

Empreendedorismo

Este Boletim MarkEsalq apresenta informações gerais sobre o papel do empreendedorismo e da inovação no cenário econômico ilustrando o caso da incubadora ESALQTEC, espaço destinado ao abrigo de empresas tecnológicas que detectaram oportunidades de negócio e desejam viabilizá-las. O conteúdo está dividido em quatro partes. Na primeira é dado um panorama sobre o assunto discutido, na segunda o foco é o empreendedorismo e o marketing, já a terceira consiste em uma abordagem com viés econômico a respeito de empreendedorismo, inovação e investimento. Por fim, a quarta parte explicita o papel das incubadoras, em especial o da ESALQTEC. Sugestões e comentários são bem vindos e podem ser realizados pelo e-mail grupo@markesalq.com.br e pelo blog do boletim www.boletimmarkesalq.blogspot.com.br.

Boa leitura!



1. Introdução

Otávio Takanori Taniguchi¹

“Criar um novo empreendimento exige mais tempo e esforço do que você imagina e é extremamente difícil e doloroso sair da situação.” - autor desconhecido. (3)

Baseando-se na citação acima, podemos notar o quão difícil é iniciar um negócio. No entanto, o número cada vez maior de pessoas que empreendem e obtêm sucesso serve como incentivo para aqueles que pretendem iniciar o seu próprio negócio. Ao contrário do que acontecia no passado, o empreendedorismo é visto hoje como uma opção de carreira. O surgimento de alguns novos conceitos de modelos empresariais como o Home Office (trabalho desenvolvido em ambientes que compartilham a estrutura do ambiente doméstico), o Workshifting (trabalho executado em local, horário e com recursos diferentes dos tradicionais no intuito de otimizar o tempo) e o Co-Working (Local onde os profissionais compartilham valores e buscam sinergia através da divisão de um mesmo espaço) também colaboram para a mudança de comportamento do empreendedor brasileiro.

Mas, o que realmente um empreendedor faz? Qual a sua influência e qual o impacto gerado pelas suas atividades na economia?

Durante muito tempo, montar o próprio negócio era um projeto motivado mais pela necessidade de sobrevivência do que pela busca de captar novas oportunidades que surgissem no mercado.

Segundo a Global Entrepreneurship Monitor (2), os empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de trabalho, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Os empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda, para manter ou aumentar sua renda pelo desejo de independência no trabalho.

Nos últimos anos, a disposição de empresários em investir em um negócio próprio vem aumentando consideravelmente. No entanto, permanece ainda a preocupação com o fracasso. Estabelecimentos com apenas dois anos de existência apresentam elevados índices de falência.

Para aqueles que desejam ingressar no universo empreendedor, uma boa oportunidade são as incubadoras de empresas. Através dela o empreendedor poderá adquirir conhecimento e experiência até que o negócio conquiste a maturidade necessária para o sucesso do empreendimento.



1. Empreendedorismo

Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. (2)

Em meados do século XX, estabeleceu-se a noção de empreendedor como inovador. Sua função era a de reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo mais geral, um método tecnológico não experimentado, para produzir um novo bem antigo de uma maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais, ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor. (7)



Através da definição acima, consideramos o empreendedor como um indivíduo que desenvolve algo único. A partir de então, entra em cena o conceito de inovação.

O conceito de inovação e novidade é uma parte integrante do empreendedorismo nessa última definição. De fato, a inovação, o ato de lançar algo novo, é uma das mais difíceis tarefas para o empreendedor. Exige não só a capacidade de criar e conceitualizar, mas também a capacidade de entender todas as forças em funcionamento do ambiente. A novidade pode ser desde um novo produto e um novo sistema de distribuição, até um método para desenvolver uma nova estrutura organizacional. (3)



1.1. Empreendedorismo e Marketing

Nos últimos anos uma nova área do marketing, o *Marketing Empreendedor*, tem ganhado mais atenção dos estudiosos da área de marketing. Na sociedade atual, encontramos um crescimento da necessidade de práticas empreendedoras, principalmente nas economias emergentes. Até pouco tempo atrás, marketing e empreendedorismo existiam como dois campos de estudos independentes. Contudo com o crescimento da importância das micro e pequenas empresas e do comportamento empreendedor para as nações, os aspectos relativos ao marketing para pequenas empresas cresceram em importância.

Entretanto, o marketing tradicional tem seu foco de atuação apenas nas grandes corporações. Nos dias de hoje, onde mudanças acontecem com mais frequência e rapidez, previsões são cada vez mais difíceis e a sustentabilidade de pequenos negócios está mais difícil de ser alcançada.

Nestes ambientes de negócios cada vez mais competitivos, o comportamento empreendedor pode ser o veículo destas mudanças e o marketing empreendedor a principal ferramenta.

Abaixo, a Tabela 1 apresenta um comparativo entre as principais características entre o Marketing Empreendedor e o Marketing Tradicional.

Marketing Empreendedor		Marketing Tradicional
Orientação para a inovação - Foco na ideia e a avaliação das necessidades de mercado é intuitiva.	Conceito	Orientação para o Cliente - Foco no mercado e o desenvolvimento de produtos vem em seguida.
Marketing boca-a-boca	Métodos	Mix de Marketing - 4 P's.
Rede de relações para obter informação sobre os mercados.	Inteligência de Marketing	Pesquisas formalizadas e sistemas de inteligência.
Estratégia de nicho para atingir possíveis clientes e outros grupos de influência.	Estratégia	Estratégia de segmentação, público alvo e posicionamento.

Fonte: retirado de Marketing Empreendedor e adaptado a partir de STROKES (2000).

1 Disponível em: <<http://www.significados.com.br/home-office/>>. Acesso em: 23 abr. 2015.

2 Disponível em: <<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/noticias/serie-rh-do-futuro-workshifting-a-tendencia-do-trabalho-remoto>>. Acesso em: 22 abr. 2015.

3 Disponível em: <<http://coworkingbrasil.org/sobre/>>. Acesso em: 22 abr. 2015.

4 Retirado de: <<http://www.marketingempreendedor.com.br/blog/marketing-empreendedor-4/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.



3. Economia

De acordo com o relatório GEM (2), acompanhar o posicionamento de uma população com relação ao tema empreendedorismo permite analisar o nível de disposição dos indivíduos em relação a ele e o seu potencial para empreender.

Quando indivíduos são capazes de reconhecer as oportunidades de negócios no ambiente em que atuam e de perceber que possuem capacidade para explorá-las, toda a sociedade é beneficiada, seja com o aumento da criação de ocupações, seja com o aumento da riqueza do país e sua distribuição. (2) O crescimento do número de novas empresas, se associado à melhora na competitividade, tende a gerar impactos expressivos na economia brasileira. (8)

A Teoria de crescimento econômico coloca a inovação como o fator mais importante, não só no desenvolvimento de novos produtos (ou serviços) para o mercado, como também no estímulo ao interesse em investir na demanda e oferta, ou seja, em ambos os lados da equação de crescimento; o novo capital expande a capacitação de crescimento (lado da oferta), e os novos gastos resultantes utilizam a nova capacidade e produção (lado da demanda). (3)

Ainda que o capital seja um diferencial na hora de empreender, outros fatores podem interferir na formação de uma nova empresa como, por exemplo, o governo, a experiência profissional, o marketing no negócio, os modelos de desempenho, conhecimento de mercado e a saúde financeira.

Uma saída para superar esses entraves está nas Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica. A seguir apresentaremos informações sobre essa alternativa de empreendedorismo.



4. Incubadoras

O termo “incubadora de empresas” remete ao mesmo sentido das incubadoras presentes em hospitais e que asseguram as funções vitais de recém-nascidos com problemas, ou seja, empresas que precisam de ajuda para atravessar suas primeiras semanas de vida quando acometidas por algum problema ou fragilidade extrema.

Outro conceito presente nesse termo, diz respeito ao suporte necessário às empresas que estão em estágio inicial e que apresentam potencial de inovação tecnológica, mas que necessitam de suporte e volume de capital para o desenvolvimento dos trabalhos. As incubadoras de empresas estimula o empreendedorismo na medida em que fortalece as empresas em seus primeiros anos de existência e as prepara para sobreviver no mercado. (6)

Confira abaixo um breve histórico da ESALQTec, incubadora situada no município de Piracicaba.



4.1. Incubadora de base tecnológica ESALQTec

Criada em 1994, a incubadora de empresas ESALQTec está instalada na fazenda Areão, uma das áreas experimentais da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” e possui 130 hectares de extensão, numa área anexa ao campus da Universidade situada em Piracicaba.

Participaram do processo de criação da Incubadora de Empresas à Universidade de São Paulo (USP); Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (ESALQ); Governo do Estado de São Paulo, através da Secretaria de Ciências e Tecnologias e Desenvolvimento (SCTDE); Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo (SEBRAE) e a Prefeitura Municipal de Piracicaba. A ESALQTec constitui-se em uma combinação de fatores e parceiros competentes responsáveis pelo impulso às pequenas empresas. (4)

A ESALQTec funciona por meio de uma parceria entre ESALQ e a Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz (FEALQ), entidade gestora do projeto.

As instalações estão concentradas em um espaço de dez mil metros quadrados num prédio que abrigam oito módulos de trinta e dois metros quadrados cada. As instalações também comportam coordenadoria, secretaria, sala de reunião, showroom, copa, corredor e sanitários.

5. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/producao-academica/incubadoras-de-empresas-do-surgimento-no-cenario-mundial-a-insercao-no-brasil/3762/>>. Acesso em: 18 set. 2013.



A principal função da ESALQTec é abrigar projetos de inovação tecnológica, principalmente aqueles voltados ao agronegócio, criando um ambiente favorável para a formação e consolidação de micro e pequenas empresas.

Segundo a ESALQTec (2013), para participar do processo seletivo, empresas com ideias inovadoras devem apresentar um projeto e passar pelo processo de seleção e posteriormente entrevista para aprovação e divulgação dos resultados. A ESALQTec estipula um prazo de 90 dias para que as empresas selecionadas como RESIDENTES providenciem sua formalização (pedido de CNPJ, registro de pessoa jurídica, etc.). Há também a exigência de que os acordos e convênios dessas empresas com departamentos e laboratórios da ESALQ sejam formalizados. A incubadora dá orientações às empresas para esses procedimentos. Cada empresa poderá adaptar seu espaço de acordo com suas necessidades e com aprovação da gerência executiva.

A ESALQTec conta hoje com 21 empresa incubadas das áreas de GESTÃO E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO, BIOCOMBUSTÍVEIS, PRODUTOS E SISTEMAS DE PRODUÇÃO, BIOTECNOLOGIA E MEIO AMBIENTE. Destas, oito estão como empresas residentes (uma delas já graduada), doze associadas (sendo seis graduadas) e nenhuma em fase de pré-incubação.



4.2 Empresa Graduada, o caso da Empresa Bug Agentes Biológicos

Um exemplo de empresa bem-sucedida que se graduou nesta Incubadora é a Empresa Bug Agentes Biológicos, companhia que controla pragas em lavouras de agricultura através do uso de insetos. A Bug consiste em uma *start up* fundada por estudantes de pós-graduação da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq), da Universidade de São Paulo (USP), que teve [apoio](#) do Programa FAPESP Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (PIPE). Em 2013, ela apareceu na lista do Fórum Econômico Mundial como uma das 36 empresas mais inovadoras do mundo.

Este empreendimento visa a produção de insetos para controle de pragas desde 2000, quando iniciou sua trajetória na incubadora da ESALQ. Ganhou destaque também em 2012 através de dois prêmios internacionais: foi eleita a empresa mais inovadora do Brasil pela revista norte-americana “Fast Company”, e foi premiada na área de sustentabilidade com o World Technology Award, promovido nos Estados Unidos.

Cabe ressaltar que os parasitoides produzidos pela empresa, no caso vespas, agem nos ovos de pragas antes que as larvas se tornem lagartas, protegendo culturas como milho, soja, feijão e cana-de-açúcar. A Bug foi capaz de desenvolver tal técnica por meio do aperfeiçoamento de métodos antigos utilizados para controle de pragas agrícolas, de forma a evitar infestações e danos às plantações. Este, entre outros motivos, foi o que lhe proporcionou o alcance do *status* descrito acima.

Outro fato interessante é que as vespas foram tidas como uma alternativa ao uso de produtos químicos nas culturas em questão. Desta forma, a área plantada com cana-de-açúcar e controlada com o inseto, no Brasil, aumentou consideravelmente, chegando aos 500 mil hectares. Dado este sucesso em território nacional, a empresa passou a exportar seus insetos para Europa e Estados Unidos e hoje conta com investimentos providos de instituições como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

É necessário dizer que a Bug ainda investe em avanços concernentes à tecnologia de liberação dos insetos em campo que, com o passar do tempo, continua sendo aprimorada pelo grupo de pesquisa que coordena na empresa. Atualmente, cerca de 60 funcionários trabalham nas duas unidades de operação em Piracicaba e Charqueada (cidades localizadas no estado de São Paulo), fazendo da empresa uma referência quando o assunto é empreendedorismo e inovação. (1)



Iniciar um negócio exige espírito empreendedor e um considerável conhecimento na área em que se pretende investir. Um número cada vez maior de empreendedores obtém sucesso e, desta forma, incentivam aqueles que desejam iniciar seu próprio negócio. Dado a popularização desta nova opção de carreira, observa-se o surgimento de vários conceitos relacionados a este universo, que foram aqui abordados. Neste sentido, torna-se indispensável tratar do significado atribuído à palavra empreendedorismo, assim como tratar das habilidades e capacidades características daqueles que são considerados empreendedores, a citar as capacidades de criar e conceitualizar. Outra importante vertente do assunto em questão vem a ser a sua aplicação na área do marketing, o chamado Marketing Empreendedor. Este tipo de marketing tem ganhado mais atenção dos estudiosos devido ao crescente número de micro e pequenas empresas que, em busca de maior competitividade, têm mesclado estratégias de marketing tradicional (orientadas para o cliente) e marketing empreendedor (voltadas para inovação). Ainda há que se levar em conta a questão econômica relacionada ao empreendedorismo, uma vez que capital, conhecimento de mercado e saúde financeira, entre outros fatores, são um diferencial nesta área. Para que os empreendedores possam lidar da melhor forma com estas questões, existem as Incubadoras de Empresas de Base Tecnológicas. Estas incubadoras provêm a assistência necessária às empresas que estão em estágio inicial, mas que necessitam de suporte e volume de capital para o desenvolvimento dos trabalhos. Esta é uma forma de fortalecer ideias que possuem grande potencial de sucesso, como a BUG Agentes Biológicos, que teve seu case aqui descrito. Um exemplo de incubadora é a ESALQtec, que abriga projetos de inovação tecnológica, principalmente aqueles voltados ao agronegócio, criando um ambiente favorável para a formação e consolidação de micro e pequenas empresas, estimulando a disseminação e expansão do empreendedorismo.



¹ Formado em Economia pela ESALQ/USP

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] FAPESP. Empresa paulista é eleita uma das mais inovadoras do mundo. Disponível em: <http://agencia.fapesp.br/empresa_paulista_e_eleita_uma_das_mais_inovadoras_do_mundo/15209/>. Acesso em: 25 abr. 2015.
- [2] GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil – relatório executivo, 2012.
- [3] HISRICH, R.D; PETERS M.P. Empreendedorismo. Tradução de Ribeiro, L.B. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- [4] MANTELATTO, T.E. Análise da criação do clube de empreendedorismo Luiz de Queiroz visando à preparação de empreendedores que busquem a incubação de projetos na ESALQ-USP. 2010. 95 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) - Faculdade de Gestão e Negócios, Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, 2010.
- [5] MARKETING EMPREENDEDOR. Disponível em: <<http://www.marketingempreendedor.com.br/blog/sobre/>>. Acesso em: 05 nov. 2013.
- [6] PORTAL BRASIL. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/empreendedor/primeiros-passos>>. Acesso em: 16 set. 2013.
- [7] SCHUMPETER, J.A. Can Capitalism Survive?. New York: Harper & Row, 1952. 72p.
- [8] SEBRAE. Coleção Estudos e Pesquisas - Sobrevivência das Empresas no Brasil. Julho, 2013.

"O Boletim MarkEsalq é uma publicação periódica do grupo de pesquisa e extensão em Marketing e Gestão, o MarkEsalq.

O grupo foi criado em 2011 na ESALQ/USP e tem como missão gerar e disseminar conhecimento sobre marketing e gestão aos seus membros e à sociedade como um todo.

O Boletim MarkEsalq tem como jornalista responsável Mariana Vizoto; é coordenado pela acadêmica Isabella Galdino Ballesterio e supervisionado pelos coordenadores do grupo, Prof. Eduardo Eugênio Spers e Prof. Hermes Moretti Ribeiro da Silva. Tem como parceira a empresa Moretti Design.

Para mais informações, acesse: www.markesalq.com.br ou www.boletimmarkesalq.blogspot.com.br.