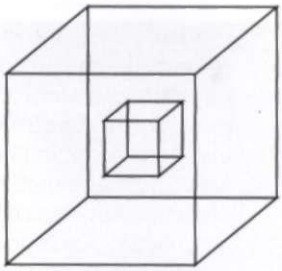
FÁBIO HOCHLEITNER, sócio da Aquamet, incubada no COPPE/UFRJ: "Somos a empresa que mais cresce no setor, a uma média de 30% ao ano"

MAR ABERTO

Distante milhares de quilômetros da mancha de óleo que cobre o mar do Caribe, Fábio Hochleitner simula soluções para minimizar o problema. Mestre em meteorologia, ele é sócio da Aquamet, uma das poucas empresas no país a contar com um Sistema de Informações Ambientais para Resposta a Acidentes de Óleo no Mar, o SARA. Fundada em 2007, no Rio de Janeiro, oferece serviços personalizados de previsões meteorológicas e oceanográficas para empresas das áreas de energia, gás e petróleo. Como não tinha experiência em gestão de negócios, Hochleitner decidiu procurar a incubadora do COPPE, ligada à UFRJ. "Assim que eles aprovaram o projeto, propuseram um estreitamento do ramo de atuação. Foi quando decidimos trabalhar apenas em três áreas", diz Hochleitner. Durante o período de incubação, realizou 80 projetos, somou 20 clientes em carteira e deve faturar seu primeiro milhão de reais em 2010. "A incubadora nos ajudou a transformar o conhecimento acadêmico em negócio, algo que sozinhos não conseguiríamos fazer", afirma. "Somos hoje a empresa que mais cresce no setor no país, a uma média de 30% ao ano."



VIDA LONGA ÀS EMPRESAS

PRESTES A COMPLETAR 25 ANOS, O SISTEMA DE INCUBADORAS NO BRASIL ABRIGA MAIS DE 6 MIL NOVOS EMPREENDIMENTOS, QUE GERAM UM FATURAMENTO DE CERCA DE R$ 2 BILHÕES POR ANO

POR KATIA SIMÕES

MESTRE EM CIÊNCIAS ATMOSFÉRICAS, O CARIOCA FÁBIO HOCHLEITNER, 38 ANOS, PRESTAVA CONSULTORIA NA ÁREA DE METEOROLOGIA DESDE 2002. MAS FOI SÓ EM 2007 QUE ELE DECIDIU ABRIR SEU PRÓPRIO NEGÓCIO: UMA EMPRESA ESPECIALIZADA EM SERVIÇOS E PRODUTOS VOLTADOS À ÁREA AMBIENTAL, A AQUAMET. "Sobrava conhecimento técnico e faltava experiência de gestão e administração", lembra o empresário. "Percebi que, sozinho, não teria condições de levar a proposta adiante. Decidi apresentar o plano de negócios à Incubadora COPPE, ligada à Universidade Federal do Rio de Janeiro, onde eu havia estudado." Conseguiu a aprovação. Há três anos, a empresa ganha musculatura na sede do COPPE e no final de 2011 deverá seguir carreira solo, mais preparada para enfrentar a concorrência.

FOTO MARCELO CORRÊA

POR UM LUGAR AO SOL

O QUE FAZER PARA CONQUISTAR UMA VAGA EM UMA DAS 400 INCUBADORAS DO PAÍS

>> **TER UMA IDEIA INOVADORA**, que possa ser implementada e inserida em um mercado em expansão. Negócios com poucas perspectivas de crescimento não têm espaço em incubadoras

>> **CANDIDATAR-SE** ao processo de seleção de uma incubadora que se adapte ao perfil do seu negócio. Empreendimentos que exigem alto grau de conhecimento costumam se moldar melhor às exigências das diferentes incubadoras. Sem inovação, seja no produto ou no modelo de negócio, não há chance de a proposta vingar

>> **MONTAR UM PLANO** de negócio bem estruturado, que inclua a apresentação da ideia, os caminhos para a sua concretização, as estimativas de custos e as metas para o primeiro ano de atividade

>> **APRESENTAR UM CURRÍCULO** detalhado dos sócios, com formação acadêmica, características empreendedoras de comportamento, planos de ação na área para os 12 meses seguintes e experiências anteriores

>> **REVELAR DISPOSIÇÃO** para submeter o seu sonho/negócio à apreciação de uma banca examinadora composta por profissionais de mercado, empreendedores de diversas áreas, consultores e acadêmicos

>> **ABERTURA PARA A POSSIBILIDADE** de a incubadora se tornar, no futuro, sócia do empreendimento, com voz ativa em todas as ações

>> **REVELAR DISPOSIÇÃO** para se apaixonar pela empresa e não pelo produto. Criadores de negócios inovadores tendem a pensar mais na inovação do que na viabilidade comercial de suas propostas. O papel da incubadora é justamente inverter essa ordem de valores

A função das 400 incubadoras espalhadas pelo Brasil é justamente essa: dar fôlego a ideias inovadoras até que se transformem em negócios bem-sucedidos. Entre os benefícios usufruídos pelas empresas no período de incubação — que pode variar de dois a quatro anos —, estão assessoria jurídica, contábil, financeira, em recursos humanos e marketing, além de consultorias de especialistas da área em que atuam e instalações físicas de baixo custo. Em troca, as incubadoras cobram um valor mensal correspondente às áreas físicas ocupadas pelas empresas. As de base tecnológica costumam cobrar, também, um percentual sobre o faturamento bruto, a partir do segundo ano de incubação, ou até mesmo nos dois primeiros anos depois da graduação. Há casos, ainda, em que a incubadora se torna sócia dos negócios que abriga. Geralmente, a sociedade começa com 80% das cotas para a incubadora e 20% para os fundadores da empresa. À medida que os empreendimentos amadurecem, as cotas são repassadas progressivamente para os empreendedores. Ao final do período de incubação, a ideia é que a empresa seja 100% dona do negócio e possa caminhar com as próprias pernas. "Dentro do ambiente da incubadora, o empreendedor aprende a se apaixonar pelo negócio e não pelo produto", diz Sandra Faria, gerente do COPPE-UFPJ e uma das pioneiras no estudo da incubação no país. "Esse é um dos segredos para que a inovação ganhe força e gere lucros."

20% É O ÍNDICE de mortalidade entre as empresas incubadas no Brasil. O número é semelhante ao apresentado pelas incubadoras do Canadá, que recebem um grande volume de investimentos

CRESCIMENTO EXPRESSIVO

Criado na década de 1980 pelo então presidente do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), professor Lynaldo Cavalcanti de Albuquerque, o processo de incubação no Brasil está prestes a completar 25 anos. Nesse período, o saldo é bem positivo. O número de incubadoras cresce a uma média de 25% ao ano. Em 1999, havia em torno de cem incubadoras — hoje, são 400.0 índice de mortalidade entre as empresas incubadas está abaixo de 20%, inferior à média registrada entre os empreendimentos não incubados, que é de 50% nos primeiros dois anos de atividade, segundo levantamento feito pelo Sebrae. "Esse percentual é semelhante ao apresentado

O que dizem os números

São mais de 6 mil empresas incubadas de norte a sul do Brasil

400 INCUBADORAS estão em atividade no país, distribuídas em 25 estados da Federação

40% DAS UNIVERSIDADES brasileiras contam com uma incubadora

88% DAS INCUBADORAS priorizam o desenvolvimento econômico regional

64% DOS MUNICÍPIOS com menos de 1 milhão e mais de 300 mil habitantes têm uma incubadora ou parque tecnológico

100% DOS MUNICÍPIOS BRASILEIROS com mais de 1 milhão de habitantes contam com uma incubadora ou parque tecnológico

84% DAS INCUBADORAS priorizam a geração de empregos

300 MIL HORAS DE TREINAMENTO é o que recebem, em média, os empreendedores incubados

4 ANOS É O TEMPO MÉDIO de incubação das empresas no Brasil

1.500 EMPRESAS JÁ SE graduaram no país

33 MIL EMPREGOS DIRETOS são gerados pelas empresas incubadas

DANIEL AUGUSTO, dono da Veritis, empresa incubada na Incamp: 80 clientes e faturamento de R$1,5 milhão em 2010, com programa de identificação biométrica por impressão digital

pelas incubadoras do Canadá, que recebem um grande volume de investimentos de fundos e contam com ampla estrutura física para abrigar os projetos nascentes", afirma Ari Plonsky, presidente da Associação Nacional de Empreendimentos Inovadores (Anprotec). Segundo ele, o baixo índice de mortalidade é uma das causas do aumento de projetos apresentados para aprovação nos últimos anos. "Hoje, a média nacional é de cinco candidatos para cada vaga aberta", diz.

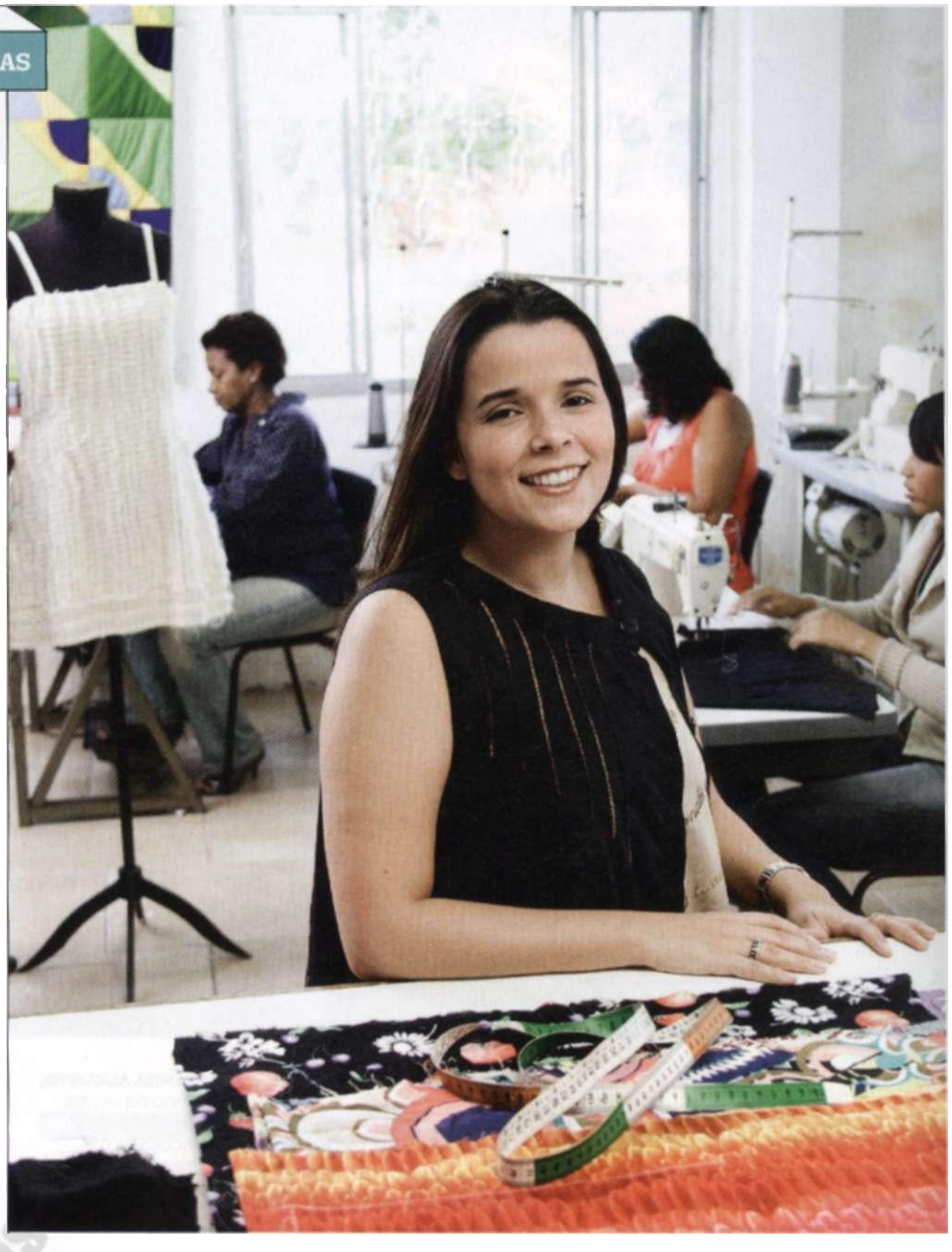
De acordo com Marcelo Aidar, coordenador adjunto do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da FGV-EAESP, as incubadoras não fazem milagre, mas desempenham um papel importante no momento em que as empresas estão mais frágeis. "O único senão é o alto grau de protecionismo que elas exercem sobre os novos negócios", afirma. "Muitas delas criam um mundo artificial, com excesso de cuidados nas áreas jurídica, administrativa, de marketing e de gestão." Na hora em que a empresa vai para o mundo real, experimenta um choque de realidade, diz o especialista. "Quanto mais protegidas, menores as chances de se adaptarem quando deixam a zona de conforto." Cabe às incubadoras preparar essa saída, deixando claro que se trata de um período de transição, com data para entrar e para sair.

IDENTIFICAÇÃO TECNOLÓGICA

A proximidade com a Unicamp e o acesso a grandes especialistas em biometria levou o empresário Daniel José Augusto, 29 anos, a apresentar um projeto nessa área para a incubadora Incamp, de Campinas, em 2008. O processo de avaliação levou dois meses e incluiu a defesa do plano de negócios diante de quatro especialistas. "Quando a Veritis chegou à incubadora, a ideia era oferecer aos clientes um pacote com tecnologias de terceiros. Hoje, contamos com o nosso próprio programa de identificação biométrica por impressão digital e estamos desenvolvendo o reconhecimento por face e íris", afirma Augusto. Tamanho desenvolvimento em pouco mais de um ano de trabalho só foi possível, segundo o empresário, graças à interferência direta da incubadora na gestão do negócio. "O acessso a especialistas na área e a liberação de subsídios para pesquisa e desenvolvimento foram fundamentais", diz.
A empresa recebeu aportes da ordem de R$ 212 mil, da Fapesp (Pipe 1) e da Finep (Prime), parte deles não reembolsável. "Fora da incubadora, não teríamos condições de concluir nem 50% desse trabalho em tão pouco tempo. E, com certeza, não conseguiríamos somar uma carteira de 80 clientes", diz Augusto. Com um faturamento estimado de R$ 1,5 milhão para 2010, a Veritis tem pela frente mais dois anos de incubação, período em que espera investir no campo da identificação por voz e assinatura. Entusiasta do processo de incubação, o empreendedor diz que a única dificuldade é a falta de flexibilidade da estrutura física. "Trabalhamos em uma sala de 50 m², sem chance de expansão", conta.

FOTO: OMAR PAIXÃO

Quando Ana Asti, mestre em ciências sociais de 31 anos, decidiu trabalhar com comércio justo, acreditou que criar uma ONG seria o caminho ideal. A Onda Solidária, fundada em 2004, ainda hoje atua junto a cooperativas de mulheres no Rio de Janeiro, colaborando para o desenvolvimento de produtos e o aumento de renda. Mas Ana escolheu outro caminho. "Percebi que, se eu tivesse uma atitude menos assistencialista e mais empreendedora, seria mais útil para as comunidades", lembra. "Foi quando comecei a prestar consultoria na área de comércio justo para empresas e instituições." Apesar de ser administradora de formação, ela não se sentia segura para estruturar um negócio sozinha. Por isso, decidiu procurar o Instituto Gênesis, da PUC-RJ, uma das poucas incubadoras voltadas à área social no país. Em 2008, conseguiu a aprovação da sua empresa, a Parceria Social Consultoria Empresarial. Desde então, já realizou mais de 50 projetos para clientes como Fundação LOccitane, Sebrae e a rede Mega Mate. Em dois anos, mais de 500 pessoas foram beneficiadas com o seu trabalho, em cooperativas como a Fibra Nativa, do Mato Grosso, a Tranças e Tramas, do Rio de Janeiro, e a Mãos de Fada, do Ceará. "A incubadora nos ajudou a pensar a estrutura organizacional da empresa e toda a parte administrativa", diz Ana. "Além disso, abriu caminho para a captação de financiamento de parceiros importantes, como a Finep e a Faperj."Os investimentos, no valor de R$ 190 mil, foram aplicados na própria empresa e na implementação do projeto de comércio justo no Polo de Moda de Petrópolis. Hoje, a Parceria Social ocupa uma sala de 20 m² na incubadora. Somando todas as despesas com infraestrutura, os gastos são de R$ 1.300 por mês."Com uma sede externa, gastaríamos muito mais. Além disso, não poderíamos trocar experiências com outros empreendedores, como acontece na incubadora", diz. A graduação deve ocorrer em 2011, quando Ana espera faturar seu primeiro milhão de reais — o dobro do previsto para este ano. "Toda empresa nascente deveria passar pela incubação. É um grande aprendizado. O perigo é criar dependência e querer ficar para sempre", diz, em tom de brincadeira.



ANA ASTI, sócia da Parceria Social, consultoria incubada no Instituto Gênesis da PUC-RJ: subsídios de R$190 mil, via Finep e Faperj

Hoje, cerca de 6.300 empresas estão incubadas nas cinco regiões do país. Juntas, faturam *R$* 2 bilhões por ano e geram 33 mil empregos diretos. A maioria é comandada por jovens entre 28 e 30 anos, com alto grau de escolaridade, que decidiram empreender porque acreditaram que poderiam colocar suas inovações no mercado, o chamado empreendedorismo por oportunidade e não por necessidade. "É grande a massa de mestres e doutores presentes nas incubadoras de base tecnológica", afirma Sandra Regina Faria, do COPPE-UFRJ.

Ser doutor ajuda, mas não garante o passaporte para o sistema de incubação. O primeiro passo para quem deseja pleitear o acesso a uma incubadora é descobrir quais são os centros de desenvolvimento que oferecem abrigo a negócios na sua área de atuação. Algumas incubadoras lançam editais de convocação para novos candidatos no início de cada se-

FOTO: MARCELO CORRÊA

mestre, mas a maioria mantém as portas sempre abertas. Assim que uma empresa incubada é graduada — termo usado para designar as que concluem o período máximo de permanência —, uma nova vaga é criada. Ao contrário do que muitos pensam, as incubadoras não aceitam apenas empresas recém-criadas ou profissionais com projetos que nem sequer foram formalizados. Desde que as ideias sejam inovadoras e consistentes, as empresas com alguns anos de estrada podem obter apoio.

Enquanto a graduação não se realiza, os empreendedores têm de obedecer às regras determinadas pelas incubadoras. Em geral, as áreas financeiras e administrativas das empresas ficam sob a direção das incubadoras e são repassadas aos sócios de forma gradual. Embora não haja um horário rígido de trabalho, há tarefas e metas que precisam ser cumpridas a curto e médio prazos. O acompanhamento das metas, a cargo dos gerentes das incubadoras, é feito a cada semana ou quinzena, dependendo do estágio em que a empresa se encontra ou de suas necessidades no período. Se a evolução ficar abaixo do esperado, o empreendedor pode ser desligado antes mesmo do vencimento do prazo de permanência. Mas há também histórias de negócios que evoluíram tão rapidamente que os empreendedores decidiram deixar a incubadora antes do previsto.

"A incubadora ajuda o empresário a entender melhor o que precisa ser feito no dia a dia para dar sustentação ao sonho. Apesar das limitações da estrutura física, é mais seguro do que caminhar sozinho", afirma Gerhard Ett, 43 anos, sócio da Eletrocel, há três anos graduada do Centro de Inovação, Empreendedorismo e Tecnologia (Cietec), de São Paulo. A empresa, fabricante de um gerador que converte energia química em energia elétrica, permaneceu

Uma start-up nascida na universidade e formada por um time de mestres e doutores: assim pode ser definida a Nova Nano, empresa especializada em análises técnicas avançadas em nanotecnologia para indústrias e laboratórios. Seus sócios encontraram na incubadora do Cietec, em São Paulo, o local ideal para transformar inovação em negócio. "No início, tínhamos um pensamento muito técnico. A incubadora nos ensinou a pensar como empresários", conta Juliano Bonacin, 30 anos. "Além disso, o ambiente é muito favorável. Ao mesmo tempo em que temos respaldo para desenvolver nossa tecnologia, experimentamos como é trabalhar em um ambiente de negócios e trocamos informações com gente que tem as mesmas dificuldades." Segundo o empresário, outro ponto favorável é a visibilidade. "Já recebemos a visita de fundos de venture capital dispostos a investir na empresa. Longe daqui, dificilmente eles chegariam até nós", diz Bonacin. Sob a orientação do Cietec, a Nova Nano prepara a sua graduação, que deverá ser em 2011. Na bagagem, 30 clientes, uma média de 400 análises feitas por ano e um faturamento estimado de R$ 700 mil em 2010.

RONALDO TIMM, JULIANO BONACIN E THIAGO ARAGÃO (da esq. para a dir.), sócios da Nova Nano, empresa incubada no Cietec: cerca de 400 análises técnicas por ano

FOTO: OMAR PAIXÃO

AMBIENTE SEGURO

Saiba quais são as 20 incubadoras que se destacam nas cinco regiões do país

INCUBADORA	ANO DE FUNDAÇÃO	SEDE	EMPRESAS INCUBADAS	ÁREA DE ATUAÇÃO
Bio-Rio	1988	Rio de Janeiro, RJ	17	Biotecnologia
Centro Empresarial para Laboração de Tecnologias Avançadas – CELTA	1986	Florianópolis, SC	38	Mecânica, eletrônica, tecnologia da informação, engenharia biomédica e óptica
Centro de Incubação e Desenvolvimento Empresarial-CIDE	2000	Manaus, AM	44	Multidisciplinar (alimentos, bebidas, cosméticos com ativos da Amazônia e biojoias)
Cietec	1998	São Paulo, SP	139	Biotecnologia, eletrônica, medicina, saúde, meio ambiente e tecnologia da informação
COPPE – UFRJ	1994	Rio de Janeiro, RJ	16	Base tecnológica
Incamp	2002	Campinas, SP	10	Multidisciplinar de base tecnológica
Incubadora de Empresas Habitat	1997	Belo Horizonte, MG	18	Biociências
Incubadora de Empresas do Padetec	1991	Fortaleza, CE	17	Multidisciplinar (alimentos, químicos, energia alternativa e produtos naturais)
Incubadora de Empresas e Projetos do Inatel	1985	Santa Rita do Sapucaí, SP	9	Tecnologia da informação, informática, eletrônica e telecomunicações
Incubadora de Empresas Uniderp/Interp	2001	Campo Grande, MS	8	Multissetorial com ênfase em eletrônica e automação, serviços, artesanato e tecnologia da informação
Incubadora Multissetorial de Base Tecnológica e Inovação Raiar	2003	Porto Alegre, RS	28	Base tecnológica e tecnologia da informação
Incubadora Tecnológica de Campina Grande	1984	Campina Grande, PB	46	Tecnologia da informação, biodísel e meio ambiente
Incubadora Tecnológica de Curitiba	1989	Curitiba, PR	11	Base tecnológica
Inova-UFMG	2003	Belo Horizonte, MG	8	Multidisciplinar (tecnologia da informação, biotecnologia e química)
Instituto Gene Blumenau	1996	Blumenau, SC	28	Tecnologia da informação
Instituto Gênesis/PUC-RJ	1997	Rio de Janeiro, RJ	13	Áreas tecnológica, cultural e social
Midi Tecnológico	1998	Florianópolis, SC	22	Base tecnológica
Multiincubadora do CDT/UNB	1989	Brasília, DF	10	Biotecnologia e tecnologia da informação
Núcleo de Empreendimento em Ciência, Tecnologia e Arte - Nectar	2001	Recife, PE	30	Tecnologia, arte, cultura, ciência
Programa de Incubação de Empresas de Base Tecnológica da UFPA	1995	Belém, PA	8	Tecnologia da Informação, energia, química de produtos naturais e design de produto

FONTE: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES (ANPROTEC)

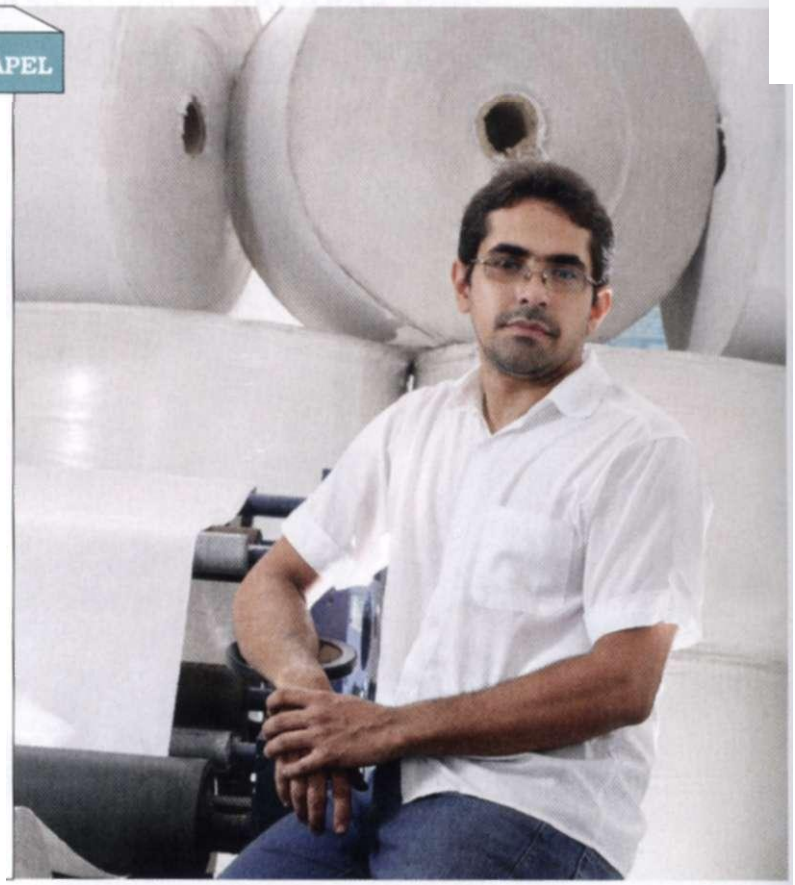
incubada de 2003 a 2007. Dentro da zona de conforto, ficou mais fácil estruturar o processo de gestão e formar parcerias importantes, diz o empresário. Com 150 clientes em carteira, a Eletrocel faturou R$ 1 milhão no ano passado.

Uma vantagem importante oferecida pelas incubadoras é o acesso facilitado ao crédito junto a instituições de fomento, como a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e os bancos oficiais. Além disso, esses ninhos de empresas funcionam como uma vitrine para os fundos de capital semente que começam a se multiplicar no país. "Hoje, os investidores anjos e as grandes empresas veem os negócios incubados com bons olhos, como parceiros e fornecedores", afirma Sérgio Risola, diretor-executivo do Cietec e presidente da Rede Paulista de Incubadoras. De acordo com o executivo, o novo olhar é resultado da mudança de comportamento das próprias incubadoras, que passaram a investir mais em empresas inovadoras com potencial de crescimento no mercado. "No começo, pecamos muito. A maioria dos gestores era tão apaixonada por tecnologia quanto os empreendedores", afirma Risola. "O Cietec foi uma das primeiras incubadoras com foco na comercialização, o que faz com que as empresas lá abrigadas alcancem um faturamento anual acima da média nacional."

Pouco mais de duas décadas depois do início do processo de incubação no país, as incubadoras de base tecnológica continuam sendo as mais procuradas pelos donos de empresas nascentes. Mas também existem centros de desenvolvimento importantes nas áreas cultural, agroindustrial e sociaL Em comum, todas são rigorosas na hora de avaliar a ideia, a viabilidade econômica do negócio e a capacidade empreendedora de cada equipe. Apesar dos rígidos critérios de aprovação, uma média de 15% dos projetos é abortada ao longo do percurso. A decisão pode partir tanto da incubadora quanto dos empreendedores. Entre os principais fatores que provocam o rompimento, está o per-

INDÚSTRIA DE PAPEL

Foi o alto preço do papel-toalha e do papel higiênico no varejo que levou o químico industrial Eduardo Rocha, 33 anos, a desenvolver o projeto de uma máquina de transformação de papel.
A proposta, aprovada em 2007 pelo Padetec, em Fortaleza, deu origem à Natupel. "Como a incubadora tem vínculo com a universidade, pude contar com a assessoria técnica de físicos e engenheiros mecânicos. Sozinho, não conseguiria pagar uma consultoria como essa", diz Rocha.
A máquina, que custa R$ 100 mil, metade do preço de uma importada, tem a mesma capacidade produtiva das concorrentes: cerca de 10 toneladas de papel por semana.
Hoje, a empresa corta uma média de 50 toneladas de papel por mês. "O desenvolvimento do equipamento diminui drasticamente o investimento necessário para a instalação de uma pequena indústria de transformação de papel.
Antes, era preciso R$ 1 milhão; agora, apenas R$ 200 mil", afirma o empresário.
A Natupel vende tanto o equipamento quanto o produto acabado - papel higiênico e papel-toalha - para distribuidores e varejistas do Ceará, Piauí e Rio Grande do Norte. De acordo com o empresário, ser uma empresa incubada trouxe ainda maior credibilidade e visibilidade.
Foi com a ajuda do Padetec que a empresa fez sua primeira exportação: oito máquinas no valor de R$ 1 milhão para Cabo Verde, o que levará o faturamento a R$ 1,4 milhão em 2010. "Sem a ajuda da incubadora, nem pensaríamos em exportar", diz Rocha.



EDUARDO ROCHA, dono da Natupel. empresa incubada no Padetec: oito máquinas exportadas para Cabo Verde com a ajuda da incubadora

fil da equipe, que se mostra menos preparada do que se imaginava, a falta de empenho na concretização das metas e a vontade dos empresários de seguir a vida sem interferência externa.

TROCA DE EXPERIÊNCIAS

Quem consegue completar o ciclo de incubação tem grandes chances de crescer e se consolidar no mercado. "Já são mais de 1.500 empresas graduadas no Brasil, um número bem expressivo", afirma Sandra Faria, do COPPE-UFPJ. "O grande desafio agora é criar melhores empresas, com maior potencial de expansão." Mas não é só. Para que o movimento cresça expressivamente em todas as regiões do país, será necessário buscar recursos que possibilitem ampliar o raio de atuação das incubadoras, beneficiando um número maior de empreendimentos. A especialista observa, porém, que é preciso respeitar as vocações regionais. "Não basta criar uma incubadora, é preciso ter uma demanda por parte dos empreendedores daquela região", diz.

Mais maduras e consolidadas, as incubadoras brasileiras iniciaram processos de internacionalização das marcas incubadas e de troca de experiências com empreendedores estrangeiros. Com esse fim já está em estudo uma parceria com o Conselho de Competitividade Norte-Americano, que permite a prática da incubação cruzada. "A proposta é que nossas empresas possam se instalar por lá e as americanas venham buscar abrigo aqui. Dessa maneira, há uma troca de experiências dos dois lados", diz Ary Plonsky, da Anprotec.

A senegalesa Valerie D'Costa, gerente do InfoDev—projeto do Banco Mundial que incentiva ações em nações em desenvolvimento —, é uma fã do modelo de gestão das incubadoras brasileiras. Acostumada a correr mundo implementando programas de desenvolvimento para tecnologias de comunicação, ela acredita que poucas instituições no mundo sabem aliar desempenho econômico e inclusão social tão bem quanto as incubadoras nacionais. "Países emergentes da África e da Ásia têm se inspirado no modelo brasileiro para melhorar as condições devida de suas comunidades", diz. Valerie conta que os recursos do InfoDev estão sendo aplicados em três entidades no país — entre elas, a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares do Rio de Janeiro (TTCP), voltada parao desenvolvimento local e para a inclusão social. Atualmente, abriga 20 cooperativas populares e gera renda para mais de 300 pessoas, entre catadores de papel, prostitutas, egressos do sistema penal e recicladores. "Foi um orgulho poder investir no desenvolvimento desse modelo de negócio. É um caso exemplar de empreendedorismo social inovador", diz Valerie.

Fonte: Pequenas Empresas & Grandes Negócios, São Paulo, n. 257, p. 80-90, jun. 2010.