

**UMA ANÁLISE DAS CONTRIBUIÇÕES DO EMPREENDEDORISMO, DAS
INCUBADORAS TECNOLÓGICAS E DA INOVAÇÃO NA CRIAÇÃO DE
STARTUPS**

Lorrayne Prislely Resende Mendes¹

Cássio Raimundo Valdisser²

RESUMO:

O propósito deste artigo era identificar e apresentar um levantamento de dados bibliográficos sobre uma análise das contribuições do empreendedorismo, das incubadoras tecnológicas e da inovação na criação de *startups*. As metodologias utilizadas são a pesquisa bibliográfica, realizada a partir de material já divulgado, e a pesquisa explicativa no qual ela teoriza o assunto, e explica as causas e os métodos utilizados no tema abordado. Obteve como resultado que o empreendedorismo como um conjunto de pessoas empreendedoras que possuem boas ideias, e que são capacitadas para criar um próprio negócio, e é a partir destas pessoas que as empresas se diferenciam e se tornam empresas de sucesso. A inovação é vista como a mais importante para se manter no mercado. As incubadoras tecnológicas, por sua vez, têm o objetivo de reunir empreendedores, afim de criar novas ideias e transformá-las em oportunidade de negócios. Já as empresas *startups* são aquelas empresas desenvolvidas, capazes de crescer em pouco tempo, onde buscam soluções para outras empresas, ou apresentam produtos/serviços.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Inovações; *Startups*.

ABSTRACT:

The purpose of this article is to identify and present a bibliographic data survey about an analysis of the contributions of entrepreneurship, technological incubators and innovation in startup creation. The methodologies used are: bibliographical research based on previously published material; and also explanatory research, in which theorizes the subject, and explains the causes and methods used in the topic approach. The result was entrepreneurship as a set of entrepreneurial people who have good ideas, and who are capacitated to create their own business, and, through these people, companies distinguish themselves and become successful. Innovation is seen as the most important factor to stay in the market. Technological incubators have the goal of bringing entrepreneurs together in order to create new ideas and turn them into a business opportunity. On the other hand,

¹ Graduanda em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Contato: lorrayneprisley7@gmail.com.

² Professor orientador. Bacharel em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Possui especialização em Administração e Gestão Pública e MBA em Controladoria e Finanças. Mestre em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia – UFU. Contato: crvaldisser@yahoo.com.br.

startup companies are those companies that are developed, capable of growing in a short period of time, when they seek for solutions for other companies, or present products / services.

KEYWORDS: Entrepreneurship; Innovations; *Startups*.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho acadêmico expõe os resultados de uma pesquisa bibliográfica efetuada com o intuito de mostrar as contribuições do empreendedorismo, das incubadoras tecnológicas e da inovação na criação de novas empresas *startups*.

As organizações reconhecem que para se manterem no mercado têm que inovar constantemente e trazer novas ideias para sua gestão. Para tanto, uma das estratégias para o sucesso que atualmente está em alta é a criação de empresas *startups*, que por meio de incubadoras tecnológicas podem desenvolver ideias para criar essas empresas, que se desenvolvem de forma rápida e eficaz.

Pode-se observar que as empresas *startups* têm a função de desenvolver produtos/serviços inovadores, com alta potencialidade de crescimento. E um aspecto que faz com que essas empresas cresçam rapidamente é o uso de tecnologia e pessoas com alto conhecimento empreendedor.

Oferecer aos seus clientes um produto/serviço de ótima qualidade é um ponto muito importante, desta forma as *startups* promovem eventos denominados *meetups*, nos quais convidam empreendedores para uma conversa descontraída, onde trocam ideias e experiências, fazendo assim *networking* e estimulam o desenvolvimento de novas ideias para as empresas e perspectivas sobre o mercado.

A valorização do cliente/empresa tornou-se um dos principais aliados do mercado, sendo assim, vê-se que as *startups* desenvolvem também *hackathons*, que são eventos que reúnem especialistas com alto conhecimento em desenvolvimento de *software* onde proporcionam soluções inovadoras para problemas encontrados dentro das empresas.

Neste artigo averiguou-se informações e dados com a finalidade de responder ao seguinte problema de pesquisa: Quais são as contribuições do empreendedorismo, das incubadoras tecnológicas e da inovação na criação de *startups*?

O objetivo geral do artigo era investigar e descrever as contribuições do

empreendedorismo, inovação e incubadoras tecnológicas na criação de *startups*. Dessa forma será realizada uma pesquisa a partir de dados bibliográficos, a qual irá mostrar características importantes para criação de empresas *startups*.

Como objetivos específicos definiu-se:

- Conceituar e definir empreendedorismo, inovação, empresas *startups* e incubadoras tecnológicas;
- Identificar quais características importantes são necessárias para criar empresas *startups*.

Observa-se um mercado mais competitivo, no qual as empresas buscam melhorar sua administração, com o intuito de introduzir inovações, onde essas mudanças ajudam as empresas a atingir níveis mais altos e, conseqüentemente, trazer mais clientes e empreender novas ideias. Por isso, essa pesquisa oferece uma visão de como o empreendedorismo e a inovação podem trazer novas mudanças e novos conceitos para as empresas/colaboradores. Para a Academia é importante mostrar em que a inovação, as incubadoras e o empreendedorismo podem auxiliar na criação de empresas *startups*. Assim, essa pesquisa poderá ser usada como exemplo para futuros discentes, que desenvolverão pesquisas similares sobre a temática, e poderá auxiliar alunos que irão desenvolver suas empresas *startups*.

O método de pesquisa utilizado neste trabalho acadêmico foi a pesquisa bibliográfica fundamentada principalmente em publicações sobre a temática em artigos científicos, livros, revistas periódicas.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: na Introdução, que é a seção 1, apresenta-se o tema, sua importância, objetivos e o método de pesquisa utilizado; já a seção 2 apresenta o Referencial Teórico incluindo os principais conceitos utilizados na análise dos resultados; a seção 3 apresenta os Aspectos Metodológicos utilizados; na seção 4 são ilustrados os Resultados encontrados, incluindo o atendimento aos objetivos propostos; por fim, a seção 5 traz as Considerações Finais sobre o trabalho, incluindo sugestões e recomendações à organização pesquisada e à Academia.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este artigo aponta definições e conceitos em relação à inovação, incubadoras tecnológicas e empreendedorismo, visando mostrar que esses conceitos estão sendo

Uma análise das contribuições do empreendedorismo

introduzidos cada vez mais dentro das empresas *startups* e assim tornando-as empresas de sucesso.

2.1 Empreendedorismo: conceitos e definições

Observa-se que as organizações estão passando por processos de mudanças, onde as empresas e os gestores/colaboradores têm que ampliar a visão para serem empreendedores, de forma que possam obter mais lucros e se manter no meio de seus concorrentes.

Hisrich, Peters e Sheapherd (2009) conceituam empreendedorismo como:

[...] o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência financeira e pessoal (HISRICH; PETERS; SHEAPHERD, 2009, p. 30).

Segundo Chiavenato (2004, p. 3), “o empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Por isso, percebe-se que toda pessoa que inicia um próprio negócio pode ser classificada como empreendedora, quando esta dispõe de algumas características, por exemplo, inovar frequentemente, ter um planejamento estratégico, ter liderança, autoconfiança, aceitação dos riscos, entre outros aspectos. Quando a empresa insere novas ideias e está sempre desenvolvendo e buscando mudanças significativas, também é considerado aspectos empreendedores.

De acordo com Silva (2009, p. 104):

[...] o comportamento empreendedor se manifesta em pessoas com habilidades criativas, sendo uma complexa função de experiências de vida, oportunidades e capacidades individuais. No exercício de ações empreendedoras estão sempre presentes a incerteza e o risco, tanto na vida como na carreira do empreendedor (SILVA, 2009, p. 104).

Observa-se que para se adequar ao mercado atual, é necessário estar por dentro de novidades, e buscar desenvolver projetos que irão alavancar a demanda/lucro da empresa.

Dornelas (2008a) afirma que o empreendedor possui particularidades extras, que diferenciam o seu comportamento e essas características evidenciam um perfil de

empreendedor de sucesso, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Características de um empreendedor de sucesso.

Aspectos	Características
Visionários	Têm habilidade de saber como será o futuro para o negócio e para a sua própria vida.
Sabem tomar decisões	São rápidos nas tomadas de decisão e são seguros quanto a elas.
São indivíduos que fazem a diferença	São pessoas que sabem agregar valor aos serviços e produtos que se propõem a colocar no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	Eles identificam a oportunidade na hora certa, ficando sempre atentos a tudo e aproveitam as chances para adquirir conhecimento.
São determinados e dinâmicos	Sabem superar os obstáculos com vontade de fazer acontecer e não gostam da rotina.
São dedicados	Comprometem sua rotina e seus relacionamentos, pois dedicam-se 24 horas ao próprio negócio. Adoram trabalhar e amam o que fazem.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	O otimismo faz com que eles enxerguem o sucesso e não pensem no fracasso, pois adoram o que fazem.
São independentes e constroem o próprio negócio	Não querem ser empregados e querem criar algo novo, podendo assim ser mais independentes e gerar empregos.
Ficam ricos	Para eles não é o principal objetivo, pois acreditam que será uma consequência dos atos.
São líderes e formadores de equipe	Possuem um perfil de liderança, normalmente são adorados pelos seus colaboradores. Sabem recrutar pessoas competentes e formam um ótimo time.
São bem relacionados	Sabem criar uma rede de relacionamentos para servir de ajuda no ambiente externo.
São organizados	São racionais e assim conseguem gerenciar recursos da melhor forma de organização.
Planejam, planejam, planejam.	Planejam.
Possuem conhecimento	Entendem que o conhecimento auxilia de forma importante para o sucesso, por isso buscam maior conhecimento em tudo que fazem no dia a dia como nas antigas experiências, como em cursos e livros.
Assumem riscos calculados	Essa é uma das principais características, pois eles sabem calcular o risco e fazem disso uma estimulante jornada para o sucesso.
Criam valor para a sociedade	Eles utilizam seu capital intelectual para gerar valor para a sociedade, gerando empregos e sempre buscando criatividade.

Fonte: Dornelas (2008a, p. 17).

Diante das características apresentadas vê-se que pessoas empreendedoras têm

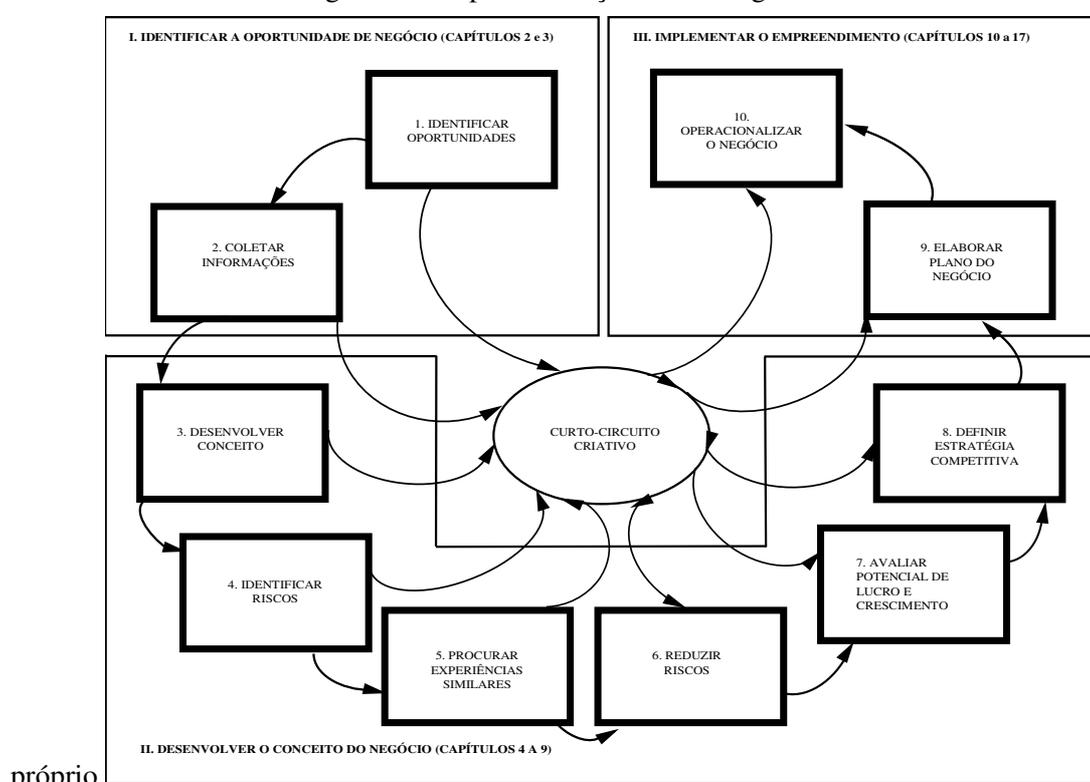
Uma análise das contribuições do empreendedorismo

uma visão diferenciada do mercado e possuem boas ideias para que seus projetos possam dar certo e transformar essas ideias em oportunidades. E, conseqüentemente, essas pessoas estão preparadas para toda situação, seja ela positiva ou negativa.

Dornelas (2008b, p. 22) diz que “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

A fim de alcançar sucesso na criação de um próprio negócio, Degen (1989, p. 17-18) afirma que é essencial para o empreendedor a utilização de três etapas (vide Figura 1).

Figura 1 – Etapas da criação de um negócio



próprio. Fonte: Degen (1989, p. 17).

“A primeira consiste em identificar a oportunidade de negócio”, colhendo informações. A segunda “desenvolver o conceito do negócio”, que a partir das informações coletadas vão identificar os “riscos, adotar medidas para reduzi-los, avaliar o potencial de lucro, crescimento e definir uma estratégia competitiva”. A terceira fase fundamenta-se em “implementar o empreendimento” (DEGEN, 1989, p. 17-18).

Degen (1989, p. 19-20) afirma também que “oportunidades de negócios podem ser encontradas em todos os lugares e sob as mais diversas formas, exigindo predisposição e criatividade por parte do empreendedor para identificá-las”. O empreendedor que almeja

o sucesso procura observar e analisar tudo ao seu redor, a fim de detectar novas possibilidades conhecendo melhor o mercado. Dessa forma, ele adquire experiências e conhecimento, para que no seu próprio negócio, ele saiba detectar ameaças, pontos fortes e fracos.

Em relação à criatividade, o empreendedor começa a unir as observações feitas com as oportunidades que surgem para a criação de empresas que alcançam êxito em seu desenvolvimento, como é o caso das *startups*, dessa forma vê-se que ser criativo é o diferencial que o empreendedor necessita. Assim, nota-se que o empreendedorismo adota concepções diferentes, e isso motivou as empresas/gestores a serem mais inovadores para alcançarem suas metas, fazendo com que as organizações desenvolvam novos métodos para elaborar produtos e buscar ter um diferencial no mercado.

2.2 Inovação

No Manual de Oslo (OCDE, 2005), a inovação relaciona-se à:

[...] introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos”, o que inclui “melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais (OCDE, 2005, p. 57).

Drucker (1986, p. 25) afirma que “inovação é a ferramenta específica dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente”.

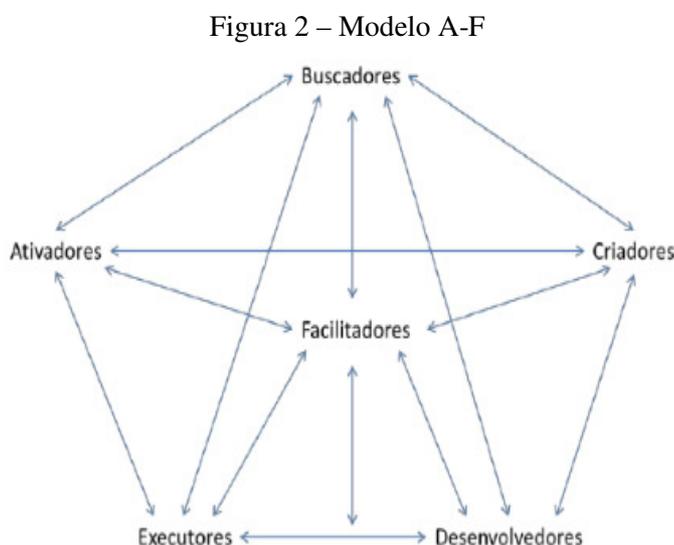
Observa-se que a inovação também traz vantagens em relação a outras empresas, incluindo novas tecnologias, formas de desenvolvimento e novos métodos que irão transformar toda estrutura organizacional. Inovar também é empreender, e isso é um dos fatores fundamentais para o empreendedor.

Carreiro (2009, p. 1) diz que “inovação é um desafio de alta complexidade que as empresas estão sendo forçadas a enfrentar, com o objetivo de obter diferenciais competitivos e atender exigências dos consumidores, visando a sobrevivência sustentada do empreendimento”. Em meio a um mercado altamente competitivo, a inovação pretende buscar melhorias e desenvolvimento para as empresas se manterem nesse mercado, assim o diferencial que as *startups* possuem é a inovação.

Percebe-se então que a inovação está sendo inserida dentro das empresas, como por exemplo, as empresas *startups*, que atualmente é uma das organizações que mais ganha prestígio e tem um forte crescimento no mercado.

Para ser inovadora a empresa deve assumir riscos e utilizar novas estratégias, tais como, tecnologia, pessoal qualificado, serviços de terceiros, serviços públicos ou privados entre outros.

Kotler e De Bes (2011, p. 37) caracterizam o modelo A-F como “funções básicas que revelam os melhores meios para inovar, identificando que as melhores empresas têm que ter essa estratégia para inovar”, conforme Figura 2.



Fonte: Kotler e De Bes (2011, p. 37).

O modelo A-F demonstra que existem características diferenciadas e importantes que as organizações de sucesso possuem. De acordo com Pires (2012) o conceito do modelo é:

Ativadores: pessoas que começam os processos de inovação sem se preocupar com estágios ou fases. Buscadores: especialistas na busca de informações. Criadores: pessoas que produzem ideias para o restante da equipe. Desenvolvedores: pessoas especializadas em transformar ideias em produtos e serviços. Executores: são as pessoas responsáveis pela implementação. Facilitadores: são os que aprovam os novos itens de despesa e o investimento necessário à medida que a inovação avança (PIRES, 2012, p. 2).

A estratégia da inovação vai além de criar um produto/serviço novo e diferente, é

MENDES, L. P. R.; VALDISSER, C. R.

necessário buscar um comportamento estratégico, escolher métodos que irão alavancar a demanda da empresa e, sobretudo, buscar saber qual a necessidade do cliente para se obter sucesso na empresa.

2.3 Startups

De acordo com Torres (2012) *startups* é:

[...] um experimento, você deve experimentar para encontrar a solução para o problema de seus clientes e para garantir que esses clientes vão lhe gerar o retorno financeiro suficiente para que você continue oferecendo essa solução. Quando você achar que não deve mais experimentar, ou que deve diminuir o ritmo de suas experiências, provavelmente você já encontrou um retorno mensal dentro do que você esperava e nesse momento você estará fazendo a transição de *startup* para um negócio (TORRES, 2012, p. 15).

As organizações, sendo elas *startups*, estão implementando novas ideias, que a partir destas vão impulsionar mudanças estratégicas para ganhar mais lucros e/ou consumidores. Vê-se que com a criação de empresas *startups*, o desenvolvimento destas são com potencial de rápido crescimento.

Ries (2012, p. 24) sintetiza que “*startup* é uma empresa ou uma instituição humana que se constrói nos mais diversos ramos e que surge espontaneamente a condição de extrema incerteza, tem em sua essência a inovação para criar produtos e serviços os quais pretendem revolucionar o mercado.

As *startups* têm o propósito de diferenciar-se das empresas comuns, tornando-se mais atrativas no mercado, e sendo mais desenvolvidas. Elas podem vender produtos/serviços ou criar soluções de problemas para outras empresas.

Rodrigues, Oliveira e Souza (2013) entendem que:

[...] *startups* também possuem um norte verdadeiro, um destino em mente: criar um negócio próspero e capaz de mudar o mundo. Para alcançar essa visão, os *startups* empregam uma estratégia, que inclui um modelo de negócios, um plano de produto, um ponto de vista acerca dos parceiros e dos concorrentes, e as ideias a respeito de quem são os clientes (RODRIGUES; OLIVEIRA; SOUZA, 2013, p. 2).

Para criar uma *startup* é necessário que alguém seja o investidor anjo, ou seja,

Uma análise das contribuições do empreendedorismo

uma pessoa que possui capital próprio e irá investir na *startup* acreditando no seu potencial de crescimento.

Longhi (2011 *apud* ALVES; DUARTE, 2016), afirmam que *startups* são:

[...] pequenas empresas montadas em casa ou em faculdades e que recebem pequenos aportes de capital. Elas exploram áreas inovadoras de determinado setor (mais comumente a de tecnologia), possuindo uma aceleração de crescimento muito alta já nos primeiros meses de existência em virtude de investimentos feitos por fundos de investimento especializados (LONGHI, 2011, p. 1 *apud* ALVES; DUARTE, 2016, p. 60).

Nota-se que as empresas *startups* são empresas com grande crescimento de produtividade ou prestação de serviços, isto é, a *startup* é capaz de crescer sem influenciar o modelo de negócio, crescendo em receita, mas com custo lento, aumentando a margem de lucratividade e riqueza.

Blank e Dorf (2014) compreendem *startup* como:

[...] uma *startup* não é uma versão menor de uma grande companhia. Uma *startup* é uma organização temporária em busca de um modelo de negócio escalável, recente e lucrativo. No início, o modelo de negócio de uma *startup* caracteriza-se pela flexibilidade de ideias e suposições, mas não tem clientes e nada sabe sobre elas (BLANK; DORF, 2014, p. 48).

Observa-se que as *startups* têm objetivo de se desenvolver de forma rápida e com menor custo-benefício, dessa forma elas procuram o auxílio da tecnologia, que é de forma geral mais barata e rápida.

2.4 Incubadoras tecnológicas

Constata-se que as incubadoras tecnológicas, proporcionam um ambiente projetado, no qual as pessoas empreendedoras irão se encontrar para trocar ideias e conhecimentos. Juntamente com pessoas com experiências e conhecimento amplo, as incubadoras desenvolvem eventos que reúnem essas pessoas, fazendo com que as ideias e conhecimentos trocados, possam cada vez mais, influenciar nas decisões da empresa, para que estas estejam à frente dos concorrentes.

Aiub e Allegretti (1998, p. 91) estabelecem que as incubadoras tecnológicas são “empreendimentos que visam abrigar empresas, oferecendo a elas espaço físico,

infraestrutura, recursos humanos e serviços especializados”.

Spolidoro (1999, p. 13) conceitua incubadora como um “ambiente que favorece a criação e o desenvolvimento de empresas e de produtos (bens e serviços), em especial aqueles inovadores e intensivos em conteúdo intelectual (produto no qual a parcela do trabalho intelectual é maior que a parcela devida a todos os demais insumos)”.

Vê-se que as incubadoras oferecem suporte aos empreendedores, para que estes possam desenvolver novas ideias sobre o mercado, no qual as empresas possam crescer e criar novas oportunidades.

Conforme Dornelas (2002, p. 17) “o movimento de incubadoras de empresas sempre esteve relacionado ao movimento do empreendedorismo em todos os países onde a criação de empresas e o suporte aos empreendedores têm sido enfatizados”.

Domingues (2010, p. 56), afirma que “a incubadora de empresa é vista como um ambiente propício para qualificar o empreendedorismo e o empreendedores, por sua vez, é a concepção norteadora a ser potencializada na incubadora”.

Os empreendedores que fazem parte das incubadoras, devem desenvolver programas de assistência para a organização e implementá-los afim de estimular os colaboradores, e também ser um atrativo para seus clientes/consumidores.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

No que diz respeito ao problema de pesquisa, esta se caracteriza como qualitativa, a qual Malhotra (2001, p. 155) define como uma “pesquisa não-estruturada, exploratória, baseada em pequenas amostras, que proporciona *insights* e compreensão do contexto do problema”, o qual está sendo estudado.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é representada como explicativa, pois “tem como principal objetivo tornar as ações estudadas em dados de fácil compreensão, justificando e explicando os seus principais motivos e o ‘porquê’ das coisas” (ARAÚJO, 2010, p. 2). Na pesquisa explicativa, além de observar e analisar fatos, ela teoriza o assunto, e explica as causas e os métodos utilizados no tema abordado.

Em relação às técnicas de pesquisa foi utilizada a bibliográfica, realizada a partir de material já divulgado, fundamentado principalmente em livros, revistas, artigos científicos e publicações em periódicos. De acordo Fonseca (2002) a pesquisa bibliográfica é:

[...] feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de *websites*. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

Quanto aos instrumentos de coleta de informações, foi estipulado a análise de conteúdo, a qual Moraes (1999, p. 2) afirma ser “uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos”, isto é, a pesquisa traz as definições organizadas do conteúdo onde poderá auxiliar interpretação para atingir a compreensão do leitor.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com base na análise feita na pesquisa bibliográfica, infere-se que a inovação é um aspecto que visa o desenvolvimento contínuo das empresas e nota-se que o mercado está passando por grandes transformações, e isso acarreta no desenvolvimento das empresas e de seus colaboradores/gestores. Essa transformação possibilita um novo olhar das organizações, pela busca de novas oportunidades para fidelizar seus clientes/consumidores.

Las Casas (2008, p. 28) define o conceito de “fidelidade como clientes que mantêm suas compras em determinadas empresas, pois acreditam que nelas tenham bons produtos/serviços”. Com isso, percebe-se que as *startups* buscam fidelizar seus clientes por meio do seu diferencial, que é a inovação.

As organizações buscam estar no meio de um ambiente inovador que é a chave para alcançar o sucesso, dessa forma as empresas buscam por pessoal qualificado, que além de serem bons administradores são também empreendedores.

A função do empreendedor é indispensável para a criação de empresas *startups* e empreender é tornar a empresa algo diferente, conseqüentemente essa diferença fará com que a empresa se adeque às novas perspectivas de mercado, pois todas as empresas buscam ser líderes de mercado.

As incubadoras tecnológicas, por sua vez, ajudam as empresas a alcançarem

metas estabelecidas pelos gestores, assim as incubadoras visam reunir pessoas empreendedoras que desenvolvem estratégias para planejar e executar um plano de negócio viável, em que o investidor das empresas *startups* ficará com vantagens competitivas.

De acordo com Engelman e Fracasso (2010, p. 167-168) “o movimento do empreendedorismo está normalmente relacionado ao movimento das incubadoras, que surgem para fornecer apoio ao desenvolvimento de novas empresas, colaborando com a geração de novas tecnologias”.

Diante disso, compreende-se que o empreendedorismo, a inovação, e as incubadoras tecnológicas estão ligados diretamente na criação de empresas *startups*, pois é a partir deles que estas irão ser desenvolvidas para se tornarem empresas de sucesso.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou um levantamento de dados bibliográficos, realizado por meio de livros, revistas, artigos científicos e publicações em periódicos com investigação sobre o tema abordado, e teve como objetivo geral investigar e descrever em que o empreendedorismo, as incubadoras tecnológicas e a inovação podem auxiliar na criação de novas empresas *startups*, que mostrou ser fatores de suma importância, pois são a partir deles que as *startups* se desenvolvem e criam seu plano de negócio, tornando-se assim empresas de sucesso.

Era objetivo específico conceituar e definir empreendedorismo, inovação, empresas *startups* e incubadoras tecnológicas. Por meio da pesquisa bibliográfica definiu-se empreendedorismo como um conjunto de pessoas empreendedoras que possuem boas ideias, e que são capacitadas para criar um próprio negócio, e é a partir destas pessoas que as empresas vão se diferenciar e se tornar empresas de sucesso. A inovação é fator-chave para toda empresa, sendo esta a mais importante para se manter no mercado consumidor. As incubadoras tecnológicas, por sua vez, têm o objetivo de reunir empreendedores, afim de criar novas ideias e transformá-las em oportunidade de negócios. Já as empresas *startups* são aquelas empresas desenvolvidas, capazes de crescer em pouco tempo, onde buscam soluções para outras empresas, ou apresentam produto/serviços inovadores.

Outro objetivo era identificar quais características importantes são necessárias para criar empresas *startups*. No decorrer da pesquisa viu-se que é relevante possuir

Uma análise das contribuições do empreendedorismo

características empreendedoras, como ser dedicado, ser organizado, possuir conhecimento, ser inovador, entre outros.

Por isso, pode-se perceber que a pesquisa atendeu à expectativa do tema abordado, buscando conceituar empreendedorismo, inovação, empresas *startups* e incubadoras tecnológicas. Diante dos dados analisados na pesquisa foram identificados alguns atributos que identificam empreendedores de sucesso, como por exemplo, serem dedicados, sabem tomar decisões, sabem explorar as oportunidades, assumem riscos entre outros.

Como limitação da pesquisa, pode-se mencionar o fato de que não houve o uso de pesquisa feita por entrevista ou questionário, para explicar melhor o cenário que os empreendedores veem dentro das *startups*.

Obteve-se como aprendizado que as empresas *startups* atuam em diversas áreas no mercado, e é um ramo de forte crescimento, onde as pessoas então empreendendo progressivamente, e isso traz desenvolvimento para todo o mundo, ou seja, transformando as pessoas e as empresas com um fator de modernidade. Para pesquisas futuras o tema é bom para ser estudado, para identificar características empreendedoras, no qual irão auxiliar na criação da própria *startup*.

REFERÊNCIAS:

AIUB, George Wilson; ALLEGRETTI, Rogério Della Fávera. **Planejamento:** orientação estratégica para análise de viabilidade e estruturação de incubadoras de empresas. Porto Alegre: SEBRAE, 1998.

ALVES, Thalita Rodrigues; DUARTE, Joslaine Chemim. **A utilização do modelo de negócios e plano de negócios pelas startups.** 2016. Disponível em: <https://cadernopaic.fae.edu/cadernopaic/article/viewFile/168/129>. Acesso em: 14 out. 2018.

ARAÚJO, Wagner Freire de. **A pesquisa na Metodologia e produção científica.** 2010. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/a-pesquisa-na-metodologia-e-producao-cientifica/44354/>. Acesso em: 14 out. 2018.

BLANK, Steve; DORF, Bob. **STARTUP: Manual do Empreendedor: O Guia Passo a Passo para Construir uma Grande Empresa.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

CARRETEIRO, R. **Inovação Tecnológica:** Como Garantir a Modernidade do Negócio. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor.

MENDES, L. P. R.; VALDISSER, C. R.

São Paulo: Saraiva, 2004.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial.** São Paulo: Makron Books, 1989.

DOMINGUES, Leonardo de Lucas da Silva. **A produção tecnológica em incubadoras de empresas.** 2010. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cedcis/Leonardo%20domingues.pdf>. Acesso em: 28 out. 2018.

DORNELAS, J. C. A. **Planejando incubadoras de empresas.** 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008a.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008b.

DRUCKER, P. F. **Administração, Responsabilidades, Tarefas, Práticas.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1975.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: Prática e Princípios.** São Paulo: Pioneira, 1986.

ENGELMAN, Raquel; FRACASSO, Edi Madalena. **Contribuição das incubadoras tecnológicas na internacionalização das empresas incubadas.** 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rausp/v48n1/12.pdf>. Acesso em: 19 out. 2018.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEAPHERD, D. A. **Empreendedorismo.** 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KOTLER, P.; DE BES, F. T. **A Bíblia da inovação: princípios fundamentais para levar a cultura da inovação contínua às organizações.** São Paulo: Lua de Papel, 2011.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing: conceitos, planejamentos e aplicações a realidade brasileira.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 720 p.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

OCDE. **Manual de Oslo.** 3. ed. Paris: FINEP/OECD, 2005.

PIRES, Bruna. **Philip Kotler acredita no Modelo A-F para inovação.** Entenda essa sequência de funções utilizadas pelas empresas mais inovadoras. 2012. Disponível em:

Uma análise das contribuições do empreendedorismo

<https://clearinovacao.com.br/philip-kotler-acredita-no-modelo-a-f-para-inovacao-entenda-essa-sequencia-de-funcoes-utilizadas-pelas-empresas-mais-inovadoras/>. Acesso em: 19 out. 2018.

RIES, E. **A startup enxuta**. São Paulo: Leya, 2012.

RODRIGUES, R. B.; OLIVEIRA, R. T. A. de; SOUZA, R. R. de. **Startups Dirigidas à Inovação de Software: Da Universidade ao Mercado**. III Escola Regional de Informática de Pernambuco. Garanhuns, PE, Brasil, 2013.

SILVA, Roberto Gregório Júnior (Org.). **Empreendedorismo Tecnológico**. Paraná: IEP, 2009.

SPOLIDORO, R. Habitats de inovação e empreendedores: agentes de transformação das estruturas sociais. TECBAHIA. **Revista Baiana de Tecnologia**, Camaçari, v. 14, n. 3, p. 9-21, 1999.

TORRES, Joaquim. **O Guia da Startup**. 1. ed. São Paulo: Casa do Código, 2012.