

Canoas, v. 12, n. 1, 2023

 <http://dx.doi.org/10.18316/desenv.v12i1.1000>

Empreendedores de *startups* vinculadas à incubadoras universitárias do sul do Brasil e suas motivações para empreender

Vivien Mariane Massaneiro Kaniak¹Eduardo de Carli²Ananda Silva Singh³Rivanda Meira Teixeira⁴

Resumo: As razões para que empreendedores iniciem novos empreendimentos consistem em suas motivações internas que, muitas vezes, são responsáveis para que eles superem os riscos de insucesso inerentes a novos negócios, principalmente por conta do baixo capital, qualificação em relação a aspectos de gestão e falta de infraestrutura por parte dos empreendedores. Neste cenário, as incubadoras universitárias se mostram como uma alternativa viável para que esses empreendimentos tenham seu desenvolvimento acelerado e se mantenham no mercado. Assim, esta pesquisa buscou compreender as motivações de empreendedores para iniciar seus empreendimentos, bem como para vinculá-los a incubadoras de universidades. Para isso, realizou-se uma pesquisa qualitativa, de natureza descritiva e cuja estratégia de pesquisa foi o estudo de multicasos. As evidências da pesquisa mostraram que oportunidades de negócios e o desafio inerente a novos empreendimentos consistiram nos principais motivadores para empreendedores iniciarem novas empresas, e que o apoio em aspectos de gestão, a infraestrutura e a possibilidade de networking foram fatores-chave para esses empreendedores vincularem suas empresas a incubadoras. As contribuições teóricas consistem em levantar os elementos que facilitam o sucesso de startups universitárias e as práticas são trazer insights acerca do que as empresas incubadas esperam ao se vincularem às incubadoras.

Palavras-chave: startups universitárias; empreendedorismo universitário; incubadoras universitárias.

University startup entrepreneurs in south Brazilian incubators and their motivations to engage business

Abstract: The reasons for entrepreneurs to start new ventures are their internal motivations, which are often responsible for overcoming the risks of failure inherent in new businesses, mainly due to low capital, qualification in

1 Doutora em administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), Mestre em Gestão pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Especialista em Gestão de Pessoas, Graduada em Psicologia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e em Administração pela Estácio de Sá. E-mail: <vivikaniak@hotmail.com>.

2 Pós-doutorado pelo Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná (PPGADM/UFPR). Doutorado em Administração (2018), com subsídio de bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Mestrado em Administração (2015). Bacharelado em Administração (2008) pela Faculdade Estadual de Ciências Econômicas de Apucarana (FECEA).

3 Doutora em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), com mestrado em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU) e graduação em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e em Administração pela Faculdade Educacional da Lapa (FAEL).

4 Mestre em Administração pela COPPEAD/UFRJ (1979) e Doutora em Administração pela Cranfield University (1996). Pós-Doutorado em Gestão Turismo na Bournemouth University, Inglaterra e Strathclyde University, Escócia (2000-2001). Pós-Doutorado em Empreendedorismo na HEC Canadá (2007). Pós-Doutorado em Empreendedorismo na FGV-SP (2015). Professora da Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná -UFPR.

terms of management aspects and lack of infrastructure by the entrepreneurs. In this scenario, university incubators prove to be a viable alternative for these ventures to have their development accelerated and remain in the market. Therefore, this research sought to understand the motivations of entrepreneurs to start their ventures, as well as to join to university incubators. A qualitative research was carried out, of descriptive nature and the research strategy was multi-cases study of. The research evidence showed that business opportunities and the challenge inherent in new ventures were the main motivators for entrepreneurs to start new companies, and that support in management aspects, infrastructure and the possibility of networking were key factors for these entrepreneurs to link their companies to incubators. The theoretical contributions consist of raising the elements that facilitate the success of university startups and the practical contribution is to bring insights into what incubated companies expect when they link to incubators.

Keywords: university startups; university entrepreneurship; university incubators.

1 Introdução

Diversas são as motivações que impulsionam empreendedores a iniciar novos negócios. Elas vão desde a insatisfação com seus empregos anteriores (RASMUSSEN; BORCH, 2010; SINGH et al., 2017) até a identificação de gaps e oportunidades de mercado (FINI et al., 2017; HOLLEY; WATSON, 2017).

Ainda que empreendedores estejam motivados a iniciar novos negócios, os riscos de insucesso são grandes, principalmente porque costumam ter baixo capital para investir, pouca infraestrutura e, muitas vezes, pouco conhecimento técnico e também relacionado à gestão de empresas. Também é comum que novos empreendedores tenham pouco poder de barganha perante potenciais parceiros comerciais, justamente por conta de sua empresa não estar ainda consolidada no mercado (RAUPP; BEUREN, 2003).

Neste cenário, as incubadoras universitárias surgem como uma alternativa para apoiar novos negócios e oferecer suporte administrativo, de infraestrutura e até mesmo recursos financeiros a novas empresas (RAUPP; BEUREN, 2003; SINGH; KANIAK; SEGATTO, 2020). Além disso, as incubadoras propiciam às empresas nela incubadas a estar em um ambiente no qual diversas outras empresas se encontram, favorecendo, assim, maior contato entre empreendedores e contribuindo para o networking.

Neste cenário, esta pesquisa busca compreender as principais motivações de empreendedores cujas empresas estão vinculadas a incubadoras de universidades, bem como os fatores-chave e elementos motivadores que os levaram a incubar seus negócios. A partir disso, espera-se conhecer elementos que se mostram importantes para novos empreendedores, trazendo insights acerca do que as empresas incubadas esperam ao se vincularem às incubadoras.

Para isso, esta pesquisa encontra-se estruturada em quatro seções, além da presente introdução. São elas, o (i) referencial teórico, no qual são apresentadas motivações de empreendedores e o papel das incubadoras, os (ii) procedimentos metodológicos, no qual são apresentadas a abordagem e natureza da pesquisa, bem como a estratégia de pesquisa, as fontes de coleta e técnica de análise dos dados utilizadas, a (iii) apresentação e análise dos casos, na qual são apresentadas as evidências dos casos estudados, bem como realizada a análise das mesmas, a partir de uma “conversa” com a base teórica, e (iv) considerações finais, na qual são apresentados os resultados da pesquisa, bem suas limitações, sugestões de pesquisas futuras e contribuições.

2 Referencial teórico

2.1 Motivações de empreendedores

Os fatores individuais consistem no estudo do comportamento ou motivação de empreender em relação ao pensamento, características individuais e ações, já que a percepção do próprio comportamento determina a intenção de empreender e a realização da ação empreendedora (ALONSO-GALICIA et al., 2015). Nesse aspecto, alguns estudos se concentraram na questão do empreendedor (seja ele o estudante ou o pesquisador acadêmico) e quais características, motivações e crenças os levam ao ato de empreender.

Desta forma, características como idade, gênero, possuir pais empreendedores, ter colegas que alcançaram sucesso ao empreender e crenças positivas sobre o produto ou o mercado foram apontadas como tendo impactos consistentes e positivos para a criação de *startups* (BEST et al., 2016; HOLLEY; WATSON, 2017).

Em relação ao estudo de traços de personalidade e à propensão de estudantes em empreender na academia, Kolb e Wagner (2015) apontaram que empreendedores fora do contexto universitário possuem níveis mais baixos de abertura à experiência, bem como níveis mais altos de tendência a agradar (*agreeableness*), de modo que os indivíduos fora do contexto universitário têm menos probabilidade de entrar em situações de incerteza do que o empreendedor acadêmico.

Estudos mais recentes tratam da importância das ligações e redes de contato e colaboração do empreendedor universitário para a sustentabilidade das *spin offs* (FISCHER et al., 2018; NEVES; FRANCO, 2019). Hayter (2016) enfoca a importância das redes sociais entre empreendedores acadêmicos na fase inicial. Essa mesma ideia também é encontrada em Shah e Pahnke (2014) que acreditam que é das redes que saem os recursos e o conhecimento para condução do negócio. Já Tartari, Perkmann e Salter (2014) apontaram a questão da influência de colegas pesquisadores como fator de grande peso na decisão de empreender dos pesquisadores uma vez que eles atuariam como inspiração para os demais colegas, aumentando assim a intenção de empreender dentro da academia. Moog, Werner e Houeling (2015) também reforçam a importância do contato com colegas, mas acrescentam que é necessário que haja também equilíbrio entre horas de trabalho e relacionamento com os pares para que esse fator possa ser considerado um preditivo na intenção de empreender entre os pesquisadores.

Desse modo, tem-se como elementos característicos das motivações de empreendedores o comportamento empreendedor, a idade, o gênero, as possibilidades de interrelação com redes de colaboração e pares para o desenvolvimento de seus negócios empreendedores.

2.2 Incubadoras de empresas

Ainda que as motivações para iniciar um empreendimento próprio sejam diversas, os riscos de insucesso são inerentes a todo e qualquer novo negócio. Uma alternativa para minimizar tais riscos é instalar o negócio em uma incubadora. Isso se dá, pois a incubadora oferece apoio administrativo às empresas nela incubadas, além de infraestrutura e até mesmo apoio financeiro, em determinados casos (SINGH; KANIAK; SEGATTO, 2020). A partir de tal suporte, as incubadoras de empresas contribuem

para acelerar o desenvolvimento das incubadas e, conseqüentemente, para melhorar sua sustentabilidade (STOROPOLI; PEREIRA; MACCARI, 2013).

As incubadoras, muitas vezes vinculadas a universidades públicas e privadas, atuam como intermediárias entre a universidade e as empresas, contribuindo para que a transferência de conhecimento e de tecnologia ocorra da melhor forma possível (SEGATTO-MENDES; SBRAGIA, 2002). Além disso, a proximidade geográfica da universidade e o suporte de serviços são tidos como essenciais para o sucesso de atividades das *startups*, pois permitem que as empresas incubadas compartilhem espaços e usufruam de serviços que não só abaixam o custo de manutenção da empresa como geram maiores oportunidades de networking (BREZNITZ, et al., 2017).

O apoio oferecido pela incubadora às empresas incubadas contribui para que as últimas estejam mais preparadas para se inserir no mercado, ainda que possuam baixo capital e pouco conhecimento na área de gestão de empresas. A incubadora também contribui para a qualificação dos recursos humanos das empresas incubadas, uma vez que promove treinamentos e mentorias visando capacitar os empreendedores (SINGH, et al., 2017).

O estudo de Singh, et al. (2017) também evidencia a realização de eventos, por parte da incubadora, que permite que empresas consolidadas no mercado tenham contato próximo com as empresas incubadas, com vistas a identificar *startups* que têm potencial de sucesso no mercado. Quando isto acontece, as empresas já consolidadas realizam investimentos nestas empresas incubadas, além de absorverem a tecnologia, produtos e serviços por elas ofertados. Além disso, apontam a importância dos relacionamentos existentes entre as incubadoras e organizações externas, para o acesso e obtenção de recursos (financeiros, materiais, informacionais).

Diante desses aspectos, tem-se que as incubadoras em si surgem do intuito de auxiliar no desenvolvimento de negócios (principalmente os nascentes), oferecendo aos empreendedores a possibilidade de capacitação em relação à gestão e disponibilizando infraestrutura ao negócio. Esses aspectos possibilitam que haja uma melhor gestão e estímulo a seu desenvolvimento, seja pela capacitação técnica proporcionada, seja pelo auxílio na disponibilização de recursos que as organizações não possuem. E isso torna-se fator fundamental para o desenvolvimento empreendedor dos negócios das startups.

3 Procedimentos Metodológicos

A presente pesquisa caracteriza-se por utilizar uma abordagem qualitativa, uma vez que foram consideradas as interpretações dos empreendedores participantes da pesquisa e o fenômeno foi compreendido a partir de suas perspectivas (BAUER; GASKELL, 2002). A natureza da pesquisa é descritiva, visto que não houve interferência sobre os fatos, sendo estes registrados, analisados, classificados e interpretados (RAUPP; BEUREN, 2003). A estratégia de pesquisa utilizada foi o estudo de casos múltiplos. Esta estratégia permite analisar fenômenos – no caso deste estudo, as motivações de empreendedores de empresas incubadas – em profundidade, bem como contrastar as evidências dos casos estudados, contribuindo para aumentar as chances de generalizar os resultados obtidos (YIN, 2017).

A fonte de dados utilizada foi a entrevista semiestruturada, tendo sido entrevistados cinco empreendedores de *startups* incubadas e vinculadas a universidades localizadas no Estado do Paraná. O critério de seleção dos casos foi intencional, por adesão e por acessibilidade (EISENHARDT, 1989).

Os entrevistados foram denominados de E1, E2 e E3, E4, E5 de forma a manter o anonimato de suas identidades. As entrevistas foram gravadas com o consentimento dos participantes, e posteriormente transcritas, de forma a facilitar a análise dos dados. Cada participante recebeu a transcrição de sua entrevista para validação. Após validados, os dados, por sua vez, foram analisados a partir da técnica da análise de conteúdo recomendada por Bardin (2016). Neste cenário, realizou-se a pré-análise, na qual fez-se a leitura flutuante dos materiais coletados, de forma a tornar o tema mais familiar ao pesquisador; na sequência, realizou-se a exploração do material, que possibilitou a identificação das categorias de análise, que consistiram nas (i) motivações dos empreendedores no tocante a iniciar um novo empreendimento e (ii) motivações dos empreendedores para vincular seus empreendimentos a incubadoras universitárias; e, por fim, o tratamento e interpretação dos dados coletados, no qual estabeleceu-se a discussão entre a base teórica utilizada na pesquisa e os dados coletados.

4 Apresentação e análise dos casos

Todos os entrevistados participantes da pesquisa eram do gênero masculino. E1 possui 32 anos, sua titulação máxima é o pós-doutorado e sua empresa do ramo de biotecnologia está incubada em uma universidade pública do Paraná há um ano. E2 possui 22 anos de idade, é graduando e sua empresa, do ramo de entretenimento, está incubada em uma universidade particular do Paraná há dois anos. E3, por sua vez, possui 26 anos de idade, é mestre em Ciência da Computação e sua empresa, do ramo de tecnologia e engenharia, está incubada em uma universidade pública do Paraná. E4 possui 34 anos, é mestre em agronomia, atua no ramo de tecnologia para o agronegócio e está incubado em uma universidade estadual paranaense. E5 tem 24 anos, é graduado e atua na área de logística, está incubado em universidade pública do Paraná.

Em relação às suas **motivações para iniciar um empreendimento**, E1 aponta que eram “muito procurados por pesquisadores e empresas fora para resolver alguns problemas deles”. Isso se deu por conta da formação do entrevistado, bem como de suas sócias. A qualificação dos empreendedores era um atrativo para pessoas que demandavam de consultorias sobre como conduzir seus negócios e isso fez com que E1 e suas sócias enxergassem nessas consultorias prestadas, informalmente, uma oportunidade de negócio. Dessa forma, a ideia de iniciar um empreendimento próprio surgiu com vistas a transformar tais auxílios prestados em um negócio próprio. Assim, essa ideia consiste em uma crença positiva no mercado, visto que E1 identificou, nas consultorias, uma oportunidade a ser explorada com vistas a angariar lucros e adentrar no mercado (BEST et al., 2016b)

Assim como ocorreu com E1, E2, E3 e E5 também iniciaram seu empreendimento a partir de uma oportunidade de negócio que surgiu ainda na universidade. Conforme aponta E2 um de seus colegas de faculdade “precisava de alguém trabalhando para cuidar do desenvolvimento e daí eu falei que já estagiava há um ano e meio na Empresa ‘X’, no setor de projetos, e me envolvia muito com desenvolvedor”. E2 destaca

que seus colegas estavam enfrentando dificuldades para atuar no desenvolvimento de projetos e tal ramo era de seu interesse. Neste sentido, essas evidências vão ao encontro do afirmado por Moog, Werner e Houeling (2015) que apontam a importância que o contato com colegas exerce no desenvolvimento de novos empreendimentos.

Da mesma forma que E1 e E2 fizeram uma oportunidade de negócio dar início aos seus empreendimentos, com E3 aconteceu o mesmo.

“Meus colegas da universidade faziam a experiência no campo para emitir laudos fitossanitários e nisso eles viram a demanda de entrada de dados era muito difícil. Então eles tinham que fazer todas as estatísticas, preparar as tabelas, gráficos e redigir laudo fitossanitário que normalmente. Nisso tinha muita reentrada de dados, as vezes você errava a dose do produto, era ml e colocava grama desculpa, e o Ministério Agricultura poderia te dar uma multa de dez mil. Então tinha muito erro de entrada de dados. E com essa oportunidade de criar um sistema que automatiza a geração de laudo fitossanitário, eles tiveram a ideia. E nisso, eles conheceram dois desenvolvedores que sou eu e o Maicon e nós começamos em julho de 2016 a construir a empresa e desenvolver o software” (E3).

A partir da fala de E3, observa-se que o início do empreendimento do qual o participante faz parte se deu por conta da identificação de um gap no mercado, em relação à existência de sistemas de automatização para gerar laudos fitossanitários. Dessa forma, a identificação de uma oportunidade de negócios foi motivação para todos os participantes desta pesquisa iniciarem seus empreendimentos. Tal identificação remete a uma crença positiva sobre o mercado, visto que os empreendedores participantes da pesquisa acreditaram haver um gap ou espaço no mercado para a entrada de um novo empreendimento. Essas evidências corroboram com Best et al. (2016) e Holley e Watson (2017) que destacam a crença positiva sobre o mercado como sendo um motivador para o desenvolvimento de novos empreendimentos. Além desta, outra motivação para desenvolver seu próprio empreendimento, apontada por E2, foi o desafio de trabalhar em algo diferente.

Quando questionado sobre a **motivação para vincular seu empreendimento à incubadora da universidade**, E1 destaca que um dos atrativos de fazê-lo consiste no “acompanhamento mensal com as empresas” e o “apoio em gestão.” Segundo afirma, ainda que possuam o conhecimento técnico necessário para desenvolver e manter seu empreendimento, não dominam conhecimentos relacionados a como o empreendimento deve ser gerenciado. Dessa forma, é justamente neste quesito que a incubadora na qual estão vinculados se mostrou benéfica. Essas evidências vão ao encontro de Singh et al. (2017) e Raupp e Beuren (2009) que destacam em seus estudos a importância do apoio em relação à gestão das empresas incubadas, por parte das incubadoras.

Tanto E1, E4 e E5 mencionam que outro fator motivador para que tenham optado por vincular seu empreendimento à incubadora da universidade foi a possibilidade de utilizar sua infraestrutura. A possibilidade de utilizar essa infraestrutura é uma evidência que corrobora com Raupp e Beuren (2009) e Breznitz et al. (2017) e que contribuiu para que o investimento necessário para o empreendimento não fosse tão alto quanto o seria, caso não estivesse nesse vínculo. E4 menciona que, além da infraestrutura, vincular o nome da empresa a uma universidade renomada traz benefícios:

“A universidade já era a nossa casa, por assim dizer, o nosso QG então foi natural a gente querer entrar na incubadora e receber os vários benefícios que ela oferece como um local apropriado e com infraestrutura para nosso funcionamento. E a incubadora funciona até mesmo como uma chancela para a gente, no sentido que o cliente pensa que não somos uma empresa qualquer, mas uma empresa

incubada na UEM, isso conta” (E4).

Além disso, E1, E2 e E5 também apontam as mentorias fornecidas pela universidade como sendo um dos principais fatores que os motivaram a optar por vincular seu empreendimento à incubadora da universidade. Conforme E2, “o que é excelente da incubadora [à qual estamos vinculados] são as mentorias. Eles pegam uma pessoa parecida com o seu negócio e colocam para conversar com você”.

E3 também aponta as mentorias e os auxílios na área de gestão como sendo principais motivadores para terem incubado a empresa.

“Olha, o papel da agência de inovação foi instruir no modelo de negócio, saber estruturar a empresa, porque que a gente tem o know how de como executar, como criar ferramenta, mas a gente não sabe vender, não sabe organizar a empresa por dentro, então ela ajudou bastante. Eles trazem bastante gente para curso na parte do direito, de contabilidade e por aí vai” (E3).

Segundo E3, a incubadora possui papel relevante nas ações e decisões por eles tomadas, no tocante à gestão do empreendimento, uma vez que, segundo E3, “toda a demanda que a gente teve de dúvidas sobre o negócio, eles conseguiram resolver”. Neste sentido, a incubadora à qual a empresa de E3 se encontra vinculada apoia os incubados em relação à gestão de seus empreendimentos, contribuindo, conseqüentemente, para acelerar o desenvolvimento e sustentabilidade das empresas incubadas o que vai ao encontro também do que afirma Storopoli, Pereira Binder e Maccari (2013).

Além disso, E2 destaca a importância da incubadora em promover o networking entre a empresa incubada e outras empresas que possam contribuir para aumentar o alcance dos negócios, fator igualmente citado por Breznitz et al. (2017). Hayter (2016) e Shah e Pahnke (2014) também destacaram a importância das redes sociais entre empreendedores acadêmicos na fase inicial e dos recursos e conhecimentos oriundos da rede de relacionamentos, respectivamente. Um exemplo de networking propiciado pelo vínculo com a incubadora pode ser observado em um excerto da entrevista realizada com E2:

“Foi pela incubadora também que eu vou conversar agora com o diretor do iFood, ele fez a fusão do Itaú com o Unibanco. Então os caras que vão ver o seu negócio têm uma visão de outro mundo. Então essas conexões que a incubadora presta são excelentes”. (E2).

Dessa forma, a partir da perspectiva dos participantes da pesquisa, os principais motivadores que levaram os empreendedores a vincularem seus empreendimentos à incubadora das universidades foram (i) o auxílio em questões relacionadas à gestão e mentorias, (ii) a infraestrutura da incubadora e a possibilidade de melhorar o (iii) networking das incubadas com outras empresas.

5 Considerações Finais

A presente pesquisa teve como objetivos identificar as motivações para se iniciar novos empreendimentos e os fatores motivadores para que empreendedores vinculem seus empreendimentos a incubadoras universitárias. As evidências dos casos aqui analisados permitiram observar que crenças positivas sobre o mercado, ou seja, a identificação de oportunidades promissoras para a entrada de novos empreendimentos no mercado consistiu em um dos principais motivadores para empreendedores de empresas incubadas iniciarem seus empreendimentos.

Os dados coletados não permitiram evidenciar a influência de pais empreendedores como sendo um motivador para empreendedores iniciarem seus empreendimentos conforme apontado pela literatura. Por outro lado, além das crenças positivas sobre o mercado, outro fator motivador para que empreendedores desenvolvessem seu próprio negócio foi o desafio de fazer parte de algo novo e diferente. Essas motivações permitem que novos campos de negócio surjam a partir da iniciativa e do desejo de construir um negócio próprio, com auxílio de incubadoras de universidades.

A atuação dos empreendedores aqui analisados, junto ao meio acadêmico, também se mostrou influente na sua propensão em iniciar novos empreendimentos. Nota-se que isso ocorreu principalmente a partir do vínculo com a universidade nas quais estudavam e da possibilidade do acesso/conhecimento a pessoas vinculadas à essas incubadoras. Essa atuação não só contribuiu para que eles tivessem contato com oportunidades de mercado, como também abriu portas para que o caminho do empreendedorismo pudesse ser trilhado de modo mais efetivo.

Em relação à motivação dos empreendedores para vincular seus empreendimentos à incubadoras, as mentorias fornecidas pelas incubadoras, bem como demais apoios em relação à gestão dos empreendimentos a ela vinculados, consistiram nos principais fatores que levaram os empreendedores a optar por tal atuação. Além disso, observou-se que a infraestrutura da incubadora e a rede de relacionamentos proporcionada por ela consistiram em outros fatores-chave que motivaram os empreendedores a incubar seus negócios.

Frente a tais aspectos, há que se considerar que o ambiente no qual todos estiveram envolvidos foi fator de estímulo para empreender e, aliado a isso, o acesso às incubadoras serviram de base para que o negócio pudesse vir à tona e evoluir. Não raro, desenvolver um negócio a partir do vínculo com incubadoras universitárias pode tornar os negócios cada vez mais sólidos, com capacidade de gestão (geralmente item faltante aos gestores), tornando a ideia de negócio em algo viável e útil ao mercado.

Ainda que a presente pesquisa tenha atingido os objetivos aos quais se propôs, o estudo possui limitações. Uma delas é o número limitado de entrevistados, que se por um lado permitiu um aprofundamento na coleta de dados, por outro impossibilita a generalização dos resultados aqui obtidos. Dessa forma, recomenda-se que estudos futuros sejam realizados com uma maior quantidade de casos e utilizando-se de metodologia quantitativa.

Diante desses aspectos, os resultados dessa pesquisa trazem, como contribuição teórica, que a análise apresentada não determina um modelo rígido de fatores que levam estudantes a empreender e criar *startups*, mas sim fatores de encorajamento, muitos oferecidos pela universidade, que os direcionam nos primeiros passos e no despertar do empreendedorismo.

E, como contribuição prática, insights às incubadoras acerca daquilo que é esperado das empresas nela incubadas. Isso pode contribuir para que as incubadoras reforcem e mantenham a qualidade dos serviços oferecidos às incubadas, contribuindo para a aceleração de seu desenvolvimento e para sua sustentabilidade no mercado. Além disso, observa-se nas incubadoras universitárias um grande auxílio na motivação para empreender, dado o suporte por elas prestado a negócios nascentes, contribuindo para sua gestão e seu desenvolvimento e, conseqüentemente, para a sustentabilidade do empreendimento. Logo, empreender depende de diversas motivações, sendo que, quando realizada por meio do auxílio de

incubadoras universitárias, o caminho a tende a tornar-se mais profícuo.

Referências

- ALONSO-GALICIA, P. E.; FERNÁNDEZ-PÉREZ, V.; RODRÍGUEZ-ARIZA, L.; FUENTES-FUENTES, M. del M. Entrepreneurial cognitions in academia: exploring gender differences. **Journal of Managerial Psychology**, v. 30, n. 6, p. 630–644, 2015. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/JMP-08-2013-0262>>
- BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BEST, ANNA KATHINKA SINELL, M. L. H. and M. S. The gender dimension in knowledge and technology transfer – the German case. **European Journal of Innovation Management**, v. 19, n. 1, p. 2–25, 2016.
- BEST, K.; SINELL, A.; HEIDINGSFELDER, M. L.; SCHRAUDNER, M. The gender dimension in knowledge and technology transfer – the German case. **European Journal of Innovation Management**, v. 19, n. 1, p. 2–25, 2016. a. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/EJIM-07-2015-0052>>. Acesso em: 15 maio. 2018.
- BEST, K.; SINELL, A.; HEIDINGSFELDER, M. L.; SCHRAUDNER, M.; BEST, ANNA KATHINKA SINELL, M. L. H. and M. S. The gender dimension in knowledge and technology transfer – the German case. **European Journal of Innovation Management**, v. 19, n. 1, p. 2–25, 2016. b. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/EJIM-07-2015-0052>>. Acesso em: 15 maio. 2018.
- BREZNITZ, S. M.; CLAYTON, P. A.; DEFAZIO, D.; ISETT, K. R. Have you been served? The impact of university entrepreneurial support on *startups*' network formation. **The Journal of Technology Transfer**, v. 43, n. 2, p. 343–367, 2017. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/s10961-017-9565-0>>. Acesso em: 7 maio. 2018.
- EISENHARDT, K. M. Building Theories from Case Study Research. **Academic Management Review**, v. 14, n. 4, p. 532–550, 1989.
- FINI, R.; FU, K.; MATHISEN, M. T.; RASMUSSEN, E.; WRIGHT, M. Institutional determinants of university spin-off quantity and quality: a longitudinal, multilevel, cross-country study. **Small Business Economics**, v. 48, n. 2, p. 361–391, 2017. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/s11187-016-9779-9>>. Acesso em: 7 maio. 2018.
- FISCHER, B. B.; SCHAEFFER, P. R.; VONORTAS, N. S.; QUEIROZ, S. Quality comes first: university-industry collaboration as a source of academic entrepreneurship in a developing country. **The Journal of Technology Transfer**, v. 43, n. 2, p. 263–284, 2018. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/s10961-017-9568-x>>. Acesso em: 7 maio. 2018.
- GOEL, R. K.; GÖKTEPE-HULTÉN, D.; RAM, R. Academics' entrepreneurship propensities and gender differences. **The Journal of Technology Transfer**, v. 40, n. 1, p. 161–177, 2015. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/s10961-014-9372-9>>. Acesso em: 16 maio. 2018.
- HAYTER, C. S. A trajectory of early-stage spinoff success: the role of knowledge intermediaries within an entrepreneurial university ecosystem. **Small Business Economics**, v. 47, n. 3, p. 633–656, 2016. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/s11187-016-9756-3>>. Acesso em: 7 maio. 2018.
- HOLLEY, A. C.; WATSON, J. Academic Entrepreneurial Behavior: Birds of more than one feather. **Technovation**, v. 64–65, p. 50–57, 2017. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497217304819>>. Acesso em: 17 maio. 2018.

- KOLB, C.; WAGNER, M. Crowding in or crowding out: the link between academic entrepreneurship and entrepreneurial traits. **The Journal of Technology Transfer**, v. 40, n. 3, p. 387–408, 2015. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/s10961-014-9346-y>>. Acesso em: 15 maio. 2018.
- MOOG, P.; WERNER, A.; HOUWELING, S.; BACKES-GELLNER, U. The impact of skills, working time allocation and peer effects on the entrepreneurial intentions of scientists. **The Journal of Technology Transfer**, v. 40, n. 3, p. 493–511, 2015. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/s10961-014-9347-x>>. Acesso em: 16 maio. 2018.
- NEVES, M.; FRANCO, M. Academic spin-off creation: Barriers and how to overcome them. **R&D Management**, v. 48, n. 5, p. 505–518, 2019.
- PRUETT, M.; SHINNAR, R.; TONEY, B.; LLOPIS, F.; FOX, J. Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 15, n. 6, p. 571–594, 2009. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/13552550910995443>>. Acesso em: 15 maio. 2018.
- RASMUSSEN, E.; BORCH, O. J. University capabilities in facilitating entrepreneurship: A longitudinal study of spin-off ventures at mid-range universities. **Research Policy**, v. 39, n. 5, p. 602–612, 2010. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733310000508>>. Acesso em: 14 ago. 2018.
- RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, M. (Ed.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.
- SHAH, S. K.; PAHNKE, E. C. Parting the ivory curtain: understanding how universities support a diverse set of startups. **The Journal of Technology Transfer**, [s. l.], v. 39, n. 5, p. 780–792, 2014. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/s10961-014-9336-0>>. Acesso em: 15 maio. 2018.
- SEGATTO-MENDES, A. P.; SBRAGIA, R. O processo de cooperação universidade-empresa em universidades brasileiras. **Revista de Administração**, v. 37, n. 4, p. 58–71, 2002.
- SINGH, A. S.; CASTRO, A. C. De; SEGATTO, A. P.; CHEROBIM, A. P. M. S. Incubadoras do Paraná e a obtenção de recursos: Um estudo de multicasos sob a perspectiva das capacidades relacionais. **Anais do VI SINGEP**, p. 16, 2017. Disponível em: <<https://singep.org.br/6singep/resultado/331.pdf>>
- SINGH, A. S.; KANIAK, V. M. M.; SEGATTO, A. P. Desafios Enfrentados Pelos Núcleos De Inovação Tecnológica (Nits) No Sul Do Brasil E Suas Estratégias De Superação: Um Estudo Multicasos. **REA - Revista Eletrônica de Administração**, v. 19, n. 1, p. 165–187, 2020.
- STOROPOLI, JOSÉ EDUARDO; PEREIRA BINDER, MARCELO; MACCARI, E. A. Incubadoras de empresas e o desenvolvimento de capacidades em empresas incubadas. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 35, p. 36–51, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2013v15n35p36>>
- YIN, R. **Case Study Research and Applications: Design and Methods**. 6th. ed: Sage Publications, 2017.