por meio de conexão entre academia, governo e mercado, e também pelos programas oferecidos pelo espaço, que fortalecem a área de EC e TIC da região.

No delineamento das *startups*, conseguiu-se comprovar a concordância com o perfil que é requerido no edital do Armazém (PORTO DIGITAL, 2018), que sejam *startups* na área de TIC e EC. Partindo para a análise da incubadora do Armazém, observou-se inicialmente pontos passíveis de melhorias. Nesse sentido os entrevistados enfatizaram a ausência de conteúdo na área de *marketing* e vendas, e demandaram maior visibilidade dos incubados durante o processo.

Um ponto de destaque foi a sugestão de um modelo de incubação por parte do Armazém com menos tempo, o que vai contra o indicado pela literatura (BIZZOTTO, 2003). Outro resultado que também vai contra o que a literatura sugere foi que os entrevistados enfatizaram que a incubação poderia estar mais voltada à formação para os empreendedores e não para a *startup*. Em contraponto, avaliaram positivamente a oferta de serviços e apoio durante o processo de incubação disponibilizado pelo Armazém, alinhando-se ao que a literatura aponta como relevante e enriquecedor a uma *startup*.

Em resumo, avalia-se que as informações trazidas nesse estudo se fazem importantes, pois apresenta uma iniciativa pública relevante ao desenvolvimento de inovação em Caruaru, além de esclarecimentos sobre a metodologia empregada no processo de incubação do Armazém. Como limitadores da pesquisa, assim como em qualquer outro estudo, foi o pouco

tempo para coleta de dados primários, e dificuldade em encontrar pessoalmente os entrevistados.

Para sugestão de futuro trabalho indica-se um estudo de caso com as *startups* que passaram pelo processo de incubação do Armazém e continuam suas atividades de forma autônoma. Acredita-se que essa análise é importante para o entendimento dos fatores que levaram à sua continuidade e assim ser possível traçar um paralelo e um novo pressuposto de temporalidade entre o modelo adotado pelo Armazém e das demais incubadoras.

REFERÊNCIAS

ANDINO, B. **Impacto de incubação de empresas**: capacidades de empresas pós-incubadas e empresas não-incubadas. 2005. 215p. Dissertação (Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES. **Estudo, análise e proposições sobre as incubadoras de empresas no Brasil** - Relatório Técnico. Brasília: ANPROTEC, 2012.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES. **Vencedores do Prêmio Nacional**. 2015a. Disponível em: <http://anprotec.org.br/site/premio-nacional/vencedores-do-premio-nacional/>. Acesso em: 05 nov. 2018.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES. **Manual de Implantação do CERNE**. 2015b. Disponível em: http://anprotec.org.br/Relata/Anprotec_Cerne_ManualdeImplantacao2015_2.pdf. Acesso em: 12 dez. 2018.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES. **Estudo de impacto econômico**: segmento de incubadora de empresas do Brasil. 2016. Disponível em: http://www.anprotec.org.br/Relata/18072016%20Estudo_ANPROTEC_v6.pdf. Acesso em: 12 dez. 2018.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES. **Sobre a ANPROTEC**. 2019. Disponível em: <http://anprotec.org.br/site/sobre/>. Acesso em: 25 fev. 2019.

ARANHA, J. **Modelos de incubadoras**. Rio de Janeiro: Instituto Gênese para Inovação e Ação Empreendedora-Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2003.

ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE. **Página institucional**. 2018. Disponível em: <http://www.armazemdacriatividade.org/#caruaru>. Acesso em: 02 out. 2018.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**. Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014,

BARON, R. A.; SHANE. S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

BARRETO, L. P. **Educação para o Empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresa da Universidade Católica de Salvador, 1998.

BARROS, A. J. P.; LEHFELD. N. A. S. **Projeto de pesquisa**: propostas metodológicas. Petrópolis: Vozes, 2004. 128p.

- BISPO, C. S. et al. **Empreendedorismo e inovação**. 2010. Disponível em: http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf. Acesso em: 15 abr. 2019.
- BIZZOTTO, C. E. N. **O Processo de Incubação**. Brasília: InfoDev Incubator Support Center (iDISC), 2003.
- BLANK, S.; DORF, B. **The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company**. Pescadero: K & S Ranch, 2012.
- BRASIL. **Legislação Informatizada - LEI Nº 10.973, DE 2 DE DEZEMBRO DE 2004 - Publicação Original, Câmara dos Deputados**.
- CURADO, M.; CURADO, T. Ambiente de negócios e crescimento econômico brasileiro. In: Encontro Nacional de Economia, 45, 2017, Natal. **Anais...** Natal: ANPEC, 2017.
- CUSTÓDIO, T.; P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. 2011. 61p. Monografia (Administração) - Centro Universitário Católico Salesiano, Lins, 2011.
- DORNELAS, J. C. A. **Planejando incubadoras de empresas: como desenvolver um plano de negócios para incubadoras**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FUNDAÇÃO DOM CABRAL. **Causa da mortalidade das startups brasileiras: como aumentar as chances de sobrevivência no mercado**. 2015. Disponível em: <https://www.fdc.org.br/conhecimento/publicacoes/artigo-29767>. Acesso em: 23 out. 2018.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2017**. Curitiba: IBQP, 2017.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GITAHY, Y. **O que é uma startup?**. 2016. **Exame.com**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 05 nov. 2018.
- GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO. **Programa de interiorização dos Armazéns da Criatividade**. Recife: Governo do Estado de Pernambuco, 2014.
- GULOTTA, C.; McDANIEL, G. A regional incubator program: the case of the northeast Mississippi business incubation system. **Economic Development Review**, fall, 1995.
- HOCHMAN, B. et al. Desenhos de pesquisa. **Acta Cirurgica Brasileira**. São Paulo, v. 20, n. Suppl. 2, p. 02-09, 2005.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa demografia das empresas, 2015**. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 16 set. 2018.

KOTOVA, M. V. The theoretical and methodological basis of startups valuation. **Економіка: реалії часу**, v. 11, n. 1, p. 107-112, 2014.

LALKAKA, R.; BISHOP, J. **Business incubator in economic development: an initial assessment in industrializing countries**. Nova York: United Nations Programme, 1996.

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

MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MINELLO, I. F.; MARINHO, E. S.; BÜRQUER, R. E. Processo de incubação como estimulador de inovação: um estudo com empresas incubadas de bases tecnológicas. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, Florianópolis, v.10, n. 3, p. 3-26, set./dez. 2017

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES. **Incubadoras de empresas**. Disponível em:

http://www.mctic.gov.br/mctic/opencms/tecnologia/SETEC/paginas/ambientes_inovadores/_e_mpresas/Incubadoras_de_Empresas.html. Acesso em: 25 abr. 2019.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Suplemento inovação tecnológica**. Programa de Expansão da Educação Profissional, 1998.

NATIONAL BUSINESS INCUBATION ASSOCIATION (NBIA). **What is business incubation?** Disponível em: <http://www.nbia.org>. Acesso em: 02 out. 2018.

NORO, G. B.; CAPELARI, N.; ABBADE, E. B. Incubadoras tecnológicas e o apoio ao empreendedorismo. In: VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 8, 2011. Anais... Resende: Associação Educacional Dom Bosco, 2011.

OLIVEIRA, C. D. **Modelo de negócios inovadores, em plataformas virtuais e orientado para sustentabilidade: uma abordagem do design como processo**. 2014. 173p. Dissertação (*Design*) - Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

PILLEGGI, M. V. As principais características de um empreendedor de sucesso. **Pequenas Empresas e Grandes Negócios**. Disponível em:

<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI115383-17189,00-AS+PRINCIPAIS+CARACTERISTICAS+DE+UM+EMPREENDEDOR+DE+SUCESO.html>. Acesso em: 02 jun. 2019.

PORTO DIGITAL. **Site institucional**. 2018. Disponível em:

<http://www.portodigital.org/parque/o-que-e-o-porto-digital>. Acesso em: 02 out. 2018.

PORTO DIGITAL. **Iniciativa privada, governo e universidades**. 2019. Disponível em:

<http://www.portodigital.org/parque/o-que-e-o-porto-digital/iniciativa-privada-governo-e-universidades>. Acesso em: 25 fev. 2019.

REIS, D. R. **Gestão da inovação tecnológica**. 2. ed. Barueri: Manole, 2008.

- RIBEIRO, E. A. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. **Evidência: Olhares e Pesquisa em Saberes Educacionais**. Araxá, v. 4, n. 4, p. 129-148, 2008.
- RIES, E. **A startup enxuta**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como obter financiamento para sua startup**. 2012. Disponível em: [http://www.sebraepr.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Cartilha%20Startup%20\(2\).pdf](http://www.sebraepr.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Cartilha%20Startup%20(2).pdf). Acesso em: 23 out. 2018
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresasgeram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 13 de mar. 2019.
- SILVERMAN, D. **Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- VAREJÃO, H. **Um novo modelo de incubação: a importância da cooperação universidade-incubadora: caso da IEBT**. 2013. 91f. Dissertação (Engenharia) - Universidade do Porto, Porto, 2013.
- VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- WIGGINS, J.; GIBSON, D. V. Overview of US incubators and the case of the Austin Technology Incubator. **Entrepreneurship and Innovation Management**, Austin, v. 3, n. 1/2, p. 56-66, 2003.
- YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2. ed. São Paulo: Bookman, 2001.
- ZANELLA, L. C. H. **Metodologia da pesquisa**. 2. ed. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2011.

APÊNDICE A – ROTEIRO DA ENTREVISTA

PESQUISA

Senhor(a),

Sou aluno do curso de Graduação em Administração e estou elaborando uma pesquisa acadêmica pela Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste, Núcleo de Gestão -, que abrange a análise de modelos de incubadoras, com ênfase na incubadora do Armazém da Criatividade e gostaria de obter informações, segundo seu ponto de vista. Esta pesquisa tem por finalidade dar subsídios técnico-científico ao meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Esta entrevista está direcionada a funcionários do espaço Armazém da Criatividade e a participantes do processo de incubação. As informações obtidas com as respostas aos questionamentos serão analisadas desconsiderando-se a identificação dos respondentes, tendo em vista a manutenção do sigilo e do anonimato da pesquisa. Solicito também que seja respondido o perfil socioeconômico para melhor subsidiar a pesquisa. Destaco que os dados serão usados exclusivamente para a elaboração do TCC e sua posterior publicação em revista científica. A divulgação dos resultados poderá ser solicitada diretamente aos pesquisadores responsáveis.

Sinta-se à vontade para dar suas opiniões lembrando que suas respostas ficarão anônimas e serão mantidas em sigilo. Não há respostas certas nem erradas, logo o que importa é sua percepção. Importante destacar que sua participação é voluntária, não é necessário se identificar, e os dados serão tratados de forma agrupada (sem qualquer identificação individual). O tempo previsto para responder é de 20 minutos. Irei gravar a entrevista apenas para facilitar a transcrição, ou o senhor pode redigir suas respostas e me enviar posteriormente, ou ainda posso redigir as respostas para o senhor.

Sua participação é valiosa e por isso agradecemos pela sua contribuição. Se desejar receber outras informações sobre a pesquisa envie uma mensagem para matfrs@gmail.com. Muito obrigada pela sua colaboração!

Matheus Ferraz Rodrigues da Silva,
Graduando em Administração na UFPE

Sueli Menelau,
Professora do Núcleo de Gestão da UFPE

- 1) Na sua opinião, é preciso ter muitos recursos para iniciar um negócio?
- 2) Na sua opinião, quais são as características que determinam o sucesso de um empreendedor?
- 3) Na sua opinião, qual a importância do Armazém da Criatividade para a inovação dos negócios locais e região?
- 4) Na sua opinião, falta algum serviço no processo de incubação do Armazém da Criatividade?
- 5) Você acha que o Armazém da Criatividade atua como um facilitador para captação de recursos? Se sim, de que forma?
- 6) Você acha que o Armazém da Criatividade atua como um facilitador de contato com outras empresas para contratos? Se sim, de que forma?
- 7) Na sua opinião, você acredita que o Armazém da Criatividade contribui para o cenário da inovação da região?
- 8) Como é o suporte do Armazém da Criatividade para os gestores das *startups*?
- 9) Que características empreendedoras o Armazém da Criatividade desenvolve nos gestores durante o processo?
- 10) O que o Armazém da Criatividade oferece aos gestores durante o processo de incubação?
- 11) Na sua opinião, qual os fatores críticos para o sucesso do processo de incubação?

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

12) Gênero: () Masculino () Feminino

13) Idade: _____

14) Grau de escolaridade:

Fundamental completo Médio completo Superior incompleto Superior completo Pós graduação completa Mestrado completo Doutorado completo

15) Estado civil: Solteiro(a) Com cônjuge/ companheiro(a)

16) Qual a sua função na empresa? _____

17) Quanto tempo de atividade a empresa possui? _____

18) Qual é a finalidade da empresa? _____

19) Quantas pessoas estão na equipe da empresa? _____