

## **COCRIAÇÃO DE VALOR E EMPREENDEDORISMO DIGITAL NA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DE UMA EMPRESA FAMILIAR**

**NAICHE VAN DER POEL**

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

**BENNY KRAMER COSTA**

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

**EDMILSON DE OLIVEIRA LIMA**

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

**LUÍS FÁBIO CAVALCANTI DA SILVA**

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

**ADIEMIR HORTEGA MEDEIROS**

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

Agradecimento à órgão de fomento:

Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

## **COCRIAÇÃO DE VALOR E EMPREENDEDORISMO DIGITAL NA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DE UMA EMPRESA FAMILIAR**

### **Introdução**

A literatura sobre cocriação de valor (Vargo & Lusch, 2004) e empreendedorismo digital (Kraus et al., 2018) trata isoladamente os dois fenômenos. Entretanto, ambos têm características que demonstram convergência e relação, como colaboração, compartilhamento de conhecimentos, engajamento de participantes, criação de valor. A cocriação de valor é uma ação colaborativa que pode ser gerada ou reforçada pelo empreendedorismo digital (Berger et al., 2021; Dong et al., 2007). Chen et al. (2021) e Shaheer (2020), por sua vez, trazem a cocriação de valor como antecedente ao empreendedorismo digital.

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

A pesquisa sobre empreendedorismo digital continua na sua fase inicial (Paul et al., 2023) e os horizontes de estudo sobre a cocriação de valor se expandem para diversas áreas e contextos (Galvagno & Dalli, 2014). Assim, há ainda bastante a explorar sobre os fenômenos, especialmente tratando-os em conjunto e também analisando-os em casos reais. Objetivo: analisar como se relacionam a cocriação de valor e o empreendedorismo digital no processo de transformação digital de uma empresa familiar.

### **Fundamentação Teórica**

Subdividida em 3 subseções: 2.1 Criação de valor, cocriação de valor e empreendedorismo digital 2.2 O varejo omnichannel e o consumidor conectado 2.3 Tecnologias digitais, transformação e disrupção digital

### **Metodologia**

Nosso trabalho utiliza uma abordagem qualitativa com um Estudo de caso único (Pettigrew, 1990), realizado sobre uma empresa familiar do segmento de calçados e moda, fundada há 41 anos na cidade de São José dos Campos, interior do estado de São Paulo. Mais precisamente, sobre sua trajetória recente, nos últimos seis anos, período em que migrou de uma operação com atendimento a clientes somente em suas lojas físicas para uma atuação com diversos pontos de contato, físicos e virtuais. Análise netnográfica, análise de conteúdo, entrevistas semiestruturadas com gestores da companhia.

### **Análise dos Resultados**

Análise temática, cruzando Referencial Teórico, entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdo. Dividida em 6 subseções, que traduzem a cocriação de valor e o empreendedorismo digital na transformação digital da companhia: 4.1. Da fundação à construção das bases para a transformação digital 4.2. Cultura de inovação, cultura digital e formação de lideranças 4.3. Rumo à operação omnichannel 4.4. A reestruturação administrativo-financeira 4.5. Expansão dos negócios e construção de parcerias estratégicas 4.6 Investimento em TI e tecnologias digitais

### **Conclusão**

Nossos achados apontam que a cocriação de valor e o empreendedorismo digital se relacionam empiricamente no contexto da transformação digital (Akaka et al., 2013; Erhardt et al., 2019; Ghezzi et al., 2020; Sjödin et al., 2020). No nosso estudo, este processo trafegou pela busca da escuta de clientes e engajamento de stakeholders e por ações como: introdução e disseminação de cultura de inovação; implantação de operação omnichannel; investimento em TI e tecnologias digitais;

reestruturação administrativo-financeira; expansão comercial e construção de alianças de negócios.

**Referências Bibliográficas**

Aberdeen (2013); Yin (2009); Ahmed et al. (2020); Bedarkar & Pandita (2014); Benson & Davidson (2010); Berger et al. (2021); Bouncken & Fredrich (2016); Bridoux & Stoelhorst (2022); Brodie (2019); Cabiddu & Piccoli (2013); Candel et al. (2021); Cannas & Cabiddu (2019); Casali et al. (2018); Chen & Du (2016); Christensen & Rosenbloom (1995); Constantinides et al. (2018); Delpechitre et al. (2018); Grewal et al. (2011); Grönroos & Voima (2013); Kraus et al (2018); Nambisan (2017); Nambisan et al. (2019); Pettigrew (1990); Prahalad & Ramaswamy (2004); Ramaswamy & Ozcan (2015).