

QUALIDADE PERCEBIDA NOS SERVIÇOS DE INCUBAÇÃO DE EMPRESAS NO INSTITUTO FEDERAL DO AMAZONAS (IFAM)

José de Jesus Medeiros Falcão Júnior¹ e Favio Akiyoshi Toda²

RESUMO

As incubadoras de empresa, através da oferta de serviços de suporte e assessoramento, ajudam empreendedores a transformarem ideias em negócios de sucesso, por isso são importantes agentes para o desenvolvimento social e econômico de uma região, sendo essa a missão do Instituto Federal do Amazonas, proporcionando ainda a geração de emprego e renda na região do Amazonas. Considerando a relevância dos serviços prestados por uma incubadora em geral, e da incubadora ora estudada, em particular, faz-se necessária uma avaliação da qualidade desses serviços, a fim de garantir que serviços de excelência sejam entregues à sociedade. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho foi elaborar um plano de recomendações decorrentes da análise e reflexão à luz da teoria da qualidade de serviços e do modelo SERVQUAL desenvolvido por Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017) sobre os serviços prestados pela incubadora do IFAM, a Ayty. Trata-se de um estudo de caso de natureza aplicada com abordagem qualitativa, com objetivo descritivo e propositivo. Os sujeitos da pesquisa foram os empreendedores de empresas que foram incubadas ou graduadas e já utilizaram os serviços da incubadora. A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas e a análise seguiu o método indutivo. Os dados dos entrevistados que avaliaram a qualidade dos serviços prestados foram confrontados com a descrição do modelo SERVQUAL para identificar as lacunas dentro das dimensões da qualidade e propor soluções para melhoria do desempenho da incubadora estudada. A análise dos dados coletados possibilitou identificar que a Ayty apresenta um alto nível de qualidade em relação aos seus serviços. Como principal conclusão, recomenda-se que a Ayty implemente um sistema de monitoramento e avaliação contínuos para garantir a qualidade e a

¹ Mestrando em Gestão e Estratégia - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. E-mail: jose.falcao@ifam.edu.br.

² Doutor em Administração. Professor - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. E-mail: favio.toda@uol.com.br.

confiabilidade dos serviços prestados. Através do plano de recomendações estratégicas foram propostas melhorias em cada uma das cinco dimensões da qualidade.

Palavras-Chave: modelo SERVQUAL; qualidade em serviços; incubadoras de empresas; inovação.

PERCEIVED QUALITY IN BUSINESS INCUBATION SERVICES AT THE FEDERAL INSTITUTE OF AMAZONAS (IFAM)

ABSTRACT

Business incubators, by offering support and advisory services, help entrepreneurs turn ideas into successful businesses, which is why they are important agents for a region's social and economic development, which is IFAM's mission, providing the generation of employment and income in the Amazon region. Considering the relevance of the services provided by an incubator in general, and the incubator studied here, in particular, it is necessary to assess the quality of these services, to guarantee that excellent services are delivered to society. In this sense, the objective of this work was to elaborate a plan of recommendations arising from the analysis and reflection in the light of the theory of service quality and the SERVQUAL model developed by Zeithaml, Berry, and Parasuraman on the services provided by the IFAM incubator, Ayty. This is a case study of an applied nature with a qualitative approach, with a descriptive and propositional objective. The research subjects were the entrepreneurs of companies that were incubated or graduated and already used the incubator's services. Data collection took place through semi-structured interviews and the analysis followed the inductive method. The data from the interviewees who evaluated the quality of the services provided were confronted with the description of the SERVQUAL model to identify gaps within the quality dimensions and propose solutions to improve the performance of the studied incubator. The analysis of the collected data made it possible to identify that Ayty presents a high level of quality concerning its services. As a main conclusion, it is recommended that Ayty implement a continuous monitoring and evaluation system to guarantee the quality and reliability of the services provided. Improvements were proposed in each of the five dimensions of quality.

Keywords: SERVQUAL model; quality in services; business incubators; innovation.

INTRODUÇÃO

As incubadoras são instituições que têm como objetivo apoiar empreendedores a transformarem ideias inovadoras em empresas sustentáveis, ofertando serviços de suporte e assessoramento em gestão, aperfeiçoamento do modelo de negócios e fornecendo a infraestrutura necessária ao desenvolvimento do negócio. Os impactos gerados por esses negócios caracterizam a importância das incubadoras, que podem se estender de diversas formas sobre a economia de uma localidade, desde aumento da competitividade das empresas, passando pelo fortalecimento da cultura empreendedora, geração de emprego e renda, até a difusão de inovações.

Inaugurada em 23 de junho de 2003, a incubadora mista (base tecnológica e tradicional) e multisetorial InCEFET, do então CEFET-AM (Centro Federal de Educação Tecnológica do Amazonas), foi criada para possibilitar alternativas de utilização da mão de obra qualificada que a instituição insere no mercado anualmente, visando oferecer oportunidades para o trabalho autônomo e criativo de alunos finalistas e egressos. A partir de 2004, com a transformação do CEFET-AM em Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM), a InCEFET recebeu a denominação de AITY- Incubadora de Empresas do IFAM, nome que tem origem no tupi guarani e significa “ninho”, justamente por ter a proposta de ser o local onde as empresas nascentes teriam as condições necessárias para seu crescimento e desenvolvimento.

Conforme Engelman, Fracasso e Brasil (2011), o sucesso de uma empresa graduada depende do nível de conhecimento por parte das incubadoras sobre as necessidades e desejos de seus incubados e

devem estar voltadas para a necessidade das empresas, bem como para suas expectativas e percepções em relação aos serviços ofertados.

Nessa direção, medir a satisfação das empresas incubadas, bem como a qualidade dos serviços prestados pelas incubadoras, é um desafio, pois ambas são determinadas por muitos fatores intangíveis. Um dos modelos consagrados para avaliar a qualidade dos serviços é o Modelo da Qualidade de Serviços (SERVQUAL) de Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017) em que é possível avaliar a qualidade dos serviços prestados por uma incubadora de empresas a partir da comparação entre as percepções tanto de gestores das empresas incubadas quanto dos coordenadores da Incubadora. Visando fazer a avaliação dos serviços incubadora estudada, é proposta a seguinte pergunta problema: Qual a qualidade percebida dos serviços prestados pela incubadora?

Neste estudo, parte-se do princípio de que, por meio da avaliação da qualidade dos serviços prestados, é possível propor melhorias sobre a sua qualidade (Godeiro, 2018), de modo que a melhoria da qualidade dos serviços seja vista como a realização de uma inovação em Serviços (Ocde, 2018).

As próximas seções deste artigo contemplam uma breve revisão da literatura sobre incubadoras de empresas e qualidade em serviços, onde será apresentado o Modelo da Qualidade de Serviços utilizado. Além disso, serão discutidos o método de pesquisa, a apresentação e análise dos dados, que incluem a caracterização da incubadora e as percepções das empresas incubadas em relação à qualidade dos serviços. Por fim, serão apresentadas as conclusões deste estudo.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A seção de fundamentação teórica deste artigo propõe uma análise dos conceitos de incubadoras de empresas e modelos de qualidade de serviços, ambos desempenhando papéis significativos no panorama empresarial contemporâneo. As incubadoras de empresas têm emergido como catalisadoras essenciais para o desenvolvimento de novos empreendimentos, fornecendo um ambiente propício, recursos e orientação para *startups* e empresas nascentes. Por outro lado, os modelos de qualidade de serviços oferecem estruturas conceituais para avaliar e aprimorar a entrega de serviços em diversos setores, concentrando-se na satisfação do cliente e na eficiência operacional. Este texto busca explorar as sinergias entre esses dois domínios, destacando como as práticas de gestão da qualidade podem ser integradas às operações das incubadoras para potencializar o sucesso e a sustentabilidade das empresas incubadas.

Incubadoras de empresas

O setor de incubadoras de empresas, apesar de ainda ser relativamente jovem, tem despertado grande interesse de teóricos e profissionais, surgindo como uma promissora ferramenta para apoiar efetivamente a abordagem empreendedora (Andreea *et al.*, 2015). As incubadoras foram pesquisadas em estudo científico pela primeira vez no ano de 1987, tendo número incipiente de publicações até 2010 e alcançando gradativo aumento nos últimos dez anos, o que indica que a curiosidade científica tem crescido recentemente e ganhado força (Deyanova *et al.*, 2022).

No sentido mais restrito, as incubadoras de empresa são

organizações que apoiam o estabelecimento e o crescimento de novos negócios com recursos tangíveis (por exemplo, espaço, equipamentos compartilhados e serviços administrativos) e intangíveis (por exemplo, conhecimento, acesso à rede) durante um período e são financiadas por um patrocinador, que pode ser um governo ou corporação, e/ou financiam-se recebendo aluguel de incubadas (Hausberg e Korreck, 2021).

Para a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec, 2019), as incubadoras de empresas surgiram como um mecanismo de incentivo, apoio e promoção da inovação.

Segundo Gozali *et al* (2020), os principais fatores de sucesso das incubadoras são: o foco no desempenho da incubadora moderado pela qualidade das instalações, fortes critérios de entrada de inquilinos na incubadora, mentoria e *networking* moderado por um bom sistema de infraestrutura, financiamento e o apoio das incubadoras aos seus inquilinos moderado por um bom sistema de infraestrutura e proteção do governo moderado por crédito e recompensa. Uma das formas de buscar garantir esse sucesso é através da avaliação da qualidade dos serviços prestados.

Modelos de Avaliação da Qualidade em Serviços

A qualidade do serviço é um julgamento percebido resultante de um processo de avaliação onde os clientes comparam suas expectativas com o serviço que percebem ter obtido. Um serviço excelente abre caminho para um cliente satisfeito e leal que está disposto a recomendar outros clientes. A satisfação do consumidor é alcançada quando o desempenho do serviço atende ou supera as expectativas do

cliente (Torabi e Bélanger, 2021).

Conforme Miguel e Salomi (2004), um dos precursores nessa área foi Grönroos (1984), responsável pelo desenvolvimento de um dos primeiros modelos para mensuração da qualidade em serviços. Na sequência, diversos autores, ao longo do tempo, vêm buscando aprimorar sua conceituação e desenvolver técnicas de medição.

Parasuraman *et al.* (1985) propuseram medir a qualidade em serviços baseando-se no modelo de satisfação de Oliver (1980), trabalho semelhante também foi feito por Brown; Swartz (1989). Parasuraman *et al.* (1988) desenvolveram o instrumento SERVQUAL que complementa seu modelo, baseando-se nas dimensões da qualidade para serviços. A partir de então, diversos autores seguem se dedicando a esse campo de pesquisa, seja buscando aperfeiçoar os modelos existentes, seja propondo novos modelos ou comparando-os.

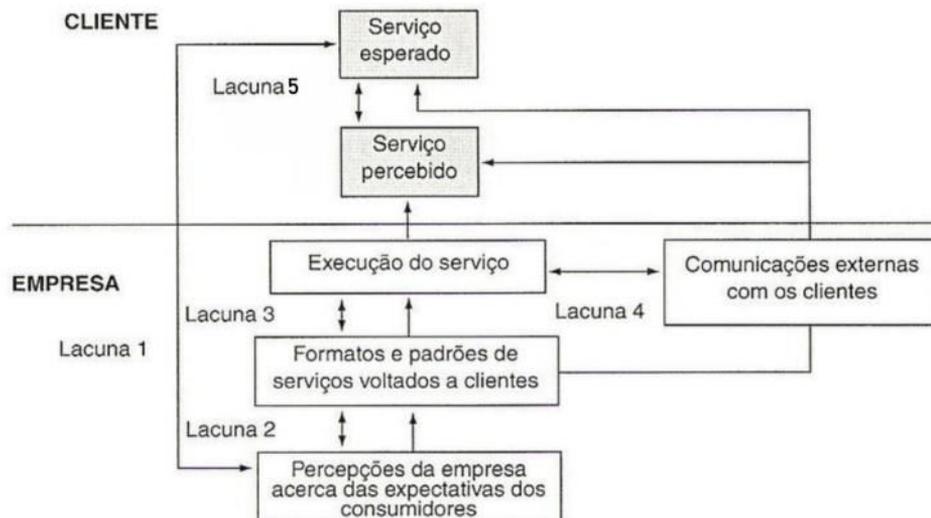
Em estudos comparativos dos instrumentos SERVPERF e SERVQUAL (Salomi, Miguel e Abackerli, 2005; Souto e Correia-Neto, 2017), verificou-se que apesar do instrumento SERVPERF apresentar a vantagem de possuir menos questões a serem respondidas pelos entrevistados, o que poderia evitar a desmotivação por parte dos respondentes devido ao grande número de questões e representar menor custo e tempo de operacionalização, o modelo SERVQUAL é o mais difundido, sendo utilizado em cerca de 90% dos artigos pesquisados pelos autores. O Modelo da Qualidade de Serviços de Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017), por se tratar de um modelo já consolidado de avaliação das empresas prestadoras de serviço, sob a perspectiva comparada de empresas e cliente, se mostra útil na avaliação dos serviços prestados por incubadoras de empresas às empresas nela incubadas (Engelman; Fracasso; Brasil, 2011).

Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017) basearam-se na comparação entre a percepção sobre o serviço recebido e o serviço esperado pelo usuário e foram os responsáveis por propor um modelo que permite mensurar a qualidade do serviço. Denominou-se como lacuna (*gap*, em inglês), a diferença entre serviço recebido e serviço esperado. Como principal resultado da pesquisa, os autores concluíram que os clientes utilizam os mesmos critérios para chegar a julgamento sobre a qualidade do serviço prestado, independentemente do tipo de serviço considerado, e consolidaram esses critérios em cinco dimensões:

1. Tangibilidade: A aparência das instalações físicas, equipamentos, pessoal e materiais de comunicação;
2. Confiabilidade: A capacidade de conduzir o serviço prometido de forma confiável e precisa;
3. Garantia: O conhecimento e cortesia de todos os funcionários e suas habilidades para transmitir confiança e segurança;
4. Empatia: O arranjo de carinho, customização e atenção ao cliente;
5. Capacidade de resposta: A tendência de ajudar os clientes e fornecer um serviço rápido e oportuno.

Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017) desenvolveram então o modelo conceitual da qualidade de serviços, conhecido pela sigla SERVQUAL, que agrupa os problemas da qualidade em cinco lacunas, conforme apresentado na Figura 1. Esse modelo é amplamente utilizado em estudos de diferentes áreas de serviços, já tendo sido testado e utilizado para avaliar incubadora de empresas no Brasil (Engelman; Fracasso; Brasil, 2011).

Figura 1 - Modelo de Lacunas da Qualidade de Serviços



Fonte: Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017); Zeithaml e Bitner (2003, p. 420)

Para alcançar um resultado ideal, as expectativas e percepções dos consumidores devem ser idênticas, ou seja, os clientes devem perceber que recebem aquilo que acham que deviam receber (Zeithaml; Bitner, 2003). O foco central do modelo é a Lacuna do Cliente, que pode ser considerada como uma função de outras quatro lacunas e só ocorre se pelo menos uma das outras ocorrer. Para Zeithaml e Bitner (2003), a diferença entre as expectativas e as percepções do cliente sempre existirá. A empresa deve ter como objetivo eliminar a Lacuna do Cliente a partir da eliminação das outras lacunas.

As principais causas de falhas apontadas na literatura relacionadas à qualidade dos serviços são as seguintes lacunas: não conhecer a expectativa do cliente; não selecionar a proposta e os padrões de serviços corretos; não executar os serviços dentro dos padrões estabelecidos; e não cumprir o que foi prometido (Zeithaml; Berry; Parasuraman, 2017).

A Lacuna 1 trata da discrepância entre as expectativas dos clientes e a percepção da gerência, onde a gerência nem sempre tem total ciência de que fatores relacionados a prestação de seus serviços são realmente relevantes e indicam alta qualidade para os clientes de forma a corresponder às suas expectativas. A lacuna acontece quando a gerência não entende perfeitamente o que os clientes esperam e o que realmente importa para eles. Para fechar essa lacuna e melhorar a qualidade do serviço, o gerente deve obter informações precisas sobre as expectativas dos clientes (Zeithaml; Berry; Parasuraman, 2017).

A discrepância entre a percepção da gerência e especificações da qualidade do serviço configura a Lacuna 2, cujo entendimento das necessidades dos clientes precisa se converter em metas de desempenho que revelem essa correta percepção em especificações da qualidade do serviço. Ter a percepção correta é necessário, mas não suficiente. Para fechar essa lacuna, é necessário que se definam metas de desempenho que reflitam as expectativas dos clientes, o que deve ter um impacto favorável sobre a percepção da qualidade do serviço para os clientes (Zeithaml; Berry; Parasuraman, 2017).

A Lacuna 3 refere-se a discrepância entre especificações da qualidade do serviço e entrega do serviço, mesmo quando há orientação e diretrizes para que os serviços sejam executados de forma a atender as necessidades dos clientes corretamente, pode haver uma lacuna na entrega do serviço por diversos motivos, como má qualificação dos funcionários, capacidade insuficiente para atender à demanda ou sistemas inadequados de apoio ao pessoal de contato com os clientes. Ou seja, para reduzir essa lacuna, é necessário que o grau de desempenho na entrega do serviço não fique aquém das metas. Para isso deve-se assegurar que os recursos fundamentais para o alcance das

metas estejam disponíveis (Zeithaml; Berry; Parasuraman, 2017).

Já a Lacuna 4 trata da discrepância entre a entrega do serviço e as comunicações externas (comunicações de marketing), visto que essas são um fator determinante nas expectativas dos clientes. Quando o serviço efetivamente prestado não corresponde ao que foi prometido, gera-se essa lacuna. Os responsáveis pela descrição e/ou promoção do serviço devem entender plenamente em que consiste a efetiva prestação do serviço de forma a não haver promessas exageradas ou falhas em comunicar aspectos dos serviços para atender bem os clientes. Para reduzir essa lacuna, é necessária uma coordenação efetiva do processo de entrega do serviço com as comunicações externas (Zeithaml; Berry; Parasuraman, 2017).

Engelman, Fracasso e Brasil (2011) compararam a qualidade de serviços de incubação percebida pelas empresas incubadas com a percepção da própria incubadora estudada, a Incubadora Multissetorial de Base Tecnológica Raiar, e verificaram que o modelo SERVQUAL se mostrou útil na avaliação dos serviços prestados por incubadoras de empresas às empresas incubadas sobre sua tutela.

A próxima seção discutirá a metodologia utilizada para o desenvolvimento da pesquisa.

METODOLOGIA

Nesta pesquisa, foi usada a abordagem qualitativa, conforme características definidas por Creswell (2014), que são: ambiente natural, pesquisador como elemento fundamental, uso de diversas fontes de coleta de dados, raciocínio complexo, significado a partir dos sujeitos de pesquisa, flexibilidade ante as novas descobertas, reflexão e

relato sob várias perspectivas. Foram escolhidas empresas incubadas e graduadas na incubadora AITY, e foi aplicado o roteiro aos empresários graduados, e coordenadores das incubadoras. Além das entrevistas em profundidade, o autor deste estudo buscou vivenciar e avaliar os espaços da incubadora por meio de observações não participante.

Para a realização das entrevistas foi construído um roteiro com tópicos norteadores a partir do referencial teórico e do Modelo da Qualidade de Serviços (Zeithaml; Berry; Parasuraman, 2017). Esse modelo foi adaptado para seu uso dentro do ambiente das incubadoras de negócios, pré-testado e posteriormente aplicado entre os gestores de empresas que estão ou foram nelas incubadas.

O estudo identificou como sujeitos da pesquisa os gestores das empresas incubadas e coordenadores da incubadora AITY. Quanto à técnica para análise de dados, optou-se pela análise de conteúdo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na primeira parte da entrevista, buscou-se entender o perfil dos entrevistados e seus históricos junto a incubadora. Os entrevistados demonstraram certo entendimento do conceito de qualidade de serviço, além de terem clareza sobre os pontos fortes, fracos e proporem sugestões de melhoria para a incubadora. Os entrevistados ainda demonstraram satisfação geral com a experiência relacionada à prestação de serviço por parte da incubadora, inclusive citando superação de expectativas, o que é um dado importante, visto que, conforme os autores Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017), conhecer as expectativas dos clientes é o primeiro passo para se prestar serviços

de alta qualidade.

Questionados sobre como avaliam a qualidade da AYTY, os entrevistados demonstraram satisfação geral mesmo apontando possíveis melhorias, como se destaca a seguir:

E1: “Avalio que a AYTY está em um progresso, ela está em up, ela está subindo, cada vez melhor. A gente não está num país de primeiro mundo, então acho que eu não posso cobrar da AYTY, por ser uma incubadora do Governo Federal, que ela seja a melhor do mundo, mas ela se destaca bastante sim. No cenário geral, eu acredito que chega a ser uma incubadora”.

Sobre os pontos fortes, os entrevistados pontuam que a infraestrutura, ou seja, os elementos tangíveis, foi o que mais se destacou, além da responsividade que, segundo Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017), é a dimensão que diz respeito à disposição para ajudar os clientes e prestar o serviço sem demora. Para o E1, a estrutura e o relacionamento que a incubadora podem oferecer, principalmente com o nome do IFAM como instituição mantenedora, traz peso e confiabilidade para o mercado devido à credibilidade do Instituto Federal do Amazonas.

Questionados sobre os pontos fracos, o que falta na incubadora, os entrevistados apontam que a principal deficiência é na dimensão da confiabilidade, que é a dimensão que diz respeito à capacidade de realizar o serviço prometido de forma confiável e correta (Zeithaml; Berry; Parasuraman, 2017), porém esclarecem entender que isso se deve mais ao fato da falta de apoio para o desenvolvimento das atividades da incubadora do que por culpa da gestão da incubadora:

E1: “O que falta na AYTY basicamente é mais apoio por parte dos governos, mais apoio por parte das empresas para que o modelo socioeconômico das incubadoras e dentro da

universidade possa ser desenvolvido, então ela precisa de apoio”.

Solicitados a sugerirem melhorias que podem ser aplicadas à incubadora, os entrevistados sugerem que haja mais investimento na área de pessoas e na área de negócios para que a incubadora tenha recursos próprios, que a maior dificuldade da incubadora é o fato de não ter recursos próprios, recursos esses que são fundamentais para movimentar as atividades, para fazer seu *networking*, trazer novos negócios e valorizar as empresas de bases tecnológicas.

Sobre os incidentes críticos marcantes da prestação de serviço, os entrevistados apontam superações de expectativas em vários momentos, como por exemplo, uma viagem representando o Brasil na Alemanha através da Ayty.

Na segunda parte, na qual falam sobre suas expectativas para uma prestação de serviço excelente de uma incubadora, os entrevistados afirmam que a dimensão dos elementos tangíveis não é o mais importante, o que está em conformidade com a pesquisa de Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017) em que os elementos tangíveis foram considerados a dimensão menos importante relativamente às cinco dimensões da qualidade. Comparando com as suas percepções do serviço prestado, os entrevistados afirmam que com relação aos elementos tangíveis, a AYTY apresenta resultados satisfatórios, até pelo fato das expectativas não serem tão altas. A fala da entrevistada E2 reforça a ideia de que os elementos tangíveis não são essenciais para uma prestação de serviço de uma incubadora.

Com relação à dimensão confiabilidade, os entrevistados, apesar de darem importância a questões como o interesse em solucionar os problemas e fazer o serviço certo já na primeira vez, não dão a mesma

importância para o cumprimento de prazos, pois entendem que esse é um dos grandes desafios. Nessa dimensão, o posicionamento dos entrevistados diverge dos achados de Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017), onde a confiabilidade é consistentemente a dimensão mais importante. Com relação às percepções do serviço prestado, nessa dimensão, o entrevistado demonstrou satisfação, pontuando o fato de a incubadora ser confiável principalmente pelo fato de ter experiência e saber fazer.

Sobre a dimensão responsividade, os entrevistados demonstraram dar importância e a listaram como a segunda dimensão mais importante, corroborando com os resultados encontrados por Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017), onde responsividade só fica abaixo de confiabilidade. Para o entrevistado, em suas expectativas, é necessário que os funcionários de incubadoras se disponham a fazer acontecer. Em confronto com a sua percepção, a AYTU é satisfatória nessa dimensão, pois os funcionários sempre estão dispostos a ajudar mesmo estando ocupados.

Na dimensão segurança, os entrevistados afirmaram que era primordial que a incubadora tivesse um time qualificado e funcionários experientes, o que está de acordo com o que afirmam Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017) de que a segurança é o conhecimento e cortesia dos funcionários e sua capacidade de transmitir confiança e segurança. Comparando com a sua percepção da AYTU na dimensão de segurança, os entrevistados afirmam que sempre se sentiram perfeitamente seguros em suas transações com a incubadora e mesmo quando os funcionários não possuíam todas as informações, iam buscá-las para o atender.

Na dimensão referente à empatia, os entrevistados

demonstraram não ter altas expectativas em relação a essa dimensão, que conforme Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017) relaciona-se à atenção cuidadosa e individualizada que a empresa proporciona para seus clientes. Para os entrevistados, as empresas incubadas não esperam essa atenção individual e cuidadosa. Segundo eles, a expectativa é somente de apoio técnico por parte da incubadora e atenção compartilhada com o coletivo de empresas incubadas, onde o empresário tem que “correr atrás” e “se virar”.

Por não ter altas expectativas, a percepção do serviço prestado pela incubadora é satisfatória para os entrevistados, visto que, apesar da percepção de que a incubadora não dá atenção individualizada e não necessariamente compreende suas necessidades, isso não seria um problema já que eles não têm a expectativa de que seja diferente.

Avaliando pela incidência de citações, os entrevistados consideraram a empatia a mais importante das dimensões da qualidade. A segunda foi a responsividade, com elementos tangíveis sendo o menos importante para a maioria.

Com relação às lacunas da qualidade de serviços: Sobre a Lacuna 1, constatou-se que a incubadora conhece as expectativas gerais da empresa incubada e além de atendê-las, acabou superando essas expectativas. Quanto à Lacuna 2, a Incubadora AITY, apesar de buscar selecionar as propostas e padrões de serviços corretos, acaba se deparando com limitações impostas pela instituição mantenedora e tendo que adaptar-se as condições disponíveis. No que se refere à Lacuna 3, a burocracia característica do serviço público, acaba afetando a prestação do serviço por parte da incubadora, que muitas vezes tem seus prazos dependentes de setores fora da incubadora. A Lacuna 4 demonstra o conhecimento e conscientização por parte dos

entrevistados sobre as limitações que a incubadora tem, nas quais, mesmo que não consiga entregar exatamente o que prometeu, isso não se deve ao fato de uma falha na prestação do serviço da incubadora em si, mas a fatores externos.

No geral, os entrevistados consideram que a incubadora tem uma boa qualidade na prestação de serviços que atendem suas expectativas, porém com muitas possibilidades de melhoria, reconhecendo seus pontos fortes e também seus pontos a melhorar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo principal fornecer proposições estratégicas que favoreçam a melhora da qualidade dos serviços prestados pela incubadora Ayty para a sociedade, contribuindo, dessa forma, para o alcance da missão do IFAM que consiste em promover com excelência a Educação, Ciência e Tecnologia para o desenvolvimento sustentável da Amazônia, tendo dentre seus valores a inovação e o empreendedorismo. A incubadora Ayty tem papel determinante nessa missão, visto que através de suas empresas graduadas gera emprego e renda para a região.

A pesquisa buscou analisar a qualidade dos serviços prestados pela Incubadora Ayty, com base na percepção dos seus clientes, utilizando o Modelo SERVQUAL de Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017). Os resultados obtidos indicam que, de maneira geral, a incubadora apresenta um bom nível de qualidade em relação aos seus serviços, o que demonstra seu comprometimento em fornecer um ambiente propício ao desenvolvimento de novos negócios. A incubadora destacou-se principalmente nas dimensões de elementos

tangíveis e responsividade, oferecendo a estrutura necessária para o desenvolvimento das empresas em fase inicial e estando sempre disposta a ajudar os incubados e prestando os serviços sem demora.

O principal ponto fraco observado foi a dimensão de confiabilidade, visto que esta é consistentemente a dimensão mais importante na literatura, e é a dimensão que diz respeito à capacidade de realizar o serviço prometido de forma confiável e correta, conforme achados de Zeithaml, Berry e Parasuraman (2017). Porém, mesmo não sendo apontada como mais importante, os entrevistados deste estudo eles identificaram que essa é a dimensão que mais precisa melhorar, ainda que entendam que isso se deve mais ao fato da falta de apoio da gestão da mantenedora para o desenvolvimento das atividades da incubadora do que à responsabilidade da própria gestão da incubadora.

A pesquisa de campo indicou melhorias não tão simples de serem implementadas, visto que envolvem recursos financeiros, dado que a incubadora não é um órgão independente financeiramente, mas depende de recursos limitados por parte do órgão mantenedor.

A principal dificuldade encontrada para a realização da pesquisa foi entrar em contato com os gestores das empresas graduadas, o que demonstra uma falha no acompanhamento desses empreendimentos por parte da incubadora no momento pós incubação. O acompanhamento no pós-incubação é essencial para o sucesso e a sustentabilidade das empresas graduadas pelas incubadoras, garantindo que elas possam continuar crescendo e inovando após deixarem o ambiente protegido e de apoio da incubadora, aumentando desta forma sua taxa de sobrevivência.

Os passos seguintes da pesquisa incluem o produto tecnológico “Plano de Ações para a Ayty”, no qual são sistematizadas propostas

para auxiliar a incubadora a enfrentar os fatores críticos encontrados por esta pesquisa dentro de cada dimensão da qualidade.

Como sugestão de continuidade desse estudo, ou mesmo para estudos independentes, seria interessante utilizar outros modelos de avaliação da qualidade, além de comparar as práticas com incubadoras referência em qualidade no Brasil e no mundo.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES - ANPROTEC. **Mapeamento de Empreendimentos Inovadores**. Disponível em: https://ANPROTEC.org.br/site/wpcontent/uploads/2019/09/Mapeamento_Empreendimentos_Inovadores.pdf. Acesso em: março 2020

CRESWELL, J. W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: Escolhendo entre Cinco Abordagens**. Penso Editora, 2014.

DEYANOVA, K.; BREHMER, N.; LAPIDUS, A.; TIBERIUS, V. Hatching start-ups for sustainable growth: a bibliometric review on business incubators. **Review of Managerial Science**, p. 1-27, 2022.

ENGELMAN, R.; FRACASSO, E. M.; BRASIL, V. S. A qualidade percebida nos serviços de incubação de empresas. **REAd. Revista Eletrônica de Administração** (Porto Alegre), v. 17, p. 802-822, 2011.

GODEIRO, D. P. de O.; DANTAS, M. L. R.; DA GOZALI, L. *et al.* Performance factors for successful business incubators in Indonesian public universities. **International Journal of Technology**, v. 11, n. 1, p. 155-166, 2020.

HAUSBERG, J. P.; KORRECK, S.. Business incubators and accelerators: a co-citation analysis-based, systematic literature review. **Handbook of Research on Business and Technology Incubation and Acceleration**, p. 39-63, 2021.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1985.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. **Journal of retailing**, v. 64, n. 1, p. 12, 1988.

TORABI, M.; BÉLANGER, C. H. Influence of online reviews on student satisfaction seen through a service quality model. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, v. 16, n. 7, p. 3063-3077, 2021.

ZEITHAML, V. A., BITNER, M.J. **Marketing de Serviços: a empresa com foco no cliente**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003. 536 p.

ZEITHAML, V. A.; BERRY, L.L.; PARASURAMAN, A. **A excelência em serviços**. Saraiva Educação SA, 2017.