

## GESTÃO DO CONHECIMENTO E INOVAÇÃO EM STARUTPS

ROBERTA GORGOT<sup>1</sup>; MURILO QUEVEDO<sup>2</sup>; ALISSON MAHELER<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – rogorgot@gmail.com*

<sup>2</sup>*Murilo Gonçalves Quevedo – murilogquevedo@hotmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – alisson.maheler@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Existe uma crescente de oportunidades surgindo na área de startups ligadas ao desenvolvimento de tecnologia. Neste âmbito o conhecimento e a inovação são reconhecidos como recursos de fundamental importância em qualquer setor de atividades, sendo um diferencial competitivo para as empresas. O conhecimento é criado através da interação entre indivíduos, grupos e organizações e o seu compartilhamento traz um crescimento de valor possibilitando a melhora do desempenho organizacional. Já a inovação é um processo criativo que se utiliza do conhecimento adquirido e armazenado tendo um potencial estratégico relevante. Neste contexto pretende-se identificar os conhecimentos críticos voltados para o incremento do processo de inovação em startups da região sul do Rio Grande do Sul através de um questionário estruturado.

Apesar da universalização do termo, há uma escassez de definições acerca de startups (Centobelli, et. al. 2017; Bortolini, et. al. 2018). Ries (2012, p.8) define startup como uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza. Em uma linha de pensamento semelhante, Blank e Dorf (2014, p.503) definem, startup como “uma organização temporária constituída para buscar por respostas que levarão a um modelo de negócio recorrente e escalável”, acrescido do termo lucrativo no desenvolvimento de sua teoria.

Em seu livro sobre a sociedade pós-capitalista DRUKER (1993) trata o conhecimento como um recurso econômico básico, onde os meios de produção tradicionais deixam de ser os principais (os recursos naturais, o capital e a mão de obra), e o conhecimento passar a liderar nas atividades centrais de criação de riqueza. No mesmo livro o autor pondera a criação de valor tendo como vertente tanto a produtividade quanto a inovação, duas aplicações do conhecimento ao trabalho. A gestão do conhecimento para EASTERBY-SMITH et al. (2003) é uma abordagem técnica que visa criar formas de disseminar e alavancar o conhecimento no intuito de melhorar o desempenho organizacional. O estudo sobre a gestão do conhecimento é um conceito recente segundo GONZALES e MARTINS (2017), que trata do fluxo de conhecimento entre indivíduos e organizações constituído de quatro etapas: aquisição, armazenamento, distribuição e utilização do conhecimento.

NONAKA e TAKEUCHI (1995) demonstram a criação do conhecimento através da interação entre indivíduos, grupos e organizações. Para os autores, o conhecimento surge em um nível individual e é expandido através de uma interação dinâmica – socialização do conhecimento – para um nível organizacional e posteriormente para um nível interorganizacional. O intercâmbio de dados, informações, conhecimentos e competências podem convergir para a criação de conhecimento estratégico. A definição do que é critico para a organização é um assunto abordado por ERMINE (2004), o autor apresenta um

modelo de mapeamento que é estruturado em áreas com áreas como: ponto central, que corresponde à finalidade principal da empresa; eixos do conhecimento, referentes à missão ou principais operações da empresa; temas de conhecimento; e domínios de conhecimento. A partir da localização e identificação do conhecimento obtido pelo mapeamento a empresa consegue alinhar seus objetivos estratégicos ao conhecimento existente.

Concorrência severa, mudança nas preferências do consumidor, interrupção de tecnologias e novos modelos de negócios moldam o ambiente empresarial e força a repensar seus processos e práticas buscando sempre inovar. Para NOWACKI e BACHNIK (2016), A capacidade inovadora de uma empresa está diretamente ligada ligada ao conhecimento que possui ou adquire externamente.

## 2. METODOLOGIA

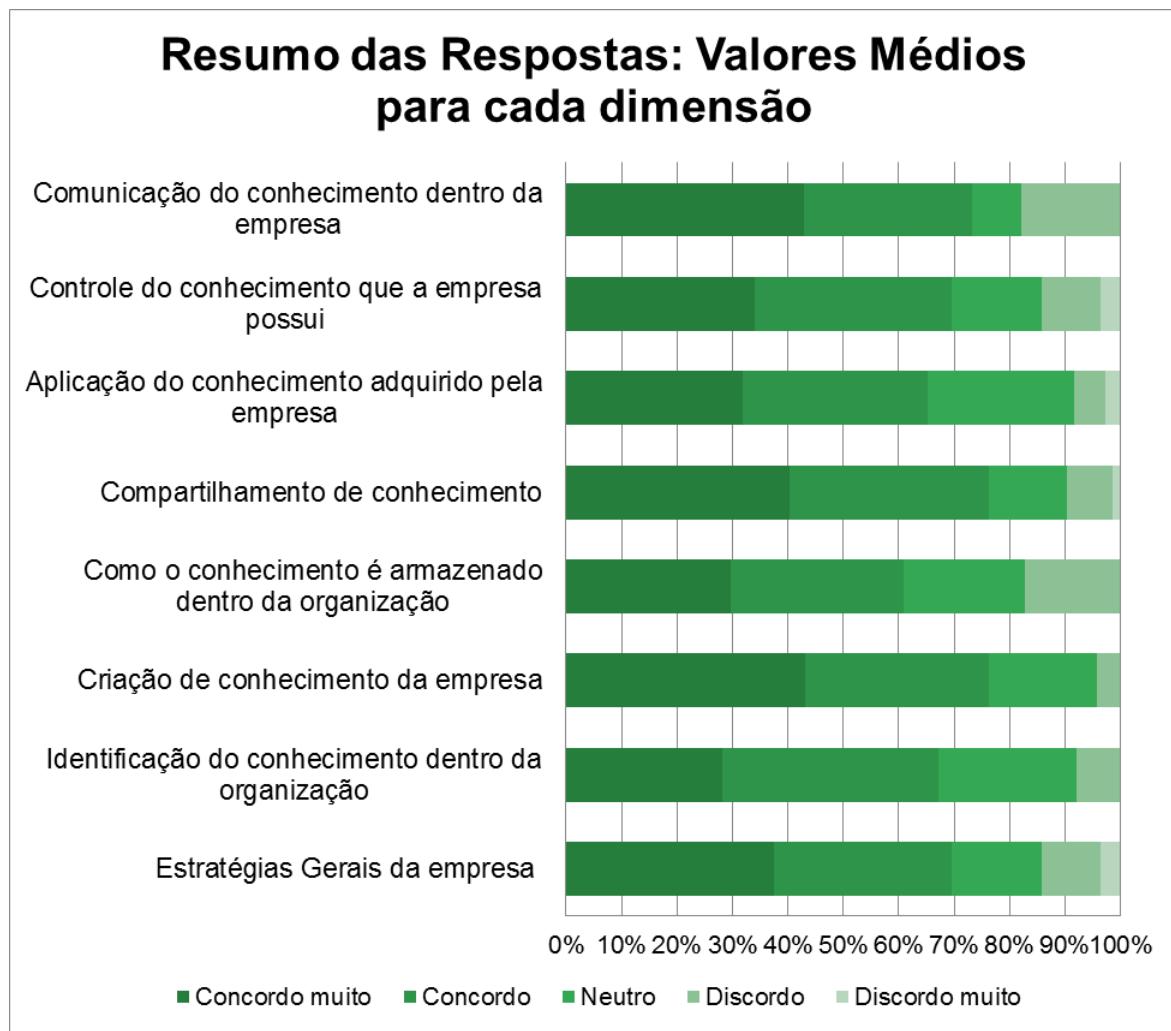
Como o objetivo deste trabalho é realizar um levantamento da gestão de conhecimentos críticos nas startups, utilizaremos métodos quali-quantitativos, assim como SILVA et al. (2018). A primeira etapa foi a realização de uma revisão da literatura sobre gestão do conhecimento em startups. O objetivo desta etapa foi a identificação das práticas de gestão do conhecimento. Na segunda etapa definimos o instrumento de coleta de dados, o qual utilizamos um questionário estruturado elaborado com base no modelo adaptado por SILVA et al. (2018), o qual utilizou o guia Europeu de Gestão do Conhecimento para seu desenvolvimento.

O modelo do questionário que foi aplicado aos gestores das startups utilizou a escala do tipo Likert, com cinco possíveis respostas (1 - Concordo muito; 2 - Concordo; 3 - Neutro; 4 - Discordo; e 5 - Discordo muito) que podem ser assinaladas para se apurar a opinião dos mesmos para cada tópico a ser pesquisado, de acordo com a realidade de suas empresas. Este questionário é composto por uma seção inicial a qual objetiva conhecer os dados socioeconômicos das startups seguido de oito seções com perguntas sobre a gestão do conhecimento, totalizando 70 respostas de acordo com suas realidades. Este instrumento foi enviado através de um link por e-mail e redes sociais direcionadas ao público alvo. Obtivemos 8 respostas de um universo de aproximadamente 60 startups alcançadas. Depois de coletadas as informações, realizamos a tabulação dos dados para poder analisar com mais clareza as informações.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados coletados preliminarmente trazem como características gerais das startups respondentes: 75% tem até três anos de fundação; 62,5% tem até nove funcionários, possui algum tipo de financiamento ou programa de aceleração e tem faturamento anual até R\$ 80 mil reais. Na sua maioria são empresas dos ramos de serviços gerais e tecnologia e o próprio fundador respondeu ao questionário. Os conhecimentos críticos foram identificados através das respostas concordo e concordo muito. Os dados ligados as estratégias gerais demonstram que 62,5% das startups tem clara a missão, visão e valores norteadores dos seus trabalhos existindo conflito de interesse declarado em 50% delas. Apesar deste número, a relação de confiança, respeito, colaboração e profissionalismo estão presentes na maioria das empresas trabalhando com pessoas altamente motivadas e competentes para o alcance das estratégias.

A figura 1 demonstra as média dos valores das respostas sobre cada dimensão da gestão do conhecimento, de acordo com a percepção dos respondentes.



**Figura 1:** Média das respostas sobre cada dimensão da gestão do conhecimento levantada na pesquisa.

Fonte: Elaborado pelo autor

## 4. CONCLUSÕES

Devido ao caráter preliminar da pesquisa os resultados são parciais. Trata-se de um estudo inicial que será complementado com a totalidade dos respondentes. Como a amostra é pequena não podemos informar dados estatísticos, porém já foi possível identificar dimensões importantes sobre as percepções dos gestores sobre a gestão do conhecimento. De acordo com a literatura, pode-se identificar que a gestão do conhecimento está presente neste tipo de empresa (Startups), as quais dependem de seu caráter inovador para seu sucesso. Outro aspecto que deve-se salientar, é o fato das empresas estudadas estarem concentradas geograficamente em um mesmo ambiente, propicia os transbordamentos de conhecimentos, o que segundo a literatura corrobora para o desenvolvimento destas empresas (GIULIANI, 2005). A proposta deste estudo apesar de caráter inicial, adiciona ao conhecimento existente, pois preenche algumas lacunas no conhecimento, conforme as indicadas por CENTOBELLI; CERCHIONE; ESPOSITO (2017).

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLANK, S.; DORF, B. **Startup: Manual do Empreendedor.** São Paulo: Altas Book, 2014. 572 p.

CENTOBELLI, P.; CERCHIONE, R.; ESPOSITO, E. Knowledge Management in Startups: Systematic Literature Review and Future Research Agenda. **Sustainability**, v. 9, n. 3, p. 361, 1 mar. 2017.

DRUCKER, P. F. **A sociedade pós-capitalista.** São Paulo: Pioneira, 1993.

EASTERBY-SMITH, M.; et al. **Handbook of organizational learning and knowledge management.** Blackwell Publishing Ltd, United Kingdom, 2003.

ERMINE, J-L. Valoriser les connaissances les connaissances critiques d'une entreprise. Gestion dynamique des connaissances industrielles. **Hermes Science publications**: Lavoisier, p. 107-125, 2004.

GIULIANI, E. Cluster Absorptive Capacity: Why do Some Clusters Forge Ahead and Others Lag Behind? **European Urban and Regional Studies**, v. 12, n. 3, p. 269–288, jul. 2005.

GONZALES, Rodrigo V.D.; MARTINS, Manoel. F. O Processo de Gestão do Conhecimento: uma pesquisa teórico-conceitual. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 24, n. 2, p. 248-265, 2017

JANNUZZI, C.S.C. et al. Gestão do conhecimento: um estudo de modelos e sua relação com a inovação nas organizações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Minas Gerais, v.21, n.1, p.97-118, 2016.

NOWACKI, R.; BACHNIK, K. Innovations within knowledge management. **Journal of Business Research**, Poland, v. 69, p.1577-1581, 2016.

SILVA, M. P. et al. Gestão do conhecimento e inovação em startups Catarinenses. **Revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Santa Catarina, v. 23, n. esp., p. 126-142, 2018.

NONAKA, I; TAKEUCHI, H. **How Janpanese Companies Create the Dynamics of Innovation.** New York: Oxford, 1995.

RIES, Eric. **A startup enxuta:** como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

BORTOLINI, R.F. et al. Lean Startup: a comprehensive historical review", **Management Decision**, 2018. Acesso em: 21 abr. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/MD-07-2017-06632>>.