

# Cartilha

# **EMPREENDEDORISMO**

# **E EMPREENDEDORES**



Cidade Empreendedora

*Kleber Cavalcante de Sousa* | *Francisco Emanuel da Silva*  
*Karita G. B. dos Santos* | *José C. Dantas Neto*  
*Sibele B. C. Pergher* | *Thais B. de Moura Freire*  
*Eduardo Rigoti* | *Ariane L. Cabral Bezerra*



KLEBER CAVALCANTE DE SOUSA  
(Organizador)

Cartilha  
**EMPREENDEDORISMO  
E EMPREENDEDORES**

 gráfica e editora  
**CAULE DE PAPIRO**<sup>®</sup>

NATAL, 2019

Projeto Gráfico e  
Diagramação Eletrônica

**Caule de Papiro**

Revisão

**Sibele Pergher**

Imagens

**freepik.com**

Autores

**Kleber Cavalcante de Sousa**

**Karita G. B. dos Santos**

**Sibele B. C. Pergher**

**Eduardo Rigoti**

**Francisco Emanuel da Silva**

**José C. Dantas Neto**

**Thais B. de Moura Freire**

**Ariane L. Cabral Bezerra**

Catálogo da Publicação na Fonte.  
Bibliotecária/Documentarista:  
Rosa Milena dos Santos - CRB15 / 847

---

S725c

Sousa, Kleber Cavalcante de.

Cartilha: empreendedorismo e empreendedores / Kleber Cavalcante de Sousa (Org.). – Natal:  
Caule de Papiro, 2019.

52 : il.

ISBN 978-85-92622-54-1

1. Empreendedorismo. 2. Educação empreendedora. 3. Inovações tecnológicas. I. Título.

RN

CDU 658

---

Caule de Papiro gráfica e editora  
Rua Serra do Mel, 7989, Cidade Satélite  
Pitimbu | 59.068-170 | Natal/RN | Brasil  
Telefone: 84 3218 4626  
[www.cauledepapiro.com.br](http://www.cauledepapiro.com.br)

# Apresentação

O Projeto *Cidade Empreendedora* trata da realização de estratégias para fortalecer a cultura do empreendedorismo na cidade do Natal, Rio Grande do Norte, e assim contribuir na formação de recursos humanos empreendedores e na divulgação da ciência para a comunidade em geral, através de ações realizadas junto aos docentes e discentes das escolas de ensino fundamental do município de Natal. O objetivo principal desse projeto é promover a cultura do empreendedorismo, através da implementação de uma agenda de atividades que possibilitem a comunidade local, a se tornar mais empreendedora. Acredita-se que, a partir desse trabalho realizado junto a esses jovens e aos professores das escolas de ensino fundamental, será possível, contribuir de forma efetiva, para transformar o seu habitat e transformá-lo em ambiente mais favorável ao empreendedorismo, gerando novas possibilidades para o desenvolvimento local e regional, e assim fortalecendo a relação da universidade com a sociedade, através do cumprimento da sua missão institucional, que é a de transformar a sociedade em que se está inserida, por meio da transferência de conhecimento e tecnologia.

Neste sentido, o projeto desenvolveu esta cartilha a fim de contribuir na formação dos professores e de estudantes das escolas, de modo a tornar conhecimentos básicos de empreendedorismo, ferramentas de gestão, e competências empreendedoras mais acessíveis e assim colaborar na construção de uma cultura empreendedora na educação fundamental de nosso estado.



# Sumário

## **EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORES, 10**

- Empreendedorismo, 11
- Empreendedorismo Tecnológico, 12
- Empreendedorismo Social, 13
- Empreendedorismo Colaborativo, 14
- Empreendedorismo no Brasil, 16
  - O Mundo dos Negócios, 18
  - O que é uma Empresa?, 20
- Características e Habilidades do Empreendedor, 22

## **FERRAMENTAS DE GESTÃO E EMPREENDEDORISMO, 24**

- Canvas* – Modelagem de Negócios, 25
- Design Thinking* – Metodologia para Solução de Problemas, 26
- Cultura Maker* – Metodologia Faça Você Mesmo, 27
- Técnica de Apresentação de Ideias e Projetos – *PITCHS*, 29
  - Brainstorming* – Tempestade de Ideias, 30
    - Startups*, 31
    - Spin Off*, 32
  - Incubadoras, 33
  - O que é um Processo de pré-Incubação, 35
    - Empresas Juniores, 36
    - Empresas Juniores no Brasil, 37

## **CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO, 40**

Criatividade, 41

Inovação, 42

Inovação Radical, 44

Inovação Incremental, 45

Como a Inovação é Protegida, 45

Propriedade Intelectual, 46

Patentes, 47

Marcas, 49

## **REFERÊNCIAS, 50**



*"No meio da dificuldade  
encontra-se a oportunidade"*

Albert Einstein



# Empreendedorismo

Os primeiros sinais do empreendedorismo aconteceram no século XVII, com o início das relações contratuais e do capitalismo insurgente. Com o advento das universidades, o empreendedorismo foi surgindo como necessidade latente do ensino rotineiro das mais variadas profissões que podem requerer a abertura de negócios e organizações.

## EMPREENDEORISMO

*É a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade (Sebrae, 2016).*



*“Empreendedores são aqueles que entendem que há uma pequena diferença entre obstáculos e oportunidades e são capazes de transformar ambos em vantagem.”*

– Nicolau Maquiavel.

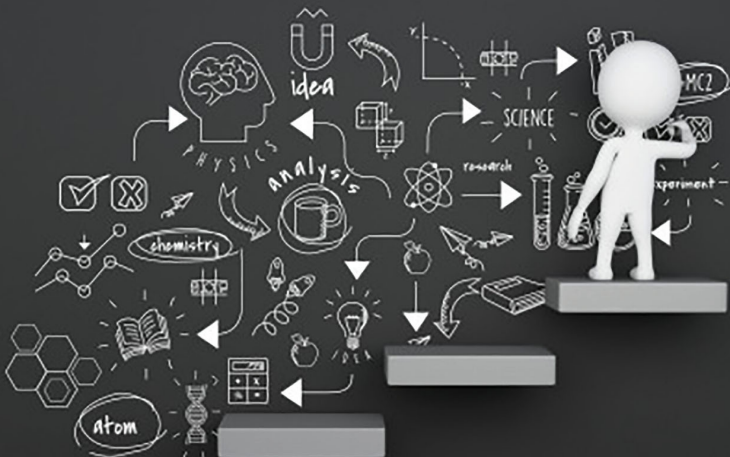
## Empreendedorismo Tecnológico

### EMPREENDEADORISMO TECNOLÓGICO

*é caracterizado pela geração de empresas nas quais os sócios fundadores possuem formação acadêmica e/ou experiência profissional em pesquisa e desenvolvimento (I&D), geralmente nas áreas das ciências aplicadas ou engenharia” (DRUMMOND, 2005).*

O empreendedorismo tecnológico tem sido alvo de interesse crescente por parte das organizações e dos jovens empreendedores. Atualmente o empreendedorismo tecnológico é considerado um dos pilares para o sucesso e para a sustentabilidade da competitividade global em diversos setores, e um dos principais fatores para fomentar o crescimento socioeconómico a longo prazo dos países ocidentais (AUTIO, 1997; 1998; FONTES, 2001, 2005).

É unanimemente reconhecida a importância do empreendedorismo tecnológico, na relevância que tem, em particular, para a inovação e para a introdução no tecido económico de tecnologias de vanguarda, novos produtos/serviços, bem como novas formas de organização (SCHUMPETER, 2003).

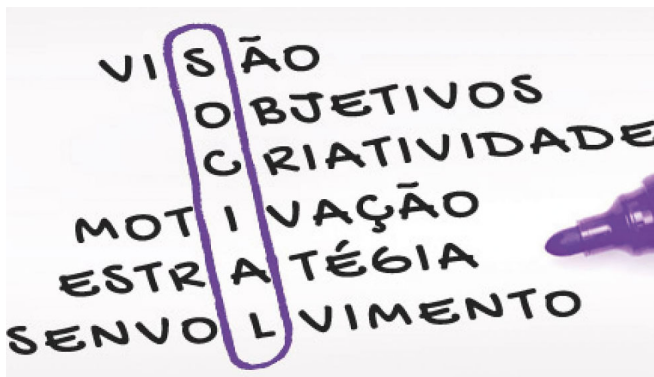


## Empreendedorismo Social

“O Empreendedorismo Social surge como um conceito ainda em desenvolvimento, mas com características e estratégias próprias, apresentando diferenças de uma gestão social tradicional” (VERGA; SILVA, 2014).

O Empreendedorismo Social tem por finalidade intervir e transformar positivamente a vida de pessoas e de comunidades que estão em situação de vulnerabilidade social e não são assistidas pelos governos que, nas últimas décadas, tem reduzido a aplicação de recursos em políticas públicas na área social (NEUBERT, 2017).

*A School Social Entrepreneurship (SSE) do Reino Unido define o empreendedor social como “alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários [...] Empreendedores sociais nunca dizem ‘não pode ser feito’ (OLIVEIRA, 2004).*



## Empreendedorismo Colaborativo

### EMPREENDEADORISMO COLABORATIVO

*ocorre quando duas empresas associam seus serviços e se desenvolvem mutuamente. Portanto, se trata de uma ação de negócio em conjunto (JÚNIOR, 2017)*

Cada vez mais pequenas empresas colaboram com outras de mesmo porte visando suprir à demanda do mercado de forma colaborativa. Ao se associar com alguém que oferece suporte para as ações do empreendimento, o empreendedor não só irá agir com mais segurança, bem como aumentará o potencial competitivo (JÚNIOR, 2017).

Deve-se considerar o empreendedorismo colaborativo quando o negócio que se deseja abrir requerer várias habilidades ou uma quantia substancial de recursos com os quais não se poderá arcar sozinho. Ou seja, ao perceber que um único empresário não será capaz de atender a tudo que é necessário para executar e financiar o projeto, o ideal é buscar colaboração (JÚNIOR, 2017).



Entre os diversos benefícios e vantagens do empreendedorismo colaborativo, segue abaixo algumas:

- Os riscos são compartilhados
- Representa vantagem competitiva, pois cada empreendedor possui diferentes habilidades
- O capital requerido é elevado facilmente
- Há incremento do potencial criativo
- Os empreendedores se apoiam mutuamente e compartilham informações mercadológicas
- Possibilita a divisão de responsabilidades
- As metas empresariais são atingidas em menos tempo



## Empreendedorismo no Brasil?

No Brasil, o movimento do empreendedorismo começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas (DORNELAS, 2005).

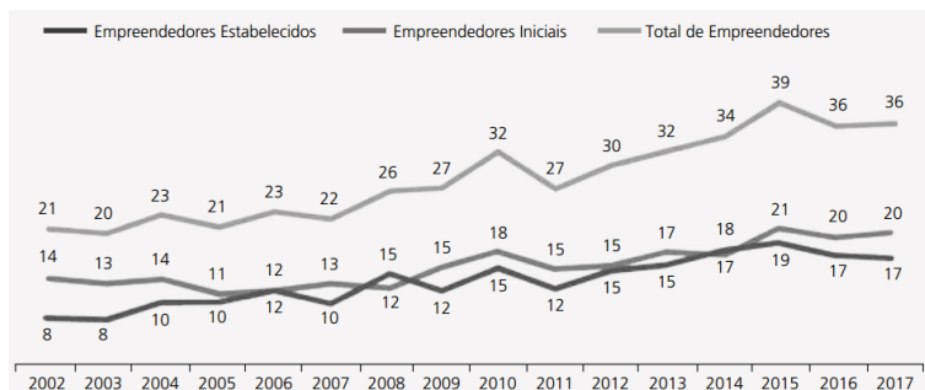
Segundo a Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017) , que é uma pesquisa que mede a evolução do empreendedorismo no Brasil em relação a outros países, cerca de 50 milhões de brasileiros já empreenderam e/ou realizaram, em 2017, alguma ação visando a criação de um empreendimento em um futuro próximo. Atualmente o Brasil é um grande celeiro de novos e jovens empreendedores, principalmente no que diz respeito a novas tecnologias.

É possível ver o crescimento do empreendedorismo no Brasil, para um faixa de população de 18 a 64 anos, através do gráfico a seguir:





Gráfico 1 – Taxas (em%) de empreendedorismo - Brasil - 2002:2017



Fonte: GEM Brasil (2017).

As principais vantagens e desvantagens de ser empreendedor, segundo o SEBRAE/SP (2014):

Desvantagens	Vantagens
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Insegurança financeira e no negócio/Ter que pagar impostos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Fazer o que gosta/trabalhar com o que deseja</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Falta de reconhecimento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ter autonomia</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mão de obra qualificada e comprometida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gerar emprego/renda</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ansiedade e stress/Peso de responsabilidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aprender com seus erros</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Tudo depender de você/Não conseguir realizar tudo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Alcançar seus objetivos e sonhos</li> </ul>

## O Mundo dos Negócios

**NEGÓCIO** é quando individualmente e/ou duas ou mais pessoas se juntam em um esforço organizado para produzir bens (produtos) e serviços, a fim de gerar lucros através da venda desses para um determinado mercado.

Para operar um negócio, o empreendedor assumirá vários riscos, seja quanto ao capital empregado, seja quanto ao tempo e ao esforço investido, principalmente quando existe a possibilidade de sua aplicação resultar em perdas.

Quando se fala em ambiente de negócios se fala em tudo que existe em torno de uma empresa. Isso porque elas não vivem isoladas e não são instituições absolutas; elas representam a sociedade, o país e o cenário mundial. Em linhas gerais, devido à sua complexidade, o ambiente é dividido em dois segmentos: o maior é o ambiente geral ou macroambiente e o outro, o mais imediato, é o ambiente de tarefa ou microambiente.



O Macroambiente é composto de uma multiplicidade de variáveis que interagem dinamicamente entre si:

■ Econômicas
■ Sociais
■ Tecnológicas
■ Culturais
■ Legais
■ Demográficas
■ Ecológicas

O Microambiente constitui uma parte específica do ambiente geral e pode ser denominado ambiente de tarefa ou ambiente de operações da empresa:

■ Fornecedores
■ Clientes ou consumidores
■ Concorrentes
■ Agências reguladoras

## O Que é uma Empresa?

### EMPRESA

*Etimologicamente o vocábulo "é derivado do latim prehensus, de prehendere (empreender, praticar), possui o sentido de empreendimento ou cometimento intentado para a realização de um objetivo" (SILVA 2004, p. 522).*

As empresas podem ser classificadas por 2 (duas) vertentes de acordo com seu ramo de atividade, são elas produção de bens e prestação de serviços. Produção de bens ainda pode ser classificado como bens de consumo (eletrodomésticos, produção de alimentos, móveis, roupas e etc.) e bens de produção (matérias-primas, maquinário, operatrizes e etc.).



Além disso, podem ser classificados de acordo com o seu porte, que é definido através de 2 (dois) critérios: número de empregados e volume de vendas e ativos.

O processo de criação de uma empresa no Brasil pode ser feito através do serviço “empresa on-line”, via internet, ou seguindo o método tradicional, pelos seguintes passos:

- Definição do tipo de empresa
- Definição da participação de cada sócio na empresa
- Obtenção de um endereço
- Contratação de um contador e formulação do contrato social
- Registro do contrato na Junta Comercial do Estado
- Obtenção do CNPJ
- Formalização junto a Prefeitura e ao Governo do Estado



*“O grande risco é não assumir nenhum risco. Em um mundo que muda de verdade, rapidamente, a única estratégia com garantia de fracasso é não assumir riscos.”*

– Mark Zuckerberg.

## Características e Habilidades do Empreendedor

Drucker (1987) e Mintzberg (2000) associam o espírito empreendedor com a sua caracterização por situações nas quais uma pessoa com visão clara de propósitos dirige uma organização para ser mais adaptada aos seus objetivos estratégicos. Os autores concebem as organizações, nas quais são observados aspectos do espírito empreendedor de seus executivos, como empresas jovens e inovadoras de setores industriais novos e emergentes.

Segundo Filion (1999), as características variam entre os empreendedores, ou seja, não se pode estabelecer um perfil absoluto do empreendedor. Isso porque algumas delas são desenvolvidas na prática, com o tempo de experiência no mercado e, outras, são impactadas por fatores como religião, educação, família e cultura. Entretanto, é possível estabelecer as características e aptidões mais comuns aos empreendedores.



*“Eu estou convencido de que metade do que separa os empreendedores bem-sucedidos dos não sucedidos é pura perseverança.”*

– Steve Jobs.

Parte do perfil empreendedor é composto por características como: ter iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização, forte intuição, alta tolerância à incerteza, ser visionário, capaz de descobrir nichos, capaz de aprender com os próprios erros, comprometido, saber utilizar recursos, fixar metas e alcançá-las. Para o autor, no empreendedorismo a maneira de ser do sujeito mais importante do que seu conhecimento técnico, pois o saber pode ser desenvolvido por meio de treinamentos. (DOLABELA, 1999).

Para Chiavenato (2007), existem três características básicas para um empreendedor. São elas:

- Necessidade de realização
- Autoconfiança
- Disposição para assumir riscos



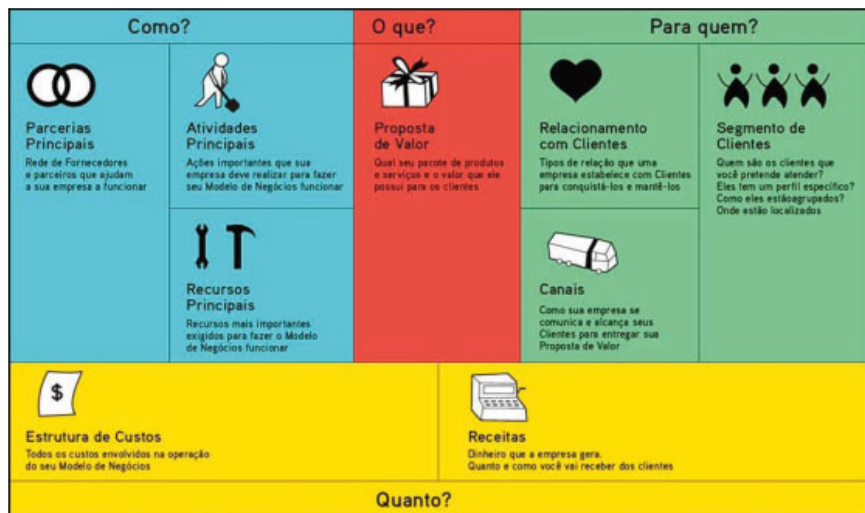




# Canvas – Modelagem de Negócios

PROJECT MODEL CANVAS utiliza conceitos de gerenciamento, neurociência e *design thinking* para simplificar a sua elaboração e possui um caráter completamente visual. Ele consiste em um quadro em que é possível avaliar um projeto inteiro integrando escopo, tempo, requisitos, dentre outros aspectos, em um só lugar. Nesse ponto do projeto, você deverá responder o porquê da realização desse projeto. Se não conseguir encontrar a resposta, todo o seu planejamento perderá o sentido. Para fundamentar a defesa do seu projeto é importante analisar a situação atual da empresa, identificando quais são suas principais dores, que problemas estão enfrentando com essas dores e quais necessidades é preciso atender. Podemos observar abaixo um exemplo de um quadro do Canvas.

Figura 1 – Modelo de negócios Canvas



Fonte: Business Model Generation <[www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)>.

# Design Thinking – Metodologia para Solução de Problemas

Somos adestrados para resolver problemas, algo tão natural que em muitos casos nem percebemos. As fórmulas nos são dadas, os problemas são apresentados e temos que sair de uma situação problemática para uma solução, quase que como um passe de mágica. Com o *Design Thinking* sempre é possível encontrar respostas, mas com perguntas certas. E não é uma única resposta, mas várias que podem lhe ajudar a encontrar a solução mais adequada ao problema apresentado. Diferente do que estamos acostumados, essa abordagem não nos estimula a gerar respostas de maneira desenfreada. Ela nos estimula a fazer as melhores perguntas, entender bem o problema antes de pensar como poderíamos resolvê-lo. Segue abaixo uma imagem de como seria as fases do processo de *Design Thinking*.

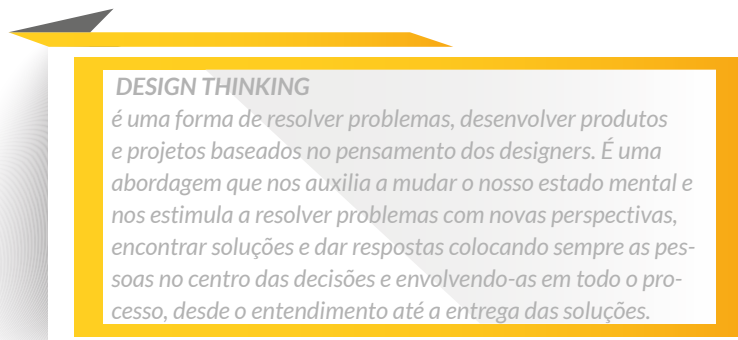


Figura 2 – Fases do processo de *Design Thinking*



## Cultura Maker – Metodologia Faça Você Mesmo

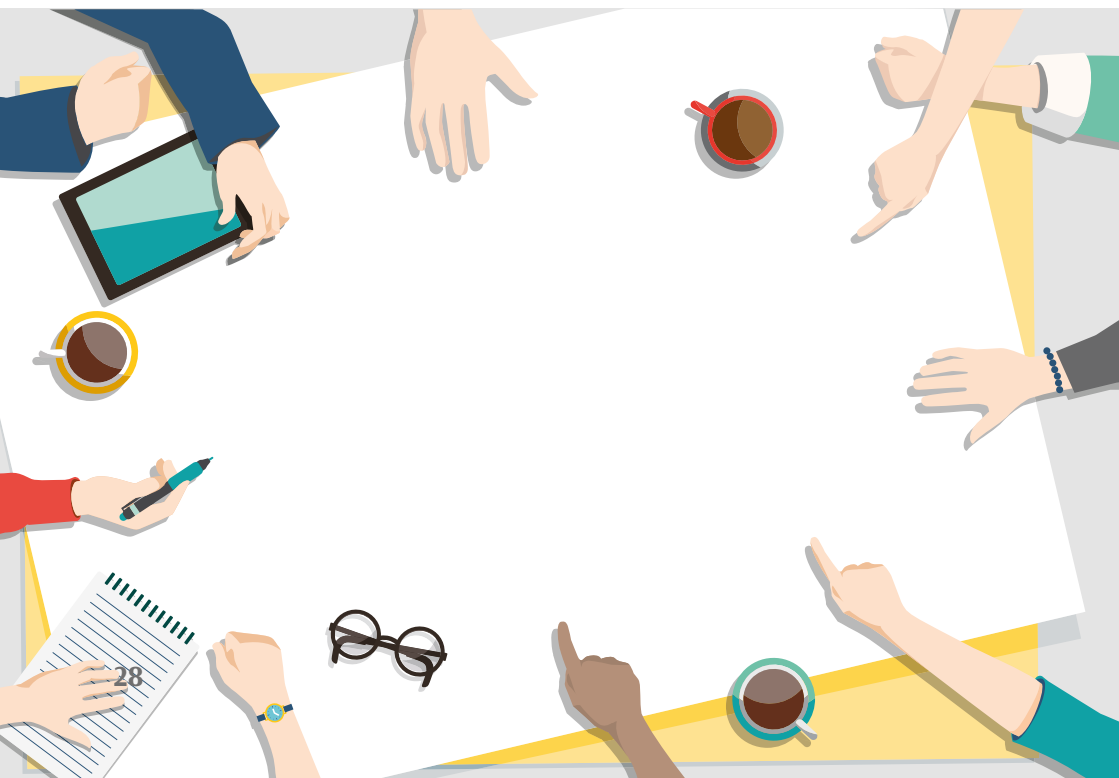
Há muitos pontos em comum no comportamento de grandes mentes criativas, não importa a área, não importa quando viveram. E há explicações científicas para o funcionamento desses cérebros que parecem fontes inesgotáveis de ideias. Vários pontos são abordados quando se fala em criatividade como o contato humano: interagir e trocar ideias com pessoas muito diferentes, não se prender ao seu curso ou ao seu trabalho (estude de tudo!), dedicação, paixão e principalmente fazer acontecer. Qualquer pessoa pode consertar, modificar, criar e produzir objetos com as mãos. Foi assim que nasceu o movimento *maker*.

### **CULTURA MAKER**

*é uma extensão mais tecnológica e técnica da cultura Faça-Você-Mesmo. O objetivo aqui é criar fazedores que inspirem outros fazedores.*



Em uma capacitação do movimento *maker*, os participantes são divididos em equipes em função de seus conjuntos habilidades pessoais. Esses times desenvolvem as atividades juntos durante toda a capacitação através de apresentações. Durante a utilização das ferramentas, eles apresentam os resultados para todos os participantes e recebem *feedbacks* sobre o desenvolvimento das atividades. Um dos pontos trabalhados na capacitação é o espírito de competitividade, um dos aspectos cruciais do ecossistema empreendedor. Nessa capacitação esperamos que os participantes absorvam o *mindset* empreendedor e tenham acesso a ferramentas básicas de gestão de projetos empreendedores.



## Técnica de Apresentação de Ideias e Projetos – PITCHS

O Pitch deve tanto poder ser apresentado apenas verbalmente quanto ilustrado por 3 a 5 slides. Ele deve conter basicamente:

- Qual é a oportunidade?
- Qual é a sua solução?
- O que está buscando?

Pitch  
your idea



### PITCH

é uma apresentação sumária de 3 a 5 minutos com objetivo de despertar o interesse da outra parte (investidor ou cliente) pelo seu negócio, assim, deve conter apenas as informações essenciais e diferenciadas. (SPINA, 2012)

Estes tópicos são genéricos, pois cada negócio tem suas peculiaridades, assim o que importa realmente é conseguir demonstrá-los sucintamente na sua apresentação. Cada investidor tem um interesse distinto, assim, é possível que tenha de elaborar 2 ou 3 versões do seu *pitch* para apresentar conforme o perfil do ouvinte. Antes de efetivar sua apresentação, procure descobrir qual é o nível de conhecimento do mesmo sobre o seu mercado e seu negócio. Para ouvintes que tenham pouco conhecimento, procure fazer um *pitch* mais básico; para aqueles que tem *know-how* no seu segmento, apresente seu *pitch* mais avançado. (SPINA, 2012).

## Brainstorming – Tempestade de Ideias

**BRAINSTORMING**  
é o método pelo qual um grupo tenta encontrar uma solução para um problema específico através da acumulação de ideias espontâneas pela contribuição de todos os membros desse grupo. (OSBORN, 1963).

O *brainstorming* foi desenvolvido formalmente em 1957 por Osborn, o qual argumentou que estes métodos, técnicas e ferramentas para inovação (MTF-I) aumentam a qualidade e a quantidade das ideias geradas pelos membros do grupo (PAULUS; DZINDOLET, 1993; FURNHAM; YAZDANPANAHI, 1995). Tendo em vista que a geração de ideias é uma parte crítica do processo de inovação (KOHN; PAULUS), muitas organizações consideram o *brainstorming* como MTF-I particularmente eficaz para a geração de um grande número de ideias criativas.



# Startups

Durante a década de 90 uma grande explosão de empresas *Startups* de tecnologia surgiu no Vale do Silício na região da Califórnia, situada nos Estados Unidos, região que desde os anos de 1960 é local de nascimento de gigantes globais de TI. De lá, saíram empresas como Google, Apple Inc., Microsoft, entre outras. (Brascom – Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação, 2018)

## STARTUP

*é uma empresa em fase embrionária, geralmente no processo de implementação e organização das suas operações. Pode não ter ainda iniciado a comercialização dos seus produtos ou serviços, mas já está a funcionar ou, pelo menos, em processo final de instalação (TABORDA, 2006).*

A chave para o sucesso de uma *Startup* se encontra na capacidade de sobrevivência aliada à resposta das ideias no mercado. Sobre a primeira dificuldade, comum a todo tipo de empresa, não importa seu tamanho, existem diversos programas de aceleração, privados ou governamentais, que podem ser acessados para garantir sobrevivência nos primeiros anos de atividade.

De acordo com a Associação Brasileira de *Startups* existem pelo menos 10.000 empresas deste tipo no país. O mercado brasileiro de *Startups* vem crescendo a passos largos, principalmente na região Sudeste, onde se concentra grande parte dessas empresas. São Paulo é o Estado com o maior número de *Startups*, (686 empresas constituídas).



## Spin Off

Segundo Luc, Filion e Fortin (2006), o conceito de *spin-offs* surgiu na década de sessenta, no Vale do Silício nos Estados Unidos, ganhando força nos anos oitenta com a expansão para todos os tipos de empresa. *Spin-off* é o resultado do processo de geração de novas empresas a partir de organizações existentes, principalmente centros de pesquisa, universidades, laboratórios e institutos.

Em geral a *spin-off* vai surgir a própria organização toma a decisão deliberada de abrir uma empresa, seja para fins de reestruturação ou exploração de novas oportunidades (LUC & FILION, 2002) ou quando pesquisadores e investidores decidem criar um negócio a partir dos resultados das pesquisas realizadas em universidades ou institutos de pesquisas.





## Incubadoras

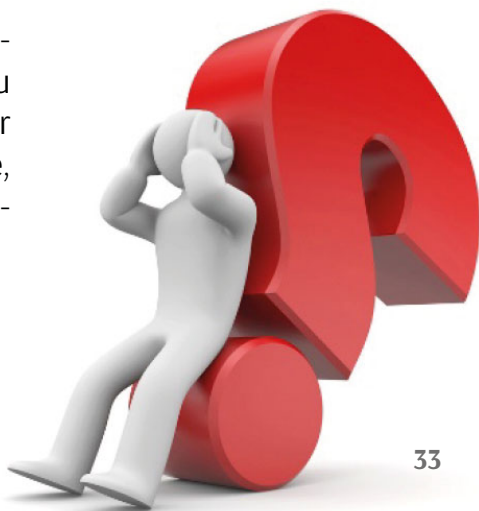
Em 1959, no estado de Nova Iorque (EUA), após Joseph Mancuso comprar as instalações de uma antiga fábrica, ele resolveu sublocar o espaço adquirido entre pequenas empresas iniciantes que, além da infraestrutura, compartilhavam alguns serviços, o que reduzia os custos operacionais e proporcionava um aumento da competitividade das empresas. Devido ao fato de uma das primeiras empresas instaladas ter sido um aviário, o prédio acabou por receber a designação de incubadora (ANPROTEC, s.d.).

Nos anos 70, as incubadoras começam a surgir no Vale do Silício (EUA) como forma de tentarem incentivar jovens recém-formados a propagar suas inovações tecnológicas e desenvolverem seu espírito empreendedor, passando-se a se chamarem, então, incubadoras de empresas (ANPROTEC, s.d.).

### INCUBADORA

é um “[...] ambiente flexível e encorajador no qual são oferecidas facilidades para o surgimento e o crescimento de novos empreendimentos” (DORNELAS, 2002).

Segundo a ANPROTEC (2012), a origem das incubadoras no Brasil surgiu durante a década de 1980 a partir de uma iniciativa do CNPq e trouxe, junto consigo, a noção de empreendedorismo inovador.



Para Dornelas (2002) o principal objetivo de uma incubadora deve ser a produção de empresas de sucesso, em constante desenvolvimento, financeiramente viáveis e competitivas em seu mercado, mesmo após deixarem a incubadora.

O uso de um modelo de gestão adequado, a utilização de indicadores de desempenho para a incubadora e suas empresas incubadas podem determinar o sucesso e eficiência do processo de incubação. O processo de gestão do desempenho é a forma pela qual a empresa administra o desempenho de acordo com suas estratégias e seus objetivos (MARTINS, 1999).

De acordo com Dornelas (2002), existem três tipos de incubadoras:

- Incubadora de Empresas de Base Tecnológica, o qual, as atividades comerciais por ela desenvolvidas são geradas “a partir de resultados de pesquisas aplicadas” e onde “a tecnologia representa alto valor agregado”
- Incubadora de Empresas dos Setores Tradicionais, em que as atividades comerciais são tradicionais na economia, no entanto, a empresa busca agregar valor aos seus produtos
- Incubadora de Empresas Mistas, que agrega os dois tipos acima

Segundo a Anprotec (2013), ainda existe, a Incubadora Social, que é focada em associações populares.

## O Que é um Processo de Pré-incubação?

“A pré – incubação objetiva determinar se há mercado para o produto, serviço ou processo proposto e incrementar a capacitação gerencial e de negócios dos proponentes do projeto para que no momento da criação da empresa as competências necessárias para a fase de *start-up* estejam consolidadas” (LAGO et al, 2017).

Este processo ajuda as empresas incubadas na fase inicial de criação, pois recebem auxílio integral das incubadoras, numa fase muito crítica do empreendimento, que é quando há incertezas devido falta de experiência no mercado. Como benefício para as incubadoras, a pré – incubação resulta em inovação e novas ideias de empreendimentos os quais a viabilidade econômica e técnica já foram apuradas. Já para as Universidades, tem como ponto positivo, o aumento da efetividade de seu processo de capitalização do conhecimento (LAGO et al, 2017).



## Empresas Júniores

### EMPRESA JÚNIOR

é uma associação civil sem fins lucrativos, formada e gerida por alunos de um curso superior, cujos principais objetivos são: fomentar o aprendizado prático do universitário em sua área de atuação; aproximar o mercado de trabalho das academias e os próprios acadêmicos, gerir com autonomia em relação à direção da faculdade ou centro acadêmico e elaborar projetos de consultoria na área de formação dos alunos. (Sebrae, 2018).

A ideia de Empresa Júnior teve início na França, em 1967, na *L'Ecole supérieure des sciences économiques et commerciales* – ESSEC Inicialmente, o objetivo mais específico era a realização de pesquisas de mercado para empresas, por estudantes universitários, gerando, por um lado, um serviço ágil e acessível financeiramente e, por outro, a possibilidade de colocar em prática suas habilidades e competências e, assim, criar um ambiente de qualificação da prática profissional dos jovens universitários, embora, nesse começo, ainda não houvesse o apoio de professores e da instituição de ensino (JADE, 2013).



O Movimento de Empresa Júnior se difundiu rapidamente e dois anos depois, em 1969, por iniciativa da Júnior ESSEC, foi criada na França a primeira Confederação Nacional das Empresas Juniores – CNJE (JUNIOR ESSEC, 2013). Na década de 80, o modelo francês consolidou-se e começou a se difundir internacionalmente, sendo levado para Suíça, Bélgica, Espanha, EUA e Brasil.

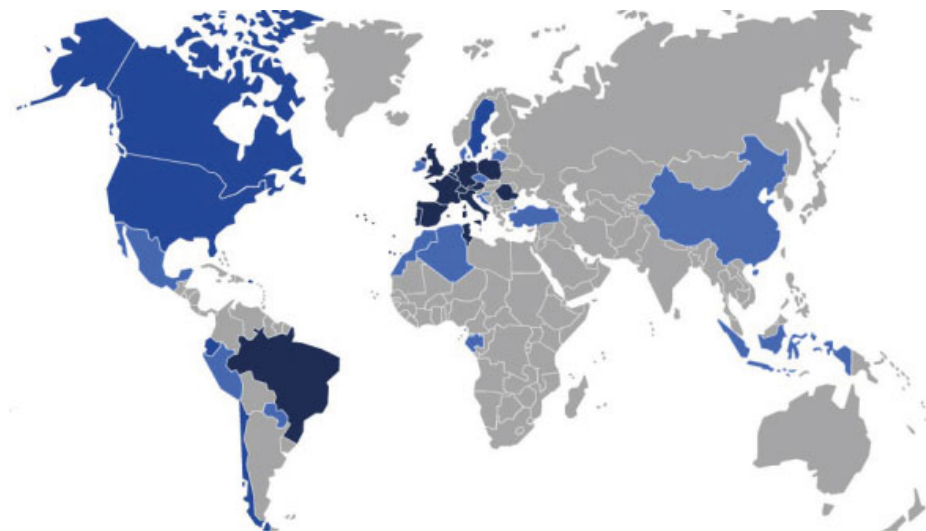
## **Empresas Júniores no Brasil**

As ideias e os conceitos fundamentais do movimento foram trazidos para o Brasil, em 1987, pela Câmara de Comércio e Indústria Franco-Brasileira e em 1988, foi criada em São Paulo, por alunos de graduação da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (EAESP-FGV), a primeira Empresa Júnior do Brasil e da América Latina (EJFGV, 2013).



Em 2003, formou-se a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, a Brasil Júnior (BJ), órgão nacional do Movimento Empresa Júnior (MEJ), que trabalha para fomentar, integrar e dar suporte às Empresas Juniores em todo o Brasil. Sua atuação ocorre pela definição conjunta de planos e diretrizes, com o objetivo de tornar o MEJ um movimento reconhecido por toda a sociedade por contribuir para o desenvolvimento do país por meio da formação de profissionais diferenciados (BRASIL JÚNIOR, 2013).

Figura 3 – Mapa de densidade de EJs no mundo, quanto mais escuro, maior a densidade



Fonte: JADE Belgium.

Atualmente, as Empresas Júniores (EJs) estão presentes em todos os continentes, formando uma ampla rede de empreendedorismo estudantil no mundo. No Brasil, segundo dados da Brasil Júnior, existem cerca de 1,2 mil EJs espalhadas pelo país, com mais de 27 mil universitários envolvidos, realizando mais de 2 mil projetos por ano. (BRASIL JÚNIOR, 2011).

Existem muitas vantagens para um aluno que ingressa em uma Empresa Júnior. A experiência adquirida neste tipo de trabalho coloca o aluno à frente de seus concorrentes no concorrido mercado de trabalho, levando-o a um patamar mais elevado nas seleções de emprego.

Os alunos empreendedores saem na frente na conquista de grandes oportunidades, uma vez que o ambiente que eles protagonizam nada mais é do que uma arena de constantes desafios. Onde aprendem como lidar com situações novas e a conviver com pessoas em um ambiente organizacional, sem falar no convívio com empresários de verdade, ferramentas de gestão, reuniões com profissionais etc. Algo que, sem dúvida, seria praticamente impossível de ser vivenciado em um estágio comum.

De acordo com um levantamento feito pela Brasil Júnior (2015), o Brasil é o país com maior quantidade de empresas júniores do mundo, o qual, foram computados 311 empresas distribuídas por 287 universidades brasileiras, ultrapassando todo o continente europeu, que possui 296 iniciativas operando no mesmo molde.







## Criatividade

Embora sejam novidade, as novas ideias podem não ser úteis, apesar de que a criatividade seja necessária para a inovação, habilidades executivas, pessoais e de empreendedorismo também fazem parte dos requisitos para transformar uma ideia criativa em algo de valor. E ver a criatividade e inovação em termos de qualidades oferece indícios vitais para o motivo de elas serem habilidades essenciais para a cidadania no Século XXI (EDGE MAKERS, 2014).

Um indicador que pode ser usado para medir o esforço de uma empresa em inovação é o investimento que ela faz em Pesquisa e Desenvolvimento, ou simplesmente P&D, podendo ser percebido através da relação entre o quanto é investido em P&D e o valor adicionado nas vendas. Os investimentos em setores onde a intensidade tecnológica é maior, o investimento em P&D também serão maiores. Há também uma relação entre os níveis de 21 investimentos em países desenvolvidos e em desenvolvimento, uma vez que nos primeiros os investimentos em setores de alta tecnologia são muito maiores (FURTADO & QUEIROZ, s.d.).

### CRIATIVIDADE

*Etimologicamente, a palavra vem do verbo creare em Latim, que quer dizer gerar ou produzir. Amabile (2012) acrescenta que a criatividade é a capacidade de criar uma solução para os nossos problemas do cotidiano. Visto que é uma capacidade inata, se for explorada e estimulada de forma correta, pode ser responsável por grandes invenções, tais como a roda, a lâmpada ou o rádio.*



## Inovação

### INOVAÇÃO

é a habilidade de transformar algo já existente em um recurso que gere riqueza.

"[...] Qualquer mudança no potencial produtor-de-riqueza de recursos já inexistentes constitui inovação..."

(DRUCKER, 1987, p. 40).

De acordo com o Manual de Oslo (1997) as empresas inovam, em sua razão última, com o intuito de aumentar a demanda ou reduzir custos. A inovação pode ser de processo, onde pode haver um aumento da produtividade e um aumento nas fatias de mercado e no lucro, ou inovação de produto, com a possibilidade de aumentar a demanda, que também pode ocorrer com uma diferenciação do produto, e ter maiores margens sobre o lucro (MANUAL DE OSLO, 1997).



Um dos programas responsáveis por apoiar empresas nascentes de base tecnológica e start-ups é o Start-Up Brasil, um programa do governo federal, criado pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). Com o objetivo de agregar o conjunto de atores e instituições em favor do empreendedorismo de base tecnológica, o programa funciona por 24 edições com duração de um ano e oferecimento de recursos que podem chegar a R\$200 mil para o investimento em inovação em cada *START-UP*.

No caso da inovação, a intensidade de seu impacto pode ser observada de duas perspectivas diferentes. De uma perspectiva macro, ela representa a capacidade de uma inovação em causar uma mudança no modelo vigente de estrutura de tecnologia e mercado em uma indústria. Em uma perspectiva micro, ela representa a capacidade de uma inovação em influenciar apenas a organização, afetando seus recursos de marketing, recursos de tecnologia, habilidade, conhecimento e estratégia (GARCIA; CALANTONE, 2002). São elas, respectivamente, inovação radical e inovação incremental.



*“O estilo de vida moderno não é uma criação política. Antes do ano 1700, o mundo inteiro era terrivelmente pobre. A vida era curta e cruel. As coisas não eram assim por que não tínhamos bons políticos; tivemos excelentes políticos. Mas começamos a inventar – eletricidade, motores a vapor, microprocessadores, começamos a entender a genética, a medicina – e inovar. Sim, a educação e a estabilidade são importantes – não tiro o mérito a essas questões –, mas a inovação é o verdadeiro motor do progresso.”*

– Bill Gates.

## Inovação Radical

*INOVAÇÕES RADICAIS são aquelas que introduzem um produto dotado de uma nova tecnologia, e que alteram de modo impactante as relações externas de uma organização, podendo alterar a estrutura de mercados vigente ou até criar novos mercados (GARCIA; CALANTONE, 2002; KIM; KUMAR, 2012; SCHERER; CARLOMAGNO, 2009; O'CONNOR, 1998).*

A inovação radical é desenvolvida a partir de projetos elaborados com auxílio de uma equipe técnica e dedicada a esses projetos. A equipe terá um papel essencial no processo de inovação, realizando as mudanças, através da sua criatividade e força de vontade para vencer os desafios e atender as exigências do mercado (HUMBLE; JONES, 1989).



Figura 3 – Diferença entre a Inovação radical e a incremental



## Inovação Incremental

Este é um tipo de inovação que é resultado de planejamento e trabalho árduo rumo à melhoria das características de um produto ou processo.

**INOVAÇÃO INCREMENTAL** é aquela que tem um grau de novidade moderado e gera ganhos relevantes, sendo uma continuidade de algo existente, direcionada para um mercado pré-existente (GARCIA; CALANTONE, 2002; SCHERER; CARLOMAGNO, 2009).

## Como a Inovação é Protegida?

Com o objetivo de se estimular a criação de novas invenções, foi instituído um sistema de proteção para os inventores, que, em troca da revelação de como resolver determinado problema, receberiam um direito de exploração que excluindo terceiros não autorizados a explorarem a sua invenção. Esse conceito foi desenvolvido e hoje em dia ainda mantém o mesmo princípio. Ou seja, só haverá interesse em se desenvolver novas tecnologias se houver algum ganho financeiro em troca (INMETRO, 2018).



## Propriedade Intelectual

### PROPRIEDADE INTELECTUAL

é o conjunto de direitos imateriais que incidem sobre o intelecto humano e que são possuidores de valor econômico. Ao se proteger tais direitos, pretende-se respeitar a autoria e incentivar a divulgação da ideia (BOCCHINO et al, 2010).

A propriedade intelectual está dividida em três categorias principais, são elas: Direito autoral, propriedade industrial e proteção *sui generis*. O direito autoral envolve interesses de caráter subjetivo, como obras intelectuais no campo literário, científico e artísticos, se enquadrando nessa categoria a proteção ao direito do autor, dos direitos conexos e do programa de computador.

A propriedade industrial tem seu foco de interesses na área industrial, como patentes de invenção relacionadas a produtos e processos inéditos ou com funcionalidade aperfeiçoada. Já a proteção *sui generis* envolve a topografia de circuito integrado, a cultivar os conhecimentos tradicionais e o acesso ao patrimônio genético (LAGO et al, 2017).



## Patentes

A patente é concedida pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. A invenção poderá ser patenteada quando atender aos requisitos de novidade, possuir atividade inventiva, suficiência descritiva, aplicação industrial e não tiver impedimento legal.

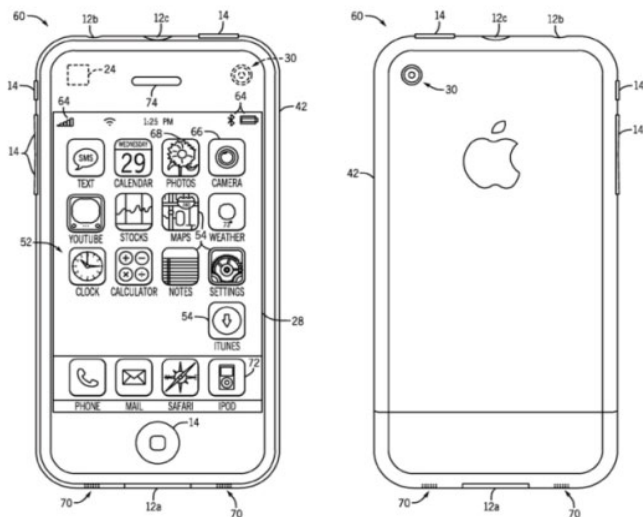
Existem duas modalidades de patentes: Patente de Invenção (PI) e a Patente de Modelo de Utilidade (MU). A Patente de Invenção diz respeito a produtos ou processos que atendam aos requisitos de atividade inventiva, novidade e aplicação industrial; a Patente de Modelo de Utilidade trata-se de objetos de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

### PATENTE

*é um título de propriedade industrial sobre invenção ou modelo de utilidade, garantido pelo Estado aos inventores detentores de direitos sobre a criação. Assim, o inventor ou o detentor da patente tem o direito de impedir terceiros, sem o seu ou consentimento, de produzir, usar, colocar a venda, vender importar produto objeto de sua patente. (AMADEI e TORKOMIAN, 2009).*



Figura 4 – Patente do Iphone, da empresa Apple



Segundo o art. 40 da Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279, de 14/05/1996), a patente de invenção vigora pelo prazo de 20 (vinte) anos e a patente de modelo de utilidade vigora pelo prazo de 15 (quinze) anos, contados da data do depósito, não sendo possível a sua prorrogação.



## Marcas

Poderão ser registrados no INPI como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, com a finalidade de identificar produtos e serviços (art. 122 da Lei nº 9.279/1996).

As marcas têm papel fundamental na concorrência e na estratégia de competição das empresas, porque estabelecem a imagem e a reputação da empresa e de seus produtos. Além disso, as marcas criam confiança e lealdade dos consumidores e aumentam o valor intangível da empresa. (INMETRO, 2018).

### MARCA

*é um sinal visualmente perceptível capaz de distinguir os produtos ou serviços de uma empresa, principal-*



# Referências

- AMABILE, T. (2012). **Componential Theory of creativity**, Harvard Business School, (p. 3-4).
- AMADEI, José Roberto Plácido e TORKOMIAN, Ana Lúcia Vitale. **As patentes nas universidades: análise dos depósitos das universidades públicas paulistas**. *Ciência da Informação*. vol. 38, nº 2. Brasília May/Aug 2009. DOI: 10.1590/S0100-19652009000200001.
- ANPROTEC - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES. **Perguntas Frequentes**. Disponível em: <<http://anprotec.org.br/site/sobre/incubadoras-e-parques/perguntas-frequentes/>>. Acesso em: 14 nov. 2018.
- ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. **Estudo, Análise e Proposições sobre as Incubadoras de Empresas no Brasil** – relatório técnico, versão resumida. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. Brasília, 2012.
- AUTIO, Erkki – **“Atomistic’ and ‘Systemic’ Approaches to Research on New Technology-based Firms: A Literature Study” in Small Business Economics**, 9 (3) 195-209, 1997.
- BISPO, Cláudio dos Santos, *et al.* **Empreendedorismo e Inovação**. Bahia.
- Brasil Júnior: Confederação Brasileira de Empresas Juniores**. (2013) Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/>>. Acesso em: 14 nov. 2018.
- Brasil Júnior: Confederação Brasileira de Empresas Juniores**. (2011) Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/>> Acesso em: 14 nov. 2018.
- Brasil Júnior: Confederação Brasileira de Empresas Juniores**. (2015) Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/>>. Acesso em: 14 nov. 2018.
- BRASSCOM: Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação. **Start Up**. Relatório. São Paulo.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.
- DELAPIERRE, M., B. Madeuf e A. Savoy – **“New Technology Based Firms. The French Case”** in *Research Policy*, 26: 989-1003, 1998;
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. 6. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Planejando incubadora de empresas**: como desenvolver um plano de negócios para incubadoras. Rio de Janeiro: Campus Ltda, 2002.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. (1987). **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. Editora Pioneira, 1987.

DRUMMOND, Pedro Henriques – **O Planejamento Tecnológico de uma Empresa de Base Tecnológica de origem acadêmica por intermédio dos métodos Technology Roadmapping (TRM), Technology State-Gate (TSG) e Processo de Desenvolvimento de Produtos (PDP) tradicional**. Belo Horizonte – Minas Gerais – Brasil: Universidade Federal de Minas Gerais, 2005; Edge Makers. **Livro da série Criatividade e inovação, Aluno 5-6**. Saraiva, 2014.

**EJ- FGV: Empresa Júnior Getúlio Vargas**. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://ejfgv.com/>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

FILION, L. J. (1999). **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios**. Revista de Administração de Empresas, v. 39, no.4, São Paulo, Out./Dez, p. 6-20.

FONTES, Margarida – **“Biotechnology Entrepreneurs and Technology Transfer in an Intermediate Economy”** in Technological Forecasting and Social Change, Vol. 66 (1) 59-74, 2001;

FONTES, Margarida – **“The process of transformation of scientific and technological Knowledge into economic value conducted by biotechnology spin-offs”** in Technovation, Vol. 25 (4) 339-347, 2005;

FURNHAM, A.; YAZDANPANAHI, T. **Personality Differences and Group Versus Individual Brainstorming**. *Person. individ. Diff.*, v. 19, n. 1, p. 73-80, 1995.

FURTADO, A.; QUEIROZ, S. **A construção de indicadores de inovação**. s.d.

GARCIA, R; CANTALONE, R. **A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology**: a literature review. *The Journal of Product Management*, v. 19, p. 110-132, 2002.

GEM: Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório executivo. 2017.

HUMBLE, J.; JONES, G. **Creating a Climate for Innovation**. *Long Range Planning*, v. 22, n. 4, p. 46-51, 1989.

INMETRO: Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia. **Propriedade Intelectual e Inovação**. Disponível em: <[http://www.inmetro.gov.br/inovacao/pdf/Cartilha\\_PI\\_TT.pdf](http://www.inmetro.gov.br/inovacao/pdf/Cartilha_PI_TT.pdf)>.

Acesso em: 19 nov. 2018.

INPI: Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **A criação de uma marca**. Rio de Janeiro. 2013.

**JADE: Confederação Europeia de Empresas Juniores. Bruxelas**, 2013. Disponível em: <<http://https://www.jadebelgium.eu/>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

JÚNIOR, José Carlos R. Empreendedorismo colaborativo: o que é e quando pode ser uma boa opção?. Março, 2017. Disponível em: <<http://movimentoconube.com.br/o-que-e-empreendedorismo-colaborativo/>> Acesso em: 22 nov. 2018.

KOHN, N. H.; PAULUS, P. B. CHOI, Y. **Building on the ideas of others: An examination of the idea combination process**. Journal of Experimental Social Psychology, v. 47, p. 554–561, 2011.

LAGO, Rochel M.; CAMPOS, Lilian B. P.; SANTOS, Euler. **As cartas de Tsuji. A história de um pesquisador e seus alunos criando uma empresa de base tecnológica**. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017. 395 p.

LUC, D; FILION, L. J. Rapport de Recherche. Essaimage d'entreprises Classiques. 1998-2001.

**Cahier de Recherche**, n. 2002-11, Montreal, École des Hautes Études Commerciales (HEC), 2002.

MANUAL DE OSLO. **Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3. ed.

OCDE: Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. FINEP, 1997.

MARTINS, R. A. **Sistemas de medição de desempenho**: um modelo para estruturação do uso.

1999. 269 p. Tese (Doutorado em Engenharia). Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, 1999.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J.. (2000). **Safári de estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto alegre: Bookman.

NEUBERT, Luiz Flávio. **Empreendedorismo Social**: Além dos interesses de reprodução do capital. Rio de Janeiro: Juiz de Fora, 2017.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo Social no Brasil**: fundamentos e estratégias.

2004. Tese (Doutorado) Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, 2004.

Osborn, A.F. (1963). **Applied imagination**: Principles and procedures of creative problem solving.

PAULUS, P. B.; DZINDOLET, M. T. **Social Influence Processes in Group Brainstorming**. Journal of Personality and Social Psychology, v. 64, n. 4, p. 575-586, 1993.

SCHERER, F. O. ; CARLOMAGNO, M. S. **Gestão da Inovação na prática**: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a Inovação. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHUMPETER, Joseph Alois – **Capitalism, Socialism and Democracy**. London: Taylor & Francis e-Library, 2003. ISBN 0-203-26611-0;

**SEBRAE: Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas**. Disponível em: <[http://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empendedorismo/.Negocio?http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifce/tecnico\\_edificacoes/empendedorismo.pdf](http://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empendedorismo/.Negocio?http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifce/tecnico_edificacoes/empendedorismo.pdf)>. Acesso em: 14 nov. 2018.

**SEBRAE**: Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/empresa-junior-o-que-e-e-como-funciona,e3a-048ae422fe510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

SEBRAE: Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas. **O céu e o inferno do empreendedorismo**. São Paulo, 2014.

SILVA, De Plácido e. **Noções práticas de direito comercial**. Rio de Janeiro: Forense, 1996.

SPINA, Cassio A. **O Pitch Quase Perfeito**. Anjos do Brasil, 2012.

TABORDA, Ana. **O que é uma start up?**. 2006. Disponível em: <[http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o\\_que\\_e\\_uma\\_start\\_up.pdf](http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o_que_e_uma_start_up.pdf)>. Acesso em: 14 nov. 2018.

VERGA, Everton. SILVA, Luiz Fernando Soares. **Empendedorismo**: evolução histórica, definições e abordagens. EGEPE, 2014.



Composto na

CAULE DE PAPIRO GRÁFICA E EDITORA  
Rua Serra do Mel, 7989, Cidade Satélite  
Pitimbu | Natal/RN | (84) 3218 4626

[cauledepapiro.com.br](http://cauledepapiro.com.br)



Esta cartilha é um dos resultados do  
Projeto “Cidade Empreendedora” realizado na UFRN no ano 2018

---



**UFRN**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

**PROPESQ**



**PROEX**  
PRO-REITORIA DE EXTENSÃO



**INCT MIDAS**

