

## **UMA ABORDAGEM CONTEXTUAL DOS FATORES DE SUCESSO EM EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA**

**VICTOR PRUDENTE**

ESCOLA POLITÉCNICA / USP

**ANA PAULA FRANCO PAES LEME BARBOSA**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)

### **Agradecimento à orgão de fomento:**

Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES). O autor agradece à CAPES pela concessão de bolsa de estudos, essencial para o desenvolvimento da presente pesquisa.

## Introdução

EBTs são organizações intensivas em P&D, orientadas à inovação e expostas a alto risco tecnológico (Cooper, 1971). Apesar dos avanços teóricos, faltam estudos que avaliem fatores organizacionais sob controle gerencial, como marketing e produção (Song et al., 2008), bem como o papel moderador da inovação tecnológica, essencial para compreender a gestão em ambientes incertos e dinâmicos (Zhou & Li, 2010; Jansen et al., 2006).

## Problema de Pesquisa e Objetivo

Este trabalho tem como problema de pesquisa: Quais fatores organizacionais controláveis impactam o sucesso percebido de Empresas de Base Tecnológica e como a intensidade em inovação tecnológica modera essas relações? O objetivo deste estudo é avaliar os efeitos de quatro estratégias, liderança em custo, intensidade de marketing, integração com a cadeia e alianças para P&D, sobre o sucesso das EBTs, explorando o papel moderador da inovação tecnológica.

## Fundamentação Teórica

O estudo fundamenta-se na visão baseada em recursos (RBV) e nas capacidades dinâmicas, que explicam o desempenho das EBTs por meio da combinação de ativos estratégicos e capacidade de adaptação (Teece, 1997; Eisenhardt & Martin, 2000). Fatores como liderança em custo, intensidade de marketing, integração com a cadeia e alianças para P&D são tratados como variáveis organizacionais controláveis. A intensidade em inovação tecnológica é considerada moderadora, potencializando ou restringindo os efeitos dessas estratégias sobre o sucesso percebido (Song et al., 2008; Zhou & Li, 2010).

## Metodologia

A pesquisa adota abordagem quantitativa, com base em dados de 330 EBTs apoiadas pelo PIPE-FAPESP. Utilizou-se modelagem de equações estruturais via PLS-SEM, apropriada para modelos com múltiplas variáveis latentes e amostras não probabilísticas (Hair et al., 2019). Foram analisadas as relações entre quatro fatores organizacionais controláveis (liderança em custo, intensidade em marketing, integração com a cadeia e alianças para P&D) e o sucesso percebido, considerando a intensidade em inovação tecnológica como variável moderadora.

## Análise dos Resultados

Os resultados indicaram que apenas a intensidade em marketing teve efeito direto, positivo e significativo sobre o sucesso percebido das EBTs, reforçando seu papel estratégico em contextos de incerteza. As demais variáveis não apresentaram efeitos diretos significativos. Quanto à moderação, apenas a interação entre inovação tecnológica e marketing foi significativa, indicando que, em empresas mais inovadoras, as ações de marketing tendem a gerar maior impacto no desempenho.

## Conclusão

O estudo evidencia que estratégias de marketing são determinantes para o sucesso percebido de EBTs, sobretudo quando combinadas com alta intensidade em inovação tecnológica. Em contrapartida, liderança em custo, integração com a cadeia e alianças para P&D não demonstraram efeitos diretos significativos. Os achados reforçam a importância da orientação ao mercado e da comunicação de valor em contextos de alta incerteza, contribuindo para a literatura sobre gestão estratégica de empresas inovadoras.

## Contribuição / Impacto

A pesquisa contribui ao destacar a importância de fatores organizacionais controláveis no desempenho de EBTs, oferecendo evidências empíricas sobre o papel estratégico do marketing em contextos de inovação. Avança na compreensão das interações entre inovação tecnológica e práticas gerenciais, com implicações práticas para gestores que buscam alinhar estratégias de mercado e inovação. Os resultados também subsidiam políticas de apoio mais sensíveis à dinâmica interna das EBTs.

## Referências Bibliográficas

- Cooper, A. C. (1971). Spin-offs and technical entrepreneurship. *IEEE Transactions on Engineering Management*, EM-18(1), 2-6.
- Song, M., Podoynitsyna, K., Van Der Bij, H., & Halman, J. I. M. (2008). Success factors in new ventures: A meta-analysis. *Journal of Product Innovation Management*, 25(1), 7-27.
- Lasmar, T. P., Barbosa, A. P. F. L., Salerno, M. S., & Ferreira, E. A. (2023). Success factors of technology-based startups. In 32nd IAMOT: Brave Smart World: Capabilities and Ecosystems for Innovation (Vol. 1). 32nd IAMOT Conference, Porto Alegre.