

Rotas estratégicas de colaboração entre startups e corporações no desenvolvimento de projetos de inovação

MARISANGELA BASTOS LIMA CSIK
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)

ALVAIR SILVEIRA TORRES JUNIOR
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

Agradecimento à orgão de fomento:
Agradeço a CAPES

Rotas estratégicas de colaboração entre startups e corporações no desenvolvimento de projetos de inovação

Introdução

As corporações buscam ativamente startups para inovação rápida, no entanto, existe uma tensão criativa no início do relacionamento. Este estudo explora as dimensões e padrões característicos dessa relação sob a perspectiva da startup. A pesquisa utilizou uma metodologia qualitativa com técnicas de análise de conteúdo, envolvendo 18 entrevistas conduzidas com fundadores de startups brasileiras. A principal contribuição do artigo é fornecer, por meio de três rotas estratégicas, insights valiosos como eles podem ser usados para definir estratégias eficazes para empreendedores e corporações.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Existem vários esforços colaborativos em inovação entre startups e corporações, mas que não avançam por causa de objetivos. Isso ressalta a necessidade urgente de se aprofundar, especialmente do ponto de vista da startup, especialmente no Brasil, para que o empreendedorismo possa gerar ganhos econômicos significativos. O objetivo da pesquisa se concentram em identificar padrões no relacionamento entre startups e corporações e como esses padrões podem servir como referências estratégicas para empreendedores de startups que buscam colaborações bem-sucedidas com grandes empresas.

Fundamentação Teórica

Segundo Weiblen & Chesbrough (2015) usar a Startup como um recurso criativo fora da empresa é uma forma de empreendedorismo corporativo. Para Wolcott & Lippitz, (2007), duas dimensões e quatro modelos derivam de projetos de empreendedorismo corporativo e inovação que precisam de liderança engajada com startups. Além disso, o crescimento da Startup pode ser afetado positivamente pelo acesso a recursos corporativos. Segundo Kohler (2016), esse acesso está relacionado ao conhecimento do negócio e dos processos necessários para criar e redimensionar a Startup.

Discussão

Classificamos as rotas com base na ordem de maior representatividade de cada classe oriunda da CHD. Os eventos mais prováveis foram categorizados com base na análise CHD. Eventos com uma porcentagem acima de 19% foram considerados como a primeira rota. OS eventos que alcançaram de 12,5% a 18% na Análise CHD foram considerados a segunda rota. E os eventos “ad hoc” não relacionadas e/ou contrárias à RSL emergiram da análise dos demais elementos e foram classificados como terceira rota.

Conclusão

A primeira rota seria para as Startups que já tem um modelo de negócios e busca cocriar com o corporativo para a validação do novo produto. A segunda seria para as Startups que ainda estão em fase de validação de “cases” para acessar as Corporações. E a terceira, seria para atentar os eventos adversos que possam surgir. Além disso, o artigo descreve como essas rotas estabelecidas servem como referências estratégicas para empreendedores, fornecendo insights valiosos para a estratégia de startups e garantindo sua presença sustentada no mercado e fazendo a economia girar.

Referências Bibliográficas

Aggarwal, V., & Wu, A. (2018); Amabile, T. (1998); Bagnò et al (2020); Bańka et al. (2023); Bel et al.

(2023); Benkraiem et al (2023); Bertin & Mavoori (2022); Bettenmann, (2023); Blank (2014); Bonzom & Netessine (2016); Brígido & Justo (2013); Capatina et al (2023).; Chesbrough (2003; 2004;2006); Chung(2023); Cohen (2013); Cordell (1973); Corvello et al. (2023); Crittenden et al. (2017), Cunha et al. (2023), D'Angelo et al (2023); Damasceno et al (2023); Das et al (2022); de Andrade & Pinheiro (2023); Dizdarevic et al (2023); Donada & Nogatchewsky (2023); Durai & Viji (2022) e tem muito mais.