

## **A Relação com o Cliente Como Fator Externo de Influência na Capacidade Absortiva de Spin-offs Acadêmicas**

**WANIA CAVALCANTI**

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF)

**THIAGO BORGES RENAULT**

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO (UFRRJ)

**SERGIO RICARDO YATES DOS SANTOS**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)

**MARCUS VINICIUS DE ARAUJO FONSECA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)

### **A Relação com o Cliente Como Fator Externo de Influência na Capacidade Absortiva de Spin-offs Acadêmicas**

#### **Introdução**

Estudos sugerem que uma das condições primordiais para o alcance da competitividade, é o desenvolvimento de capacidades que garantam às empresas a possibilidade de se desenvolverem a partir da identificação, aquisição e aplicação de novos conhecimentos em seus processos (COHEN; LEVINTHAL, 1990). A capacidade de reconhecer o conhecimento externo valioso contribui para a ampliação do conhecimento interno da empresa e estimula o desenvolvimento da competitividade e inovação.

#### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

O estudo da capacidade absorptiva em empresas do tipo spin-offs acadêmicas é necessário, pois trata-se de empresas criadas a partir do conhecimento gerado nos laboratórios ou grupos de pesquisa de universidades, com o objetivo de comercialização deste conhecimento. As spin-offs acadêmicas são importantes instrumentos de transferência de tecnologia, geração de empresas, criação de empregos, manutenção do equilíbrio do sistema econômico, bem como participação em processos inovadores (VAN GEENHUIZEN; SOETANO, 2009, SCHARINGELLA; CHANARON, 2016).

#### **Fundamentação Teórica**

Lewin et al., (2011) descreveram em seu estudo os fatores externos e internos que influenciam a capacidade absorptiva. O estudo dos fatores externos e internos impulsiona o desenvolvimento do tema podendo selecionar um dos fatores ou seu estudo em conjunto. Com base no estudo de Scharingella et al., (2017), foi possível observar como a capacidade absorptiva de spin-offs acadêmicas pode ser beneficiada a partir do relacionamento com clientes e qual a sua influência no processo de inovação da spin-off acadêmica.

#### **Metodologia**

A partir de um estudo exploratório em duas spin-offs acadêmicas e com uma abordagem qualitativa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas. Com a análise dos dados coletados nas entrevistas, foram criadas posteriormente, categorias com o objetivo de identificar como o relacionamento com clientes, fornecedores, concorrentes e universidade pode influenciar a capacidade absorptiva das spin-offs acadêmicas participantes deste estudo.

#### **Análise dos Resultados**

Os resultados evidenciaram que a base do conhecimento da spin-off acadêmica com origem na universidade, associado ao conhecimento adquirido no ambiente externo, influenciou de forma positiva o desenvolvimento de produtos inovadores. Outro ponto relevante no estudo foi a análise em conjunto das dimensões e fatores contingentes que funcionam como mediadores da capacidade absorptiva.

#### **Conclusão**

Os fatores contingentes observados na pesquisa contribuíram para a análise das dimensões e a importância do conhecimento externo e seu compartilhamento interno. A base do conhecimento das spin-offs acadêmicas passa pela formação do sócio e a pesquisa que desenvolveu na universidade.

#### **Referências Bibliográficas**

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016. COHEN, W. M.; LEVINTHAL, D. A. Innovation and learning: the two faces of R&D. The Economical Journal, v.99, p. 569-596, 1989. Costa, L. B., & Torkomian, A. L. V. (2008). Um estudo exploratório sobre um novo tipo de empreendimento: os spin-offs acadêmico. Revista de Administração Contemporânea, 12(2), 395-427. YIN, Robert K. Estudo de Caso-: Planejamento e métodos. Bookman editora, 2015. 212 p.